



JUNTA DE
EXTREMADURA

**PLAN DE APOYO Y CONSOLIDACIÓN DEL
PEQUEÑO COMERCIO MINORISTA
DE EXTREMADURA
(2024-2027)**





JUNTA DE
EXTREMADURA

PLAN DE APOYO Y CONSOLIDACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO MINORISTA DE EXTREMADURA

(2024-2027)



EDITA:

JUNTA DE EXTREMADURA

AUTOR:

Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio

DEP. LEGAL:

BA-000582-2024

MAQUETACIÓN:

IDEAS on BOXES

IMPRESIÓN:

GRÁFICAS GASPAR

Los abajo firmantes, D. Abel Bautista Morán, Consejero de Presidencia, Interior y Diálogo Social; D^a. Patrocinio Sánchez Escobar, secretaria general de UGT Extremadura, D^a Encarna Chacón Belmonte, secretaria general de CCOO Extremadura y D. Francisco Javier Peinado Rodríguez, secretario general de la CREEX en representación de la Administración Autonómica y de las organizaciones sindicales y empresariales con mayor representatividad en la Comunidad Autónoma de Extremadura, en el marco de la Declaración Institucional por el Diálogo Social rubricada el 21 de diciembre de 2023, promueven y aprueban el

PLAN DE APOYO Y CONSOLIDACION DEL PEQUEÑO COMERCIO MINORISTA DE EXTREMADURA 2024-2027

Que incluye los objetivos y actuaciones que se desarrollarán en Extremadura en el periodo 2024-2027 para renovar y fortalecer el comercio de proximidad afianzándolo como un modelo clave en el modelo productivo extremeño, mejorando la competitividad de la pyme comercial extremeña y ayudándola a afrontar los desafíos a los que se enfrenta, facilitando el acceso a todas las herramientas e instrumentos de apoyo necesarios para su desarrollo, modernización y mejora.

Estas herramientas e instrumentos apoyarán al pequeño comercio minorista para hacerlo sostenible, innovador y competitivo, promoviendo su adaptación a los cambios del sector de la distribución, impulsando la formación especializada, fomentando el asociacionismo y la cooperación empresarial, desarrollando actuaciones de promoción comercial y reforzando su crecimiento mediante inversiones productivas en infraestructuras, digitalización, eficiencia energética e innovación.

En Mérida, a 20 de diciembre de 2024

Consejero de Presidencia,
Interior y Diálogo Social
Abel Bautista Morán



JUNTA DE
EXTREMADURA

Secretaria General de CCOO
de Extremadura
Encarna Chacón Belmonte

Secretaria General de
la UGT de Extremadura
Patrocinio Sánchez Escobar

Secretario General
de la CREEX
Fco. Javier Peinado Rodríguez



CONTENIDO

1. MARCO ESTRATÉGICO	9
2. EL COMERCIO MINORISTA EN EXTREMADURA	11
2.1. SITUACIÓN ACTUAL	
2.2. DESAFÍOS DEL PEQUEÑO COMERCIO MINORISTA	
3. DESARROLLO ESTRATÉGICO 2024-2027	27
3.1. VISIÓN	
3.2. MISIÓN	
4. OBJETIVOS, EJES DE INTERVENCIÓN Y ACTIVIDADES DEL PLAN	29
4.1. OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS	
OBJETIVO ESPECÍFICO 1: AUMENTAR LA VISIBILIDAD DEL COMERCIO LOCAL Y GENERAR UN MAYOR RECONOCIMIENTO DE SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL	29
EJE 1.1: Promoción del comercio local.	
Medida 1.1.1: Campañas en medios para la promoción del comercio	
Medida 1.1.2: Foro de Comercio	
Medida 1.1.3: Premios al comercio	
Medida 1.1.4: Programa de sensibilización del comercio local en centros educativos	
OBJETIVO ESPECÍFICO 2: MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO A TRAVÉS DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL	34
EJE 2.1: Promover el asociacionismo comercial, la colaboración y los proyectos conjuntos de dinamización comercial	
Medida 2.1.1: Red de gerentes para la dinamización comercial	
Medida 2.1.2: Ayudas para promover el asociacionismo comercial	
Medida 2.1.3: Fomento del comercio a través de acciones agrupadas de dinamización comercial	
EJE 2.2: Impulsar la creación, desarrollo y promoción comercial de las franquicias extremeñas	
Medida 2.2.1: Plan franquicias	
OBJETIVO ESPECÍFICO 3: MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MEDIANTE EL APOYO A INFRAESTRUCTURAS COMERCIALES, INNOVACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y EFICIENCIA ENERGÉTICA	41

EJE 3.1: Inversiones en infraestructuras urbanas	
Medida 3.1.1: Subvenciones a ayuntamientos para la rehabilitación comercial	
EJE 3.2: Apoyo a las empresas comerciales para inversiones en digitalización, eficiencia energética e inversiones productivas	
Medida 3.2.1: Ayudas para la mejora de las capacidades avanzadas de las pymes comerciales	
EJE 3.3: Cofinanciación de programas europeos de apoyo a las pymes	
Medida 3.3.1: Apoyo a las pymes para que participen en programas cofinanciados con FEDER dirigidos al tejido empresarial extremeño.	
OBJETIVO ESPECÍFICO 4: MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO A TRAVÉS DE LA CAPACITACIÓN DE TRABAJADORES Y EMPRESARIOS DEL SECTOR	44
EJE 4.1: Formación Comercial	
Medida 4.1.1: Instituto de Comercio de Proximidad de Extremadura	
OBJETIVO ESPECÍFICO 5: DINAMIZAR LA ECONOMÍA LOCAL Y REGIONAL MEDIANTE EL APOYO A INSTITUCIONES FERIALES Y FERIAS COMERCIALES OFICIALES	46
EJE 5.1: Impulso al sector ferial de Extremadura	
Medida 5.1.1: Apoyo a instituciones feriales y ferias comerciales oficiales	
OBJETIVO ESPECÍFICO 6: MODIFICACIONES LEGISLATIVAS	47
EJE 6.1: Revisión, modificación y actualización de la normativa en el ámbito del comercio	
Medida 6.1.1: Ley de Comercio de Extremadura	
Medida 6.1.2: Ley de Actividades Feriales de Extremadura	
Medida 6.1.2: Ley de Cámaras	
5. PRESUPUESTO	49
6. GOBERNANZA Y EVALUACIÓN	51
6.1. GOBERNANZA	
6.2. EVALUACIÓN	
6.3. INDICADORES DE IMPACTO	
7. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN	53
8. VIGENCIA DEL PLAN	55

1

MARCO ESTRATÉGICO

El Plan de apoyo y consolidación del pequeño comercio minorista de Extremadura 2024-2027 es un plan sectorial que sustituye al anterior Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista 2021-2023.

En este nuevo plan, se intensifican aquellas actuaciones que demanda el sector para cumplir con los nuevos desafíos y necesidades no cubiertas hasta ahora.

Dentro del marco estratégico europeo, al contemplar actuaciones financiadas con fondos FEDER y FSE, este plan se enmarca en el marco estratégico del nuevo Programa de Extremadura FEDER 2021-2027 y el Programa Extremadura FSE+ 2021-2027.

- Respecto al PO FEDER, las actuaciones se encuentran dentro del Objetivo Político 1: “Mejorar la competitividad de las PYME”, Prioridad de Inversión: 1.A “Transición Digital e Inteligente”, Objetivo específico 1 iii). “el refuerzo del crecimiento sostenible y la competitividad de las pymes y la creación de empleo en estas, también mediante inversiones productivas”.
- En cuanto al PO FSE+, las actuaciones se encuadran dentro del objetivo político 4: Una Europa más social e inclusiva, por medio de la aplicación del pilar europeo de derechos sociales, prioridad 1: Empleo, adaptabilidad, emprendimiento y economía social, objetivo específico: d) promover la adaptación de los trabajadores, las empresas y los emprendedores al cambio, el envejecimiento activo y saludable y un entorno de trabajo saludable y bien adaptado que aborde los riesgos para la salud.

A su vez, dentro del marco estratégico regional, el plan también contribuye a:

- a) La Estrategia ante el Reto Demográfico y Territorial de Extremadura, en la línea estratégica 6.3. “Reactivación y Diversificación económica en las zonas rurales”:

- Impulsando líneas de apoyo al pequeño comercio en zonas rurales, para autónomos y emprendedores, para garantizar el acceso a bienes y alimentos básicos en todos los núcleos de población y favorecedoras de dinamismo comercial y conectividad.
 - Apoyando la ejecución de programas de crecimiento y diversificación de la actividad económica impulsando empresas líderes en el ámbito rural, así como el apoyo a la realización de planes individuales de innovación en procesos y diseño en ámbitos como agroalimentación, turismo, servicios, artesanía y comercio local.
 - Incentivando la implantación de la economía circular en todos los ámbitos del mundo rural, en especial en procesos empresariales que permitan establecer sinergias entre las diferentes industrias y/o empresas para lograr una mayor eficiencia en el uso y aprovechamiento de los recursos endógenos.
 - Facilitando iniciativas de acercamiento en la prestación de servicios comerciales en áreas de menos densidad de población, población más envejecida y con problemas de movilidad (con distribución local y bajo demanda de productos básicos).
- b) La Estrategia de Transformación Digital de Extremadura 2027, dentro del eje E4. Construyendo una Región competitiva e innovadora, en la línea estratégica “Tejido empresarial competitivo y digital”.

2

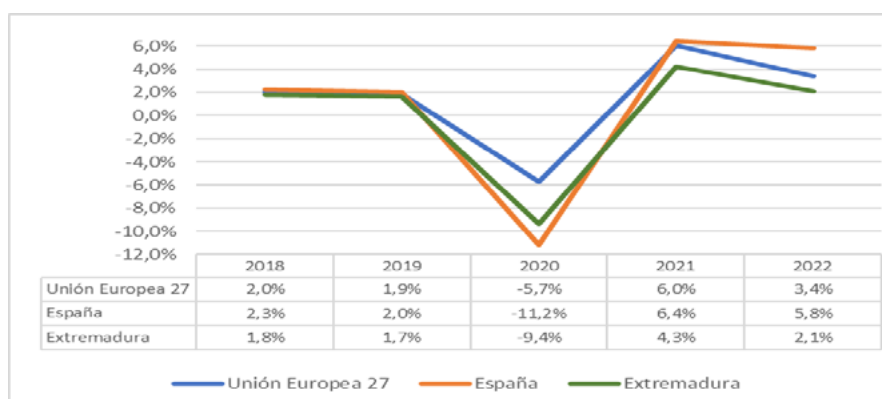
EL COMERCIO MINORISTA EN EXTREMADURA

2.1 SITUACIÓN ACTUAL

La elaboración del Plan conlleva, como no podía ser de otra manera, un análisis previo del punto de partida y de los principales indicadores relacionados con el sector, de manera que permita conocer la idiosincrasia y comportamiento del comercio extremeño.

Extremadura ha tenido en estos últimos años un comportamiento económico similar al que se ha producido tanto en España como en la Unión Europea de los 27, con un importante descenso en 2020 para después retomar la senda de crecimiento en los años siguientes

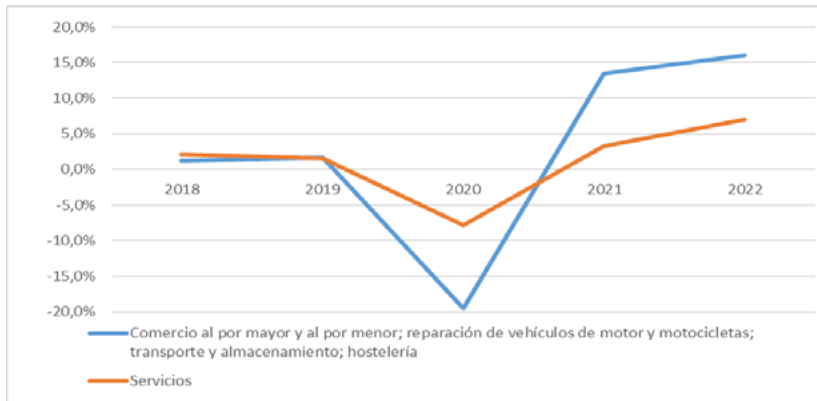
Gráfico 1: Variación interanual del PIB (Índices de volumen encadenado)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Al desglosar el comportamiento del Sector Servicios y dentro de este de los apartados “GHI- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas; transporte y almacenamiento; hostelería” se observa que ha sido similar, si bien los porcentajes de variación se mueven en un intervalo más amplio.

Gráfico 2: Variación interanual del VAB en Extremadura. Sector Servicios y Comercio, Transporte y Hostelería (Índices de volumen encadenado)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

De esta forma con los últimos datos disponibles, correspondientes al año 2022, las actividades comprendidas en los grupos GHI, aportaron al VAB regional por importe de 3.904 millones de euros, lo que supuso el 19% del VAB regional, por debajo del 24% que representa a nivel nacional. La participación del sector ha sido creciente con las excepciones de los años 2020 y 2021, si bien en 2022 ya se han superado tanto los valores como la participación del año 2019.

Al desglosarlo, y según cálculos estimados¹, el apartado G “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas” representa alrededor del 12,5% del VAB regional, mientras que el epígrafe 47 “Comercio al por menor” es aproximadamente un 6% del VAB.

La oferta comercial de este epígrafe se enfoca en función del número de locales (establecimientos comerciales), en términos de empleo y en términos de volumen de negocio.

Dada la particularidad de este sector, para este análisis se toma el número de locales comerciales existente, que suele ser superior al número de empresas, ya que algunas suelen disponer de más de un local.

Así, de acuerdo con los datos del DIRCE, a 1 de enero de 2023, hubo 13.160 locales dedicados al comercio al por menor, representando el 17,8% del total de locales en la región, 4,2 p.p. más que en el conjunto del país. Muy importante es su peso sobre el comercio, agrupando el 63,5% de los locales existentes. Por provincias, del total de locales del comercio minorista el 62,8% pertenecen a la provincia de Badajoz y el 37,8% a la provincia de Cáceres, porcentajes que se han mantenido prácticamente en el periodo estudiado.

¹ La contabilidad regional del INE no ofrece datos desglosados sobre el peso de las ramas económica en sobre el VAB regional.

Debido a la entrada en vigor del Reglamento EBS 2019/2152 y su Acto de Implementación 2020/1197, la Explotación estadística del Dirce (EED) a 1 de enero de 2023 presenta datos no comparables con los de ejercicios anteriores. Es por este motivo por el que no se presenta su evolución con años anteriores.

Tabla 1. Locales activos Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas por epígrafe y provincia. Número y porcentaje. Año 2023

	Extremadura	España
Total locales	74.001	3.732.601
Locales Comercio (Epígrafe G- grupos 45-46-47)	20.730	822.542
Locales Grupo 47(Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas)	13.160	507.591
% Comercio (G)/Total locales	28,0%	22,0%
% Comercio minorista (47)/Total locales	17,8%	13,6%
% Comercio minorista (47)/ Comercio (G)	63,5%	61,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Los locales activos dedicados a este sector en Extremadura se caracterizan por su pequeño tamaño, al igual que ocurre con el resto de las empresas en general. De esta forma se obtiene que, en 2023, el 54,3% de los locales en Extremadura no tienen asalariados, 6,6 p.p. más que en el conjunto del país, y el 31,5% de los mismos tienen entre 1 y 2 asalariados, englobando entre ambos estratos el 85,8% del total de locales, frente al 80,1% de media nacional.

Tabla 2. Locales activos de comercio al por menor por número de asalariados. Extremadura. Año 2023

	Extremadura		España	
	Locales	peso/total	Locales	peso/total
Total	13.160	100,0%	507.591	100,0%
Sin asalariados	7.150	54,3%	241.938	47,7%
De 1 a 2	4.142	31,5%	164.367	32,4%
De 3 a 5	1.394	10,6%	64.819	12,8%
De 6 a 9	306	2,3%	17.607	3,5%
De 10 a 19	107	0,8%	9.357	1,8%
De 20 a 49	31	0,2%	6.671	1,3%
De 50 a 99	21	0,2%	1.799	0,4%
De 100 o más	9	0,1%	1.033	0,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Tras detallar el número locales y su desagregación en función del número de asalariados, se analiza a continuación la situación laboral dentro del sector del comercio al por menor, a través de una serie de indicadores que permitirán conocer su realidad.

Según datos del Observatorio de Empleo de Extremadura, procedentes de la Encuesta de Población Activa, en el año 2023 el número medio de ocupados en el epígrafe "47 Comercio

2 EL COMERCIO MINORISTA EN EXTREMADURA

al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas” fue de 38.771 personas en la región, incrementándose un 7,2% con respecto al año 2022, a mayor ritmo que en el conjunto del país (4,9%). Este número representa el 9,3% del total de ocupados en la economía extremeña.

Tabla 3. Evolución de ocupados en Comercio al por menor

	Extremadura	España
Ocupados	38.771	1.925.550
Variación interanual %	7,2%	4,9%
Peso del comercio minorista s/total ocupados	9,3%	9,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Empleo de Extremadura.

Un indicador de características similares, pero con otra fuente de datos, es la afiliación a la Seguridad Social.

Según datos aportados por el Observatorio de Empleo de Extremadura y el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de datos facilitados por La Tesorería General de la Seguridad Social, en 2023, el número medio de afiliados en el epígrafe “47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas” fue de 36.306, un 0,1% menos que el año anterior. Del total de afiliados el 62,4% pertenecen al Régimen General y el 37,6% al Régimen Autónomos.

Respecto al año 2022 los afiliados al Régimen General se incrementaron un 2,3% mientras que en el Régimen de Autónomos los afiliados descendieron un 3,8%.

Tabla 4. Evolución de afiliados en Comercio al por menor por regímenes de afiliación

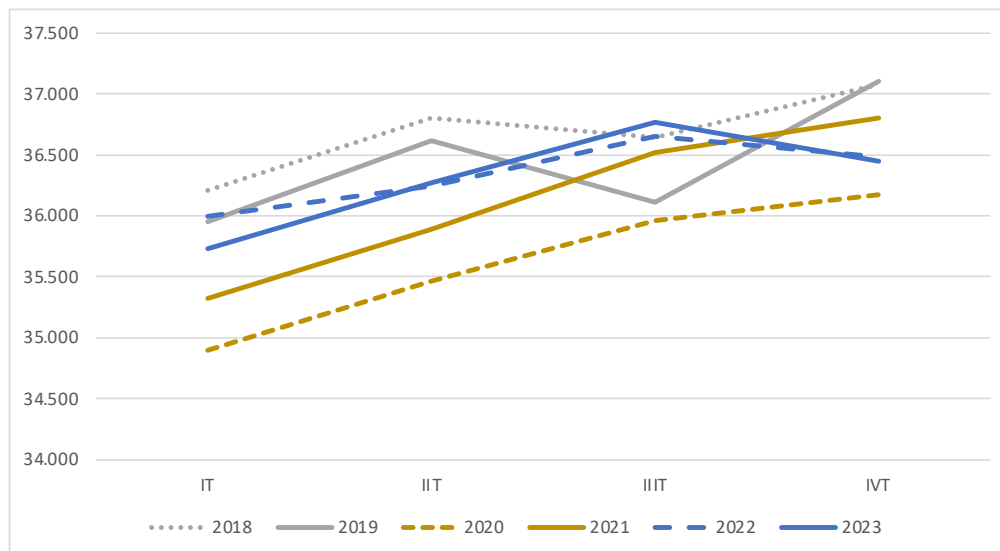
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Afiliados	36.685	36.446	35.846	36.133	36.343	36.306
Régimen General	21.809	21.808	21.461	21.786	22.157	22.658
Régimen Autónomos	14.876	14.638	14.385	14.348	14.187	13.648
Variación anual % Afiliados	0,1%	-0,7%	-1,6%	0,8%	0,6%	-0,1%
Variación anual % Régimen General	0,5%	0,0%	-1,6%	1,5%	1,7%	2,3%
Variación anual % Régimen Autónomos	-0,5%	-1,6%	-1,7%	-0,3%	-1,1%	-3,8%

Peso Régimen General	59,4%	59,8%	59,9%	60,3%	61,0%	62,4%
Peso Régimen Autónomos	40,6%	40,2%	40,1%	39,7%	39,0%	37,6%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Empleo de Extremadura e IIEEX

La afiliación a la Seguridad Social presenta un comportamiento cíclico, registrando el mayor número de afiliados en los últimos meses del año, que es cuando la actividad comercial muestra mayor dinamismo, y el menor en los primeros meses del año.

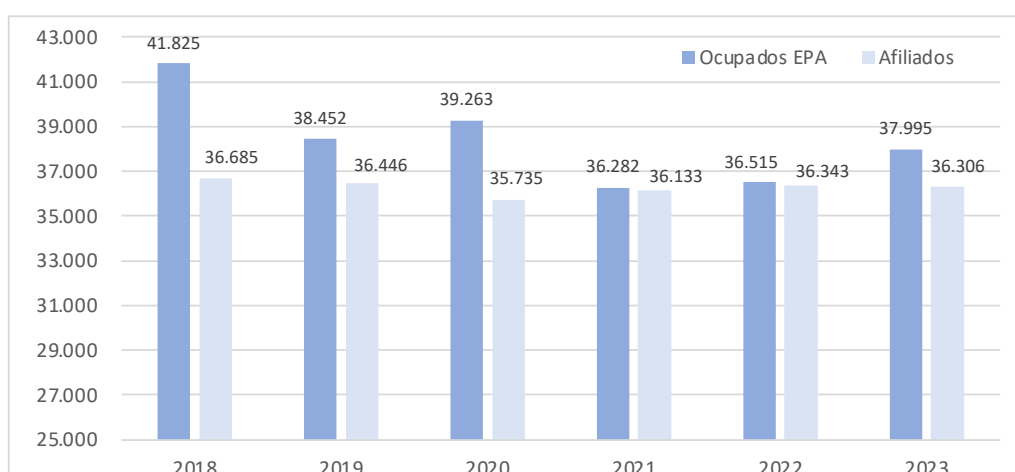
Gráfico 3.. Evolución trimestral de afiliados en Comercio al por menor



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Empleo de Extremadura

Al observar de forma conjunta la evolución de los ocupados según la EPA y los afiliados a la Seguridad Social, si bien se advierten ciertas diferencias en los datos, estos evolucionan de forma muy similar

Gráfico 4. Evolución Afiliados y Ocupados EPA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Empleo de Extremadura

También como indicador laboral, pero en sentido contrario, se analiza el número de desempleados.

Para ello se utilizan los datos facilitados por el Servicio Extremeño Público de Empleo que recoge las personas registradas como parados en este sector. Según esta fuente, en 2023 el paro registrado en el epígrafe “47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de

2 EL COMERCIO MINORISTA EN EXTREMADURA

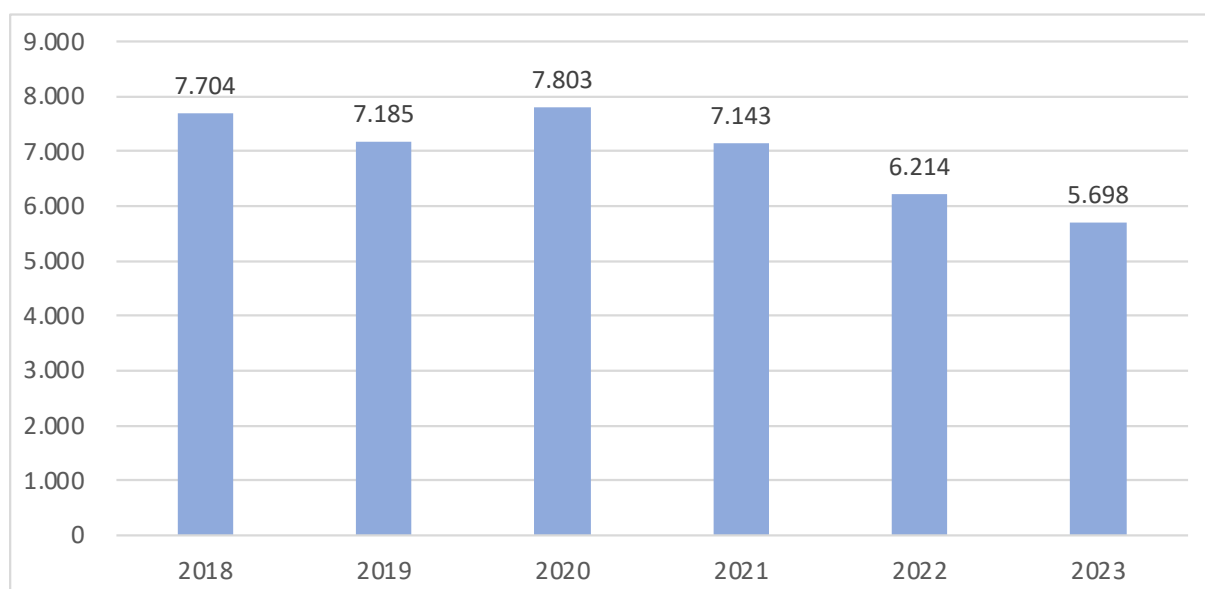
motor y motocicletas” se situó en 5.698, un 8,3% menos que el año anterior. En este caso, los desempleados del comercio minorista representan el 7,1% del total de parados de Extremadura.

Tabla 5. Evolución del paro registrado en Comercio al por menor según SEPE

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Paro registrado	7.704	7.185	7.803	7.143	6.214	5.698
Variación interanual %	-6,5%	-6,7%	8,6%	-8,5%	-13,0%	-8,3%
Peso comercio minorista/total parados	7,4%	7,3%	7,2%	7,0%	7,1%	7,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Empleo de Extremadura Observatorio de Empleo de Extremadura.

Gráfico 5. Evolución del paro registrado en Comercio al por menor



Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Empleo de Extremadura.

Por lo que respecta a la contratación², en 2023, se realizaron 15.390 contratos en epígrafe “47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas” un 19,2% menos que el año anterior. Del total de contratos 5.502 fueron indefinidos (35,8%) y 9.888 temporales (64,2%). El número de contratos del comercio al por menor supone el 3,8% sobre el total de contratos en la región.

² Las variaciones que se observan en esta tabla entre los años 2021 y 2022 se explican por la reforma laboral llevada a cabo por el Gobierno español en materia de empleo (Real Decreto-ley 32/2021, de 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma laboral, la garantía de la estabilidad en el empleo y la transformación del mercado de trabajo, en adelante reforma laboral de 2022).

Tabla 6. Evolución de contratos en Comercio al por menor

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Contratos totales	21.576	22.246	17.788	20.164	19.036	15.390
Contratos indefinidos	3.025	2.550	2.105	2.545	7.268	5.502
Contratos temporales	18.551	19.696	15.683	17.619	11.768	9.888
Variación anual % Contratos totales	-2,5%	3,1%	-20,0%	13,4%	-5,6%	-19,2%
Variación anual % Contratos indefinidos	2,5%	-15,7%	-17,5%	20,9%	185,6%	-24,3%
Variación anual % Contratos temporales	-3,2%	6,2%	-20,4%	12,3%	-33,2%	-16,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de Empleo de Extremadura.

Con datos de la “Estadística Estructural de Empresas: Sector Comercio”, el volumen de negocios, del sector del comercio (epígrafe G) alcanzó en 2023 un total de casi 12.907 millones de euros. De estos, el grupo “47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas” generó el 40,6% del total con un volumen de 5.234 millones de euros, lo que da una visión de su relevancia. A pesar de ello, el mayor porcentaje fue generado por el grupo “46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas”.

Tabla 7. Evolución de la cifra de negocios del Sector Comercio en Extremadura 2018-2022 (Miles de €)

	2018	2019	2020	2021	2022
G TOTAL SECTOR COMERCIO	10.758.493	10.908.438	10.593.792	11.819.935	12.907.806
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	1.060.054	1.115.545	955.670	1.066.540	998.833
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	5.190.086	5.302.736	5.251.865	5.940.404	6.674.118
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	4.508.353	4.490.157	4.386.257	4.812.992	5.234.856

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

Pero quizás el indicador más comúnmente utilizado para conocer la evolución del comercio minorista es el Índice de comercio al por menor (ICM). EL objetivo de este índice es proporcionar información sobre las características fundamentales de las empresas dedicadas al ejercicio del comercio minorista en España, que permitan medir, a corto plazo, la evolución de la actividad del sector. En el año 2023, Extremadura experimentó un descenso de media en el año del -1,5%, si bien en el conjunto de España aumentó un 2,4%.

Tabla 8. Evolución del Índice de comercio al por menor

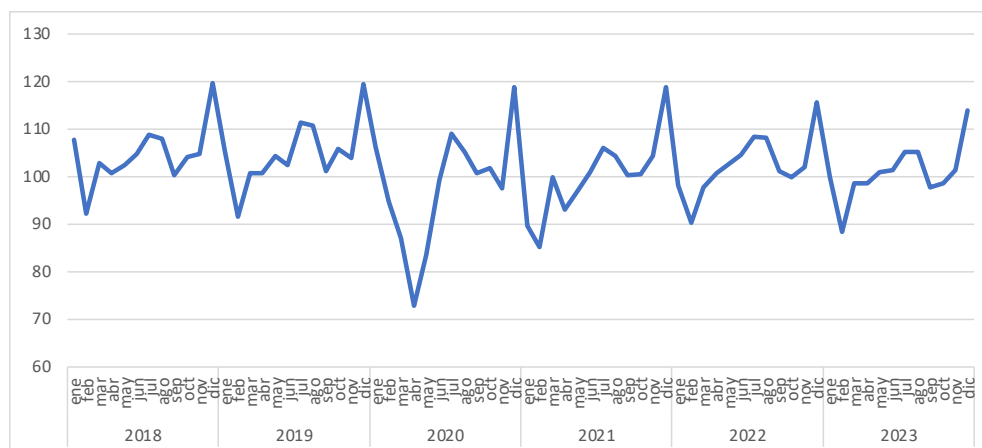
	2018M12	2019M12	2020M12	2021M12	2022M12	2023M12
Índice	119,6	119,4	118,9	118,8	115,5	114,0
Variación anual %	-0,3%	-0,2%	-0,4%	-0,1%	-2,7%	-1,4%
Variación de la media en lo que va de año %	0,7%	0,1%	-6,4%	2,0%	2,4%	-1,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

2 EL COMERCIO MINORISTA EN EXTREMADURA

Como se observa en el siguiente gráfico, la actividad comercial tiene un comportamiento estacional a lo largo del año, con sus puntos más altos en los meses de diciembre por las compras navideñas y los más bajos en los meses de febrero, con picos en julio coincidiendo con los periodos de rebajas de verano.

Gráfico 6. Evolución mensual del Índice de comercio al por menor



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

También es importante para el sector del comercio el análisis de la demanda, y por tanto el gasto en consumo de los hogares.

El Gasto Total en bienes y servicios a precios corrientes experimentó durante el año 2022 un incremento al pasar de 10.732 millones de € a 11.554 millones de €, que representó un aumento del 7,7% en la región, frente al 8,9% a nivel nacional.

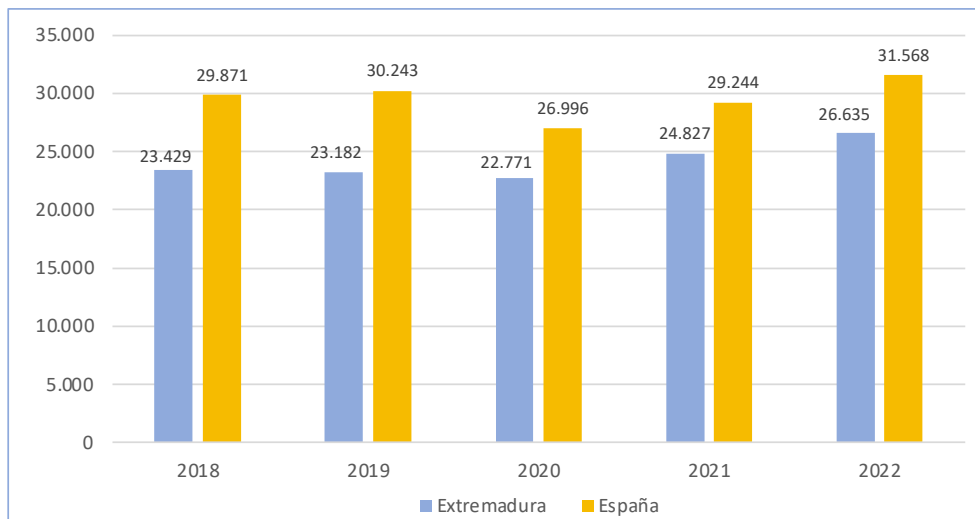
Tabla 9. Distribución del Gasto Total y Gasto Medio por hogar en bienes y servicios relacionados con la actividad comercial en España y Extremadura 2022.

	EXTREMADURA			ESPAÑA		
	Gasto total (miles de euros)	Distribución porcentual	Gasto medio por hogar (euros)	Gasto total (miles de euros)	Distribución porcentual	Gasto medio por hogar (euros)
Índice general	11.554.660,6	100,0	26.634,7	600.869.531,7	100,0	31.567,7
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	1.883.255,2	16,3	4.341,1	96.127.796,2	16,0	5.050,2
02 Bebidas alcohólicas y tabaco	220.903,2	1,9	509,2	9.150.679,0	1,5	480,8
03 Vestido y calzado	459.299,5	4,0	1.058,7	23.442.938,6	3,9	1.231,6
04 Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	3.454.660,0	29,9	7.963,4	194.960.578,2	32,5	10.242,6
05 Muebles, art. hogar y art. mantenimiento corriente hogar	500.131,5	4,3	1.152,9	24.670.889,7	4,1	1.296,1
06 Sanidad	476.058,0	4,1	1.097,4	23.379.216,3	3,9	1.228,3
07 Transporte	1.554.107,7	13,5	3.582,4	72.223.152,6	12,0	3.794,4
08 Comunicaciones	339.536,5	2,9	782,7	17.599.231,5	2,9	924,6
09 Ocio y cultura	525.625,7	4,6	1.211,6	29.206.982,1	4,9	1.534,4
10 Enseñanza	89.029,2	0,8	205,2	8.899.858,0	1,5	467,6
11 Restaurantes y hoteles	1.221.862,1	10,6	2.816,5	56.213.373,9	9,4	2.953,3
12 Otros bienes y servicios	830.192,1	7,2	1.913,7	44.994.835,9	7,5	2.363,9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (Instituto Nacional de Estadística)

En cuanto al Gasto Medio de los hogares en Extremadura en 2022 alcanzó los 26.635€, frente a los 31.568€ de la media nacional. Del gasto general de los hogares, la mayor parte se destinó a Vivienda (29,9%), seguido de Alimentación y bebidas no alcohólicas (16,3%) y Transporte (13,4%), porcentajes muy similares a los que se obtienen a nivel nacional.

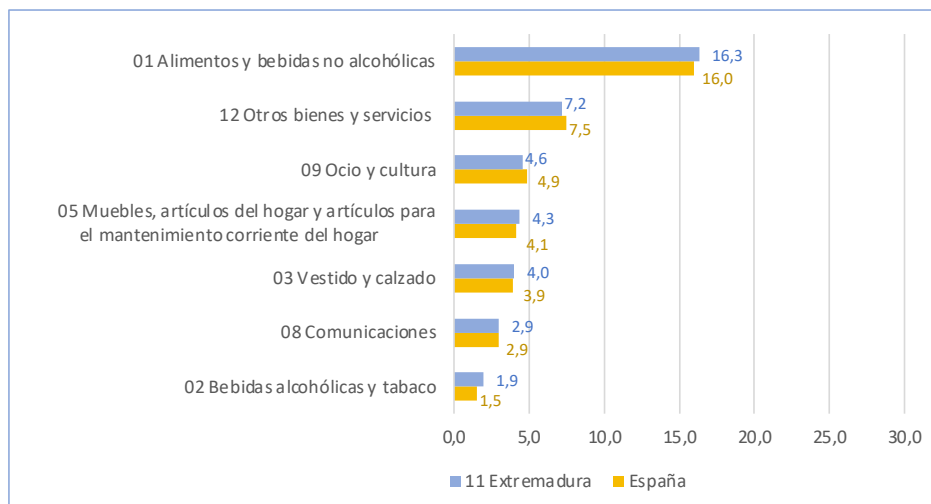
Gráfico 7. Evolución del gasto medio por hogar



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (Instituto Nacional de Estadística)

Ahora bien, si de estos gastos se tienen tan solo en cuenta los relacionados con la actividad comercial, en el último año el mayor importe en los hogares extremeños y españoles es el que corresponde a Alimentación que alcanza el 16,3% y 16% respectivamente, seguido por Otros bienes y servicios 7,2% y 7,5%.

Gráfico 8. Distribución del porcentaje de Gasto por hogar en bienes y servicios relacionados con la actividad comercial en España y Extremadura 2022 (euros)



Fuente: Encuesta de Presupuestos familiares (INE)

A continuación, se sitúan por orden de importancia Ocio y cultura, Muebles y artículos del hogar y Vestido y calzado.

Muy importante en el momento actual es conocer la utilización de las nuevas tecnologías por parte del comercio minorista, tanto en lo que se refiere a su gestión interna como a la capacidad de uso de estas por parte de los potenciales clientes. En el caso de Extremadura, es además especialmente relevante debido al pequeño tamaño de las empresas del sector y a la dispersión territorial existente.

De esta forma es relevante el examen en cuanto a la utilización de las TIC de los datos ofrecidos por la “Encuesta sobre el uso de TIC y el comercio electrónico” del INE con el fin de conocer la realidad tecnológica de las empresas extremeñas. La Encuesta diferencia entre empresas con menos de 10 y con más de 10 empleados, siendo sólo en este último caso cuando además se diferencia por sectores.

Teniendo en cuenta que la práctica totalidad de locales comerciales existentes dedicados al comercio minorista tienen menos de diez empleados se analizan estas por su significación en primer lugar.

Tabla 10. Las TIC en las empresas con menos de 10 empleados (primer trimestre de 2023)

Extremadura	Primer trimestre 2019		Primer trimestre 2023		Variación 2023-2019	
	Total nacional	Extremadura	Total nacional	Extremadura	Total nacional	Extremadura
% Empresas que disponen de ordenadores	79,9	72,6	88,7	78,5	8,83	5,87
% Empresas que emplean especialistas en TIC	3,0	1,5	2,0	2,7	-0,94	1,19
% Empresas que disponen de conexión a Internet	76,3	68,9	85,0	77,7	8,72	8,84
% Empresas que disponen de conexión de banda ancha fija	83,1	73,4	82,6	78,5	-0,50	5,10
% Empresas que disponen de conexión a Internet y sitio/página web	30,2	23,7	30,6	21,4	0,42	-2,39
% Empresas que utilizan los medios sociales	32,7	33,8	33,9	37,2	1,25	3,39
% Empresas que compran algún servicio de cloud computing usado a través de Internet	10,4	4,2	10,4	4,6	0,00	0,38

Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC (INE)

En las empresas con menos de 10 empleados se observa que en los últimos años ha habido un crecimiento de aquellas que disponen de “Ordenadores” y “Conexión a internet” (78,5% y 77,7%, respectivamente), mientras que el porcentaje de empresas que disponen de “Página web” desciende hasta el 21,4%. Por el contrario, las empresas que utilizan los “Medios sociales” se incrementan alcanzando el 37,2%. La región se encuentra por debajo en gran parte de los indicadores, lo que indica que aún se puede promover la inversión y mejora en determinados aspectos tecnológicos.

En cuanto al uso de las TIC, en las empresas con más de 10 empleados es posible desagregar los datos del sector servicios. En este caso se observa que casi la totalidad de empresas disponen de ordenadores (98,5%) y el 70,6% de conexión a internet y página web, aunque sólo un 25,6% permiten hacer pedidos o reservas on line.

Tabla 11. Las TIC en las empresas con más de 10 empleados (primer trimestre de 2023)

Extremadura	Total Empresas	Servicios
% de empresas que disponen de ordenadores	97,6	98,5
% Personal que utiliza ordenadores con fines empresariales sobre el total de personal	55,2	59,9
% de empresas que emplean especialistas en TIC	8,8	7,4
% Personal al que se le proporciona un dispositivo portátil que permite la conexión móvil a Internet para uso empresarial	36,1	40,3
% de empresas con conexión a Internet y sitio/página web	71,3	70,6
% de empresas con recepción de pedidos o reservas online en su web	18,9	25,6
% de empresas con opción de personalizar o diseñar los productos por parte de los clientes en su web	8,5	9,3
% de empresas con seguimiento online de pedidos en su web	15,0	19,7
% de empresas con personalización de la página web para usuarios habituales en su web	3,9	3,8
% de empresas con servicio de chat para atención al cliente en su web	21,0	26,4
% de empresas que utilizan Medios Sociales	59,9	60,0
% de empresas que utilizan internet para interactuar con la Administración Pública	91,9	92,9
% de empresas que compran servicios de cloud computing	19,8	20,5

Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC (INE)

Un 9,3% de empresas permite la posibilidad de personalizar o diseñar los productos por parte de los clientes, y un 19,7% facilitan a los clientes el seguimiento online de los pedidos, mientras que apenas un 3,8% personalizan la página web para usuarios habituales.

Un indicador que comienza a ser relevante para estas empresas es el gasto en ciberseguridad. Ante el gran incremento del comercio electrónico, es imprescindible contar con medidas que garanticen protección en las transacciones de compraventa y generen confianza en los clientes. Las empresas extremeñas del sector servicios realizaron un gasto total en seguridad superior a los 20 millones de euros en 2022, mostrando un significativo incremento sobre el gasto del año anterior (2,5 millones de euros). También empieza a tener importancia el gasto en Inteligencia Artificial, que en las empresas del sector servicios alcanzó en 2022 los 139.000 euros.

Tabla 12. Gasto en seguridad TIC en las empresas con 10 o más empleados. miles de euros

Extremadura	Total Empresas	Industria	Construcción	Servicios
Gasto total en seguridad 2021	2.900,8	223,1	96,0	2.581,7
Gasto total en seguridad 2022	23.873,9	2.905,8	277,6	20.690,5

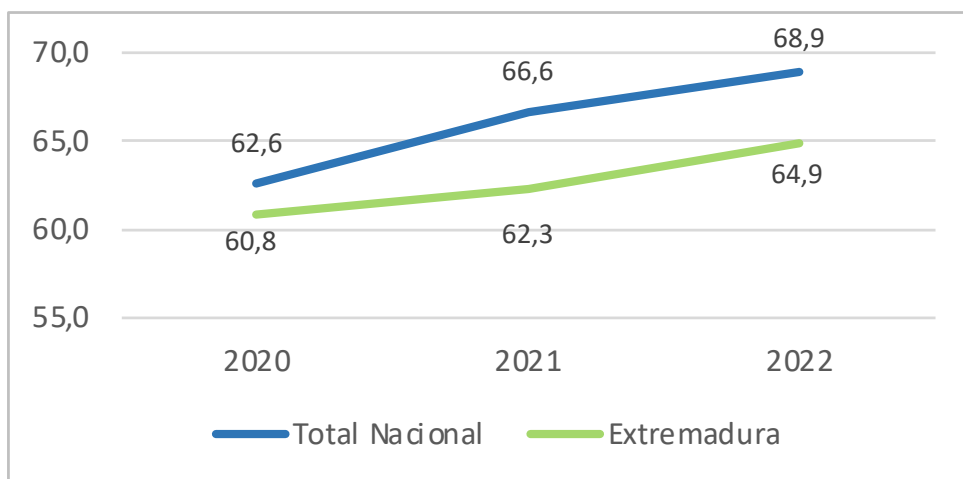
Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC (INE)

Pero no solo es relevante el uso de las TIC, por parte de las empresas y comercios. Es necesario que la ciudadanía también tenga conocimientos y posibilidades de uso de estas nuevas tecnologías y que estas además sean seguras.

Ello se conoce a través de la “Encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares” del INE. Esta muestra el comportamiento de los usuarios de internet y sus hábitos de consumo, reflejando que de las 783.619 personas de entre 16 y 74 años de la región, el 64,9% han realizado compras en los últimos doce meses, porcentaje cercano al 68,9% de España.

La evolución de los últimos tres años refleja el crecimiento de este formato de compra que pasa del 60,8% en 2020 al 64,9% en 2022, un incremento de más de 4 puntos porcentuales.

Gráfico 9. Porcentaje de personas que han comprado a través de internet en los últimos 12 meses (%)



Fuente: Encuesta sobre el uso de TIC (INE)

Atendiendo al total de personas de 16 a 74 años de la región, y sus hábitos de compra a través de internet en los últimos tres meses de 2023, resulta que los principales productos adquiridos son “Ropa, zapatos o accesorios”, seguidos por “Artículos deportivos”, “Ordenadores, tablets, teléfonos móviles o accesorios” y “Muebles, accesorios para el hogar”.

Tabla 13. Porcentaje de compras realizadas, por motivos particulares, de productos en formato físico a través de Internet (últimos tres meses 2023)

	Total nacional	Extremadura
Total	35.238.288,0	785.372,0
Ropa, zapatos o accesorios (bolsos, joyas)	30,2	33,1
Artículos deportivos (excl. ropa deportiva)	14,0	15,5
Ordenadores, tablets, teléfonos móviles o accesorios	13,1	15,0

Muebles, accesorios para el hogar	13,8	14,2
Otros bienes físicos	13,8	13,0
Entregas de restaurantes, de comida rápida, serv. de catering	16,1	12,3
De ellos comprados a personas particulares	14,8	12,3
Cosméticos, productos de belleza o bienestar	13,0	12,2
Alimentos o bebidas de tiendas o de supermercados	13,7	10,4
Libros impresos, revistas o periódicos en formato físico	11,4	10,0
Juguetes para niños o artículos para su cuidado	10,4	9,3
Equipamiento electrónico o electrodomésticos	9,7	8,5
Productos de limpieza o de higiene personal	9,7	6,6
Bicicletas, automóviles u otros vehículos o sus piezas de repuesto	4,4	4,7
Medicamentos o suplementos dietéticos	6,5	4,5
Música en formato físico: CD, vinilos	1,9	2,9
Películas o series en formato físico: DVD, Blu-ray	1,3	1,0
Algún producto en formato físico	51,2	50,0

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2023(INE)

Por último, atendiendo al entorno poblacional, el porcentaje de personas que compran por internet en la región es mayor en las áreas urbanas (63,7%) que en las áreas rurales (53%), En España el porcentaje de compra de las áreas urbanas es del 60,4%, inferior al de la región, y en el caso de las áreas rurales es del 55,5%, ligeramente por encima del de Extremadura. En el caso de las áreas intermedias, ambas zonas geográficas tienen unos datos muy similares.

Tabla 14. Personas que han comprado a través de internet en los últimos 3 meses. Hábitat Eurostat

	Extremadura		España	
	Compras Internet (%)	Personas usan Internet (12 m)	Compras Internet (%)	Personas usan Internet (12 m)
Área urbana	63,7%	219.754	60,4%	18.685.552
Área intermedia	56,4%	243.587	55,7%	11.261.958
Área rural	53,0%	257.178	55,5%	4.549.594
Total	57,4%	720.519	58,2%	34.497.105

Fuente: Instituto de Estadística de Extremadura

2.2 DESAFÍOS DEL PEQUEÑO COMERCIO MINORISTA

El pequeño comercio se enfrenta a una serie de desafíos en un entorno cada vez más competitivo y cambiante. Algunas de las necesidades más comunes a los que se enfrentan incluyen:

1. Competencia de las grandes cadenas y comercio electrónico. Los pequeños comercios a menudo tienen dificultades para competir con las grandes cadenas y las plataformas de ventas en línea que pueden ofrecer precios más bajos, una mayor selección de productos y una experiencia de compra más atractiva.
2. Cambios en los patrones de consumo. Los consumidores están cambiando la forma en que compran, prefiriendo cada vez más la comodidad y ventajas que ofrece el comercio electrónico y las grandes superficies, la búsqueda de experiencias de compra personalizadas, la influencia de las redes sociales en las decisiones de compra, las políticas de devolución flexibles, las tendencias hacia el consumo sostenible, etc.
3. Costes operativos. Los pequeños comercios a menudo tienen dificultades para hacer frente a los costes operativos, como el alquiler del local, los salarios del personal, el consumo energético, etc., lo que puede afectar su rentabilidad. Los efectos de la inflación han agravado esta situación obligando a ajustar sus estrategias comerciales.
4. Innovación tecnológica. La adopción de tecnologías y la transformación digital son cada vez más importantes para mantenerse competitivo en el mercado actual. Los pequeños comercios pueden enfrentar desafíos para invertir en tecnología y capacitación necesarias para adaptarse a estos cambios.
5. Estacionalidad y fluctuaciones económicas. Dependiendo del tipo de negocio, los pequeños comercios pueden experimentar fluctuaciones estacionales en las ventas, así como verse afectados por cambios en la economía local o nacional.
6. Acceso a la financiación. Obtener financiación para invertir en el negocio, expandirse o hacer frente a dificultades financieras puede ser un desafío para muchos pequeños comercios, especialmente si no tienen un historial crediticio sólido o garantías suficientes.
7. Deslocalización de las áreas comerciales. La ubicación del mediano y gran comercio, y de las franquicias, tiende a alejarse de los centros urbanos hacia nuevas áreas urbanas consolidadas de la periferia, modificando los desplazamientos del consumidor. Esto ha provocado el cierre de tiendas de las calles comerciales del centro, lo que repercute negativamente en la vitalidad económica y social de la zona: despoblación, pérdida de empleo local, efecto en cascada del cierre de empresas, tanto del comercio como de otros sectores, sensación de abandono, degradación de los centros históricos, etc.

Para afrontar estos desafíos, las políticas públicas deben prestar un apoyo en diferentes ámbitos, con diferentes objetivos:

OBJETIVOS/ DESAFÍOS	Competencia de otros formatos	Cambios en los patrones de consumo	Costes operativos	Innovación tecnológica	Estacionalidad y fluctuaciones económicas	Acceso a la financiación	Deslocalización de las áreas comerciales
Aumentar la visibilidad del comercio local y generar un mayor reconocimiento de su importancia en el desarrollo económico y social.							
Mejorar la competitividad del comercio a través de la cooperación empresarial							
Mejorar la competitividad del comercio mediante el apoyo a infraestructuras comerciales, innovación y digitalización							
Mejorar la competitividad del comercio a través de la capacitación de trabajadores y empresarios del sector							
Dinamizar la economía local y regional mediante el apoyo a instituciones feriales y ferias comerciales oficiales							
Modificaciones legislativas							

Aumentar la visibilidad del comercio local y generar un mayor reconocimiento de su importancia en el desarrollo económico y social.

Las medidas incluidas en este objetivo (campañas en medios, foro de comercio, premios al comercio y campañas en centros educativos), van dirigidas a la ciudadanía, tienen una proyección social, y pretenden dar visibilidad, posicionar al comercio local y realzar su papel en la economía y el empleo local, así como fomentar las compras en este tipo de establecimientos, reorientando el patrón de consumo hacia el pequeño comercio, revitalizando con ello las áreas comerciales donde se ubican, y mejorando su competitividad frente a otros formatos comerciales. Ayudan también a promocionar el comercio en momentos de gran consumo, como Navidad, pero también pueden colaborar a evitar los impactos de la estacionalidad desarrollando estas actuaciones en épocas de menos ventas.

Mejorar la competitividad del comercio a través de la cooperación empresarial.

Se trata de un objetivo transversal, porque actúa desde todos los puntos de interés: desde la demanda y la sinergia con otros sectores (a través de las acciones agrupadas de dinamización comercial), sobre los agentes intermedios (fomentando el asociacionismo y la red de gerentes) e impulsando el modelo de franquicia (como sistema de expansión del pequeño comercio que le ayude a ser más competitivo). Todas estas medidas pretenden ayudar a la pyme comercial a afrontar los desafíos a los que se enfrenta desde una perspectiva integral y de unión, buscando redes de apoyo en ayuntamientos, asociaciones, gerentes, proyectos de dinamización conjuntos, sinergias con otros sectores, crecimiento a través de franquiciados..., es decir, son medidas que promueven que el pequeño comercio no se enfrente de forma aislada a las dificultades. Las limitaciones que pueda suponer ser una pequeña empresa pueden y deben suplirse a través de la agrupación empresarial, cooperación, colaboración y apoyo en asociaciones y gerentes.

Mejorar la competitividad del comercio mediante el apoyo a infraestructuras comerciales, innovación, digitalización y eficiencia energética.

Este objetivo también es transversal, pero se centra en afrontar los desafíos desde el enfoque a la inversión y desde un punto de vista más individual, es decir, fomentando inversiones

en las empresas (digitalización, eficiencia energética, adecuación de locales, etc.), o en infraestructuras comerciales públicas que incrementen la competitividad del pequeño comercio. El apoyo para ejecutar inversiones productivas es fundamental, siempre ha sido muy demandado por el sector y las últimas convocatorias (mejora de la competitividad 2021-2022, y las ayudas de fondo tecnológico 2022 y 2023), han tenido un gran éxito.

Mejorar la competitividad del comercio a través de la capacitación de trabajadores y empresarios del sector.

La formación es clave para la adaptación del comercio a los nuevos cambios, y, por tanto, fundamental para mejorar su competitividad. Se trata de una formación específica, que se centra en los problemas de cada comercio desde todos los ámbitos, enfocándose en el cliente (servicio, diferenciación, experiencia de compra, marketing, técnicas de venta...), la innovación, la digitalización, la propia gestión interna del negocio, etc.

Dinamizar la economía local y regional mediante el apoyo a instituciones feriales y ferias comerciales oficiales.

Las ferias son una oportunidad para el pequeño comercio que le permite diferenciarse de otros formatos, pero, a la vez, beneficiarse de la agrupación de empresas ofreciendo una oferta variada, una promoción y difusión conjunta y mucho más fuerte, promueve el desarrollo local y el comercio rural, y puede impulsar la demanda si se aprovechan las sinergias con otros sectores, como el ocio, la gastronomía y el turismo, y a la vez, estimular la demanda en épocas con menos atractivo comercial.

Modificaciones legislativas.

Las modificaciones legislativas, fundamentalmente la Ley de Comercio, tiene como objetivo principal adecuarse a la situación actual, los nuevos patrones de consumo y las nuevas modalidades de venta existentes, ofreciendo un marco jurídico seguro, coherente y práctico.

Estos objetivos se desarrollarán en el punto 3, detallando los ejes y actuaciones de cada uno.

3

DESARROLLO ESTRATÉGICO 2024-2027

3.1 VISIÓN

Mejorar la competitividad de la pyme comercial extremeña y ayudarla a afrontar los desafíos a los que se enfrenta.

3.2 MISIÓN

Facilitar a las pymes comerciales extremeñas el acceso a todas las herramientas e instrumentos de apoyo necesarios para su desarrollo, modernización y mejora.

4

OBJETIVOS, EJES DE INTERVENCIÓN Y ACTIVIDADES DEL PLAN

4.1 OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS

El plan tiene como objetivo apoyar al pequeño comercio minorista para hacerlo sostenible, innovador y competitivo, promoviendo su adaptación a los cambios del sector de la distribución, impulsando la formación especializada, fomentando el asociacionismo y la cooperación empresarial, desarrollando actuaciones de promoción comercial y reforzando su crecimiento mediante inversiones productivas en infraestructuras, digitalización, eficiencia energética e innovación.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: AUMENTAR LA VISIBILIDAD DEL COMERCIO LOCAL Y GENERAR UN MAYOR RECONOCIMIENTO DE SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

EJE 1.1: Promoción del comercio local.

Medida 1.1.1: Campañas en medios para la promoción del comercio

Descripción:

Campañas navideñas en apoyo al pequeño comercio en Extremadura a través de su difusión en medios radiofónicos, Internet y soporte exterior con la finalidad de generar un aumento de ventas en el sector del comercio minorista. Siempre que exista disponibilidad presupuestaria, las campañas de Navidad podrán complementarse con otras campañas realizadas en otras fechas para estimular el consumo de cercanía y sensibilizar a la sociedad sobre la responsabilidad y el compromiso con el desarrollo local y de sostenibilidad ambiental.

Justificación de la actuación:

La época navideña es un buen escenario para, a través de la difusión de una campaña publicitaria en los distintos medios de comunicación, incrementar la actividad comercial del pequeño comercio, con un mensaje de concienciación dirigido a la población donde se muestre la importancia de dicho sector en la sociedad, y se dé una mayor notoriedad y visibilidad al mismo, intentando fomentar el comercio de proximidad de sus pueblos y ciudades conectando con el ciudadano de forma heterogénea utilizando diferentes soportes de comunicación en función de los públicos para llegar al de una forma rápida y eficaz.

Complementariamente, se podrán desarrollar otras campañas de promoción del consumo local y de sensibilización en otras épocas del año.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA	72.600 €	100.000 €	100.000 €	100.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº campañas desarrolladas	1	2	2	2

Medida 1.1.2: Foro de Comercio**Descripción:**

Diseño, desarrollo y puesta en marcha del Foro del Comercio de Extremadura. El Foro de Comercio, cuya primera edición se celebró en 2023, es una actividad que se desarrolla en formato de jornadas formativas y foros de debate, en los cuales se pondrán en común casos de éxito de comerciantes, asociaciones de comerciantes y de consumidores extremeños y de otros puntos de la geografía española. Este Foro podrá celebrarse de forma presencial y/o virtual.

Justificación de la actuación:

La necesidad de organizar un foro dirigido al comercio radica en la importancia de crear un espacio de intercambio, aprendizaje y colaboración entre todos los agentes que intervienen en el sector comercial. Un foro de este tipo permite que comerciantes, empresarios, asociaciones, gerentes para la dinamización comercial, ayuntamientos y otros agentes relevantes, se reúnan para discutir desafíos comunes, compartir experiencias, presentar nuevas ideas e innovaciones, y explorar oportunidades de colaboración.

Además, un foro dirigido al comercio puede servir para abordar temas relevantes como la transformación digital, la sostenibilidad, las tendencias del mercado y las estrategias de crecimiento. Esto permite que los participantes se mantengan al tanto de las últimas novedades y mejores prácticas en el ámbito comercial.

Asimismo, estos foros pueden ser espacios propicios para el establecimiento de alianzas estratégicas, la identificación de oportunidades de negocio y el desarrollo de soluciones conjuntas para mejorar el entorno comercial en general.

La primera edición celebrada en 2023 logro convocar a más de 200 personas entre comerciantes, asociaciones, gerentes de dinamización comercial, alumnos y profesores de módulos formativos en materia de actividades comerciales, gestión de ventas y espacios comerciales, así como otros profesionales. El grado de satisfacción general de los participantes ha sido muy elevado, siendo valorado positivamente la iniciativa de llevar a cabo un primer Foro de Comercio, con un aforo completo en las principales ponencias de la mañana y una gran participación en talleres y paneles de expertos en la jornada de tarde. Los participantes han manifestado interés en asistir a nuevas ediciones del foro.

La primera edición se organizó en muy poco tiempo y se pretende mejorar la gestión y organización en la segunda edición. La continuidad de este tipo de eventos es fundamental para convertirlo en un verdadero punto de encuentro anual y consolidarlo.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes, S.L.U., quien desarrollará la acción a través de una transferencia específica.			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA	84.000 €	84.000 €	84.000 €	84.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº de comercios minoristas y agentes involucrados en el sector, que asisten al Foro	100	100	100	100

Medida 1.1.3: Premios al comercio

Descripción:

Organización y celebración de los Premios al comercio de Extremadura.

En 2024 se celebrarán los I Premios al comercio de Extremadura. No tendrán dotación económica al ser de carácter honorífico y contendrán diferentes categorías en las que se premiarán a empresas, asociaciones y ayuntamientos por el desarrollo de proyectos innovadores que contribuyan al desarrollo comercial, la modernización del comercio, la rehabilitación y renovación comercial de los centros urbanos y cascos históricos y la cooperación empresarial.

El acto de entrega se realizará dentro de la celebración del Foro de Comercio de Extremadura.

Se valorará la periodicidad de esta acción, pudiéndose celebrar cada dos años.

Justificación de la actuación:

Categoría de empresas: Reconocer y destacar el éxito, la innovación y la excelencia en el mundo empresarial, lo que puede servir como motivación y estímulo para otras empresas comerciales a seguir esos ejemplos positivos. Además, estos premios pueden ayudar a aumentar la visibilidad y reputación de las empresas galardonadas, lo que puede tener un impacto positivo en sus relaciones públicas, su atracción de talento y sus oportunidades de negocio. También, estos premios pueden fomentar la competencia saludable entre empresas, incentivando la mejora continua y el desarrollo de mejores prácticas en el sector comercial.

Categoría de ayuntamientos: Destacar y promover las iniciativas exitosas que buscan revitalizar y mejorar las áreas comerciales urbanas. Esto puede servir como inspiración y modelo para otros ayuntamientos que buscan implementar proyectos similares en sus propias localidades. Además, al reconocer y premiar los esfuerzos de los ayuntamientos en este sentido, se puede fomentar la colaboración y el intercambio de buenas prácticas entre las distintas administraciones locales, lo que podría impulsar el desarrollo económico a nivel regional. También, estos premios pueden contribuir a mejorar la imagen y reputación de los ayuntamientos galardonados, tanto a nivel interno como externo, lo que podría tener efectos positivos en su capacidad para atraer inversión, turismo y nuevos residentes.

Categoría de asociaciones de comerciantes: Reconocer y destacar los proyectos de dinamización comercial y su contribución al impulso de la actividad comercial y a la cooperación empresarial. Incentivar la colaboración y el intercambio de ideas entre las asociaciones, lo que podría mejorar las estrategias de dinamización comercial en general. También, estos premios pueden contribuir a aumentar la visibilidad y el reconocimiento público de las asociaciones de comerciantes galardonadas, poner en valor las ventajas del asociacionismo y fortalecer su posición para negociar apoyos y recursos adicionales para futuros proyectos.

Órgano responsable

Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía

Órgano colaborador

Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes, S.L.U., quien desarrollará la acción a través de una transferencia específica.

Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Los premios no tienen dotación económica y el acto de entrega se realiza dentro del Foro de Comercio	0 €	0 €	0 €	0 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº de comercios minoristas que participan en los premios	40	-	40	-

Medida 1.1.4: Programa de sensibilización del comercio local en centros educativos

Descripción:

Campaña de promoción del pequeño comercio en los centros educativos para concienciar a niños y jóvenes sobre la relevancia de comprar en el pequeño comercio, así como sensibilizar a esta población sobre la importancia de apoyar a los negocios locales como generadores de empleo y de crecimiento y sostenimiento de nuestra economía.

La campaña contendrá un conjunto de actividades, que están aún pendientes de definir, entre las que se pueden encontrar, por ejemplo, las siguientes:

- **Visitas a comercios locales:** organizar excursiones a tiendas locales, mercados o pequeños negocios cercanos. Los niños pueden interactuar con los dueños, aprender sobre los productos y comprender cómo funcionan estos establecimientos.
- **Charlas con comerciantes:** invitar a comerciantes locales a dar charlas en el colegio. Pueden compartir sus experiencias, explicar la importancia de comprar localmente y responder preguntas de los niños. A su vez, esos niños podrán compartir sus experiencias de compra en tiendas cercanas.
- **Juegos de rol:** crear situaciones de compra en el aula mediante juegos de rol. Los niños pueden representar a compradores y vendedores, practicando cómo interactuar en una tienda local.
- **Mercadillos escolares:** organizar mercadillos dentro del colegio donde los niños puedan vender productos hechos por ellos mismos (manualidades, alimentos, etc.). Esto les enseñará sobre el valor del trabajo y la venta directa.
- **Investigación sobre comercios locales:** los niños pueden entrevistar a dueños de tiendas, investigar su historia y presentar sus trabajos en clase, bien de manera tradicional con trabajos escritos o bien a través de videos en plataformas digitales.
- **Creación de tiendas simuladas:** en el aula, crear una tienda ficticia donde los niños puedan comprar y vender productos utilizando moneda ficticia. Esto les ayudará a comprender cómo funciona el comercio.
- **Concurso entre centros educativos:** desarrollo de un concurso, que, dependiendo de la edad de los escolares, podrá consistir en dibujos, redacción, fotografías, vídeos en redes sociales (instagram, tik-tok, youtube, X...)

Justificación de la actuación:

Se ha procedido a lo largo de los últimos años al lanzamiento de campañas en apoyo del pequeño comercio en Extremadura a través de su difusión en medios radiofónicos, Internet y soporte exterior con la finalidad de generar un aumento de ventas en el sector del comercio minorista. Dichas campañas no han sido dirigidas hasta ahora a niños y adolescentes y es fundamental enseñar a nuestros jóvenes la relevancia del comercio local. En este caso, se trata de concienciarles de los beneficios que el comercio local tiene en nuestros vecinos, en nuestro barrio y, por ende, en nuestra Comunidad: genera empleo, enriquece la economía local, es una compra sostenible, que ahorra en tiempo y dinero en desplazamientos, ofrecen una atención personalizada y calidad en sus productos, y son un lugar de encuentro, de interacción y convivencia entre vecinos, revitalizando las áreas en las que se ubican.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA	75.000 €	75.000 €	75.000 €	75.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº de alumnos que participan	200	200	200	200
Nº de actuaciones realizadas	6	6	6	6

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO A TRAVÉS DE LA COOPERACIÓN EMPRESARIAL.

EJE 2.1: Promover el asociacionismo comercial, la colaboración y los proyectos conjuntos de dinamización comercial

Medida 2.1.1: Red de gerentes para la dinamización comercial

Descripción: Ayudas a ayuntamientos para la contratación durante tres años de un gerente para la dinamización comercial, que se encargará de promocionar y dinamizar el pequeño comercio minorista de la localidad, en todas las áreas y espacios comerciales, incluidos los mercados de abastos.

Se introduce como novedad la modificación de las bases reguladoras para ampliar el número de ayuntamientos que pueden ser beneficiarios, de forma que, para optar a la ayuda, la población sobre la que se ejerce una atracción comercial y de turismo baja de 6.500 a 5.000 habitantes. También se contemplarán como beneficiarios las mancomunidades que cumplan determinados requisitos.

El total de ayuntamientos que podrán ser beneficiarios de estas ayudas es de 41.

Las bases reguladoras establecerán como requisito que los aspirantes cuenten con aquellas titulaciones que acreditan las capacidades, conocimientos e idoneidad exigibles para desempeñar el puesto de gerente.

Justificación de la actuación:

Las ayudas de gerentes para la dinamización comercial se pusieron en marcha por primera vez en 2019. En estos años se ha demostrado la labor fundamental que desempeñan:

- Aumento considerable del desarrollo de proyectos de animación comercial por parte de los ayuntamientos beneficiarios.
- Coordinación y colaboración con las asociaciones de comerciantes para que éstas también desarrollen sus propios proyectos de animación comercial. Las asociaciones han encontrado en el gerente su persona de referencia en el ayuntamiento para planificar sus actividades de dinamización, proponer actuaciones, trasladar propuestas, y, en definitiva, poder prestar un mejor servicio a sus asociados.
- Fomentar el asociacionismo en aquellas áreas comerciales y localidades en las que no exista asociación de comerciantes.
- Promover la cooperación entre los comerciantes y entre los comerciantes y otros sectores como el turismo, el ocio y la hostelería.
- Colaborar con la Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio y con Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes, S.L.U., para difundir los planes y medidas que se desarrollan para el comercio minorista y para hacer aportaciones y sugerencias a nuevas actuaciones que se han puesto en marcha.
- Estas ayudas han posibilitado la creación de una red de trabajo y cooperación donde todos los gerentes pueden poner en común sus experiencias, debatir sobre las principales problemáticas del comercio minorista y proponer iniciativas.
- El gerente ha supuesto también una ventaja para el comercio local. Estos visualizan al gerente como su persona de contacto en el ayuntamiento, prestando un apoyo integral en asesoramiento sobre ayudas al comercio, legislación sobre ordenación comercial, desarrollo de proyectos conjuntos, implicación del comercio en las actividades culturales, turísticas y festividades de la localidad, en la búsqueda de sinergias con otros sectores...

En definitiva, disponer de una persona especializada en promoción comercial y en el desarrollo de proyectos para la dinamización comercial, ha supuesto un antes y un después en la colaboración entre administraciones, asociaciones de comerciantes y comercios, convirtiéndose en una figura imprescindible.

El proyecto de gerentes para la dinamización comercial es ambicioso, de forma que el apoyo que se presta por la Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio, va más allá de la mera financiación de la contratación, puesto que supone un acompañamiento continuo a través de dos instrumentos:

1. La creación del Grupo de Trabajo de Gerentes para la Dinamización Comercial, en el que participan todos los gerentes contratados, y que ha permitido la creación de una red de información a todos los niveles:

- Crear una red de trabajo y cooperación donde todos los gerentes donde puedan poner en común sus experiencias.
- Constituir un foro de discusión que aborde las principales problemáticas del comercio minorista y del que nazcan iniciativas que puedan trasladar a la Secretaría General de Economía y Comercio.
- Servir de instrumento para difundir y dar a conocer a los comerciantes los planes y medidas que se desarrollen para el comercio minorista.

2. Esta red, además, se ha visto complementada con el Programa de formación específica para los gerentes, que se desarrolla a través de Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes, S.L.U. Se trata de una formación obligatoria que tiene como objetivos apoyar en una formación específica a los gerentes, para la puesta en marcha de proyectos de animación comercial adaptados a las necesidades del tejido empresarial del municipio, ofrecer cualificación para que fomenten el asociacionismo entre los comercios, generando sinergias entre ellos y con otros ámbitos de la actividad económica local, así como ofrecer información sobre las herramientas profesionales que existen adaptadas a las necesidades de los comercios de su localidad.

Pero la figura del gerente no es únicamente imprescindible para los ayuntamientos. Disponer de una persona especializada en promoción comercial y en el desarrollo de proyectos para la dinamización comercial, ha supuesto un antes y un después en la colaboración entre administraciones, asociaciones de comerciantes y comercios.

Los comercios visualizan al gerente como su persona de contacto en el ayuntamiento, prestando un apoyo integral en asesoramiento sobre ayudas al comercio, legislación sobre ordenación comercial, desarrollo de proyectos conjuntos, implicación del comercio en las actividades culturales, turísticas y festividades de la localidad, en la búsqueda de sinergias con otros sectores...

Las asociaciones también han encontrado en el gerente su persona de referencia en el ayuntamiento para planificar sus actividades de dinamización, proponer actuaciones, trasladar propuestas, y, en definitiva, poder prestar un mejor servicio a sus asociados.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA*	515.000 €	650.000 €	585.000 €	675.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº de gerentes para la dinamización comercial	36	41	41	41

*El importe asignado a cada anualidad está en función de la previsión de pagos de las convocatorias vigentes en ese año.

Medida 2.1.2: Ayudas para promover el asociacionismo comercial

Descripción:

Ayudas dirigidas al sostenimiento de los gastos de estructura y de funcionamiento de las asociaciones que trabajen para el sector del comercio: gastos de personal, alquiler del local donde esté ubicada la sede, gastos de reparación y conservación de la sede oficial, servicios de asesoría, auditoría fiscal, contable y jurídica, seguros, suministros eléctricos, de telefonía, internet y agua.

Justificación de la actuación:

El pequeño comercio minorista debe ser consciente de que el asociacionismo es clave para poder competir con otros formatos comerciales. Es una herramienta que permite agrupar a todos los comerciantes, detectar oportunidades, buscar soluciones para los problemas comunes, desarrollar acciones conjuntas de promoción y dinamización y, a la vez, constituye un medio único de interlocución que permite mejorar la relación con las Administraciones públicas.

Con estas ayudas se pretende optimizar sus recursos propios, así como promover la contratación de personal para una gestión más directa y profesional, todo ello orientado a poner en valor las ventajas del asociacionismo haciendo más visible los beneficios que aporta a los socios.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA	200.000 €	154.000 €	154.000 €	154.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº de asociaciones beneficiarias	17	17	17	17
Nº de gerentes de asociaciones contratados	6	6	6	6

Medida 2.1.3: Fomento del comercio a través de acciones agrupadas de dinamización comercial

Descripción:

Ayudas dirigidas a municipios, entidades locales menores y a asociaciones, federaciones y confederaciones del sector comercio para el desarrollo de proyectos de animación comercial con la finalidad de dinamizar, promocionar el comercio extremeño y fomentar el asociacionismo comercial.

Podrá ser subvencionable cualquier acción de promoción y dinamización del comercio local, que se desarrolle de forma conjunta con otros comercios y con otros sectores, buscando sinergias para incrementar su posicionamiento, atraer a los consumidores e incentivar la demanda y poder así competir con otros formatos comerciales. Será requisito indispensable que exista una implicación activa de los comercios y de las demás empresas participantes en el proyecto que suponga un valor añadido para incentivar las ventas.

Tendrán la consideración de gastos elegibles los gastos relacionados con el desarrollo de la actividad, tales como: difusión publicitaria, cartelería y folletos (gastos de diseño, imprenta y reparto), arrendamiento de bienes y equipos (carpas, stands, sonido...), contratación externa de servicios de animación, seguridad...etc.

Justificación de la actuación:

El comercio debe sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo y en constante innovación, que exige adaptarse continuamente a las nuevas pautas de consumo, sobre todo a la revolución que en la distribución comercial ha supuesto el comercio electrónico.

El pequeño comercio minorista, las asociaciones que representan sus intereses y los Ayuntamientos, deben ser conscientes de que la animación comercial es fundamental para competir. La animación comercial permite crear nuevos estímulos en el cliente, atrae su atención, refuerza la fidelidad del comprador, posiciona y mejora la imagen del comercio, mejora la experiencia de compra, y, en definitiva, aumenta los resultados de venta y la rentabilidad de sus productos.

Pero para dar respuesta a las necesidades actuales del sector, se hace imprescindible el uso de dos herramientas fundamentales en cualquier proyecto de animación comercial: la digitalización y la cooperación empresarial.

La cooperación empresarial permite el desarrollo de proyectos conjuntos que tengan un mayor impacto y capacidad de atracción para el consumidor. Los ayuntamientos, a través de los gerentes para la dinamización comercial, y las asociaciones, federaciones y confederaciones del sector comercio, pueden actuar como agentes vertebradores de esos intereses comunes y liderar el desarrollo de actuaciones de dinamización que permitan aprovechar las sinergias entre las diferentes empresas del comercio minorista, y entre el comercio y otros sectores económicos.

Por su parte, la digitalización es una oportunidad para la implementación de nuevas soluciones tecnológicas en los planes de promoción y dinamización comercial, de forma que los proyectos que se desarrollen tengan un mayor alcance y una mayor capacidad para incrementar las ventas. Inversiones como los sistemas avanzados de fidelización de clientes, Marketplace, apps u otro software específico, reorientan las políticas comerciales para basarse en un análisis y estudio profundo del consumidor y una adaptación continua a sus necesidades, incluso anticipándose a ellas.

A través de estas ayudas, se pretende favorecer el desarrollo de proyectos de animación comercial apoyando su financiación para que los municipios, a través de sus ayuntamientos, las entidades locales menores, y las asociaciones, federaciones y confederaciones del sector comercio, aúnen intereses comunes, potencien las sinergias existentes y mejoren la competitividad de las pymes comerciales.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos FEDER	2.000.000 €	1.825.000 €	1.825.000 €	1.825.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº de proyectos apoyados	150	150	150	150

*El presupuesto estimado se ajusta a la previsión de las siguientes convocatorias, imputando a cada ejercicio el importe de la anualidad correspondiente a las convocatorias vigentes ese año:

- Convocatoria 2024-2025: 1.500.000 euros (500.000 euros 2024 y 1.000.000 euros 2025)
- Convocatoria 2025-2026: 1.500.000 euros (500.000 euros 2025 y 1.000.000 euros 2026)
- Convocatoria 2026-2027: 1.500.000 euros (500.000 euros 2026 y 1.000.000 euros 2027)
- Convocatoria 2027-2028: 1.500.000 euros (500.000 euros 2027 y 1.000.000 euros 2028)

El importe de 2024 incluye además la convocatoria 2023-2024, que asciende a 1.500.000 euros.

El importe asignado a cada año es algo superior al de las convocatorias por si existen pagos pendientes de anualidades anteriores.

En todo caso, el importe de las anualidades posteriores estará sujeto a la disponibilidad de fondos FEDER.

EJE 2.2: Impulsar la creación, desarrollo y promoción comercial de las franquicias extremeñas

Medida 2.2.1: Plan franquicias

Descripción:

Ayudas para la creación, desarrollo y promoción comercial de las franquicias.

Tienen como finalidad apoyar a las franquicias extremeñas que deseen expandirse a través del modelo de franquicia, subvencionando gastos ligados a la creación (manuales, contrato, imagen corporativa...), y gastos orientados a la consolidación, desarrollo y expansión de las franquicias extremeñas ya existentes, con ayudas destinadas a la actualización de la documentación, formación inicial de los franquiciados y desarrollo de actuaciones de promoción y publicidad.

Justificación de la actuación:

La franquicia es una forma de expandir una actividad empresarial, es una estrategia de crecimiento de un modelo de negocio bien definido que es capaz de aportar un valor añadido al franquiciado y que permite con su estructura diversificar riesgos, facilitar la financiación, aprovechar las economías de escala y beneficiarse de un mayor poder de atracción de inversores y consumidores gracias al reconocimiento de una imagen comercial común, a la vez que permite una gestión más eficiente a todos los niveles (operativo, administrativo, financiero, contable...). La franquicia, como un tipo de distribución organizada, debe potenciarse y desarrollarse, prestando el apoyo necesario a las franquicias extremeñas que estén interesadas en expandirse, consolidarse y/o acceder a nuevos mercados.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA	100.000 €	100.000 €	100.000 €	100.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº de franquicias apoyadas	10	10	10	10

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO MEDIANTE EL APOYO A INFRAESTRUCTURAS COMERCIALES, INNOVACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y EFICIENCIA ENERGÉTICA.

EJE 3.1: Inversiones en infraestructuras urbanas

Medida 3.1.1: Subvenciones a ayuntamientos para la rehabilitación comercial

Descripción:

Subvenciones nominativas a ayuntamientos para la rehabilitación comercial.

Tienen como finalidad financiar inversiones que se ejecuten en las áreas comerciales urbanas, y que vayan dirigidas de forma específica al comercio.

Entre las inversiones que pueden ser subvencionables se encuentran, por ejemplo: las obras de peatonalización de calles comerciales, plataforma única, habilitación y adecuación de estacionamientos y aparcamientos en las áreas comerciales, mejora en las infraestructuras urbanas (ej.: mercados de abastos), adecuación de espacios dedicados al comercio ambulante, sistemas de entoldados y microclimas, mejora de la señalización, iluminación y mobiliario urbano de zonas comerciales, proyectos de integración tecnológica en áreas urbanas, proyectos de dinamización comercial de mayor impacto y dimensión, etc.

Justificación de la actuación:

La rehabilitación comercial de los centros urbanos fomenta el espíritu empresarial y la creación de empleo al proporcionar oportunidades para que pequeñas empresas y emprendedores establezcan sus negocios, lo que tiene un impacto positivo en la economía local y en la diversidad de oferta comercial.

Por otro lado, revitalizar las áreas comerciales y centros urbanos contribuye a mejorar la calidad de vida de los residentes locales y ayuda a preservar el patrimonio arquitectónico y cultural de una ciudad, atrayendo a turistas y visitantes.

Este tipo de inversiones mejora la accesibilidad, la seguridad y la estética de los espacios urbanos, crucial para el desarrollo sostenible de las ciudades.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA	1.500.000 €	740.000 €	740.000 €	740.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº de aytos beneficiarios	4	8	8	8

EJE 3.2: Apoyo a las empresas comerciales para inversiones en digitalización, eficiencia energética e inversiones productivas

Medida 3.2.1: Ayudas para la mejora de las capacidades avanzadas de las pymes comerciales

Descripción:

Ayudas dirigidas a empresas que ejerzan una actividad minorista con carácter principal y que tengan un establecimiento comercial ubicado en la Comunidad Autónoma de Extremadura, con la finalidad de apoyar proyectos de contenido tecnológico, innovador, integrador y sostenible, así como inversiones productivas, para mejorar su competitividad y garantizar su adaptación a nuevos hábitos de consumo, modalidades de venta, posicionamiento y distribución.

Justificación de la actuación:

El pequeño comercio se enfrenta a una serie de desafíos en un entorno cada vez más competitivo y cambiante.

La búsqueda de estrategias creativas para superarlos implica, necesariamente, la implementación de herramientas de digitalización en diferentes ámbitos, e inversiones para la innovación y sostenibilidad de los locales comerciales.

Con estas ayudas, se pretende dar apoyo a las pymes comerciales para que puedan acometer estos proyectos, pudiendo ser subvencionables inversiones en digitalización comercial, eficiencia energética e inversiones productivas para la adecuación de locales comerciales y mejora de su accesibilidad, siempre dentro de un proyecto global innovador y/o sostenible.

Además, estas ayudas contribuyen a la estrategia del reto demográfico, "Reactivación y Diversificación económica en las zonas rurales", incrementando la intensidad de ayuda para los proyectos ubicados en zonas rurales, para favorecer el dinamismo comercial y la conectividad y garantizar el acceso a bienes y alimentos básicos.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto*	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos FEDER	1.500.000€	3.500.000 €	3.000.000 €	3.000.000 €
Indicadores realización**	2024 (conv 24-25)	2025 (conv 25-26)	2026 (conv 26-27)	2027 (conv 27-28)
Nº de empresas apoyadas	120	72	72	54
Inversión privada inducida	2.000.000 €	1.333.333 €	1.333.333 €	1.000.000 €

*El presupuesto estimado se ajusta a la previsión de las siguientes convocatorias, imputando a cada ejercicio el importe de la anualidad correspondiente a las convocatorias vigentes ese año:

- Convocatoria 2024-2025: 3.000.000 euros (1.500.000 euros 2024 y 1.500.000 euros 2025)
- Convocatoria 2025-2026: 3.000.000 euros (1.500.000 euros 2025 y 1.500.000 euros 2026)
- Convocatoria 2026-2027: 3.000.000 euros (1.500.000 euros 2026 y 1.500.000 euros 2027)
- Convocatoria 2027-2028: 3.000.000 euros (1.500.000 euros 2027 y 1.500.000 euros 2028)

El importe de 2025 es superior por si se retrasa la publicación de las bases reguladoras, prevista en el segundo semestre de 2024, y es necesario que parte de la anualidad de 2024 se impute a 2025.

El importe de las anualidades posteriores estará sujeto a la disponibilidad de fondos FEDER.

**Los indicadores se ajustan a los definidos en el PO FEDER Extremadura 2021-2027 contemplados en el manual de indicadores (indicador mínimo)

EJE 3.3: Cofinanciación de programas europeos de apoyo a las pymes

Medida 3.3.1: Apoyo a las pymes para que participen en programas cofinanciados con FEDER dirigidos al tejido empresarial extremeño.				
Descripción:				
<p>Aportar la parte del coste elegible de programas europeos que no es cofinanciado por los fondos FEDER, que se enmarcan dentro del Programa Operativo Plurirregional de España FEDER 2021-2027 y del Programa Operativo de Cooperación Territorial España- Portugal (Interreg), que tienen como objetivos fomentar la internacionalización, promover el desarrollo tecnológico, la innovación y una investigación de calidad, garantizar un mejor uso de las tecnologías de la información y conseguir un tejido empresarial más competitivo. Con esta medida, la Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital a través de la Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio, aportará la parte no cofinanciada con fondos FEDER.</p>				
Justificación de la actuación:				
<p>Se considera fundamental apoyar la ejecución de programas que contribuyen a la competitividad y la internacionalización de las pymes extremeñas.</p> <p>Con esta medida, se pretende facilitar el desarrollo de estos y posibilitar un mayor número de actuaciones subvencionables y garantizar su ejecución.</p>				
Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA	130.000€	130.000 €	130.000 €	130.000 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
(los indicadores se definirán anualmente en función de los programas a cofinanciar)				

OBJETIVO ESPECÍFICO 4: MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO A TRAVÉS DE LA CAPACITACIÓN DE TRABAJADORES Y EMPRESARIOS DEL SECTOR.

EJE 4.1: Formación Comercial

Medida 4.1.1: Instituto de Comercio de Proximidad de Extremadura

Descripción:

Programa de formación que se desarrolla a través de Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes, S.L.U., dirigido a comerciantes y a agentes del sector comercio (asociaciones de comerciantes y gerentes para la dinamización comercial), cuyo objetivo principal es conseguir una mayor especialización y profesionalización en los pequeños comercios minoristas de Extremadura, para capacitarles y dotarles de habilidades en la gestión de su negocio, que redunden en una mejora de la competitividad del tejido empresarial extremeño y asegure su sostenibilidad y permanencia en el tiempo.

Los objetivos específicos del programa son los siguientes:

- Capacitar a personas empleadas que desarrollen su actividad en el sector del comercio minorista, a través de itinerarios de formación flexibles y progresivos, utilizando la digitalización y las nuevas tecnologías como catalizadores.
- Poner a disposición de personas empleadas que desarrollen su actividad en el sector comercio minorista, herramientas, formación y asesoramiento para capacitarles y dotarles de habilidades en la gestión de sus respectivas actividades, que redunden en una mejora de la competitividad del tejido empresarial extremeño y asegure su sostenibilidad y permanencia en el tiempo.
- La formación se desarrollará en diferentes formatos: webinarios, workshops presenciales o virtuales, asistencia a eventos especializados del sector, cursos temáticos y sectoriales, formación en zonas comerciales de referencia, visitas al establecimiento, asesorías y consultoría personalizada.

Justificación de la actuación:

Tras las diferentes adversidades sufridas por el sector en los últimos años desde el impacto por la pandemia internacional que afectó a la economía en general, y particularmente, al sector comercial, el sector minorista se ha tenido que enfrentar a otras dificultades como una alta inflación, con especial atención a la escalada de precio de los suministros energéticos, así como de otro tipo de aprovisionamientos. Además, factor en crecimiento en los últimos años es la amplia oferta online actual y las grandes corporaciones comercializadoras.

Estos impactos motivan la necesidad de reaccionar de forma continuada y contundente con el objetivo de amortiguar el efecto de esta época de crisis sin precedentes, e impulsar la pronta recuperación económica, sentando con ello las bases del crecimiento de las próximas décadas.

Es por ello que, desde la Junta de Extremadura, a través de la Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital y Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes S.L.U., se ha diseñado el INSTITUTO DE COMERCIO DE PROXIMIDAD DE EXTREMADURA 2024-2027, para ayudar a paliar la difícil situación económica actual, con el objeto de que los comerciantes extremeños cuenten con más medidas consensuadas para mejorar su capacidad competitiva.

El pilar sobre los que se asienta este Programa es la profesionalización y especialización del sector a través de la formación y el asesoramiento personalizado. Las distintas actuaciones estarán adaptadas a las necesidades y carencias que presenta el sector, añadido al actual contexto económico, y se dirige a gerentes o responsables del pequeño comercio, así como a agentes intermedios que les presten sus servicios.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	Extremadura Avante Servicios Avanzados a PYMES, S.L.U.			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos FSE	760.000 €	760.000 €	760.000 €	760.000 €
Indicadores realización*	2024	2025	2026	2027
Nº operaciones				
Nº participantes que reciben formación	30 400	30 250	30 150	30 60
Nº participantes que obtienen cualificación	184	184	184	184

* El número de participantes que reciben formación y el número de participantes que obtienen cualificación son indicadores establecidos en el PO FSE Extremadura 2021-2027, por tanto, sus valores se ajustan al hito 2024 y al objetivo 2027 estimados en el manual de indicadores.

OBJETIVO ESPECÍFICO 5: DINAMIZAR LA ECONOMÍA LOCAL Y REGIONAL MEDIANTE EL APOYO A INSTITUCIONES FERIALES Y FERIAS COMERCIALES OFICIALES.

EJE 5.1: Impulso al sector ferial de Extremadura

Medida 5.1.1: Apoyo a instituciones feriales y ferias comerciales oficiales

Descripción:

Apoyo a las Instituciones Feriales de Extremadura y a aquellas entidades sin fin de lucro que promueven ferias comerciales con carácter oficial.

Justificación de la actuación:

Las ferias comerciales de carácter empresarial o profesional contribuyen a la dinamización de sectores económicos de actividad que pueden ser estratégicos para nuestra Comunidad Autónoma. Además, las ferias son una de las principales herramientas de comercialización de las pymes. Juegan un papel fundamental en la recuperación de las economías porque permiten devolver a las empresas al mercado: conocer a los competidores (cuáles son las últimas novedades en la oferta del sector), qué demandan los clientes, valorar su grado de satisfacción respecto a productos y novedades (feedback inmediato), favorece la comunicación personal y los intercambios comerciales, y es un germen para la cooperación empresarial. En definitiva, las ferias también son el motor para la dinamización de la economía local, ya que la celebración de estos eventos promueve la actividad económica de otros sectores clave para la economía local como el turismo, la hostelería y el comercio minorista.

Por ello, se considera conveniente apoyar a las instituciones feriales y a aquellas entidades sin fin de lucro que promueven ferias comerciales oficiales.

Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	2024	2025	2026	2027
Fuente Financiación: fondos CA	1.063.575 €	1.123.575 €	1.123.575 €	1.123.575 €
Indicadores realización	2024	2025	2026	2027
Nº instituciones y promotores apoyados	11	11	11	11

OBJETIVO ESPECÍFICO 6: MODIFICACIONES LEGISLATIVAS.

EJE 6.1: Revisión, modificación y actualización de la normativa en el ámbito del comercio

Medida 6.1.1: Ley de Comercio de Extremadura				
Descripción: Revisión y actualización de la Ley 3/2002, de 9 de mayo, de Comercio de la Comunidad Autónoma de Extremadura.				
Justificación de la actuación: Adecuación de la ley autonómica a la legislación básica estatal y revisión de su articulado para adaptar la normativa a la realidad actual.				
Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	Esta medida no tiene coste económico.			
Indicadores	2024	2025	2026	2027
Previsión realización	x	x		

Medida 6.1.2: Ley de Actividades Feriales de Extremadura				
Descripción: Revisión y actualización de la Ley 8/2010, de 19 de julio, de Actividades Feriales de la Comunidad Autónoma de Extremadura.				
Justificación de la actuación: Es necesario afrontar una reforma legislativa en profundidad, que regule las actividades feriales y establezca el marco en el que fijar las condiciones y requisitos para el acceso a las ayudas.				
Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	Esta medida no tiene coste económico			
Indicadores	2024	2025	2026	2027
Previsión realización			x	x

Medida 6.1.2: Ley de Cámaras				
Descripción:				
Revisión y actualización de la Ley 3/2018, de 21 de febrero, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Servicios de la Comunidad Autónoma de Extremadura.				
Justificación de la actuación:				
Adecuación de la ley autonómica a la legislación básica estatal.				
Órgano responsable	Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio. Servicio de Comercio Interior y Artesanía			
Órgano colaborador	-			
Presupuesto	Esta medida no tiene coste económico			
Indicadores	2024	2025	2026	2027
Previsión realización	x	x		

5

PRESUPUESTO

OBJETIVO	EJE	MEDIDA	2024	2025	2026	2027	TOTAL 2024-2027	
1. Aumentar la visibilidad del comercio local y generar un mayor reconocimiento de su importancia en el desarrollo económico y social.	1.1. Promoción del comercio local	1.1.1.Campañas en medios para	72.600 €	100.000 €	100.000 €	100.000 €		
		1.1.2.Foro de Comercio	84.000 €	84.000 €	84.000 €	84.000 €		
		1.1.3.Premios del Comercio	0 €	0 €	0 €	0 €		
		1.1.4.Programa de sensibilización del comercio local en centros educativos	75.000 €	75.000 €	75.000 €	75.000 €		
	TOTAL EJE			231.600 €	259.000 €	259.000 €	259.000 €	1.008.600 €
TOTAL OBJETIVO 1			231.600 €	259.000 €	259.000 €	259.000 €	1.008.600 €	
2. Mejorar la competitividad del comercio a través de la cooperación empresarial	2.1.Promover el asociacionismo comercial, la colaboración y los proyectos conjuntos de dinamización comercial	2.1.1.Red de gerentes para la	515.000 €	650.000 €	585.000 €	675.000 €		
		2.1.2.Ayudas para promover el asociacionismo comercial	200.000 €	154.000 €	154.000 €	154.000 €		
		2.1.3.Fomento del comercio a través de acciones agrupadas de	2.000.000 €	1.825.000 €	1.825.000 €	1.825.000 €		
	TOTAL EJE			2.715.000 €	2.629.000 €	2.564.000 €	2.654.000 €	10.562.000 €
	2.2.Impulsar la creación, desarrollo y promoción comercial de las franquicias extremeñas	2.2.1.Plan franquicias	100.000 €	100.000 €	100.000 €	100.000 €		
TOTAL EJE			100.000 €	100.000 €	100.000 €	100.000 €	400.000 €	
TOTAL OBJETIVO 2			2.815.000 €	2.729.000 €	2.664.000 €	2.754.000 €	10.962.000 €	
3. Mejorar la competitividad del comercio mediante el apoyo a infraestructuras comerciales, innovación, digitalización y eficiencia energética	3.1.Inversiones en infraestructuras urbanas	3.1.1.Subvenciones a ayuntamientos para la rehabilitación comercial	1.500.000 €	740.000 €	740.000 €	740.000 €		
		TOTAL EJE		1.500.000 €	740.000 €	740.000 €		740.000 €
	3.2.Apoyo a las empresas comerciales para inversiones en digitalización, eficiencia energética e inversiones	3.2.1.Ayudas para la mejora de las capacidades avanzadas de las pymes comerciales	1.500.000 €	3.500.000 €	3.000.000 €	3.000.000 €		
		TOTAL EJE		1.500.000 €	3.500.000 €	3.000.000 €		3.000.000 €
	3.3.Cofinanciación de programas europeos de apoyo a las pymes	3.3.1. Apoyo a las pymes para que participen en programas cofinanciados con FEDER dirigidos al tejido empresarial extremeño	130.000 €	130.000 €	130.000 €	130.000 €		
TOTAL EJE			130.000 €	130.000 €	130.000 €	130.000 €	520.000 €	
TOTAL OBJETIVO 3			3.130.000 €	4.370.000 €	3.870.000 €	3.870.000 €	15.240.000 €	
4. Mejorar la competitividad del comercio a través de la capacitación de trabajadores y empresarios del sector	4.1.Formación comercial	4.1.1.Instituto de Comercio de Proximidad de Extremadura	760.000 €	760.000 €	760.000 €	760.000 €		
		TOTAL EJE		760.000 €	760.000 €	760.000 €		760.000 €
TOTAL OBJETIVO 4			760.000 €	760.000 €	760.000 €	760.000 €	3.040.000 €	
5. Dinamizar la economía local y regional mediante el apoyo a instituciones feriales y ferias comerciales oficiales	5.1.Impulso al sector ferial de Extremadura	5.1.1.Apoyo a instituciones feriales y ferias comerciales oficiales	1.063.575 €	1.123.575 €	1.123.575 €	1.123.575 €		
		TOTAL EJE		1.063.575 €	1.123.575 €	1.123.575 €		1.123.575 €
TOTAL OBJETIVO 5			1.063.575 €	1.123.575 €	1.123.575 €	1.123.575 €	4.434.300 €	
6. Modificaciones legislativas	6.1. Revisión, modificación y actualización de la normativa en el ámbito del comercio	6.1.1.Ley de Comercio de Extremadura	0 €	0 €	0 €	0 €		
		6.1.2.Ley de Actividades FERIALES de Extremadura	0 €	0 €	0 €	0 €		
		6.1.3.Ley de Cámaras	0 €	0 €	0 €	0 €		
	TOTAL EJE			0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
TOTAL OBJETIVO 6			0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	

	2024	2025	2026	2027	TOTAL 2024-2027
IMPORTE TOTAL PLAN	8.000.175 €	9.241.575 €	8.676.575 €	8.766.575 €	34.684.900 €

6

GOBERNANZA Y EVALUACIÓN

6.1 GOBERNANZA

La gobernanza se llevará a cabo por los firmantes del presente Plan de apoyo y consolidación del pequeño comercio minorista de Extremadura, siendo su composición la siguiente:

- Cuatro representantes de la Junta de Extremadura.
- Cuatro representantes de la organización empresarial más representativa: Confederación Regional Empresarial Extremeña (CREEX).
- Dos representantes por parte de cada una de las organizaciones sindicales más representativas: Unión General de Trabajadores (UGT) y Comisiones Obreras (CCOO).

En el seno de esta Gobernanza se creará una Comisión de Seguimiento, que tendrá las siguientes funciones:

- a) Realizar el seguimiento del plan.
- b) Proponer medidas correctoras, en caso de desviaciones significativas de los valores de los indicadores de gestión.
- c) Proponer actuaciones que modifiquen o complementen las medidas previstas en el plan.
- d) Proponer medidas de difusión y comunicación.

El cumplimiento de los objetivos definidos, así como el desarrollo y ejecución de las actividades inscritas en el plan, serán supervisados por esta Comisión de Seguimiento, que se reunirá, como mínimo, una vez al año, y donde se analizarán los resultados de las medidas ejecutadas y el impacto en la economía regional.

El órgano de gestión del Plan de apoyo y consolidación del pequeño comercio minorista de Extremadura 2021-2027 es la Secretaría General de Economía, Empresa y Comercio.

6.2 EVALUACIÓN

El presente plan incorpora un sistema de evaluación y control interno de sus medidas, gracias a los indicadores de realización definidos en las fichas de las medidas y a los indicadores de impacto recogidos en el punto 6.3., que ayudaran a monitorizar su evolución al comité de seguimiento encargado de ello, permitiendo adaptarla a las situaciones sobrevenidas si ello fuese necesario.

La evaluación y seguimiento se estructurará en torno a los informes de seguimiento anuales (monitoring), así como a las evaluaciones intermedias que podrán solicitarse por parte de los miembros de la Comisión de Seguimiento.

Los informes anuales de seguimiento se realizarán sobre la base de los siguientes elementos:

1. Datos sobre el contexto de ejecución del plan.
2. Análisis de los progresos realizados en la consecución de objetivos, demostrados cuantitativamente mediante los indicadores fijados al efecto.
3. Ejecución financiera de la intervención a nivel de la medida, sobre la base de indicadores diseñados.

Al término del período de vigencia del plan, se realizará una evaluación final que y tendrá un doble objetivo: por un lado, contar con un elemento de referencia para posteriores actuaciones; por otro, establecer una valoración global de los planes de acción anuales en términos de realizaciones y logros.

6.3 INDICADORES DE IMPACTO

Se establecen los siguientes indicadores de impacto:

Indicador	Fuente	Objetivo	Valor estimado
Indicador económico. Variación número de empresas comercio minorista	INE. DIRCE.	Frenar la tendencia negativa e incrementar el número de empresas.	Variación mínima 2024-2027 del 5%
Indicador de empleo. Media de ocupados del comercio minorista	Observatorio de empleo.	Recuperar empleo en el comercio minorista.	Superar los 40.000 ocupados de media en 2027
Indicador de competitividad Variación Media Anual del Índice de la cifra de negocios a precios constantes	INE.	Incrementar las ventas de las pymes comerciales extremeñas	Incrementar la variación media anual en 0,5 %.

7

DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

La Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital diseñará un plan de comunicación y difusión de las medidas contempladas en el Plan de apoyo y consolidación del pequeño comercio minorista de Extremadura 2024-2027, que incluya actuaciones de difusión que se articularán a través de los Agentes económicos y sociales más representativos firmantes del Plan.

El plan de difusión y comunicación definirá los objetivos y los destinatarios-diana, los mensajes claves, las acciones, operaciones y tareas que comportan y los soportes y canales de comunicación a emplear.

A su vez, se diseñarán distintas campañas específicas en función del desarrollo de las distintas líneas de actuación del Plan.

Las Organizaciones firmantes de este Plan de apoyo y consolidación del pequeño comercio minorista de Extremadura 2024-2027, podrán presentar anualmente para su aprobación, por la Junta de Extremadura, planes para el desarrollo de acciones de difusión de las medidas contenidas en este Plan, procurando una amplia utilización de medios y recursos de comunicación y divulgación.

Todas estas actuaciones serán financiadas por la Junta de Extremadura, conforme a las disponibilidades presupuestarias existentes en cada ejercicio y al acuerdo que, para este fin, pudiera ser aprobado por la Comisión de Seguimiento.



8

VIGENCIA DEL PLAN

El Plan de apoyo y consolidación del pequeño comercio minorista de Extremadura 2024-2027 estará vigente desde el día de su firma hasta el 31 de diciembre de 2027.

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital



comisiones obreras
de Extremadura

