

A N E X O

MODELO DE DECLARACION QUE ACREDITE
LA SUSCRIPCION DE LA POLIZA DE SEGURO
DE RESPONSABILIDAD CIVIL

(a entregar conjuntamente con la póliza)

Nombre de la Cía. de Seguros
Agencia de Viajes asegurada
Anexo a la póliza núm.

Condiciones especiales de esta póliza para el ejercicio de la actividad de agencia de viajes.

En relación con la póliza citada, esta compañía expone que la misma garantiza, de acuerdo con el artículo 12 del Decreto, la cobertura por cada bloque de responsabilidad en las siguientes cuantías:

300.000 euros por responsabilidad civil de la explotación del negocio.

300.000 euros por responsabilidad civil indirecta o subsidiaria.

300.000 euros por responsabilidad civil por daños patrimoniales primarios.

Estas coberturas incluyen toda clase de siniestros: Daños corporales, daños materiales y los perjuicios económicos causados. Afianzan el desarrollo normal de la actividad de agencia de viajes y garantiza los posibles riesgos de su responsabilidad. Estas garantías no podrán ser disminuidas por concepto alguno. Cualquier prestación o garantía accesoria ofrecida por la Cía. no podrá afectarlas, reducir las ni desvirtuarlas, y se tendrá por nula o no puesta cualquier cláusula o texto que las reduzca o altere directa o indirectamente.

Asimismo la Cía. se compromete a comunicar a la Dirección General de Planificación Turística de la Consejería de Turismo y Deporte la cancelación de la póliza citada en el plazo máximo de 15 días de haberse producido.

Firma de la persona autorizada
por la Compañía, sello y firma

Conforme:
El Tomador

CONSEJERIA DE ECONOMIA Y HACIENDA

ORDEN de 5 de diciembre de 2002, por la que se aprueba el II Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2003-2006.

P R E A M B U L O

El sector de la distribución comercial es uno de los de mayor importancia en el conjunto de la economía. Cualitativamente, es el mecanismo de conexión entre la producción y el consumo, esto es, constituye el punto de encuentro de la oferta y la demanda. Y cuantitativamente su relevancia se pone de manifiesto tanto en el número de establecimientos como en su capacidad de generación de valor añadido y empleo.

Además de las puramente económicas, el comercio desempeña importantes funciones sociales. Así, es un condicionante principal de los modelos culturales y sociales, e incide directamente en los estilos de vida y en la planificación del espacio físico. De hecho, el comercio es una actividad que históricamente ha desempeñado un papel vertebrador de la vida urbana, y es un servicio que incide directamente en

la calidad de vida de los ciudadanos en su condición de consumidores. De ahí la importancia fundamental de la distribución comercial como un sector estratégico para cualquier sistema económico, sector que se ha visto también afectado por factores como la globalización económica, las innovaciones tecnológicas, la unificación europea o la aparición de la moneda común. Estos elementos han provocado importantes cambios en su estructura, derivados de la aparición de nuevas formas comerciales, la evolución en los hábitos de los consumidores, la incorporación de las innovaciones tecnológicas, la ordenación urbanística comercial y la consolidación de grandes grupos de distribución.

Es, por tanto, esencial en cualquier sistema económico, y en particular para la economía andaluza, que el funcionamiento del sistema de distribución comercial sea eficaz y lo suficientemente flexible como para generar respuestas a las transformaciones que se producen en el propio sistema económico, respetando, en todo caso, los principios de libertad de empresa, libre y leal competencia, libre circulación de bienes y servicios, y garantía de los legítimos intereses de los usuarios.

La política de comercio de la Junta de Andalucía tiene como referencia fundamental la Ley 1/1996, de 10 de enero, del Comercio Interior de Andalucía, que establece sus líneas básicas y tiene como objetivo prioritario impulsar la adaptación del tejido comercial andaluz a la realidad económica, desarrollando cuantas actuaciones sean necesarias para lograr su modernización, racionalización, mejora de la competitividad y capacidad de creación de empleo.

La referida Ley 1/1996, en su disposición adicional única, establece la necesidad de aprobar un Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía, cuyos objetivos sean, entre otros, la modernización de las pequeñas y medianas empresas, el fomento del asociacionismo comercial y la mejora de la cualificación profesional y de la gestión de los recursos humanos del sector.

En cumplimiento de este mandato legal, el I Plan Integral del Comercio Interior de Andalucía 1998-2001 fue aprobado por Orden de 26 de enero de 1998, y prorrogado por Orden de 21 de diciembre de 2001 por el período de un año. Los distintos agentes del sector comercial andaluz han valorado muy positivamente el I Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 1998-2001, y defienden que es un instrumento adecuado para incrementar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas.

Tanto es así, que en el marco del V Acuerdo de Concertación Social, el Gobierno andaluz y los Agentes Económicos y Sociales consideraron la necesidad de formular, de manera consensuada, un II Plan Integral del Comercio Interior de Andalucía que contemplase entre sus objetivos impulsar la innovación y modernización tecnológica, establecer un marco para la ordenación adecuada del sector de la distribución comercial, fomentar el asociacionismo comercial, mejorar la cualificación profesional y la gestión de los recursos humanos, y fomentar e impulsar la creación de centros comerciales abiertos.

El II Plan Integral del Comercio Interior de Andalucía, que ha sido consensuado con la Confederación de Empresarios de Andalucía y las Organizaciones Sindicales, Comisiones Obreras de Andalucía y Unión General de Trabajadores de Andalucía, constituye, pues, un pilar fundamental de la Política Comercial de la Junta de Andalucía y va dirigido específicamente a fomentar la modernización de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas, que constituyen la parte más importante del tejido comercial andaluz y son la principal fuente de generación de empleo en el sector.

Para la elaboración del II Plan se ha realizado previamente un estudio de la distribución comercial en Andalucía en el que se han descrito las características estructurales y las tendencias evolutivas del comercio interior para el período de tiempo considerado, analizando en profundidad sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Este estudio detec-

ta los principales retos a los que se enfrenta el sector, y permite definir con rigor los objetivos, líneas de actuación y medidas contenidos en los programas que articulan el Plan.

Consecuentemente, para contribuir al logro de los objetivos definidos, se ha formulado el II Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2003-2006, que contiene su desarrollo y la descripción de los programas, líneas de actuación y medidas para alcanzarlos.

El objetivo principal de este II Plan es el de diseñar un modelo de sistema comercial de corte mediterráneo, eficaz y eficiente, con características peculiares de nuestro marco territorial, que avance en la vertebración comercial de nuestra Comunidad Autónoma, de forma que contribuya desde este ámbito a impulsar la Segunda Modernización de Andalucía.

Para lograr este objetivo general se definen una serie de objetivos específicos, que son:

A) Adecuar la oferta formativa a las necesidades del sector comercial andaluz.

B) Adaptar los recursos materiales y tecnológicos a las necesidades del sector y mejorar el poder de negociación y capacidad de inversión de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas.

C) Aumentar las relaciones de cooperación en el sector comercial andaluz.

D) Mejorar la captación, gestión y difusión de la información comercial.

E) Reducir los desajustes en la dotación y relaciones comerciales.

Estos objetivos, que están contemplados en el II Plan de un modo genérico, se especifican hasta el máximo nivel de detalle posible, de forma que permiten identificar claramente las acciones y los medios instrumentales puestos al alcance de las empresas y las Administraciones Públicas para su consecución.

En su virtud, conforme a las facultades conferidas al titular de la Consejería de Economía y Hacienda, y a propuesta de la Dirección General de Comercio,

DISPONGO

Artículo único. Aprobación.

Se aprueba el II Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2003-2006, cuyos programas, líneas de actuación y medidas se insertan como Anexo único a la presente Orden.

El II Plan de Fomento del Comercio Interior de Andalucía para el período 2003-2006 queda integrado por cinco programas, orientándose cada uno de ellos al logro de los respectivos objetivos anteriormente identificados. Así, el Plan se articula de la siguiente manera:

Programa 1: Formación. Establecido para la mejora de la formación de los trabajadores y de los gestores de las empresas comerciales andaluzas.

Programa 2: Modernización de pequeñas y medianas empresas comerciales. Su finalidad es la de avanzar en la competitividad de la PYME comercial andaluza, incidiendo en aspectos tales como el equipamiento tecnológico, el desarrollo de modernos sistemas de ventas, el fomento de la innovación en gestión, la adecuación de la dimensión y la mejora de la financiación.

Programa 3: Cooperación empresarial. Diseñado para fomentar el asociacionismo y la cooperación entre las organizaciones empresariales andaluzas, incidiendo especialmente en los segmentos de actividad más tradicionales que son los que actualmente alcanzan menores niveles de asociacionismo.

Programa 4: Captación, Gestión y Difusión de la Información Comercial. Dirigido a mejorar la información comercial,

actuando principalmente en la disponibilidad de datos sobre el sistema comercial andaluz, así como en la homogeneidad de las metodologías utilizadas para el análisis por las diversas fuentes de datos, a fin de facilitar la realización de comparaciones y los análisis de tendencias necesarios para el adecuado conocimiento del sector comercial andaluz.

Este novedoso programa crea como instrumento básico el Fondo de Información Comercial de Andalucía (FICA).

Programa 5: Ordenación territorial del comercio. Con este programa se pretende contribuir a reducir las desigualdades territoriales en la dotación comercial, delimitando áreas comerciales andaluzas, y apoyando el reequilibrio, a la vez que la mejora de la eficiencia en la relación comercial.

Disposición final primera. Habilitación.

Se autoriza al titular de la Dirección General de Comercio de la Consejería de Economía y Hacienda para cuantas actuaciones sean necesarias en ejecución de la presente Orden.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

La presente Orden entrará en vigor el día 1 de enero de 2003.

Sevilla, 5 de diciembre de 2002

MAGDALENA ALVAREZ ARZA
Consejera de Economía y Hacienda

ANEXO UNICO

PROGRAMAS, LINEAS DE ACTUACION Y MEDIDAS

PROGRAMA 1. Formación

Justificación del programa

La formación constituye un elemento fundamental que ayuda a garantizar la supervivencia a largo plazo de las pymes comerciales andaluzas. En efecto, los rápidos cambios del entorno, caracterizados por fusiones y compras entre grupos, tendencia a la concentración, desaparición de minoristas, aparición de nuevos formatos comerciales..., plantean la necesidad de una adaptación rápida y continua a las nuevas exigencias en el comercio, en especial con los aspectos relacionados con las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, así como con todo lo relativo a las nuevas formas de gestión.

Ante esta coyuntura, la formación adquiere una dimensión estratégica y se configura como un recurso clave que puede garantizar la competitividad de la empresa y su supervivencia. A pesar de su importancia, y de que se detecta un pequeño incremento en la concienciación (un 37% de los trabajadores no cualificados de las empresas comerciales recibieron cursos de formación a lo largo de 1999), continúa existiendo una reducida concienciación en el sector comercial sobre la necesidad de formación, la mayoría entiende que ésta supone una pérdida de tiempo y dinero (aún existe un 37% de empresas comerciales donde sus trabajadores nunca han realizado actividades de formación).

Pese a que la mayor parte de las competencias recaen sobre la Dirección General de Formación Profesional Ocupacional de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, la Dirección General de Comercio debe adoptar un papel activo en este ámbito, sensibilizando a los agentes implicados sobre su importancia en el comercio andaluz y diagnosticando las necesidades específicas de formación. Además, debe trasladar a los órganos competentes las necesidades detectadas.

Las medidas que aquí se proponen se articulan desde una doble perspectiva: La del trabajador y la del gerente. Desde el punto de vista del trabajador, se pretende fomentar las prácticas en empresas comerciales y la formación a través de becas.

Desde la óptica de los gestores se proponen como medidas relevantes el apoyo al desarrollo de cursos de formación, jornadas, congresos y seminarios.

Principales aspectos del diagnóstico

La reducida capacidad competitiva de las pymes comerciales andaluzas viene determinada, entre otras causas, por:

- Escasa formación de los trabajadores.
- Insuficiente formación de los gestores.

Objetivo general 1. Adecuar la oferta formativa a las necesidades del sector comercial andaluz.

Objetivo específico 1.1. Adecuar los recursos de las pymes a las exigencias del sector: Formación de los trabajadores.

Objetivo específico 1.2. Mejorar la eficiencia directiva: Formación de los gestores.

Objetivo específico 1.1. Adecuar los recursos de las pymes a las exigencias del sector: Formación de los trabajadores.

Línea de actuación 1.1.1: Apoyo a la formación de los trabajadores del sector comercial andaluz.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda y otras entidades públicas y privadas de Andalucía.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda fomentará la formación de los trabajadores del sector comercial andaluz mediante:

1.1.1.1. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación.

1.1.1.2. Elaboración de un diagnóstico de las necesidades de formación.

1.1.1.3. Traslado del diagnóstico a los organismos competentes.

1.1.1.4. Formación de becarios y ayuda financiera para la realización de prácticas en empresas comerciales.

1.1.1.5. Difusión de la oferta formativa.

1.1.1.6. Apoyo a la realización de jornadas, congresos y seminarios, que podrían versar, entre otras materias, sobre las características del empleo en el sector comercial andaluz, la aplicación de los nuevos sistemas tecnológicos a la gestión de la empresa comercial (B2B y B2C), etc.

1.1.1.7. Impulso a la creación de una institución orientada a la formación integral en materia de comercio.

Población beneficiaria: Trabajadores del sector comercial andaluz y estudiantes (Formación Profesional de las ramas comerciales, universitarios, etc.).

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento del objetivo específico 2.1 «Adecuar los recursos a las exigencias del sector: Renovación y mejora tecnológica y desarrollo de los sistemas de venta».

Resultados esperados: Los trabajadores del sector comercial andaluz estarán más sensibilizados sobre la necesidad de formarse. Asimismo, los alumnos de Formación Profesional, Universidades, etc., completarán su formación facilitando de esta manera su integración laboral en el sector comercial andaluz.

Objetivo específico 1.2. Mejorar la eficiencia directiva: Formación de los gestores.

Línea de actuación 1.2.1: Apoyo a la formación de los gestores en el sector comercial andaluz.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda y otras entidades públicas y privadas de Andalucía.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda fomentará la formación de los gestores del sector comercial andaluz mediante:

1.2.1.1. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación.

1.2.1.2. Elaboración de un diagnóstico de las necesidades de formación.

1.2.1.3. Traslado del diagnóstico a los organismos competentes.

1.2.1.4. Apoyo al desarrollo de cursos de formación de gestores de actividades comerciales, de cursos no presenciales y el desarrollo de material didáctico.

1.2.1.5. Difusión de la oferta formativa.

1.2.1.6. Apoyo a la realización de jornadas, congresos y seminarios, que podrían versar, entre otras materias, sobre las características del empleo en el sector comercial andaluz, la aplicación de los nuevos sistemas tecnológicos a la gestión de la empresa comercial (B2B y B2C), etc.

1.2.1.7. Impulso a la creación de una institución orientada a la formación integral en materia de comercio.

Población beneficiaria: Gestores del sector comercial andaluz.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento de los objetivos específicos:

- 2.1. «Adecuar los recursos a las exigencias del sector: Renovación y mejora tecnológica y desarrollo de los sistemas de ventas».

- 2.2. «Mejorar la eficiencia directiva: Fomento de la innovación en la gestión».

- 3.1. «Fomentar las organizaciones empresariales andaluzas».

Resultados esperados: Los gestores del sector comercial andaluz habrán incrementado su formación permitiendo mejorar su eficiencia directiva.

PROGRAMA 2. Modernización de las pequeñas y medianas empresas comerciales

Justificación del programa

Una de las debilidades halladas en el Diagnóstico del Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía es la dualidad de la estructura comercial. Así, existe un conjunto de grandes empresas de distribución nacionales e internacionales que operan en la Comunidad de Andalucía con formatos comerciales modernos y con una alta cuota de mercado que compiten, en una situación de privilegio, con un gran número de empresas de pequeña dimensión que cuentan con un número reducido de establecimientos, la mayoría de los cuales precisan de impulso modernizador.

El programa de modernización de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas pretende reducir las diferencias entre estos dos bloques, impulsando la competitividad y la eficiencia de la pyme comercial andaluza frente a los formatos más poderosos.

Las medidas que se incluyen en este programa van encaminadas a la consecución de los siguientes objetivos específicos:

En primer lugar, se propone atenuar las diferencias entre los recursos tecnológicos, sistemas y servicios asociados a la venta de los que disponen las grandes empresas de distribución

y las pymes comerciales andaluzas. Dicho objetivo incluye las ayudas encaminadas a la inversión, renovación y mejora tecnológica de las pymes, así como a la modernización de los sistemas y servicios asociados a la venta.

Las grandes empresas nacionales e internacionales cuentan con gestores con las capacidades y habilidades suficientes para conseguir el mayor rendimiento de los recursos tanto humanos, materiales y financieros. Por el contrario, las pymes necesitarían desarrollar prácticas innovadoras en su gestión que permitan potenciar sus fortalezas y reducir sus puntos débiles. Por ello, el segundo de los objetivos específicos enmarcados dentro de este programa consiste en el fomento de la innovación en la gestión del comercio andaluz.

El tercero de los objetivos específicos se centra en el fomento del crecimiento interno, operando sobre la dimensión de los establecimientos existentes y/o sobre la apertura de nuevos establecimientos comerciales.

Finalmente, con el objetivo de mejorar la financiación de las pymes comerciales andaluzas se recomendará una serie de medidas ante los organismos competentes.

Principales aspectos del diagnóstico

La reducida capacidad competitiva de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas viene determinada, entre otras causas, por la existencia de las siguientes características:

- Insuficiente dotación tecnológica.
- Escasez de servicios asociados a la venta.
- Escaso desarrollo de los sistemas de ventas no presenciales.
- Carencia de innovación en la gestión empresarial.
- Inadecuación de la dimensión organizativa.
- Problemas de financiación.

Objetivo general 2. Adaptar los recursos materiales y tecnológicos a las necesidades del sector, mejorar el poder de negociación y capacidad de inversión de las pymes comerciales andaluzas.

Objetivo específico 2.1. Adecuar los recursos a las exigencias del sector: Renovación y mejora tecnológica y desarrollo de los sistemas de venta.

Objetivo específico 2.2. Mejorar la eficiencia directiva: Fomento de la innovación en la gestión.

Objetivo específico 2.3. Adecuar la dimensión organizativa.

Objetivo específico 2.4. Mejorar la financiación de las pequeñas y medianas empresas comerciales.

Objetivo específico 2.1. Adecuar los recursos a las exigencias del sector: Renovación y mejora tecnológica y desarrollo de los sistemas de venta.

Línea de actuación 2.1.1: Fomento de la renovación y mejora tecnológica de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda. Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda, consciente del reducido equipamiento y del escaso uso de las tecnologías comerciales por parte de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas, fomentará la renovación y mejora tecnológica de las mismas a través de las siguientes medidas:

2.1.1.1. Ayuda financiera para la adquisición de equipos informáticos.

2.1.1.2. Ayuda financiera para la adquisición de software.

2.1.1.3. Ayuda financiera para la adquisición de equipo tecnológico.

Población beneficiaria: Pequeñas y medianas empresas del sector comercial andaluz.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento del objetivo específico:

- 1.2. «Mejorar la eficiencia directiva: Formación de los gestores».
- 2.2. «Mejorar la eficiencia directiva: Fomento de la innovación en la gestión».
- 3.1. «Fomentar las organizaciones empresariales andaluzas».

Resultados esperados: Las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas deberán haber modernizado de forma notable sus recursos tecnológicos, incorporando tanto equipos y programas informáticos de gestión como otros elementos de equipamiento tecnológico.

Línea de actuación 2.1.2: Desarrollo de los sistemas y servicios de venta.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda. Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda, consciente del escaso desarrollo de los sistemas de venta no presenciales en el sector comercial andaluz, así como de la necesidad de incrementar los servicios asociados a la venta por parte de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas, fomentará el desarrollo de los sistemas y servicios asociados a la venta a través de las siguientes medidas:

2.1.2.1. Ayuda financiera a la conexión y utilización de Internet por parte de las empresas comerciales andaluzas.

2.1.2.2. Ayuda financiera para la asistencia a ferias de NTIC adaptadas al comercio.

2.1.2.3. Ayuda financiera al diseño e implantación de sistemas de ventas no presenciales (comercio electrónico).

2.1.2.4. Ayuda financiera a proyectos relativos al asesoramiento y puesta en práctica de servicios asociados a la venta (servicios postventa).

2.1.2.5. Ayuda financiera para la adecuación física de los establecimientos necesaria en la implantación de nuevos sistemas de venta.

Población beneficiaria: Pequeñas y medianas empresas del sector comercial andaluz.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento del objetivo específico 2.2. «Mejora de la eficiencia directiva: Fomento de la innovación en la gestión».

Resultados esperados: Se habrá producido un importante desarrollo de los sistemas de venta no presenciales en el sector comercial andaluz, así como un incremento notable de los servicios asociados a la venta en las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas.

Objetivo específico 2.2. Mejorar la eficiencia directiva: Fomento de la innovación en la gestión.

Línea de actuación 2.2.1: Fomento de la innovación en la gestión del comercio andaluz.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda. Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda fomentará la aplicación y difusión de innovaciones en la gestión

en los establecimientos de las empresas comerciales andaluzas mediante las siguientes medidas:

2.2.1.1. Difusión de las innovaciones mediante seminarios y jornadas sobre técnicas de gestión innovadoras.

2.2.1.2. Ayuda financiera al diseño de proyectos empresariales que estimulen y fomenten la innovación y su puesta en marcha.

2.2.1.3. Premio a proyecto de marcado carácter innovador en el ámbito comercial realizado por estudiantes universitarios, de Formación Profesional o postgraduados, avalado por empresas o asociaciones sectoriales.

2.2.1.4. Ayuda financiera para el desarrollo de programas de análisis e incorporación de innovaciones (benchmarking).

2.2.1.5. Premios a la excelencia en gestión empresarial.

Población beneficiaria: Pequeñas y medianas empresas andaluzas. Estudiantes universitarios, de Formación Profesional y postgraduados. Organizaciones y asociaciones empresariales.

Resultados esperados: Las empresas comerciales andaluzas mejorarán su nivel de innovación en la gestión de los establecimientos y comercio en general.

Objetivo específico 2.3. Adecuar la dimensión organizativa.

Línea de actuación 2.3.1: Fomento del crecimiento de las pymes comerciales andaluzas.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda, consciente de la reducida dimensión organizativa, fomentará el crecimiento interno de las pymes comerciales andaluzas a través de las siguientes medidas:

2.3.1.1. Ayuda financiera para el diseño de planes estratégicos orientados al crecimiento de las empresas comerciales.

2.3.1.2. Ayuda financiera para estudios de mercado sobre la idoneidad de la apertura del segundo y posterior punto de venta en la misma localidad.

2.3.1.3. Ayuda financiera para estudio de mercados sobre la idoneidad de extender la ampliación a otras localidades y/o estudios de mercados relativos a proyectos de diversificación en nuevos segmentos de mercado.

2.3.1.4. Ayuda financiera orientada a la ampliación de la superficie de venta y de almacenamiento.

2.3.1.5. Ayuda financiera específica a la pyme comercial que abra nuevos negocios en grandes establecimientos comerciales, manteniendo los existentes.

Población beneficiaria: Pequeñas y medianas empresas del sector comercial andaluz.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento del objetivo específico:

- 2.4. «Mejorar la financiación de las pequeñas y medianas empresas comerciales».

- 5.1. «Reducir las desigualdades territoriales».

Resultados esperados: Las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas deberán haber adecuado su dimensión organizativa como consecuencia del crecimiento interno experimentado.

Objetivo específico 2.4. Mejorar la financiación de las pequeñas y medianas empresas comerciales.

Línea de actuación 2.4.1: Accesibilidad a la financiación externa para las pymes comerciales andaluzas.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda, consciente de los problemas de financiación de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas, recomienda ante los organismos competentes:

2.4.1.1. La concertación con las entidades financieras de líneas de créditos para el pequeño comercio.

2.4.1.2. La actuación de Sociedades de Garantía Recíproca en el comercio.

2.4.1.3. La actuación de sociedades o fondos de capital-riesgo en el comercio.

Población beneficiaria: Pequeñas y medianas empresas del sector comercial andaluz.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento del objetivo específico:

- 2.1. «Adecuar los recursos a las exigencias del sector: Renovación y mejora tecnológica y desarrollo de los sistemas de venta».

- 2.3. «Adecuar la dimensión organizativa».

Resultados esperados: Las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas deberán haber mejorado sus posibilidades de acceso a financiación externa.

PROGRAMA 3. Cooperación empresarial

Justificación del programa

Como se ha puesto de manifiesto en el diagnóstico sobre el Sistema Comercial de Andalucía, uno de los rasgos más destacados de dicho sistema es su carácter dual. Ello implica la existencia simultánea de un comercio moderno junto a otro tradicional, que se caracteriza por su reducida dimensión y por una gestión independiente. Este perfil determina una limitada capacidad competitiva de este comercio.

El programa que nos ocupa se orienta hacia la resolución de uno de los problemas señalados: La gestión independiente que, junto la reducida dimensión, provoca un débil poder de negociación y de compra. Para ello, el programa se articula en una línea de actuación que tiene por finalidad básica promover el asociacionismo y la cooperación como instrumento básico para mejorar el poder de compra y la capacidad de negociación de las pymes comerciales andaluzas.

Principales aspectos del diagnóstico

Limitada capacidad competitiva de las pymes comerciales andaluzas provocada, entre otras, por las siguientes características: Gestión independiente y escaso desarrollo de fórmulas asociativas.

Objetivo general 3. Aumentar las relaciones de cooperación en el sector comercial andaluz.

Objetivo específico 3.1. Fomentar las organizaciones empresariales andaluzas.

Objetivo específico 3.1. Fomentar las organizaciones empresariales andaluzas.

Línea de actuación 3.1.1: Impulso al asociacionismo y a la cooperación empresarial.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda, a través de su Dirección General de Comercio, promoverá el asociacionismo y la cooperación entre las pymes comerciales andaluzas por medio de las siguientes medidas:

3.1.1.1. Ayuda financiera a los proyectos de creación y consolidación de agrupaciones y centrales de compra o de pago viables.

- Esta medida contempla las ayudas a la realización, entre otros, de estudios de viabilidad y a la implantación de los proyectos mencionados.

- Respecto a las agrupaciones existentes, esta medida se orienta prioritariamente al desarrollo de proyectos que impliquen el aumento del número de asociados y/o la mejora de los servicios prestados por la asociación.

3.1.1.2. Apoyo financiero a los proyectos de creación y consolidación de asociaciones funcionales.

- Esta medida contempla las ayudas a la realización, entre otros, de estudios de viabilidad y a la implantación de los proyectos mencionados.

- Respecto a las asociaciones funcionales existentes, esta medida se orienta prioritariamente al desarrollo de proyectos que impliquen el aumento del número de asociados y/o la mejora de los servicios prestados por la asociación.

3.1.1.3. Ayuda financiera a la creación y consolidación de proyectos de asociaciones zonales de comerciantes, tales como calles comerciales, centros comerciales comarcales y de barrio, etc.

- Esta medida contempla las ayudas a la realización, entre otros, de estudios de viabilidad y a la implantación de los proyectos mencionados.

- Respecto a las asociaciones zonales existentes, esta medida se orienta prioritariamente al desarrollo de proyectos que impliquen el aumento del número de asociados y/o la mejora de los servicios prestados por la asociación.

3.1.1.4. Ayuda financiera y fomento a las iniciativas y proyectos de cooperación empresarial.

3.1.1.5. Concesión de premios a la excelencia asociativa.

- Esta medida se orienta a fomentar y ayudar las iniciativas y proyectos de empresas comerciales o de organizaciones empresariales que promuevan la colaboración entre empresas comerciales con la finalidad de mejorar la prestación de servicios o la gestión en general.

Población beneficiaria: Empresas comerciales andaluzas, asociaciones de comerciantes y organizaciones empresariales.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento de:

- Objetivo específico 2.1: «Adecuar los recursos a las exigencias del sector: Renovación, mejora tecnológica y desarrollo de sistemas de ventas».

- Objetivo específico 2.2: «Mejorar la eficiencia directiva: Fomento de la innovación en la gestión».

Resultados esperados: Con las medidas contempladas en esta línea de actuación se pretende incrementar el número de asociaciones de comerciantes, así como el tamaño de las existentes con la incorporación de nuevos socios. Asimismo, se pretende incrementar la cooperación empresarial.

PROGRAMA 4. Captación, gestión y difusión de la información comercial

Justificación del programa

La elaboración del diagnóstico ha puesto de manifiesto las deficiencias en la información sobre el sector comercial en Andalucía, deficiencias que se ven incrementadas por su elevado dinamismo y los continuos cambios que se están experimentando y que provocan la rápida obsolescencia de los datos existentes. Estas carencias de información dificultan la elaboración de un diagnóstico fidedigno y actualizado y, en consecuencia, supone un importante hándicap para todo plan que pretenda actuar sobre el sector comercial.

El presente programa persigue desarrollar un sistema de información para la captación de información oportuna, pertinente y relevante, la gestión eficiente de los datos y su transformación en información de interés y su difusión inmediata y eficiente a los diferentes agentes implicados en el sector. Por todo ello, surge la necesidad de mejorar las diferentes fases del ciclo de información: La captación, la gestión y la difusión.

Respecto a la captación, los problemas son diferentes en función de las distintas unidades de análisis de que se trate (comerciantes, establecimientos, empresas, asociaciones de comerciantes...). En cuanto a los establecimientos, es necesario una actualización y periodicidad en la recopilación de la información existente. En cuanto a las empresas y a las asociaciones de comerciantes, no existe, en la actualidad, ningún proceso de captación de datos formal, por lo que la escasa información que se dispone adolece de problemas de representatividad y rigor.

En cuanto a la gestión de la información, se impone la necesidad de contar con una mayor cantidad y calidad de investigaciones y estudios sobre el sector, tanto de naturaleza periódica como específica. Además, ha de existir una mayor coordinación y planificación en relación con los estudios que interesan a los diferentes agentes del sistema (Administración, empresas, trabajadores, consumidores, etc.), con el fin de mejorar la eficiencia del mismo.

Pero de nada serviría la captación y gestión de la información si no se promueve la rápida y eficaz difusión a los agentes involucrados en el sistema y si no se permite el acceso a dicha información en las mejores condiciones temporales y espaciales. Una información que no se conoce o a la que es difícil acceder no existe como tal. Por ello, el programa articula medidas orientadas a la mejora del acceso a los informes, estudios e investigaciones existentes, mediante una mayor y mejor coordinación en la gestión de los fondos bibliográficos. Igualmente, se considera prioritaria la difusión del propio Plan Integral de Fomento de Comercio Interior, con el fin de incrementar su conocimiento por parte de las empresas del sector y así aumentar su impacto en el sistema comercial andaluz.

A la hora de articular la puesta en práctica de una amplia gama de medidas del presente programa, se considera necesaria la creación del Fondo de Información Comercial de Andalucía (FICA), encargado de la centralización y coordinación de la información sobre el sector comercial andaluz.

Este fondo de información, en adelante FICA, debe nacer con la finalidad de dar una respuesta flexible y permanente a los problemas derivados en la captación, gestión y difusión de la información comercial en Andalucía. Por ello, su función no será exclusivamente asesora, sino que debe tener una presencia y participación activa. Ello implica la necesidad de contar con una estructura administrativa mínima, dentro de la Dirección General de Comercio, que se responsabilice de realizar y trazar las directrices oportunas y que desarrolle estas funciones de forma permanente.

Objetivo general 4. Mejorar la captación, gestión y difusión de la información comercial, para lo que será necesaria la creación del FICA.

Objetivo específico 4.1. Obtener datos oportunos, pertinentes y relevantes.

Objetivo específico 4.2. Mejorar la gestión de la información y de la investigación en el sector comercial andaluz.

Objetivo específico 4.3. Conseguir una adecuada difusión de la información y del conocimiento del sector entre los agentes.

Objetivo específico 4.1. Obtener datos oportunos, pertinentes y relevantes.

Línea de actuación 4.1.1: Definición de los datos de recogida periódica.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas:

4.1.1.1. Concreción de los datos a recoger (FICA).

4.1.1.2. Encuesta periódica de establecimientos comerciales (FICA).

4.1.1.3. Creación del panel de empresas comerciales (FICA).

4.1.1.4. Impulso a la creación de banco de datos de asociacionismo comercial (FICA).

Población beneficiaria: Agentes públicos encargados de la recopilación de información y del Comercio en Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento de:

- Objetivo específico 2.3. «Adecuar la dimensión organizativa».

- Objetivo específico 4.2. «Mejorar la gestión de la información y de la investigación en el sector comercial andaluz».

- Objetivo específico 4.3. «Conseguir una adecuada difusión de la información y del conocimiento del sector entre los agentes».

- Objetivo específico 5.1. «Reducir las desigualdades territoriales».

Resultados esperados: Se habrá desarrollado un conjunto de fuentes de información primaria con datos oportunos, pertinentes y relevantes para su posterior tratamiento y su difusión a los agentes del sistema comercial andaluz.

Línea de actuación 4.1.2.: Fomento de la coordinación entre agentes generadores de información.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas:

4.1.2.1. Coordinación con otros organismos públicos y privados andaluces implicados en la captación, gestión y difusión de la información comercial (FICA).

4.1.2.2. Intercambio de información con otros sistemas semejantes de otras Comunidades Autónomas, países u organizaciones internacionales (FICA).

Población beneficiaria: Agentes públicos y privados relacionados con la gestión de la información y el Comercio en Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del plan

- Objetivo específico 4.2. «Mejorar la gestión de la información y de la investigación en el sector comercial andaluz».

- Objetivo específico 4.3. «Conseguir una adecuada difusión de la información y del conocimiento del sector entre los agentes».

- Objetivo específico 5.1. «Reducir las desigualdades territoriales».

Resultados esperados: Se habrá aumentado la eficiencia del sistema de recogida de información, evitando duplicidades y coordinando los recursos disponibles de las Administraciones Públicas y de las entidades privadas.

Objetivo específico 4.2. Mejorar la gestión de la información y de la investigación en el sector comercial andaluz.

Línea de actuación 4.2.1: Diseño de las investigaciones comerciales.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas:

4.2.1.1. Definición de líneas prioritarias de investigación (FICA).

4.2.1.2. Recomendación de la inclusión de la investigación en el sector comercial como línea prioritaria del Plan Andaluz de Investigación y del Plan Andaluz de Estadística.

Población beneficiaria: Organismos públicos relacionados con el sector comercial en Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento de:

- Objetivo específico 4.1. «Obtener datos oportunos, pertinentes y relevantes».

- Objetivo específico 4.3. «Conseguir una adecuada difusión de la información y del conocimiento del sector entre los agentes».

- Objetivo específico 5.1. «Reducir las desigualdades territoriales».

Resultados esperados: Se conocerá con una mayor profundidad la estructura, evolución y funcionamiento del sector comercial andaluz.

Línea de actuación 4.2.2. Creación y actualización de un banco de datos sobre comercio.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.

Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas:

4.2.2.1. Creación y mantenimiento de un banco de datos bibliográfico sobre comercio.

Población beneficiaria: Organismos públicos y privados relacionados con la gestión de información y el Comercio en Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento de:

- Objetivo específico 4.1. «Obtener datos oportunos, pertinentes y relevantes».

- Objetivo específico 4.3. «Conseguir una adecuada difusión de la información y del conocimiento del sector entre los agentes».

- Objetivo específico 5.1. «Reducir las desigualdades territoriales».

Resultados esperados: La información existente sobre el sector comercial andaluz estará estructurada y localizada, mejorando el acceso a ella por parte de los distintos agentes implicados en el sistema.

Objetivo específico 4.3. Conseguir una adecuada difusión de la información y del conocimiento del sector entre los agentes.

Línea de actuación 4.3.1. Desarrollo de medidas de difusión y acceso a la información y normativa sobre el sector.
Órgano ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.
Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.
Medidas:

4.3.1.1. Difusión del Plan Integral de Fomento de Comercio Interior de Andalucía 2003-2006, de la información y la normativa comercial.

4.3.1.2. Logro del acceso a los fondos bibliográficos y documentales en materia de comercio.

Población beneficiaria: Los agentes del Sistema Comercial de Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del plan

- Objetivo específico 4.1. «Obtener datos oportunos, pertinentes y relevantes».
- Objetivo específico 4.2. «Mejorar la gestión de la información y de la investigación comercial andaluza».
- Objetivo específico 5.1. «Reducir las desigualdades territoriales».

Resultados esperados: Se habrá mejorado la eficiencia del propio plan, así como de los recursos de información existentes en el sistema comercial andaluz.

PROGRAMA 5. Ordenación territorial del comercio

Justificación del programa.

El intercambio comercial se desarrolla en un espacio determinado y, además de los agentes que componen la oferta, es necesario tener en cuenta el papel que desempeñan los integrantes de la demanda, de las Administraciones Públicas y de otros agentes sociales.

La ordenación y el fomento del comercio ha de contemplar, en primer lugar, la posibilidad de la satisfacción de necesidades a partir de un mínimo equipamiento comercial en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma. El concepto de área comercial es de decisiva importancia como unidad de referencia para el análisis, entendida como un territorio con una determinada población repartida en municipios, entre los que sobresale un centro-población, que atrae la actividad comercial de los otros, y donde radica buena parte del equipamiento comercial y sobre todo el que supone alguna especialización.

La delimitación de áreas comerciales y subáreas, que contemplan las transformaciones socioeconómicas y comerciales recientes, junto con el conocimiento de su equipamiento comercial, han de constituir una buena base de partida para la identificación de actuaciones encaminadas a conseguir una mínima dotación comercial, adoptando medidas que promuevan y estimulen el sector en zonas menos dinámicas comercialmente. De esta forma se actúa para paliar las diferencias económicas a la vez que se intenta mantener una cierta cohesión social y demográfica en el territorio andaluz.

Lo anterior es de aplicación en el ámbito urbano. La ordenación comercial en ciudades puede aconsejar actuaciones

sobre barrios que por sus determinadas características (urbanísticas, patrimonio histórico, accesos, despoblación, situaciones coyunturales, etc.) persigan un reequilibrio de la dotación comercial. Es más, la conexión con la actividad cultural: Exposiciones, actos culturales en el exterior, puntos de información, etc., de carácter itinerante, a la vez que contribuye al dinamismo cultural, es un estímulo para calles o barrios que lo precisen o se busque una reactivación de su comercio.

Pero no basta con que exista una dotación comercial mínima, en segundo lugar, es necesario que las condiciones de la relación comercial sean adecuadas y eficientes. Las diferentes Administraciones Públicas, mediante el desarrollo normativo y la supervisión, han de procurar unas condiciones de competencia y un respeto a las reglas del juego competitivo evitando prácticas incorrectas. Para la consecución de este objetivo es imprescindible la coordinación entre Administraciones Públicas.

Principales aspectos del diagnóstico:

El diagnóstico ha puesto de relieve:

- La necesidad de revisar la delimitación de áreas comerciales andaluzas contemplando las transformaciones recientes: Desarrollo turístico de determinadas zonas y estancamiento de otras, cambios demográficos, consideración de ciudades intermedias.
- Desequilibrios por zonas. El dinamismo comercial tanto por volumen como por características de establecimiento e innovación es mayor en las zonas turísticas costeras y urbanas.
- El incremento de la concentración, entrada de nuevos competidores, nuevos formatos, nuevas prácticas, en definitiva, inestabilidad en el sector.

Objetivo general 5. Reducir los desajustes en la dotación y relaciones comerciales.

Objetivo específico 5.1. Reducir las desigualdades territoriales.

Objetivo específico 5.2. Mejorar la eficiencia en la relación comercial.

Objetivo específico 5.1. Reducir las desigualdades territoriales.

Línea de actuación 5.1.1: Actualización de las áreas comerciales existentes en Andalucía.

Órgano ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.
Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda promoverá las siguientes actuaciones:

5.1.1.1. Desarrollo de un estudio sobre áreas comerciales en Andalucía.

5.1.1.2. Delimitación de las áreas comerciales.

5.1.1.3. Estudio de la dotación comercial de las áreas comerciales delimitadas.

Población beneficiaria: Agentes implicados en el sistema comercial de Andalucía.

Relación con otros objetivos específicos del plan

Contribuye al cumplimiento de:

- Objetivo específico 4.2: «Mejorar la gestión de la información y de la investigación en el sector comercial andaluz».

Resultados esperados: Tener un conocimiento detallado de la distribución de la dotación comercial en la Comunidad Autónoma de Andalucía que sirva de base para tomar las

medidas oportunas que permitan una adecuada dotación comercial para las diferentes áreas identificadas.

Línea de actuación 5.1.2: Reequilibrio de la dotación comercial.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.
Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Descripción de la actuación

La Consejería de Economía y Hacienda dotará fondos destinados a la concesión de:

5.1.2.1. Ayuda financiera a la revitalización comercial de cascos históricos.

5.1.2.2. Ayuda financiera al acondicionamiento y mejora de mercados tradicionales de abastos, favoreciendo nuevos sistemas de gestión.

5.1.2.3. Ayuda financiera a la infraestructura de mercadillos de apertura periódica.

5.1.2.4. Ayuda financiera a centros de congresos e instituciones feriales.

Población beneficiaria: Administraciones Públicas locales, mercados de abastos, pequeño comercio en barrios históricos y comerciantes destinados a la venta ambulante.

Relación con otros objetivos del plan

Contribuye al cumplimiento de:

- Objetivo específico 2.3: «Adecuar la dimensión organizativa».
- Objetivo específico 2.4: «Mejorar la financiación de las pequeñas y medianas empresas comerciales».

Resultados esperados: Mejora del equipamiento comercial de carácter colectivo de los diferentes municipios de Andalucía, garantizando una oferta comercial mínima con independencia del número de habitantes.

Objetivo específico 5.2. Mejorar la eficiencia en la relación comercial.

Línea de actuación 5.2.1: Vigilancia de la competencia.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.
Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda se encargará de impulsar la siguiente medida:

5.2.1.1. Impulso a la creación de un organismo de defensa de la competencia.

Población beneficiaria: Agentes implicados en el sistema de distribución comercial andaluz.

Resultados esperados: Conseguir que las relaciones comerciales entre los diferentes agentes implicados en el sector comercial, incluidos los consumidores, se desarrollen dentro de un marco de igualdad, evitando las prácticas de posición dominante abusivas que tanto perjudican a las pymes andaluzas (tanto comerciales como industriales).

Línea de actuación 5.2.2: Vigilancia de las prácticas incorrectas.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.
Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería Economía y Hacienda se encargará de:

5.2.2.1. Potenciación de la inspección comercial.

Población beneficiaria: Consumidores y agentes implicados en el sistema comercial de Andalucía.

Resultados esperados: Eliminar las prácticas comerciales incorrectas (venta a pérdidas, exceso en los plazos permitidos de pago, etc.), contempladas tanto en la legislación autonómica como nacional, que redundan no sólo en perjuicios para algunos de los agentes implicados en el sistema comercial, sino también en los consumidores finales.

Línea de actuación 5.2.3: Coordinación de las Administraciones Públicas en la aplicación de la normativa.

Organo ejecutor: Consejería de Economía y Hacienda.
Localización: Comunidad Autónoma de Andalucía.

Medidas: La Consejería de Economía y Hacienda se encargará de poner en práctica la siguiente medida:

5.2.3.1. Recogida de los agentes del sector y elevación al órgano competente de las propuestas para impulsar la coordinación entre las Administraciones Públicas implicadas en la aplicación de la normativa comercial.

Población beneficiaria: Agentes implicados en el sistema comercial de Andalucía y consumidores finales. Administración Autonómica y local.

Resultados esperados: Evitar la existencia de prácticas comerciales incorrectas y abusos de posición dominante en las relaciones entre los diferentes agentes implicados en el sector distributivo andaluz amparadas en la descoordinación de los diferentes organismos públicos que tienen encomendado ser garantes de transparencia e igualdad en las relaciones comerciales.

PROGRAMA 1: FORMACIÓN	
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO GENERAL
Inadecuación entre la oferta formativa y las necesidades reales del sector comercial andaluz	1. Adecuar la oferta formativa a las necesidades del sector
OBJETIVO ESPECÍFICO	MEDIDAS
LÍNEAS DE ACTUACIÓN	
1.1. Adecuar los recursos de las pymes a las exigencias del sector: formación de los trabajadores	1.1.1. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación 1.1.1.1. Elaboración de un diagnóstico de las necesidades de formación 1.1.1.2. Traslado del diagnóstico a los organismos competentes 1.1.1.3. Formación de becarios y ayuda financiera para la realización de prácticas en empresas comerciales 1.1.1.4. Difusión de la oferta formativa 1.1.1.5. Apoyo a la realización de jornadas, congresos y seminarios. 1.1.1.6. Impulso a la creación de una institución orientada a la formación integral en materia de comercio 1.1.1.7.
1.2. Mejorar la eficiencia directiva: formación de los gestores	1.2.1. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación 1.2.1.1. Elaboración de un diagnóstico de las necesidades de formación 1.2.1.2. Traslado del diagnóstico a los organismos competentes 1.2.1.3. Apoyo al desarrollo de cursos de formación de gestores de actividades comerciales, de cursos no presenciales y el desarrollo de material didáctico 1.2.1.4. Difusión de la oferta formativa. 1.2.1.5. Apoyo a la realización de jornadas, congresos y seminarios. 1.2.1.6. Impulso a la creación de una institución orientada a la formación integral en materia de comercio 1.2.1.7.

PROGRAMA 2: MODERNIZACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES

DIAGNÓSTICO

Reducida capacidad competitiva de las pyme comerciales andaluzas

OBJETIVO GENERAL

2. Adaptar los recursos materiales y tecnológicos a las necesidades del sector, mejorar el poder de negociación y capacidad de inversión de las pymes comerciales andaluzas

OBJETIVO ESPECÍFICO

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

MEDIDAS

2.1.1. Fomento de la renovación y mejora tecnológica de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas

2.1.1.1. Ayuda financiera para la adquisición de equipos informáticos
 2.1.1.2. Ayuda financiera para la adquisición de software
 2.1.1.3. Ayuda financiera para la adquisición de equipo tecnológico.

2.1. Adecuar los recursos a las exigencias del sector: renovación y mejora tecnológica y desarrollo de los sistemas de venta

2.1.2.1. Ayuda financiera a la conexión y utilización de Internet por parte de las empresas comerciales andaluzas
 2.1.2.2. Ayuda financiera para la asistencia a ferias de NTIC adaptadas al comercio.
 2.1.2.3. Ayuda financiera al diseño e implantación de sistemas de ventas no presenciales (comercio electrónico).
 2.1.2.4. Ayuda financiera a proyectos relativos al asesoramiento y puesta en práctica de servicios asociados a la venta (servicios postventa)
 2.1.2.5. Ayuda financiera para la adecuación física de los establecimientos necesaria en la implantación de nuevos sistemas de venta

2.2. Mejorar la eficiencia directiva: fomento de la innovación en la gestión.

2.2.1.1. Difusión de las innovaciones mediante seminarios y jornadas sobre técnicas de gestión innovadora
 2.2.1.2. Ayuda financiera al diseño de proyectos empresariales que estimulen y fomenten la innovación y su puesta en marcha
 2.2.1.3. Premio a proyecto de marcado carácter innovador en el ámbito comercial realizado por estudiantes universitarios, de formación profesional o postgraduados, avalado por empresas o asociaciones sectoriales
 2.2.1.4. Ayuda financiera para el desarrollo de programas de análisis e incorporación de innovaciones (benchmarking)
 2.2.1.5. Premios a la excelencia en gestión empresarial

2.3. Adecuar la dimensión organizativa

2.3.1.1. Ayuda financiera para el diseño de planes estratégicos orientados al crecimiento de las empresas comerciales
 2.3.1.2. Ayuda financiera para estudios de mercado sobre la idoneidad de la apertura del segundo y posterior punto de venta en la misma localidad
 2.3.1.3. Ayuda financiera para estudios de mercado sobre la idoneidad de extender la ampliación a otras localidades y/o estudios de mercado relativos a proyectos de diversificación en nuevos segmentos del mercado
 2.3.1.4. Ayuda financiera orientada a la ampliación de la superficie de venta y de almacenamiento
 2.3.1.5. Ayuda financiera específica a la pyme comercial que abra nuevos negocios en grandes establecimientos comerciales, manteniendo los existentes

2.4. Mejorar la financiación de las pequeñas y medianas empresas comerciales

Recomendación ante los organismos competentes:

2.4.1.1. la concertación con las entidades financieras de líneas de crédito para el pequeño comercio
 2.4.1.2. la actuación de Sociedades de Garantía Recíproca en el comercio
 2.4.1.3. la actuación de sociedades o fondos de capital-riesgo en el comercio.

2.4.1. Accesibilidad a la financiación externa para las pyme comerciales andaluzas

PROGRAMA 3: COOPERACIÓN EMPRESARIAL

DIAGNÓSTICO

Necesidad de incrementar la presencia de nuevas formas de asociacionismo comercial

OBJETIVO GENERAL

3. Aumentar las relaciones de cooperación en el sector comercial andaluz

OBJETIVO ESPECÍFICO

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

MEDIDAS

3.1. Fomentar las organizaciones empresariales andaluzas

- 3.1.1.1. Impulso del asociacionismo y la cooperación empresarial
- 3.1.1.1.1. Ayuda financiera a los proyectos de creación y consolidación de agrupaciones y centrales de compra o de pago viables
- 3.1.1.1.2. Apoyo financiero a los proyectos de creación y consolidación de asociaciones funcionales
- 3.1.1.1.3. Apoyo financiero a la creación y consolidación de proyectos de asociaciones zonales de comerciantes
- 3.1.1.1.4. Ayuda financiera y fomento a las iniciativas y proyectos de cooperación empresarial.
- 3.1.1.1.5. Concesión de premios a la excelencia asociativa

PROGRAMA 4: CAPTACIÓN, GESTIÓN Y DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN COMERCIAL

DIAGNÓSTICO

Deficiente información y gestión de la información en el sector comercial andaluz

OBJETIVO GENERAL

4. Mejorar la captación, gestión y difusión de la información comercial

Instrumento básico de actuación: Creación del Fondo de Información Comercial de Andalucía (FICA)

OBJETIVO ESPECÍFICO

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

MEDIDAS

4.1. Obtener datos oportunos, pertinentes y relevantes

- 4.1.1.1. Concreción de los datos a recoger (FICA)
- 4.1.1.2. Encuesta periódica de establecimientos comerciales (FICA)
- 4.1.1.3. Creación del Panel de empresas comerciales (FICA)
- 4.1.1.4. Impulso a la creación de banco de datos de asociacionismo comercial (FICA)
- 4.1.2.1. Coordinación con otros organismos públicos y privados andaluces implicados en la captación, gestión o difusión de la información comercial (FICA)
- 4.1.2.2. Intercambio de información con otros sistemas semejantes de otras CC.AA., países u organizaciones internacionales (FICA)

4.1.2. Fomento de la coordinación entre agentes generadores de información

4.2. Mejorar la gestión de la información y de la investigación en el sector comercial andaluz

- 4.2.1.1. Definición de líneas prioritarias de investigación (FICA)
- 4.2.1.2. Recomendación de la inclusión de la investigación en el sector comercial como línea prioritaria del Plan Andaluz de Investigación y del Plan Andaluz de Estadística

4.2.2. Creación y actualización de un banco de datos sobre comercio

- 4.2.2.1. Creación y mantenimiento de banco de datos bibliográfico sobre comercio

4.3. Conseguir una adecuada difusión de la información y del conocimiento del sector entre los agentes

- 4.3.1.1. Difusión del Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2003-2006, de la información y la normativa comercial
- 4.3.1.2. Logro del acceso a los fondos bibliográficos y documentales en materia de comercio

PROGRAMA 5: ORDENACIÓN TERRITORIAL DEL COMERCIO

DIAGNÓSTICO

Desajustes en la dotación y relaciones comerciales

OBJETIVO GENERAL

5. Reducir los desajustes en la dotación y relaciones comerciales

OBJETIVO ESPECÍFICO

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

MEDIDAS

5.1. Reducir las desigualdades territoriales	5.1.1. Actualización de las áreas comerciales existentes en Andalucía	5.1.1.1. Desarrollo de un estudio sobre áreas comerciales en Andalucía
		5.1.1.2. Delimitación de las áreas comerciales
		5.1.1.3. Estudio de la dotación comercial de las áreas comerciales delimitadas
		5.1.2.1. Ayuda financiera a la revitalización comercial de cascos históricos
	5.1.2.2. Ayuda financiera al acondicionamiento y mejora de mercados tradicionales de abastos, favoreciendo nuevos sistemas de gestión	
	5.1.2.3. Ayuda financiera a la infraestructura de mercadillos de apertura periódica	
	5.1.2.4. Ayuda financiera a centros de congresos e instituciones feriales	
	5.2.1. Vigilancia de la competencia	5.2.1.1. Impulso a la creación de un organismo de defensa de la competencia
	5.2.2. Vigilancia de prácticas incorrectas	5.2.2.1. Potenciación de la inspección comercial
5.2. Mejorar la eficiencia en la relación comercial	5.2.3. Coordinación de las administraciones públicas en la aplicación de la normativa	5.2.3.1. Recogida de los agentes del sector y elevación al órgano competente de las propuestas para impulsar la coordinación entre las administraciones públicas implicadas en la aplicación de la normativa comercial

CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE

ORDEN de 26 de noviembre de 2002, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones y ayudas públicas de la Consejería.

La Consejería de Medio Ambiente, consciente de la necesidad de articular medidas de apoyo y fomento económico que respondan a la situación que vivimos en los últimos años en materia de medio ambiente, ha venido publicando diversas convocatorias generales para la concesión de subvenciones y ayudas.

El Decreto 254/2001, de 20 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan los procedimientos para la concesión de subvenciones y ayudas públicas por la Administración de la Junta de Andalucía y sus Organismos Autónomos y su régimen jurídico, ha venido a dar respuesta a la necesaria homologación de los procedimientos de subvenciones y ayudas que se tramitan en la Administración de la Junta de Andalucía, contribuyendo al logro de una mayor celeridad, transparencia y una adecuada coordinación en beneficio tanto de los ciudadanos, que ven satisfechas más rápidamente sus pretensiones, como de la Administración Pública, que obtiene un instrumento eficaz para la agilización y coordinación de su actividad de control de las distintas subvenciones y ayudas que concede.

El Decreto de referencia ha supuesto una importante innovación legislativa que obliga, como así dispone su Disposición Transitoria Segunda, a que las bases reguladoras de las subvenciones y ayudas públicas vigentes e incluidas en su ámbito de aplicación, se adecuen a sus disposiciones en lo que lo contradigan o se opongan al mismo.

Por otra parte, el Decreto 23/2001, de 13 de febrero, vino a establecer el marco regulador de las ayudas a conceder por la Administración de la Junta de Andalucía, sus Organismos Autónomos y empresas en el ámbito de sus respectivas competencias, con el objetivo de fomentar la adopción por parte de las empresas de medidas de protección medioambiental con el fin de garantizar un desarrollo sostenible, así como favorecer el desarrollo de un sistema de control medioambiental, el ahorro de energía y el uso de las energías renovables.

Con la publicación de la presente Orden se persigue el mantenimiento de la línea de ayudas que hasta ahora ha venido ofreciendo la Consejería de Medio Ambiente así como la adaptación de la normativa reguladora del procedimiento general para la concesión de subvenciones y ayudas a las disposiciones del Decreto 254/2001, de 20 de noviembre, resultando igualmente respetadas las previsiones del Decreto 23/2001, de 13 de febrero.

Esta nueva Orden, como las anteriores, nace con vocación de permanencia y generalidad, sin perjuicio de las diferentes normas de la Consejería de Medio Ambiente hoy vigentes y de las que puedan promulgarse en el futuro reguladoras de procedimientos de concesión de subvenciones en materias específicas.

Por todo lo expuesto, previos los preceptivos informes, y en uso de las facultades que tengo conferidas por los artículos 39 y 44.4 de la Ley 6/1983, de 21 de julio, del Gobierno y Administración de la Comunidad Autónoma, y 104 de la Ley 5/1983, de 19 de julio, General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía,

D I S P O N G O

Artículo 1. Objeto.

1. La presente Orden tiene por objeto establecer las bases reguladoras para la concesión de subvenciones o ayudas públicas por la Consejería de Medio Ambiente para el desarrollo de actividades e inversiones relacionadas con las competencias propias de dicha Consejería.

2. La concesión de subvenciones o ayudas estará limitada por las disponibilidades presupuestarias existentes.

Artículo 2. Beneficiarios.

1. Podrán ser beneficiarios de las subvenciones o ayudas públicas que se regulan en la presente Orden las personas físicas y jurídicas, ya sean públicas o privadas, que realicen o estén en condiciones de realizar actividades tendentes a la conservación de la naturaleza y mejora de la calidad de vida ambiental en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

2. Las subvenciones o ayudas se destinarán a sufragar los gastos que se deriven o se hayan derivado de las actividades o inversiones relacionadas con los fines de interés público que, según el Decreto 179/2000, de 23 de mayo, por el que se establece la Estructura Orgánica Básica de la Consejería de Medio Ambiente, son objeto de las competencias propias de la misma.

3. Los beneficiarios deberán gestionar y realizar de forma directa aquellas actividades o inversiones que constituyan el objeto de la subvención, a excepción de aquellas actividades que, por su propia naturaleza, deban ser realizadas a través de terceros.

Artículo 3. Cuantía.

1. La cuantía de las subvenciones o ayudas podrá financiar la totalidad o parte de los gastos de la actividad o inversión subvencionada. En ningún caso el importe de la subvención o ayuda pública, aisladamente o en concurrencia con otras ayudas o subvenciones de otras Administraciones Públicas o de otros Entes públicos o privados, nacionales o no, podrá superar el coste de la actividad o inversión a desarrollar por el beneficiario, conforme a lo dispuesto en el artículo 111 de la Ley General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

2. Igualmente, el conjunto de las ayudas concedidas a un mismo proyecto de inversión no podrá sobrepasar los porcentajes máximos del coste de la inversión subvencionable que se recogen en el Anexo del Decreto 23/2001, de 13 de febrero. No obstante, estos porcentajes máximos podrán incrementarse cuando se trate de ayudas a pequeñas y medianas empresas en los supuestos previstos en la normativa comunitaria y en el porcentaje establecido en el Anexo referido.

Artículo 4. Normas generales del procedimiento de concesión.

1. Las subvenciones o ayudas reguladas en la presente Orden se otorgarán con arreglo a los principios de publicidad, libre concurrencia y objetividad, de acuerdo con lo establecido en el Título VIII de la Ley General de la Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

2. El procedimiento de concesión se realizará en régimen de concurrencia no competitiva ajustándose a lo dispuesto en la presente Orden, en la Ley 9/2001, de 12 de julio, por la que se establece el sentido del silencio administrativo y los plazos de determinados procedimientos como garantías procedimentales para los ciudadanos; en el Decreto 254/2001, de 20 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan los procedimientos para la concesión de subvenciones y ayudas públicas por la Administración de la Junta de Andalucía y sus Organismos Autónomos y su régimen jurídico; en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en la demás normativa de aplicación.

3. De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 10 del referido Reglamento aprobado por Decreto 254/2001, el procedimiento de concesión en régimen de concurrencia no competitiva se entenderá iniciado a instancia del interesado desde la fecha en que la correspondiente solicitud haya tenido entrada en el registro del órgano competente para su tramitación, resol-