

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

ORDEN de 12 de diciembre de 2006, por la que se aprueba el III Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2007-2010.

La distribución comercial se configura como un sector estratégico que ejerce un papel fundamental en el conjunto de la economía, por el valor añadido y el empleo que genera, con una amplia participación del autoempleo y siendo uno de los sectores en los que la ocupación femenina ha encontrado mayores posibilidades de expansión, requiriendo, a su vez, el avance en la estabilidad en el empleo.

Esta importancia también radica en la participación de este sector en la vida cotidiana de los ciudadanos, en el diseño urbanístico de las ciudades y en la dinamización de las áreas rurales.

A su vez, la evolución de su eficiencia y de su estructura productiva afecta a la formación de los precios.

La distribución comercial desempeña una doble función dentro del sistema económico. Por una parte, el dinamismo y la innovación comercial se traducen en un aumento del Valor Añadido Bruto, y por consiguiente de la riqueza. Por otra, las estrategias que persiguen el aumento de la eficiencia a lo largo de la cadena de valor tienden a reducir los costes de distribución.

El sector comercial está sometido a profundas transformaciones procedentes tanto de las pautas que fija el mercado, como de la incorporación de tecnologías aplicadas al comercio, que se manifiestan con distinto grado de intensidad en una estructura sectorial, todavía dual, en la que coexisten empresas con modernas técnicas de Marketing en mercados globales, con empresas de reducido tamaño en las que todavía no se ha producido una renovación en sus modelos de gestión comercial.

Desde el lado de la demanda, los cambios en los hábitos de compra se manifiestan en la búsqueda de un mayor número de servicios comerciales, más adaptados a los nuevos estilos de vida, lo que implica modificaciones en la estructura de la oferta.

La incorporación de las nuevas tecnologías ha afectado de forma desigual a los diferentes modelos de establecimientos, representados por formatos comerciales, con el crecimiento de productos de gran consumo de las fórmulas de libre servicio y el estancamiento de las fórmulas de venta más tradicional. Las nuevas tecnologías están teniendo en el comercio electrónico su principal y más relevante manifestación.

El comercio, al ser punto de encuentro entre la producción y el consumo, se configura como un aspecto esencial en el funcionamiento de cualquier sistema económico, y en particular para la economía andaluza, toda vez que el sistema de distribución comercial ha de ser eficaz, eficiente y lo suficientemente flexible como para generar respuestas a las transformaciones que se producen en el propio sistema económico, respetando los principios de libertad de empresa, de libre y leal competencia, libre circulación de bienes y servicios, y de garantía de los intereses de los consumidores.

La política de la Junta de Andalucía tiene como referencia fundamental la Ley 1/1996, de 10 de enero, modificada por la Ley 6/2002, de 16 de diciembre, 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, 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 empre-

sas, el fomento del asociacionismo comercial, la mejora de la cualificación profesional y la gestión de los recursos humanos del sector, debiendo ser sus líneas básicas debatidas previamente en el Parlamento Andaluz.

En cumplimiento de este mandato legal fueron aprobados el I Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 1998-2001, prorrogado por el periodo de un año, y el II Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2003-2006. Los distintos agentes del sector comercial andaluz han valorado muy positivamente ambos Planes, como un instrumento adecuado para incrementar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas.

Por ello, en el marco del VI Acuerdo de Concertación Social, el Gobierno andaluz y los Agentes Económicos y Sociales consideraron la necesidad de abordar la elaboración, de manera consensuada, de un III Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía que contemplara entre sus líneas de actuación las siguientes:

- Renovación y mejora tecnológica de las pymes comerciales, mediante ayudas financieras para nuevas tecnologías que mejoren la eficiencia directiva y permitan un mayor crecimiento de su dimensión organizativa.
- Impulso de planes de desarrollo de comercio, especialmente en los cascos históricos, que permitan reducir las desigualdades territoriales.
- Análisis de la realidad del comercio ambulante.
- Desarrollo de nuevas ofertas formativas sobre la base de las necesidades del sector en este ámbito.
- Impulso del asociacionismo comercial y la cooperación empresarial.

El III Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 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, 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.

El Plan se divide en dos partes bien diferenciadas, en la primera de ellas, denominada «Diagnóstico del sistema comercial andaluz», se realiza un análisis exhaustivo del sector de la distribución comercial en Andalucía. La segunda parte del Plan contiene el desarrollo de los objetivos, líneas de actuación y medidas a conseguir en su ejecución.

El objetivo supremo del Plan es la defensa de un modelo comercial que potencie la vertebración de las ciudades y pueblos de Andalucía, la competitividad de las empresas comerciales, en especial de las pequeñas y medianas, prestando especial atención a las áreas rurales y a los fenómenos de concentración urbana, de modo que contribuya a impulsar la Segunda Modernización de Andalucía. Para ello habrá de valerse de nuevos sistemas de gestión, tratando de disminuir el coste total de la distribución comercial, incrementando el grado de competencia en precios, servicios y calidad del sector y mejorando el equilibrio de la distribución espacial de la oferta comercial.

Para conseguir este objetivo principal se establecen los siguientes objetivos generales:

- a) Mejorar y adecuar la oferta formativa a las necesidades y retos del sector comercial andaluz, optimizando los procesos de generación, gestión y difusión de la información comercial.
- b) Mejorar la eficiencia de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas.
- c) Mejorar la ordenación territorial del comercio y la relación comercial.
- d) Implantar una cultura de calidad en el comercio y dinamizar el comercio rural.

Estos objetivos recogidos en este III Plan, se encuentran desarrollados no sólo de forma genérica sino descendiendo hasta su mayor nivel de detalle, de manera que quedan claramente identificadas las acciones e instrumentos puestos a disposición de las empresas y administraciones públicas para su instrumentalización.

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

D I S P O N G O

Artículo único. Aprobación.

1. Se aprueba el III Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2007-2010, cuyos programas, líneas de actuación y medidas se especifican como Anexo único a la presente Orden.

2. El III Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía para el periodo 2007-2010 se estructura en cuatro programas al objeto de dar respuesta a los objetivos anteriormente reseñados:

Programa 1: Formación e Información.

Establecido para mejorar y adecuar la oferta formativa a las necesidades y retos que enfrenta el sector comercial andaluz, así como para optimizar los procesos de generación, gestión y difusión de la información comercial.

Programa 2 : Optimización de la gestión y la eficiencia de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas.

Tiene como objetivo mejorar la eficiencia de las pymes comerciales andaluzas.

Programa 3: Ordenación territorial del comercio y de la relación comercial.

Diseñado para mejorar la ordenación territorial del comercio y la relación comercial.

Programa 4: Calidad y comercio rural.

Dirigido a implantar una cultura de calidad en el comercio así como a articular mecanismos que permitan dinamizar el comercio rural.

Disposición final primera. Habilitación.

Se autoriza al titular de la Dirección General de Comercio de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte 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 2007.

Sevilla, 12 de diciembre de 2006

PAULINO PLATA CÁNOVAS
Consejero de Turismo, Comercio y Deporte

ANEXO ÚNICO

PROGRAMAS, LÍNEAS DE ACTUACIÓN Y MEDIDAS

PROGRAMA 1. Formación e Información.

Justificación del programa.

Entre los elementos con potencial para incrementar la productividad del comercio andaluz destacan la formación y la información que poseen los trabajadores y trabajadoras del sector. Los rápidos cambios del entorno, caracterizados por fusiones y compras entre grupos, la tendencia a la concen-

tración, la aparición de nuevos formatos comerciales, entre otros, plantean la necesidad de una adaptación rápida y continua a las nuevas exigencias del sector comercial, en especial a los aspectos relacionados con las nuevas tecnologías de venta y a las nuevas formas de gestión. En este contexto, fomentar el desarrollo de acciones formativas se configura como un recurso clave para garantizar la competitividad de las empresas.

A pesar de su importancia, continúa existiendo una reducida concienciación en el sector comercial sobre la importancia de la formación, constatándose la existencia de un amplio grupo de comerciantes, ubicados principalmente en áreas rurales, que expresan no haber asistido nunca a sesiones de capacitación en materia comercial.

En este sentido, y pese a que la mayor parte de las competencias en materia de formación recaen sobre la Dirección General de Formación Profesional Ocupacional de la Consejería de Empleo, la Dirección General de Comercio debe adoptar un papel activo en este ámbito, sensibilizando a los agentes implicados sobre su importancia para el comercio andaluz y diagnosticando las necesidades específicas de formación, difundiendo y dando traslado a los órganos competentes dichas necesidades y apoyando su cobertura.

Las medidas que aquí se proponen se articulan desde una doble perspectiva: La del trabajador o trabajadora y la de las personas encargadas de la gerencia, siendo el propósito el de reforzar las cualificaciones de los primeros y fortalecer las capacidades de gestión de los segundos, apostando por un ciclo integral de formación que redunde en un incremento de la productividad del pequeño y mediano comercio andaluz. También se apostará por cualificar y especializar en materias comerciales a jóvenes universitarios andaluces y alumnado de la formación profesional y por la capacitación general a través de la promoción de eventos, jornadas y seminarios relacionados con el sector.

Por otro lado, la necesidad de contar con información actualizada que permita optimizar la toma de decisiones entre los agentes comerciales andaluces se ve dificultada por el constante dinamismo del sector y, especialmente, por la insuficiente oferta de datos sistematizados y desagregados sobre el mismo, así como por el escaso desarrollo de los mecanismos de difusión de la información comercial.

Sobre la base de estas dificultades, el presente programa persigue fomentar la generación de datos pertinentes y relevantes sobre la realidad del sector comercial andaluz y optimizar su gestión. Para ello, se articulan medidas de fomento de la investigación y del conocimiento del sector comercial andaluz; el mantenimiento y la actualización de un banco de datos sobre comercio; el desarrollo de mecanismos de promoción del sector y de difusión y acceso a la información y a la normativa del sector como la propia difusión de este Plan.

Principales aspectos del diagnóstico.

Inadecuación entre la oferta formativa y las necesidades y retos que enfrenta el sector comercial andaluz e insuficiente información del sector comercial andaluz.

Objetivos

Objetivo general 1.

Mejorar y adecuar la oferta formativa a las necesidades y retos que enfrenta el sector comercial andaluz. Optimizar los procesos de generación, gestión y difusión de la información comercial.

Objetivo específico 1.1.

Adecuar la cualificación de los recursos humanos de las pymes comerciales andaluzas a los requerimientos de formación del sector: Formación de trabajadores.

Objetivo específico 1.2.

Mejorar la eficiencia directiva de las pymes comerciales andaluzas: Formación de directivos y gerentes.

Objetivo específico 1.3.

Promover la obtención de datos actualizados y desagregados sobre la realidad del sector comercial andaluz.

Objetivo específico 1.4.

Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector comercial andaluz.

Objetivo específico 1.5.

Optimizar los mecanismos de difusión de la información comercial.

Objetivos específicos, líneas de actuación, medidas, población beneficiaria y resultados esperados.

Objetivo específico 1.1.

Adecuar la cualificación de los recursos humanos de las pymes comerciales andaluzas a los requerimientos de formación del sector: formación de trabajadores.

Línea de actuación 1.1.1.: Mejora de la formación de los trabajadores y trabajadoras del sector comercial andaluz.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas:

1.1.1.1. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación en el comercio.

1.1.1.2. Difusión de las necesidades formativas del sector comercial entre asociaciones empresariales, sindicales y sociales.

1.1.1.3. Traslado del diagnóstico sobre las necesidades formativas del sector comercial a los organismos competentes.

1.1.1.4. Convocatoria de becas de Comercio Interior para la realización de prácticas en organizaciones empresariales de comerciantes, organizaciones sindicales o la propia Administración Autonómica.

1.1.1.5. Apoyo al desarrollo de acciones formativas dirigidas a los trabajadores de las pymes comerciales andaluzas, especialmente de entornos rurales, en NTIC y adaptación a los cambios.

1.1.1.6. Apoyo a la realización de jornadas, mesas redondas y congresos sobre temas relacionados con el sector comercial o el empleo para la puesta en común de conocimientos y experiencias en el sector.

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

1.1.1.8 Apoyo a la realización de actividades de estudio e investigación referida al ámbito de la Comunidad Autónoma cuyo objeto sea el sector comercial o la obtención de conocimientos sobre cualquier otro aspecto como el empleo.

•Población beneficiaria.

Trabajadores y trabajadoras del sector comercial andaluz, especialmente de las pymes comerciales andaluzas y del entorno rural; asociaciones empresariales de comerciantes, sindicales y sociales; organismos competentes en materia de formación en Andalucía, como la Dirección General de Formación Profesional Ocupacional de la Consejería de Empleo.

•Resultados esperados.

Los empleados del sector comercial andaluz estarán sensibilizados sobre la importancia de la formación y necesidad de formarse. Asimismo, los alumnos de formación profesional y universitarios completarán su formación facilitando así su inserción laboral en el sector comercial andaluz.

Objetivo específico 1.2.

Mejorar la eficiencia directiva de las pymes comerciales andaluzas: formación de directivos y gerentes.

Línea de actuación 1.2.1: Aumento de la formación de directivos y gerentes de los establecimientos y empresas comerciales andaluzas.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

1.2.1.1. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación en el comercio.

1.2.1.2. Difusión de las necesidades formativas del sector comercial entre asociaciones empresariales, sindicales y sociales.

1.2.1.3. Traslado del diagnóstico sobre las necesidades formativas del sector comercial a los organismos competentes.

1.2.1.4. Apoyo al desarrollo de acciones formativas dirigidas a directivos y gerentes de las pymes comerciales andaluzas, especialmente de entornos rurales, en NTIC y adaptación a los cambios.

1.2.1.5. Apoyo a la realización de jornadas, congresos y seminarios sobre formación comercial.

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

•Población beneficiaria.

Personal empresario, directivo y gerente del sector comercial andaluz, especialmente de las pymes comerciales andaluzas y del entorno rural; asociaciones empresariales de comerciantes, sindicales y sociales; organismos competentes en materia de formación en Andalucía, como la Dirección General de Formación Profesional Ocupacional de la Consejería de Empleo.

•Resultados esperados.

Los directivos y gerentes del sector comercial andaluz habrán desarrollado su capacitación permitiendo mejorar su eficiencia directiva.

Objetivo específico 1.3.

Promover la obtención de datos actualizados y desagregados sobre la realidad del sector comercial andaluz.

Línea de actuación 1.3.1: Fomento de la coordinación y transferencia entre agentes generadores de información comercial.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

1.3.1.1. Promoción de la coordinación entre organismos públicos y privados andaluces implicados en la generación, gestión y difusión de la información comercial.

1.3.1.2. Promoción del intercambio de información y buenas prácticas comerciales entre organismos públicos y privados andaluces, y de otras CC.AA. y países implicados en la generación, gestión y difusión de la información comercial.

•Población beneficiaria.

Organismos públicos y privados (centros de investigación, universidades, institutos de estadística) implicados en la generación, gestión y difusión de la información comercial en Andalucía, así como sus homólogos en otras regiones y países.

•Resultados esperados.

La información existente sobre el sector comercial andaluz estará estructurada y localizada, mejorando su accesibilidad por parte de los distintos agentes implicados en el sistema. Se habrá aumentado la eficiencia del sistema de recogida de información, evitando duplicidades y coordinando los recursos

disponibles de las administraciones públicas, entidades privadas, centros de investigación y entidades sin ánimo de lucro.

Objetivo específico 1.4.

Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector comercial andaluz.

Línea de actuación 1.4.1: Fomento del conocimiento del sector comercial andaluz.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

1.4.1.1. Fomento de la investigación y el conocimiento del sector comercial andaluz y su posterior traslado a los agentes económicos y sociales implicados en el sector.

1.4.1.2. Apoyo al desarrollo de actuaciones ligadas a la promoción y al fomento del tejido empresarial/comercial, tales como la organización de jornadas y seminarios, la realización de campañas de comunicación y sensibilización sobre aspectos de interés para empresarios y comerciantes; así como a la adquisición, elaboración, edición y difusión de conocimientos de carácter empresarial o comercial.

•Población beneficiaria.

Personal docente e investigador especializados y personal experto en el sector comercial; estudiantes de nivel universitario y de formación profesional ocupacional y otros agentes del Sistema Comercial de Andalucía.

•Resultados esperados.

Mejora de la eficiencia del propio plan; mejor conocimiento de la estructura, evolución y funcionamiento del sector comercial andaluz, optimización de los procesos de toma de decisiones de los agentes del sistema comercial andaluz, reduciendo la incertidumbre y facilitando la anticipación a los cambios y los procesos de adaptación y cambio.

Línea de actuación 1.4.2: Actualización de un banco de datos sobre comercio.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

1.4.2.1. Mantenimiento y actualización de un banco de datos bibliográficos sobre comercio.

1.4.2.2. Fomento de la inscripción de los comerciantes en el Registro de Comerciantes y actividades comerciales de Andalucía.

•Población beneficiaria.

Personal docente e investigador especializados y personal experto en el sector comercial; estudiantes universitarios/as y de formación profesional ocupacional; y todas aquellas personas interesadas en la evolución del sector comercial.

•Resultados esperados.

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

Objetivo específico 1.5.

Optimizar los mecanismos de difusión de la información comercial.

Línea de actuación 1.5.1.: Desarrollo de mecanismos de difusión y acceso a la información y normativa del sector.

•Órgano Ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

1.5.1.1. Difusión del Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2007-2010, de la información y la normativa comercial.

1.5.1.2. Definición de mecanismos que optimicen el acceso a los fondos bibliográficos y documentales en materia de comercio.

•Población beneficiaria.

Todos los agentes del sector comercial, la Administración Pública andaluza; las empresas comerciales, sus empleados y gerentes, y las asociaciones empresariales de comerciantes, sindicales y sociales; los organismos públicos y privados (centros de investigación, universidades, institutos de estadística) implicados en la generación, gestión y difusión de la información comercial en Andalucía así como el personal experto, investigador e interesado en la materia comercial andaluza.

•Resultados esperados.

Los agentes del sector comercial andaluz conocerán los contenidos, programas y medidas del Plan (2007-2010), tendrán acceso a cualquier información de relevancia para el sector y tendrán fácil acceso a las fuentes documentales y fondos bibliográficos existentes.

PROGRAMA 2. Optimización de la gestión y eficiencia de las pymes comerciales andaluzas.

Justificación del programa.

Este programa se fundamenta en los menores niveles relativos de eficiencia que caracterizan a las pymes comerciales andaluzas y en las dificultades manifestadas para lograr ganancias de productividad. Estos menores niveles de eficiencia no afectan a todo el sector comercial andaluz por igual, que se caracteriza por su dualidad y su segmentación.

Por un lado, existe una dualidad relacionada con el tamaño de las empresas que deriva en diferenciales importantes de eficiencia asociados a la generación e internalización de economías de escala. Así, existe un conjunto de grandes empresas de distribución que operan en Andalucía con nuevos formatos comerciales 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 y enfrentan retos añadidos como el relevo generacional consecuencia de su carácter familiar y la (re)calificación de sus empleados/as y gerentes. Por otro lado, esta misma dualidad se presenta en relación con la ubicación, entre el ámbito rural y el urbano, e incluso entre subsectores comerciales que, en muchos casos, lleva acompañada una importante segmentación y una escasa diversificación de la oferta.

En este contexto, este programa pretende reducir las diferencias derivadas de la polarización, impulsando la competitividad y la eficiencia de las pymes comerciales andaluzas. Para ello, se articulan medidas encaminadas a mejorar el conocimiento y la toma de decisiones en las pymes comerciales mediante estudios y planes estratégicos. Además posee medidas para el aprovechamiento de las nuevas tecnologías asociadas a la gestión y a la venta, apoyando la renovación y mejora tecnológica, el comercio electrónico, la implantación de nuevos sistemas de venta y la participación en ferias de NTIC en materia comercial. También se dota de un grupo de medidas destinado a fomentar la especialización y la diversificación, mediante adecuación de locales, estudios y planes estratégicos para la apertura de nuevos locales, nuevas líneas de actividad o nuevos segmentos de mercado.

Una de las claves de estas medidas reside en el fomento de la innovación experiencial, consistente en la transferencia de las experiencias innovadoras entre comerciantes andalu-

ces, fomentando el intercambio de su «saber hacer». Además de este intercambio de experiencias se promueve el diseño de programas para su incorporación a las pymes y el reconocimiento a la excelencia en la gestión empresarial. De esta manera, se incluye una medida de alcance «horizontal», basada en la cooperación entre comerciantes, que complementa a las medidas precedentes.

Principales aspectos del diagnóstico.

Menores niveles de eficiencia de las pymes comerciales andaluzas.

Objetivos.

Objetivo general 2.

Mejorar la eficiencia de las pymes comerciales andaluzas.

Objetivo específico 2.1.

Mejorar el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías asociadas a la gestión y a la venta.

Objetivo específico 2.2.

Mejorar el aprovechamiento que ofrece la eficaz gestión de la cadena de valor en las pymes comerciales.

Objetivo específico 2.3.

Adecuar la dimensión física y organizativa de los establecimientos comerciales andaluzes a las necesidades del punto de venta (clientes, proveedores, superficie, ubicación, etc.).

Objetivo específico 2.4.

Fomentar la especialización de las pymes comerciales andaluzas.

Objetivos específicos, líneas de actuación, medidas, población beneficiaria y resultados esperados.

Objetivo específico 2.1.

Mejorar el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías asociadas a la gestión y a la venta.

Línea de actuación 2.1.1.: Fomento de la renovación y mejora tecnológica de las pymes comerciales andaluzas.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

2.1.1.1. Apoyo financiero a la realización de diagnósticos empresariales y tecnológicos, estudios de viabilidad, estudios de mercado o de comercialización y cualquier otro estudio o diagnóstico realizados para mejorar el proceso de toma de decisiones de la empresa, así como para la adecuación e incorporación de tecnologías a la pyme comercial.

2.1.1.2. Apoyo financiero a la renovación y mejora tecnológica de la pequeña y mediana empresa comercial para:

- La adquisición de equipos informáticos y software.
- La adquisición de equipo tecnológico.
- La conexión y utilización de Internet por parte de las pymes comerciales andaluzas.

•Población beneficiaria.

Pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas.

•Resultados esperados.

Las pymes comerciales andaluzas contarán con la dotación tecnológica necesaria para desarrollar sus sistemas de gestión y venta, incorporando tanto equipos y programas informáticos de gestión como otros elementos de equipamiento tecnológico.

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

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

2.1.2.1. Ayuda financiera al diseño e implantación de sistemas de venta no presenciales (comercio electrónico).

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

2.1.2.3. Ayuda financiera para la implantación de nuevos sistemas de venta.

•Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas, especialmente pymes y aquellas de entornos rurales.

•Resultados esperados.

Las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas habrán incorporado nuevos sistemas de venta y habrán desarrollado nuevos servicios asociados a la venta.

Objetivo específico 2.2.

Mejorar el aprovechamiento que ofrece la eficaz gestión de la cadena de valor en las pymes comerciales.

Línea de actuación 2.2.1.: Fomento de la innovación experiencial en el comercio andaluz.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

2.2.1.1. Ayuda financiera para el desarrollo de programas de análisis e incorporación de innovaciones.

2.2.1.2. Premios a la excelencia en gestión empresarial.

2.2.1.3. Fomento de la transferencia horizontal de las experiencias innovadoras entre comerciantes andaluzes.

•Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas, especialmente pymes y aquellas de entornos rurales.

•Resultados esperados.

Los comerciantes andaluzes habrán incorporado innovaciones derivadas de la puesta en valor de su experiencia y conocer nuevas formas de desarrollarla.

Objetivo específico 2.3.

Adecuar la dimensión física y organizativa de los establecimientos comerciales andaluzes a las necesidades del punto de venta (clientes, proveedores, superficie, ubicación, etc.).

Línea de actuación 2.3.1.: Fomento de la transformación física de los pequeños establecimientos comerciales andaluzes.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

2.3.1.1. Apoyo financiero para la ampliación y reforma del establecimiento afecto a la actividad comercial, tanto el preexistente como el segundo o posteriores puntos de venta, manteniéndose el preexistente.

2.3.1.2. Ayuda financiera al cambio o ampliación a nuevas actividades comerciales.

•Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas, especialmente pymes y aquellas de entornos rurales.

•Resultados esperados.

Los locales y establecimientos comerciales andaluzes estarán adaptados a las necesidades del punto de venta.

Línea de actuación 2.3.2.: Fomento del crecimiento interno de las pymes comerciales andaluzas.

- Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

- Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

- Medidas.

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

2.3.2.2. Ayuda financiera para la realización de estudios de mercado sobre la viabilidad de la apertura del segundo local comercial y sobre diversificación en nuevos segmentos de mercado.

2.3.2.3. Ayuda financiera a pymes comerciales para gastos de adquisición de equipamiento y mobiliario comercial, tanto del establecimiento preexistente como de un nuevo punto de venta en un centro comercial, manteniéndose el preexistente.

2.3.2.4. Ayuda financiera para la adecuación física de las empresas comerciales derivadas de su conversión a franquiciadora.

2.3.2.5. Apoyo para la asistencia a ferias de nuevas tecnologías de la información adaptadas al comercio (NTIC).

- Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas, especialmente pymes y aquellas de entornos rurales.

- Resultados esperados.

Las pymes comerciales andaluzas se habrán diversificado, estarán mejor posicionadas y habrán experimentado un crecimiento en el número de sus locales y establecimientos.

Objetivo específico 2.4.

Fomentar la especialización de las pymes comerciales andaluzas.

Línea de actuación 2.4.1.: Impulso de la especialización comercial y la diversificación en cuanto a servicios de las pymes comerciales andaluzas.

- Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

- Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

- Medidas.

2.4.1.1. Ayuda financiera a inversiones destinadas a transformar un establecimiento comercial polivalente en especializado.

2.4.1.2. Ayuda financiera para inversiones destinadas a que los establecimientos especializados puedan ofrecer una gama más estrecha y profunda de productos.

2.4.1.3. Ayuda financiera a pymes comerciales andaluzas que proyecten articular estrategias de venta basadas en la diferenciación de servicios ofrecidos al consumidor.

- Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas, especialmente pymes y aquellas de entornos rurales.

- Resultados esperados.

Las pymes comerciales andaluzas se encontrarán más especializadas, ofreciendo servicios al consumidor.

PROGRAMA 3. Ordenación territorial del comercio y de la relación comercial.

Justificación del programa.

Este programa se basa, fundamentalmente, en dos cuestiones: por un lado, la existencia de desequilibrios en la dotación comercial, que se expresa tanto en el bajo grado de diversificación que caracteriza a determinadas áreas comer-

ciales, como en el estancamiento de algunas zonas comerciales, tales como los cascos históricos; y, por otro lado, la falta de relaciones de cooperación entre comerciantes.

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 que atrae la actividad comercial de los otros, y donde radica buena parte del equipamiento comercial, principalmente del especializado. La articulación de medidas que fomenten la diversificación comercial de estas áreas y que promuevan la revitalización de determinadas zonas comerciales contribuirá a mejorar la ordenación territorial del comercio, paliando las diferencias económicas y manteniendo una cierta cohesión social y demográfica en el territorio andaluz.

Asimismo, el impulso de la cooperación entre comerciantes contribuirá a paliar el carácter «independiente» que define al comercio andaluz, especialmente al de zonas rurales, y que determina su limitada capacidad competitiva y su débil posición ante los proveedores. Para ello, se hace necesario identificar el nivel de asociacionismo existente en los diferentes ámbitos, local, provincial y regional, ya que de su grado de desarrollo y de las particularidades de cada ámbito territorial se pueden derivar necesidades específicas.

Además de medidas de creación, promoción y desarrollo de asociaciones de comerciantes según ámbitos territoriales se hace necesario promover la funcionalidad de estas asociaciones, federaciones y confederaciones, ya que a través de ellas se pueden canalizar muchas de las necesidades y oportunidades del sector, vinculadas por ejemplo a las NTIC o a la especialización y diversificación comercial y espacial.

Pero no basta con que exista una relación comercial fluida, 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 fomentar la coordinación entre Administraciones Públicas.

Principales aspectos del diagnóstico

Desajustes en la dotación comercial y bajo grado de eficiencia en la relación comercial.

Objetivos.

Objetivo general 3.

Mejorar la ordenación territorial del comercio y la relación comercial.

Objetivo específico 3.1.

Reequilibrar la dotación comercial.

Objetivo específico 3.2.

Fomentar la cooperación empresarial y el asociacionismo.

Objetivos específicos, líneas de actuación, medidas, población beneficiaria y resultados esperados

Objetivo específico 3.1.

Reequilibrar la dotación comercial.

Línea de actuación 3.1.1.: Fomento de la diversificación de la dotación comercial de determinadas áreas comerciales de Andalucía.

- Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio

- Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

- Medidas.

3.1.1.1. Ayuda financiera a los Ayuntamientos para la elaboración de planes o estudios destinados a localizar, dimensionar o armonizar la actividad de una zona o eje comercial.

3.1.1.2. Ayuda financiera a los Ayuntamientos para la elaboración de planes especiales de urbanismo comercial derivados del planeamiento urbano general.

- Población beneficiaria.
- Ayuntamientos andaluces.
- Resultados esperados.

Determinadas áreas comerciales de Andalucía habrán mejorado y diversificado su dotación comercial mediante estudios específicos y actuaciones de urbanismo comercial.

Línea de actuación 3.1.2.: Apoyo a la revitalización comercial de los cascos históricos.

- Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

- Localización.
- Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Medidas.

3.1.2.1. Ayuda financiera al acondicionamiento y optimización de los mercados tradicionales de abastos, favoreciendo nuevos sistemas de gestión.

3.1.2.2. Ayuda financiera a la infraestructura de mercadillos de apertura periódica y ambulantes.

3.1.2.3. Ayuda financiera para acciones de microurbano comercial reconvirtiendo zonas de marcado carácter comercial en áreas peatonales.

3.1.2.4. Ayuda financiera para actuaciones de equipamiento y modernización del mobiliario urbano, orientado a ofrecer una imagen unitaria de los centros comerciales abiertos o ejes de marcado carácter comercial.

- Población beneficiaria.

Administraciones públicas locales andaluzas; mercados de abastos; pequeño comercio en barrios históricos y comerciantes destinados a la venta ambulante y otros agentes implicados en el sistema comercial de Andalucía.

- 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.

Línea de actuación 3.1.3.: Consolidación de la red ferial y congresual de Andalucía.

- Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

- Localización.
- Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Medidas.

3.1.3.1. Creación de la Red de Palacios de Congresos de Andalucía.

3.1.3.2. Ayuda financiera para la creación, mejora o ampliación de la red ferial y congresual de Andalucía.

- Población beneficiaria.

Recintos feriales, Palacios de Congresos, Palacios de Congresos y Exposiciones de Andalucía e instituciones representativas del sector.

- Resultados esperados.

Los centros de congresos e instituciones feriales de Andalucía habrán mejorado su dotación y se habrán consolidado en torno a la red que constituyen.

Objetivo específico 3.2.

Fomentar la cooperación empresarial y el asociacionismo.

Línea de actuación 3.2.1.: Apoyo e impulso del asociacionismo y de la cooperación empresarial.

- Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

- Localización.
- Comunidad Autónoma de Andalucía.
- Medidas.

3.2.1.1. Ayuda financiera a las federaciones y confederaciones de comerciantes de carácter regional para:

- Proyectos de creación y consolidación de agrupaciones y centrales de compras pagos o servicios:
 - Estudio de viabilidad para su implantación.
 - Puesta en funcionamiento.
- Implantación y desarrollo de sistemas de fidelización de clientes.
- Diseño y puesta en funcionamiento de portal web.
- Proyectos de información, difusión y sensibilización que versen sobre contenidos que contribuyan a la promoción de la implantación de la norma de calidad UNE-175001-1, mediante la realización de jornadas, encuentros técnicos y publicaciones.
- La adquisición de cualquier tipo de equipamiento informático y tecnológico que contribuya a la mejora de la gestión.
- Organización de jornadas técnicas, mesas redondas y congresos que profundicen en temas monográficos o aborden temas fundamentales de la distribución comercial y que faciliten la toma de contacto y la puesta en común de los conocimientos y experiencias del sector comercial.
- Realización de actividades de estudio e investigación referidas al ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía que tengan por objeto el sector comercial o la obtención de conocimientos sobre cualquier otro aspecto que pueda repercutir positivamente en la modernización del comercio.

3.2.1.2. Ayuda financiera a las federaciones y confederaciones de comerciantes de carácter provincial para:

- Proyectos de creación y consolidación de agrupaciones y centrales de compras pagos o servicios:
 - Estudio de viabilidad para su implantación.
 - Puesta en funcionamiento.
- Implantación y desarrollo de sistemas de fidelización de clientes.
- Diseño y puesta en funcionamiento de portal web.
- Proyectos de información, difusión y sensibilización que versen sobre contenidos que contribuyan a la promoción de la implantación de la norma de calidad UNE-175001-1, mediante la realización de jornadas, encuentros técnicos y publicaciones.
- La adquisición de cualquier tipo de equipamiento informático y tecnológico que contribuya a la mejora de la gestión.
- Organización de jornadas técnicas, mesas redondas y congresos que profundicen en temas monográficos o aborden temas fundamentales de la distribución comercial y que faciliten la toma de contacto y la puesta en común de los conocimientos y experiencias del sector comercial.
- Implantación de redes informáticas que permitan mejorar las prestaciones que brindan las federaciones o asociaciones a sus socios.
- Realización de actividades de estudio e investigación referidas al correspondiente ámbito provincial, que tengan por objeto el sector comercial o la obtención de

conocimientos sobre cualquier otro aspecto que pueda repercutir positivamente en la modernización del comercio.

3.2.1.3. Ayuda financiera a las federaciones y confederaciones de comerciantes de carácter local para:

- Proyectos de creación y consolidación de agrupaciones y centrales de compras pagos o servicios:
 - Estudio de viabilidad para su implantación.
 - Puesta en funcionamiento.
- Estudio de viabilidad para su implantación.
- Puesta en funcionamiento.
- Implantación y desarrollo de sistemas de fidelización de clientes.
- Diseño y puesta en funcionamiento de portal web.
- Proyectos de información, difusión y sensibilización que versen sobre contenidos que contribuyan a la promoción de la implantación de la norma de calidad UNE-175001-1, mediante la realización de jornadas, encuentros técnicos y publicaciones.
- La adquisición de cualquier tipo de equipamiento informático y tecnológico que contribuya a la mejora de la gestión.
- Organización de jornadas técnicas, mesas redondas y congresos que profundicen en temas monográficos o aborden temas fundamentales de la distribución comercial y que faciliten la toma de contacto y la puesta en común de los conocimientos y experiencias del sector comercial.
- Incorporación y mejora de equipos y programas informáticos de uso colectivo gestionados por las asociaciones de comerciantes, destinados a difundir la imagen de los Centros Comerciales Abiertos e impulsar el comercio electrónico (quedan excluidos los ordenadores portátiles y las cámaras digitales).
- Actuaciones de promoción de ventas, publicidad, animación comercial y escaparatismo, preferentemente en Centros Comerciales Abiertos o ejes comerciales.
- Realización de estudios de viabilidad de Centros Comerciales Abiertos.
- Adquisición, adecuación y montaje de equipamiento informático, tecnológico o comercial especializado para la gestión de los mercados minoristas municipales.
- Proyectos de inversión y gestión dirigidos a la transformación estructural de los mercados de abastos en formatos comerciales gestionados por los propios comerciantes.
- Gastos derivados de la contratación y mantenimiento de Gerentes de Centros Comerciales Abiertos que venga demandada por la puesta en marcha de un proyecto de dinamización comercial consistente en la transformación en Centro Comercial Abierto de un área o un eje comercial de actuación tradicional ubicado en un área urbana consolidada.

3.2.1.4. Apoyo financiero a proyectos de creación y consolidación de asociaciones que promuevan la utilización de los Centros Comerciales Abiertos y sus áreas de influencia para mejorar el atractivo turístico de la ciudad con la comercialización de productos autóctonos.

3.2.1.5. Ayuda financiera a las iniciativas y proyectos de cooperación empresarial.

3.2.1.6. Apoyo financiero para la participación en fundaciones, consorcios e instituciones que actúen en pro del fomento empresarial o creación de organismos mixtos de gestión y promoción de los mercados de abastos y/o de los centros comerciales abiertos.

3.2.1.7. Concesión de premios a la excelencia asociativa.

• Población beneficiaria.

Federaciones y confederaciones de comerciantes de carácter regional, provincial y local, existentes o de nueva creación, siendo en este último caso prioritario aquellas asociaciones, federaciones o confederaciones de carácter funcional, que aúnen a comerciantes en torno a las NTIC o Centros Comerciales Abiertos, entre otras.

• Resultados esperados.

Incremento de la cooperación empresarial y mejora de su eficiencia, mediante la creación y consolidación de espacios y áreas comerciales andaluzas que, con independencia del número de habitantes de los municipios y de su condición rural o urbana, contribuyan a generar ventajas competitivas de las empresas comerciales andaluzas.

Línea de actuación 3.2.2.: Vigilancia de la competencia y coordinación entre las AA. PP. en la aplicación de la normativa pertinente.

• Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

• Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

• Medidas.

3.2.2.1. Potenciación de la inspección comercial para la detección de prácticas incorrectas.

3.2.2.2. Fomento de la confección de propuestas por parte de las AA. PP. tendentes a generar su coordinación en la aplicación de la normativa comercial.

• Población beneficiaria.

Consumidores finales, agentes implicados en el sistema comercial de Andalucía y la Administración Pública andaluza.

• Resultados esperados.

Eliminar las prácticas comerciales incorrectas (venta a pérdidas, exceso en los plazos de pago permitidos, entre otras), contempladas tanto en la legislación autonómica como nacional, que redundan en perjuicios de algunos de los agentes implicados en el sistema comercial y también de los consumidores finales.

PROGRAMA 4. Calidad y Comercio Rural.

Justificación del programa.

Desde hace ya más de dos décadas se viene produciendo una profunda transformación en el funcionamiento y estructura del sector comercial, así como en los hábitos de compra y consumo de la población, que están determinando en gran medida las nuevas oportunidades y amenazas que debe enfrentar el sector. Estos cambios tienen una especial incidencia sobre el pequeño comercio al por menor, al afectar tanto a su forma de operar como a las características y condiciones de su demanda.

Entre estos cambios destaca la consolidación de las grandes superficies comerciales y grandes cadenas de distribución, con una mayor capacidad de ofrecer una amplia gama de productos y, en muchas ocasiones, a unos precios más competitivos que el pequeño comercio. Estos factores externos a la realidad del pequeño establecimiento comercial llevan implícitos la necesidad de desarrollar nuevas estrategias para afrontar los crecientes niveles de competencia, ofreciendo servicios complementarios y diferenciadores que le permitan mantener y captar la atención de los clientes.

En un contexto caracterizado por un incremento de la competencia, una estrategia de diferenciación basada en la calidad aporta una ventaja competitiva al pequeño comercio, a la vez que garantiza su cuota de mercado, haciéndose necesaria la adopción de determinadas medidas de mejora basadas, principalmente, en la cualificación de los recursos humanos y

en la mejora de los procesos de gestión del pequeño comercio al por menor que redunden en una mejora de la calidad del servicio asociado a la venta. Para ello, se hace necesario sensibilizar sobre las ventajas de la calidad y apoyar el conocimiento de la normativa reguladora, así como la certificación del servicio prestado por las pymes comerciales andaluzas.

Por otro lado, al igual que el sector comercial en su conjunto, los pequeños establecimientos comerciales ubicados en municipios rurales, definidos como aquellos que cuentan con una población inferior a 5.000 habitantes, se enfrentan hoy en día a importantes retos que condicionan su éxito. Entre las características del comercio rural actual destaca que se trata de un servicio a la población de corte «tradicional», en contraposición al comercio urbano y a las nuevas fórmulas comerciales, donde el factor diferenciador radicaba en la imposibilidad del acceso directo a la mercancía por parte del comprador que, cada vez, tiene un papel menos relevante con la mejora generalizada de las vías de comunicación.

Estas características sitúan al sector del comercio rural en una posición relativa de debilidad, haciéndose necesaria la adopción de medidas que posibiliten la dinamización del sector. Para ello, además de tener acceso a las medidas generales para la mejora de la eficiencia comercial, los comercios rurales precisan de medidas específicas y complementarias que impulsen su modernización, fomenten la diversificación de su oferta comercial mediante la promoción de dinámicas multiservicios y el acondicionamiento de la imagen del punto de venta, y apoyen la comercialización de productos artesanales o autóctonos.

Principales aspectos del diagnóstico.

Desconocimiento de las ventajas basadas en la calidad que incrementan la competitividad del comercio.

Bajo dinamismo del comercio rural andaluz.

Objetivos.

Objetivo general 4.

Implantar una cultura de calidad en el comercio. Dinamizar el comercio rural.

Objetivo específico 4.1.

Fomentar la implantación de una cultura de calidad en el comercio.

Objetivo específico 4.2.

Articular mecanismos que permitan dinamizar el comercio rural.

Objetivos específicos, líneas de actuación, medidas, población beneficiaria y resultados esperados

Objetivo específico 4.1.

Fomentar la implantación de una cultura de calidad en el comercio.

Línea de actuación 4.1.1.: Realización de un diagnóstico del sector comercial andaluz en materia de calidad.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

4.1.1.1. Realización de estudios sobre la calidad en el sector comercial andaluz.

•Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas, centros de investigación, universidades.

•Resultados esperados.

Las empresas comerciales andaluzas tomarán conciencia de la importancia de la calidad y se dispondrá de una mejor información sobre el sector.

Línea de actuación 4.1.2.: Eliminación de las barreras que obstaculizan la adopción de una cultura de calidad.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

4.1.2.1. Campaña de sensibilización sobre las ventajas de adoptar una cultura de calidad y los beneficios de su implantación.

4.1.2.2. Apoyo a proyectos de información, difusión y sensibilización que versen sobre contenidos que contribuyan a la adopción de la norma de calidad UNE 175001-1, mediante la realización de jornadas, encuentros técnicos y publicaciones.

4.1.2.3. Apoyo financiero al desarrollo de acciones formativas en materia de calidad (procesos de mejora continua, obtención de cero defectos, búsqueda de la excelencia, entre otros).

4.1.2.4. Ayuda financiera al pequeño comercio para la elaboración del manual de calidad y para la adopción de los cambios necesarios para su certificación.

•Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas, especialmente pymes.

•Resultados esperados.

Las empresas comerciales andaluzas se encontrarán más sensibilizadas y habrán desarrollado su capacidad para incorporar la calidad a su servicio.

Línea de actuación 4.1.3.: Fomento del seguimiento continuo de las mejoras adoptadas en materia de calidad.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

4.1.3.1. Apoyo financiero a la implantación de sistemas de mejora continua de la calidad.

•Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas, especialmente pymes.

•Resultados esperados.

Las empresas comerciales andaluzas habrán implantado sistema de mejora continua, ofreciendo un servicio de calidad.

Objetivo específico 4.2.

Articular mecanismos que permitan dinamizar el comercio rural.

Línea de actuación 4.2.1.: Impulso de la modernización del comercio rural.

•Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

•Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

•Medidas.

4.2.1.1. Apoyo financiero al acondicionamiento y optimización de la imagen de los comercios rurales andaluzes.

4.2.1.2. Apoyo financiero a la implantación de nuevas técnicas de venta por parte de los comercios rurales andaluzes.

4.2.1.3. Apoyo financiero a la adopción de dinámicas multiservicios por parte de los comercios rurales andaluzes.

4.2.1.4. Ayudas financieras para el desarrollo de actividades dirigidas a fomentar la calidad de las empresas comerciales en municipios de menos de 5.000 habitantes.

•Población beneficiaria.

Empresas comerciales y otros agentes del sector comercial de zonas rurales andaluzas, definidas como aquellas con menos de 5.000 habitantes.

- Resultados esperados.

El comercio rural andaluz se habrá modernizado, mejorando su dotación, imagen y calidad del servicio y adoptando nuevos sistemas de gestión y técnicas de venta.

Línea de actuación 4.2.2.: Fomento de la diversificación de la oferta comercial de los núcleos rurales.

- Órgano ejecutor.

Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Dirección General de Comercio.

- Localización.

Comunidad Autónoma de Andalucía.

- Medidas.

4.2.2.1. Apoyo financiero a la diversificación de la oferta comercial de los comercios rurales andaluces, fomentando la oferta de productos artesanales o autóctonos.

- Población beneficiaria.

Empresas comerciales andaluzas ubicadas en municipios rurales, definidos como aquellos con una población inferior a 5.000 habitantes.

- Resultados esperados.

Los comercios rurales andaluces habrán diversificado su oferta comercial desarrollando, entre otras, la destinada a la venta de productos artesanales.

PROGRAMA 1: FORMACIÓN E INFORMACIÓN		
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO GENERAL	
Inadecuación entre la oferta formativa y las necesidades y retos que enfrenta el sector comercial andaluz. Insuficiente información del sector comercial andaluz.	1. Mejorar y adecuar la oferta formativa a las necesidades y retos que enfrenta el sector comercial andaluz. Optimizar los procesos de generación, gestión y difusión de la información comercial.	
OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS
1.1. Adecuar la cualificación de los recursos humanos de las pymes comerciales andaluzas a los requerimientos de formación del sector: formación de trabajadores.	1.1.1. Mejora de la formación de los trabajadores del sector comercial andaluz.	1.1.1.1. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación en el comercio. 1.1.1.2. Difusión de las necesidades formativas del sector comercial entre asociaciones empresariales, sindicales y sociales. 1.1.1.3. Traslado del diagnóstico sobre las necesidades formativas del sector comercial a los organismos competentes. 1.1.1.4. Convocatoria de becas de Comercio Interior para la realización de prácticas en organizaciones empresariales de comerciantes, organizaciones sindicales o la propia Administración Autonómica. 1.1.1.5. Apoyo al desarrollo de acciones formativas dirigidas a los trabajadores de las pymes comerciales andaluzas, especialmente de entornos rurales, en NTIC y adaptación a los cambios. 1.1.1.6. Apoyo a la realización de jornadas, mesas redondas y congresos sobre temas relacionados con el sector comercial o el empleo, para la puesta en común de conocimientos y experiencias en el sector. 1.1.1.7. Impulso de una institución orientada a la formación integral en materia de comercio. 1.1.1.8. Apoyo a la realización de actividades de estudio e investigación referidas al ámbito de la C.A cuyo objeto sea el sector comercial o la obtención de conocimientos sobre cualquier otro aspecto como el empleo.
1.2. Mejorar la eficiencia directiva de las pymes comerciales andaluzas: formación de directivos y gerentes.	1.2.1. Aumento de la formación de directivos y gerentes de los establecimientos y empresas comerciales andaluzas.	1.2.1.1. Campaña de sensibilización sobre la importancia de la formación en el comercio. 1.2.1.2. Difusión de las necesidades formativas del sector comercial entre asociaciones empresariales, sindicales y sociales. 1.2.1.3. Traslado del diagnóstico sobre las necesidades formativas del sector comercial a los organismos competentes. 1.2.1.4. Apoyo al desarrollo de acciones formativas dirigidas a directivos y gerentes de las pymes comerciales andaluzas, especialmente de entornos rurales, en NTIC y adaptación a los cambios. 1.2.1.5. Apoyo a la realización de jornadas, congresos y seminarios sobre formación comercial. 1.2.1.6. Impulso de una institución orientada a la formación integral en materia de comercio.
1.3. Promover la obtención de datos actualizados y desagregados sobre la realidad del sector comercial andaluz.	1.3.1. Fomento de la coordinación y transferencia entre agentes generadores de información.	1.3.1.1. Promoción de la coordinación entre organismos públicos y privados andaluces implicados en la generación, gestión y difusión de la información comercial. 1.3.1.2. Promoción del intercambio de información y buenas prácticas comerciales entre organismos públicos y privados andaluces, y de otras CC. AA. y países implicados en la generación, gestión y difusión de la información comercial.

1.4. Optimizar la gestión de la información y del conocimiento del sector comercial andaluz.	1.4.1. Fomento del conocimiento del sector comercial andaluz.	1.4.1.1. Fomento de la investigación y el conocimiento del sector comercial andaluz y su posterior traslado a los agentes económicos y sociales implicados. 1.4.1.2. Apoyo al desarrollo de actuaciones ligadas a la promoción y el fomento del tejido empresarial/comercial, tales como la organización de jornadas y seminarios, la realización de campañas de comunicación y sensibilización sobre aspectos de interés para empresarios y comerciantes; así como a la adquisición, elaboración, edición y difusión de conocimientos de carácter empresarial o comercial.
	1.4.2. Actualización de un banco de datos sobre comercio.	1.4.2.1. Mantenimiento y actualización de un banco de datos bibliográficos sobre comercio. 1.4.2.2. Fomento de la inscripción de los comerciantes en el Registro de comerciantes y actividades comerciales de Andalucía.
1.5. Optimizar los mecanismos de difusión de la información comercial.	1.5.1. Desarrollo de mecanismos de difusión y acceso a la información y normativa del sector.	1.5.1.1. Difusión del Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2007-2010, de la información y la normativa comercial. 1.5.1.2. Definición de mecanismos que optimicen el acceso a los fondos bibliográficos y documentales en materia de comercio.

PROGRAMA 2: OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN Y EFICIENCIA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES		
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO GENERAL	
Menores niveles de eficiencia de las pymes comerciales andaluzas.	2. Mejorar la eficiencia de las pymes comerciales andaluzas.	
OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS
2.1. Mejorar el aprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías asociadas a la gestión y a la venta.	2.1.1. Fomento de la renovación y mejora tecnológica de las pymes comerciales andaluzas.	2.1.1.1. Apoyo financiero a la realización de diagnósticos empresariales y tecnológicos, estudios de viabilidad, estudios de mercado o de comercialización y cualquier otro estudio o diagnóstico realizados para mejorar el proceso de toma de decisiones de la empresa, así como para la adecuación e incorporación de tecnologías a la pyme comercial. 2.1.1.2. Apoyo financiero a la renovación y mejora tecnológica de la pequeña y mediana empresa comercial para: • La adquisición de equipos informáticos y software. • La adquisición de equipo tecnológico. • La conexión y utilización de Internet por parte de las pymes comerciales andaluzas.
	2.1.2. Desarrollo de sistemas y servicios de venta.	2.1.2.1. Ayuda financiera al diseño e implantación de sistemas de venta no presenciales (comercio electrónico). 2.1.2.2. Ayuda financiera a proyectos relativos al asesoramiento y puesta en práctica de servicios asociados a la venta (servicios postventa). 2.1.2.3. Ayuda financiera para la implantación de nuevos sistemas de venta.
2.2. Mejorar el aprovechamiento que ofrece la eficaz gestión de la cadena de valor en las pymes comerciales.	2.2.1. Fomento de la innovación experiencial en el comercio andaluz.	2.2.1.1. Ayuda financiera para el desarrollo de programas de análisis e incorporación de innovaciones. 2.2.1.2. Premios a la excelencia en gestión empresarial. 2.2.1.3. Fomento de la transferencia horizontal de las experiencias innovadoras entre comerciantes andaluces.

2.3. Adecuar la dimensión física y organizativa de los establecimientos comerciales andaluces a las necesidades del punto de venta (clientes, proveedores, superficie, ubicación, etc.).	2.3.1. Fomento de la transformación física de los pequeños establecimientos comerciales andaluces.	2.3.1.1. Apoyo financiero para la ampliación y reforma del establecimiento afecto a la actividad comercial, tanto del preexistente como del segundo o posteriores puntos de venta, manteniéndose el preexistente. 2.3.1.2. Ayuda financiera al cambio o ampliación a nuevas actividades comerciales.
	2.3.2. Fomento del crecimiento interno de las pymes comerciales andaluzas.	2.3.2.1. Ayuda financiera para el diseño de planes estratégicos orientados al crecimiento de las empresas comerciales. 2.3.2.2. Ayuda financiera para la realización de estudios de mercado sobre la viabilidad de la apertura del segundo local comercial y sobre diversificación en nuevos segmentos de mercado. 2.3.2.3. Ayuda financiera a pymes comerciales para gastos de adquisición de equipamiento y mobiliario comercial, tanto del establecimiento preexistente como de un nuevo punto de venta en un centro comercial, manteniéndose el preexistente. 2.3.2.4. Ayuda financiera para la adecuación física de las empresas comerciales derivadas de su conversión a franquiciadora. 2.3.2.5. Apoyo para la asistencia a ferias de nuevas tecnologías de la información adaptadas al comercio (NTIC).
2.4. Fomentar la especialización de las pymes comerciales andaluzas.	2.4.1. Impulso de la especialización comercial y la diversificación en cuanto a servicios de las pymes comerciales andaluzas.	2.4.1.1. Ayuda financiera a inversiones destinadas a transformar un establecimiento comercial polivalente en especializado. 2.4.1.2. Ayuda financiera para inversiones destinadas a que los establecimientos especializados puedan ofrecer una gama más estrecha y profunda de productos. 2.4.1.3. Ayuda financiera a pymes comerciales andaluzas que proyecten articular estrategias de venta basadas en la diferenciación de servicios ofrecidos al consumidor.

PROGRAMA 3: ORDENACIÓN TERRITORIAL DEL COMERCIO Y DE LA RELACIÓN COMERCIAL		
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO GENERAL	
Desajustes en la dotación comercial y bajo grado de eficiencia en la relación comercial.	3. Mejorar la ordenación territorial del comercio y la relación comercial.	
OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS
3.1. Reequilibrar la dotación comercial.	3.1.1. Fomento de la diversificación de la dotación comercial de determinadas áreas comerciales de Andalucía	3.1.1.1. Ayuda financiera a los Ayuntamientos para la elaboración de planes o estudios destinados a localizar, dimensionar o armonizar la actividad de una zona o eje comercial. 3.1.1.2. Ayuda financiera a los Ayuntamientos para la elaboración de planes especiales de urbanismo comercial derivados del planeamiento urbano general.
	3.1.2. Apoyo a la revitalización comercial de los cascos históricos.	3.1.2.1. Ayuda financiera al acondicionamiento y optimización de los mercados tradicionales de abastos, favoreciendo nuevos sistemas de gestión. 3.1.2.2. Ayuda financiera a la infraestructura de mercadillos de apertura periódica y ambulantes. 3.1.2.3. Ayuda financiera para acciones de microubanismo comercial reconvirtiendo zonas de marcado carácter comercial en áreas peatonales. 3.1.2.4. Ayuda financiera para actuaciones de equipamiento y modernización del mobiliario urbano, orientado a ofrecer una imagen unitaria de los centros comerciales abiertos o ejes de marcado carácter comercial.
	3.1.3. Consolidación de la red ferial y congresual de Andalucía.	3.1.3.1. Creación de la Red de Palacios de Congresos de Andalucía. 3.1.3.2. Ayuda financiera para la creación, mejora o ampliación de la red ferial y congresual de Andalucía.

DIAGNÓSTICO		OBJETIVO GENERAL	
3.2. Fomentar la cooperación empresarial y el asociacionismo.	3.2.1. Apoyo e impulso del asociacionismo y la cooperación empresarial.	3.2.1.1. Ayuda financiera a las federaciones y confederaciones de comerciantes de carácter regional para: <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de creación y consolidación de agrupaciones y centrales de compras pagos o servicios: Estudio de viabilidad para su implantación. Puesta en funcionamiento. • Implantación y desarrollo de sistemas de fidelización de clientes. • Diseño y puesta en funcionamiento de portal web. • Proyectos de información, difusión y sensibilización que versen sobre contenidos que contribuyan a la promoción de la implantación de la norma de calidad UNE-175001-1, mediante la realización de jornadas, encuentros técnicos y publicaciones. • La adquisición de cualquier tipo de equipamiento informático y tecnológico que contribuya a la mejora de la gestión. • Organización de jornadas técnicas, mesas redondas y congresos que profundicen en temas monográficos o aborden temas fundamentales de la distribución comercial y que faciliten la toma de contacto y la puesta en común de los conocimientos y experiencias del sector comercial. • Realización de actividades de estudio e investigación referidas al ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía que tengan por objeto el sector comercial o la obtención de conocimientos sobre cualquier otro aspecto que pueda repercutir positivamente en la modernización del comercio. 	
		3.2.1.2. Ayuda financiera a las federaciones y confederaciones de comerciantes de carácter provincial para: <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de creación y consolidación de agrupaciones y centrales de compras pagos o servicios: Estudio de viabilidad para su implantación. Puesta en funcionamiento. • Implantación y desarrollo de sistemas de fidelización de clientes. • Diseño y puesta en funcionamiento de portal web. • Proyectos de información, difusión y sensibilización que versen sobre contenidos que contribuyan a la promoción de la implantación de la norma de calidad UNE-175001-1, mediante la realización de jornadas, encuentros técnicos y publicaciones. • La adquisición de cualquier tipo de equipamiento informático y tecnológico que contribuya a la mejora de la gestión. • Organización de jornadas técnicas, mesas redondas y congresos que profundicen en temas monográficos o aborden temas fundamentales de la distribución comercial y que faciliten la toma de contacto y la puesta en común de los conocimientos y experiencias del sector comercial. • Implantación de redes informáticas que permitan mejorar las prestaciones que brindan las federaciones o asociaciones a sus socios. • Realización de actividades de estudio e investigación referidas al correspondiente ámbito provincial, que tengan por objeto el sector comercial o la obtención de conocimientos sobre cualquier otro aspecto que pueda repercutir positivamente en la modernización del comercio. 	
		3.2.1.3. Ayuda financiera a las federaciones y confederaciones de comerciantes de carácter local para: <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos de creación y consolidación de agrupaciones y centrales de compras pagos o servicios: Estudio de viabilidad para su implantación. Puesta en funcionamiento. • Implantación y desarrollo de sistemas de fidelización de clientes. • Diseño y puesta en funcionamiento de portal web. • Proyectos de información, difusión y sensibilización que versen sobre contenidos que contribuyan a la promoción de la implantación de la norma de calidad UNE-175001-1, mediante la realización de jornadas, encuentros técnicos y publicaciones. • La adquisición de cualquier tipo de equipamiento informático y tecnológico que contribuya a la mejora de la gestión. • Organización de jornadas técnicas, mesas redondas y congresos que profundicen en temas monográficos o aborden temas fundamentales de la distribución comercial y que faciliten la toma de contacto y la puesta en común de los conocimientos y experiencias del sector comercial. • Incorporación y mejora de equipos y programas informáticos de uso colectivo gestionados por las asociaciones de comerciantes, destinados a difundir la imagen de los Centros Comerciales Abiertos e impulsar el comercio electrónico (quedan excluidos los ordenadores portátiles y las cámaras digitales). • Actuaciones de promoción de ventas, publicidad, animación comercial y escaparatismo, preferentemente en Centros Comerciales Abiertos o ejes comerciales. • Realización de estudios de viabilidad de Centros Comerciales Abiertos. • Adquisición, adecuación y montaje de equipamiento informático, tecnológico o comercial especializado para la gestión de los mercados minoristas municipales. • Proyectos de inversión y gestión dirigidos a la transformación estructural de los mercados de abastos en formatos comerciales gestionados por los propios comerciantes. • Gastos derivados de la contratación y mantenimiento de Gerentes de Centros Comerciales Abiertos que venga demandada por la puesta en marcha de un proyecto de dinamización comercial consistente en la transformación en Centro Comercial Abierto de un área o un eje comercial de actuación tradicional ubicado en un área urbana consolidada. 	
		3.2.1.4. Apoyo financiero a proyectos de creación y consolidación de asociaciones que promuevan la utilización de los Centros Comerciales Abiertos y sus áreas de influencia para mejorar el atractivo turístico de la ciudad con la comercialización de productos autóctonos.	
		3.2.1.5. Ayuda financiera a las iniciativas y proyectos de cooperación empresarial.	
		3.2.1.6. Apoyo financiero para la participación en fundaciones, consorcios e instituciones que actúen en pro del fomento empresarial o creación de organismos mixtos de gestión y promoción de los mercados de abastos y/o de los centros comerciales abiertos.	
		3.2.1.7. Concesión de premios a la excelencia asociativa.	
		3.2.2. Vigilancia de la competencia y coordinación entre las AA. PP. en la aplicación de la normativa pertinente.	3.2.2.1. Potenciación de la inspección comercial para la detección de prácticas incorrectas.
			3.2.2.2. Fomento de la confección de propuestas por parte de las AA. PP. tendentes a generar su coordinación en la aplicación de la normativa comercial.

PROGRAMA 4: CALIDAD Y COMERCIO RURAL		
DIAGNÓSTICO	OBJETIVO GENERAL	
Desconocimiento de las ventajas basadas en la calidad que incrementan la competitividad del comercio. Bajo dinamismo del comercio rural andaluz.	4. Implantar una cultura de calidad en el comercio. Dinamizar el comercio rural.	
OBJETIVO ESPECÍFICO	LÍNEAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS
4.1. Fomentar la implantación de una cultura de calidad en el comercio.	4.1.1. Realización de un diagnóstico del sector comercial andaluz en materia de calidad.	4.1.1.1. Realización de estudios sobre la calidad en el sector comercial andaluz.
	4.1.2. Eliminación de las barreras que obstaculizan la adopción de una cultura de calidad.	4.1.2.1. Campaña de sensibilización sobre las ventajas de adoptar una cultura de calidad y los beneficios de su implantación. 4.1.2.2. Apoyo a proyectos de información, difusión y sensibilización que versen sobre contenidos que contribuyan a la adopción de la norma de calidad UNE 175001-1, mediante la realización de jornadas, encuentros técnicos y publicaciones. 4.1.2.3. Apoyo financiero al desarrollo de acciones formativas en materia de calidad (procesos de mejora continua, obtención de cero defectos, búsqueda de la excelencia, entre otros). 4.1.2.4. Ayuda financiera al pequeño comercio para la elaboración del manual de calidad y para la adopción de los cambios necesarios para su certificación.
	4.1.3. Fomento del seguimiento continuo de las mejoras adoptadas en materia de calidad.	4.1.3.1. Apoyo financiero a la implantación de sistemas de mejora continua de la calidad.
4.2. Articular mecanismos que permitan dinamizar el comercio rural.	4.2.1 Impulso de la modernización del comercio rural.	4.2.1.1. Apoyo financiero al acondicionamiento y optimización de la imagen de los comercios rurales andaluces. 4.2.1.2. Apoyo financiero a la implantación de nuevas técnicas de venta por parte de los comercios rurales andaluces. 4.2.1.3. Apoyo financiero a la adopción de dinámicas multiservicios por parte de los comercios rurales andaluces. 4.2.1.4. Ayudas financieras para el desarrollo de actividades dirigidas a fomentar la calidad de las empresas comerciales en municipios de menos de 5.000 habitantes.
	4.2.2. Fomento de la diversificación de la oferta comercial de los núcleos rurales.	4.2.2.1. Apoyo financiero a la diversificación de la oferta comercial de los comercios rurales andaluces, fomentando la oferta de productos artesanales o autóctonos.

CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

DECRETO 222/2006, de 19 de diciembre, por el que se establecen ayudas sociales de carácter extraordinario, a favor de pensionistas por jubilación e invalidez, en sus modalidades no contributivas.

El artículo 13.22 del Estatuto de Autonomía para Andalucía atribuye a la Comunidad Autónoma competencia exclusiva en materia de asistencia y servicios sociales.

La Ley 2/1988, de 4 de abril, de Servicios Sociales de Andalucía, dispone en su artículo 14 que podrán establecerse prestaciones económicas, de carácter periódico y no periódico, a favor de aquellas personas que no puedan atender a sus necesidades básicas debido a la situación económica y social en que se hallan.

Por su parte, tanto la Ley 1/1999, de 31 de marzo, de Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía, como la Ley 6/1999, de 7 de julio, de Atención y Protección a las Personas Mayores, ambas en su artículo 40, se pronuncian en igual sentido, disponiendo que la Comunidad Autónoma de Andalucía puede establecer prestaciones económicas para las personas de estos colectivos que carezcan de los recursos necesarios para atender sus necesidades básicas, distintas y compatibles con las del Sistema de la Seguridad Social y con las que pueda otorgar la Administración del Estado.

En este sentido, el Gobierno de la Comunidad Autónoma considera que las personas beneficiarias de las pensiones no contributivas de la Seguridad Social se encuentran incursas en este supuesto, en consideración a la cuantía de la prestación que perciben y su bajo nivel de rentas, situación confirmada por el Plan Nacional del Reino de España para la Inclusión Social, que considera a la población beneficiaria de estas pensiones no contributivas un colectivo en riesgo de exclusión,

debiéndose promover el establecimiento de mecanismos que ayuden a eliminar las causas que motivan este riesgo.

Por ello, y desde el ámbito propio de competencias que la Comunidad Autónoma tiene atribuido en materia de asistencia y servicios sociales, se considera necesario el establecimiento de una ayuda social de carácter extraordinario para quienes perciben en Andalucía pensiones de jubilación e invalidez, en sus modalidades no contributivas.

En su virtud, de conformidad con lo previsto en el artículo 27.20 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, a propuesta de la Consejera para la Igualdad y Bienestar Social y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión del día 19 de diciembre de 2006

D I S P O N G O

Artículo 1. Objeto.

El presente Decreto tiene por objeto el establecimiento de ayudas sociales extraordinarias a favor de las personas beneficiarias de pensiones de jubilación e invalidez en sus modalidades no contributivas.

Artículo 2. Carácter.

Estas ayudas sociales, personales e intransferibles, tienen carácter extraordinario, sin que se consoliden para el futuro.

Artículo 3. Cuantía y pago.

La cuantía individual de estas ayudas se fija en 89,95 euros, que se abonará mediante un pago único.

Artículo 4. Financiación.

Las obligaciones que se reconozcan como consecuencia de lo dispuesto en el presente Decreto se financiarán con cargo a los créditos existentes en la aplicación 484.01 del Servicio 01 de la Sección Presupuestaria 34.00 «Pensiones Asistenciales».