



ESTRATEGIA DEL COMERCIO MINORISTA Y RURAL DE CASTILLA Y LEÓN

LA CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y EMPLEO DE LA JUNTA PRESENTA UN PLAN PARA MEJORAR,
PROTEGER Y FOMENTAR EL TEJIDO COMERCIAL DE LA COMUNIDAD EN UN PLAZO DE TRES AÑOS

La Junta lanza su apuesta para revitalizar la actividad comercial

EL ADELANTADO

La consejera de Industria, Comercio y Empleo de Castilla y León, Leticia García, anunció durante su comparecencia ante las Cortes, el lanzamiento de la Estrategia de Comercio Minorista y Rural. En su intervención, explicó de manera detallada el contenido de su programa de acción, subrayando la relevancia de la iniciativa para dinamizar y adaptar el comercio regional a los cambios en el sector y a las nuevas tendencias y hábitos de consumo. García destacó que esta estrategia incluye la aprobación de un nuevo marco regulatorio que será clave para ajustar la normativa vigente a las realidades actuales del comercio, así como para hacer frente a los desafíos derivados de la digitalización y los cambios en las preferencias de los consumidores.

En relación con las actuaciones previstas, la consejera mencionó que las medidas se estructuran en torno a seis líneas principales de trabajo. En primer lugar, se implementará la protección del comercio minorista, un sector que enfrenta una competencia creciente tanto de grandes superficies como del comercio en línea. En segundo lugar, se pondrá en marcha un plan para fomentar la formación y la cultura comercial entre los profesionales del sector, con el objetivo de proporcionarles las herramientas necesarias para adaptarse a las nuevas dinámicas comerciales. La tercera línea de trabajo incluye un firme apoyo a la modernización, digitalización e innovación del comercio, áreas que son cruciales para asegurar la competitividad de los negocios, en especial los más pequeños y tradicionales, frente a los gigantes del comercio electrónico.

La cuarta línea de acción se centrará en estimular la demanda en el comercio de proximidad, una medida que tiene como objetivo fortalecer el tejido comercial de los barrios y zonas rurales, y fomentar el consumo local. En quinto lugar, se buscará impulsar el emprendimiento dentro del sector, facilitando la creación de nuevos negocios a través de incentivos, formación especializada y apoyo financiero, para revitalizar el sector comercial, especialmente en las áreas menos desarrolladas o más afectadas por la despoblación. Finalmente, como sexto eje, se pondrá en marcha un plan específico de apoyo al comercio rural, una iniciativa clave para garantizar que los pequeños comercios en las áreas más despobladas puedan sobrevivir y seguir ofreciendo servicios a sus comunidades.

REACTIVACIÓN DEL CONSUMO

De forma complementaria a estas líneas estratégicas, la Consejería de Industria, Comercio y Empleo seguirá desarrollando políticas para revitalizar la actividad comercial, destinando ayudas principalmente a la adaptación del sector a los procesos de digitalización y la modernización de las instalaciones comerciales. Estas ayudas no solo



La consejera de industria, Comercio y Empleo, Leticia García, preside la reunión del Consejo Castellano y Leonés de Comercio.

JCYL

buscarán impulsar la digitalización, sino también facilitar la reactivación del consumo, un aspecto fundamental en un contexto económico en el que los hábitos de compra han cambiado drásticamente. Asimismo, se desarrollarán campañas de promoción y sensibilización para apoyar al comercio local y mejorar la competitividad del sector en su conjunto, fomentando una mayor implicación de los consumidores en las actividades comerciales de sus propias comunidades.

En lo que respecta a la ordenación y regulación del sector, García adelantó que se está tramitando la modificación del decreto que desarrolla parcialmente la Ley de Comercio de Castilla y León.

Este cambio tiene como objetivo actualizar el marco regulatorio para incluir y dar cabida a las nuevas realidades del sector comercial. Entre los principales cambios que se introducirán en esta normativa, se encuentra la creación de nuevas categorías de establecimientos comerciales que tendrán un régimen especial de horarios, con el fin de ajus-

tarse a las demandas de los consumidores y a las necesidades operativas de los comercios. También se abordará la regulación más precisa de nuevas actividades y fórmulas de comercialización, como las ventas 'outlet', las ventas de productos de segunda mano y otros modelos comerciales emergentes, que han ganado popularidad en los últimos años.

SALUD LABORAL

Por otro lado, durante su intervención, Leticia García también subrayó el compromiso de la Junta de Castilla y León con el fortalecimiento de las políticas de prevención de riesgos laborales. La consejera destacó que se implementarán medidas de sensibilización y control que pon-

drán especial énfasis en aquellos aspectos relacionados con la salud laboral y la igualdad en el entorno de trabajo. La seguridad en el trabajo y la promoción de la igualdad de oportunidades son áreas clave para garantizar condiciones laborales justas y seguras, que beneficien tanto a trabajadores como a empleadores.

García destacó que todas las medidas serán objeto de negociación, consenso y coordinación en el seno del Diálogo Social, una herramienta que seguirá siendo fundamental para garantizar una interlocución fluida con los agentes económicos y sociales más representativos. En este sentido, subrayó que el Diálogo Social "continuará siendo el máximo órgano de interlocución", ya que permite un trabajo conjunto entre la Junta, los sindicatos y los empresarios, lo cual es esencial para el desarrollo de políticas económicas y sociales efectivas. Además, la consejera insistió en que este foro es una herramienta útil para la acción política y para mantener la paz social, contribuyendo de manera significativa a la mejora del diseño y ejecución de las políticas públicas en la comunidad.

El Diálogo Social ha sido una pieza clave en la gestión de las relaciones laborales en la región, y la consejera subrayó la necesidad de seguir fortaleciendo esta vía de comunicación y concertación entre las diferentes partes implicadas. El trabajo coordinado entre los agentes económicos y sociales permitirá que las políticas que se implementen sean más eficaces y respondan de manera adecuada a las necesidades reales de los trabajadores y empleadores de Castilla y León.

La Estrategia de Comercio Minorista y Rural y el nuevo marco regulatorio que se aprobará, junto con las medidas para mejorar la salud laboral y fortalecer la prevención de riesgos laborales, reflejan un enfoque integral y coordinado para enfrentar los retos actuales del comercio y del empleo en la región. ■

*La Consejería de
Industria pondrá
en marcha la
Estrategia de
Comercio
Minorista y Rural
adaptada a la
realidad del sector*

Análisis del comercio minorista en Castilla y León

ADEMÁS DE SUS PROBLEMAS ESTRUCTURALES, EL SECTOR HA SUFRIDO EL IMPACTO DE SITUACIONES EXTRAORDINARIAS COMO LA PANDEMIA, LO QUE HA REDUCIDO SU ACTIVIDAD

ELADELANTADO

El comercio minorista en Castilla y León presenta varios problemas estructurales que han estado latentes desde hace años, pero que se han agudizado por factores coyunturales recientes como la pandemia. Entre estos problemas destacan la atomización del sector, una baja cultura empresarial, la resistencia al cambio, una capacidad financiera reducida, la falta de relevo generacional y modelos de negocio que no han sido capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y sociales.

Estos problemas, sumados a la reducción de la actividad económica, cambios en los hábitos de consumo y la disminución de la capacidad de gasto, han planteado un horizonte incierto para el comercio de proximidad a corto y medio plazo.

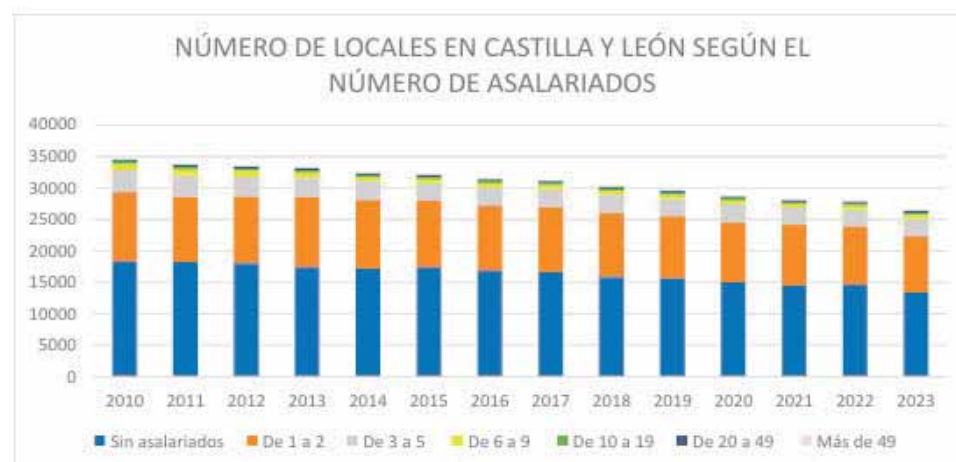
A nivel nacional, el comercio representa el 12,6% del PIB, mientras que el comercio minorista contribuye con un 5%. En términos de empleo, el comercio genera alrededor del 10% del total nacional, con Castilla y León registrando cifras similares. Además, el comercio tiene un 'efecto arrastre' sobre otros sectores económicos, lo que significa que su buen funcionamiento beneficia a otras actividades, como la logística y el transporte, subrayando la importancia de mantener un comercio minorista fuerte y dinámico.

En cuanto a la evolución de las empresas en Castilla y León, el sector ha experimentado una importante disminución en el número de establecimientos desde el año 2010. En el período comprendido entre 2010 y 2022, el número de empresas minoristas en Castilla y León ha disminuido en un 22,25%, frente a una reducción del 15,23% a nivel nacional. La rama de actividad que ha experimentado una mayor caída ha sido el 'comercio al por menor en establecimientos no especializados', con una disminución del 54,28% en la región. En contraste, el comercio por internet ha sido el único sector que ha crecido, con un aumento del 39,97% en Castilla y León, lo que refleja el crecimiento imparable del comercio electrónico.

DIMENSIÓN Y LOCALIZACIÓN

En cuanto a la dimensión de las empresas, el comercio en Castilla y León está dominado por establecimientos pequeños. Según los datos de 2023, el 50,62% de los locales comerciales de la región no tiene empleados, lo que es superior a la media nacional del 47,66%. Los locales con uno o dos empleados representan el 34% en la Comunidad, frente al 32,38% en el resto de España. Esto demuestra que la mayoría de los comercios en la región son microempresas o negocios familiares que operan en un entorno altamente competitivo.

Si se analiza la evolución del número de



locales, también se observa una tendencia decreciente. Entre 2010 y 2022, el número de locales comerciales se redujo en un 19,20% en Castilla y León, una caída mayor que la registrada a nivel nacional (11,97%). Esta disminución ha sido más acusada en los estratos de locales con mayor número de asalariados. Por ejemplo, los establecimientos con más de 49 empleados han disminuido en un 41,67% en la región, lo que refleja un proceso de concentración en los grandes comercios y la creciente dificultad de las pequeñas y medianas empresas para competir en el mercado.

Por ramas de actividad, la mayor disminución de locales en Castilla y León se produjo en el subsector del "comercio al por menor en establecimientos no especializados", con una caída del 42,71%, seguido del "comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones", que se redujo en un 27,31%. En contraste, el comercio al por menor no realizado en establecimientos físicos (por internet o venta directa) experimentó un crecimiento del 23,26%, lo que confirma el avance del comercio digital en la región.

En cuanto a la distribución geográfica de los establecimientos, como era de esperar, los núcleos urbanos más grandes concentran la mayor parte del comercio. Las provincias con mayor número de establecimientos comerciales son Valladolid y León, seguidas de Burgos y Salamanca. En las

áreas rurales, la falta de infraestructuras y la dispersión de la población han dificultado la supervivencia de los pequeños comercios, lo que ha generado una importante brecha entre el comercio urbano y el rural.

CIFRA DE NEGOCIOS

La cifra de negocios del comercio minorista en Castilla y León ha mostrado una evolución desigual en los últimos años. Según los datos de la Encuesta Anual del Comercio de 2022, la cifra de negocios del comercio al por menor en la región alcanzó los 13,1 millones de euros, lo que representa el 4,60% del total nacional. Este porcentaje coloca a Castilla y León en la séptima posición entre las comunidades autónomas en cuanto a aportación a la cifra de negocios del comercio en España.

El sector del 'comercio al por menor en establecimientos no especializados', que incluye grandes superficies y supermercados, fue el que mayor contribución tuvo a la cifra de negocios del comercio en la región, con un 35,98% del total. Le siguieron el 'comercio al por menor de combustible para la automoción', con un 20,33%, y el 'comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados', que representó el 18,89% del total de la cifra de negocios.

A nivel nacional, la cifra de negocios del comercio minorista alcanzó los 288,5 millones de euros en 2022, lo que supuso un aumento del 13,2% respecto al año anterior.

Este incremento fue impulsado principalmente por la recuperación de la demanda tras la pandemia y por el aumento del comercio electrónico, que ha sido uno de los principales motores del crecimiento en los últimos años.

Sin embargo, la cifra de negocios en Castilla y León ha enfrentado varios desafíos, especialmente debido al declive en el número de comercios y al impacto de la inflación, que ha reducido el poder adquisitivo de los consumidores. A pesar de ello, el sector ha mostrado una cierta resiliencia, con algunos subsectores como el comercio de combustible y el comercio de productos culturales mostrando una mayor capacidad para adaptarse a los cambios en la demanda.

OCUPACIÓN

El empleo en el sector comercial es un factor clave para la economía de Castilla y León. En 2022, el número total de empleados en el comercio al por menor fue de 78.572 personas, lo que representó un 4,64% del total nacional. A pesar de la importancia del sector en términos de empleo, el número de trabajadores en el comercio ha disminuido en los últimos años debido a la reducción del número de comercios y al cierre de locales, especialmente en las zonas rurales.

Por ramas de actividad, el 'comercio al por menor en establecimientos no especializados' y el 'comercio de otros artículos en establecimientos especializados' concentraron la mayor parte del empleo, con un 33,68% y un 24,31% del total, respectivamente. Otros subsectores, como el comercio de productos alimenticios y el comercio de artículos culturales, también tuvieron un peso significativo en la ocupación.

La evolución del empleo en el sector ha sido negativa en los últimos años, con una reducción del número de trabajadores en la mayoría de los subsectores. Esto se debe en gran medida a los problemas estructurales mencionados anteriormente, como la falta de relevo generacional y la escasa capacidad financiera de muchas empresas para contratar personal. En contraste, el comercio electrónico ha generado un pequeño aumento en el empleo, especialmente en áreas relacionadas con la logística y la distribución, pero este crecimiento no ha sido suficiente para compensar las pérdidas en el comercio físico.

Uno de los problemas más graves que enfrenta el sector es la falta de relevo generacional. Muchas empresas familiares, especialmente en las zonas rurales, no encuentran sucesores que deseen continuar con el negocio. Esto ha llevado al cierre de numerosos establecimientos, lo que a su vez ha contribuido a la despoblación y el deterioro de las economías locales. La modernización del sector y el apoyo a los emprendedores jóvenes son, por lo tanto, áreas críticas para garantizar la sostenibilidad del comercio en la región.

El autoempleo ha sido una de las pocas formas de empleo que se ha mantenido estable en el sector. Muchos pequeños comerciantes han optado por operar sus negocios de manera individual, sin empleados, para reducir los costos laborales. Sin embargo, esta tendencia también refleja la precariedad del sector, donde muchos comerciantes apenas logran cubrir sus gastos y mantener sus negocios a flote. ■

Seis ejes estratégicos para transformar el comercio en Castilla y León

LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN ESTABLECE ACTUACIONES ESPECÍFICAS PARA CADA UNO DE LOS EJES SOBRE LOS QUE BASA SU ESTRATEGIA PARA MODERNIZAR Y PROTEGER AL COMERCIO

EL ADELANTADO

La nueva Estrategia de Comercio Minorista y Rural de Castilla y León 2024-2027 ha sido diseñada para abordar los desafíos actuales y futuros que enfrenta el sector minorista, especialmente en las áreas rurales de la comunidad. Se estructura en seis ejes fundamentales, los cuales se desarrollan a lo largo de una serie de actuaciones específicas destinadas a modernizar, proteger y fomentar el comercio en las zonas urbanas y rurales. Estos ejes son interdependientes y se influyen mutuamente, lo que refuerza el carácter integral de la estrategia.

EJE 1

PROTECCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA

Este eje tiene como objetivo central la protección del comercio minorista mediante un marco jurídico e institucional robusto. En él se incluyen medidas que abordan la revisión y actualización de la normativa comercial existente, adaptándola a las necesidades actuales y futuras del sector. Entre las medidas destacadas está la modernización del Decreto 82/2006, que regula el comercio en Castilla y León, y la planificación de inspecciones comerciales que aseguren el cumplimiento de la normativa por parte de todos los formatos comerciales, garantizando condiciones equitativas para todos.

El eje también enfatiza la necesidad de una colaboración institucional entre distintos actores, incluyendo cámaras de comercio, asociaciones empresariales y la Administración regional. Esta colaboración busca fortalecer las capacidades del pequeño comercio y protegerlo de la competencia desleal de grandes superficies.

Actuaciones

1. *Modernización del Decreto 82/2006:* Se actualizará la normativa que regula el comercio en Castilla y León para adaptarla a las nuevas realidades del sector. Esto incluirá la flexibilización de las normativas para pequeños comercios en zonas rurales.

2. *Planificación de la inspección comercial:* Se reforzarán los mecanismos de control para asegurar el cumplimiento de la

normativa en todos los formatos comerciales, asegurando que grandes y pequeños comercios cumplan con los mismos requisitos.

3. *Reconocimiento de los servicios de proximidad:* Se incluirán en las políticas de comercio los servicios esenciales que ofrecen los pequeños comercios en áreas rurales, subrayando su papel como un motor clave para la cohesión social y económica.

4. *Impulso del Portal del Comerciante:* Esta herramienta digital se ampliará y actualizará para incluir más recursos y asistencia en línea para comerciantes, desde asesoría legal hasta formación en nuevas tecnologías.

Es necesaria la colaboración entre cámaras de comercio, asociaciones empresariales y Administración regional

5. *Apoyo a la Red Cameral:* Se incrementará la colaboración con las Cámaras de Comercio, Industria y Servicios para fortalecer su papel en la protección y promoción del comercio local.

6. *Red de Agentes de Comercio Interior:* Se promoverá la creación de una red de agentes que colaboren en la supervisión y apoyo al comercio, especialmente en áreas rurales, integrando a los ayuntamientos y las diputaciones provinciales.

Este eje se complementa con acciones específicas de apoyo al pequeño comercio, cuyo objetivo principal es ofrecer un marco de protección frente a las grandes superfi-



Calle comercial José Zorrilla en Segovia.

cies y el comercio electrónico, asegurando su supervivencia y prosperidad en un entorno cada vez más competitivo.

EJE 2

FORMACIÓN Y CULTURAL COMERCIAL

El segundo eje se centra en la formación y la cultura comercial, con el objetivo de mejorar el conocimiento del sector y fomentar una cultura de comercio de proximidad. Entre las acciones previstas, se incluye la consolidación de una base de datos de establecimientos comerciales de Castilla y León, la creación de un Observatorio de Comercio que evaluará de forma continua las dinámicas del sector, y la promoción de campañas educativas dirigidas a jóvenes, con el fin de fomentar el consumo en el comercio local.

Un aspecto crucial de este eje es la importancia que se otorga a la formación de los comerciantes en nuevas tecnologías y tendencias de consumo, preparándolos para enfrentar los retos de la digitalización. Este esfuerzo busca no solo mejorar la competitividad, sino también atraer a las nuevas generaciones al comercio de proximidad.

Actuaciones

1. *Consolidación de la base de datos de establecimientos comerciales:* Se implementará un sistema actualizado y accesible que permita un seguimiento detallado de los comercios en la región, proporcionando datos clave para la toma de decisiones.

2. *Impulso del Observatorio de Comercio de Castilla y León:* Este organismo analizará y proporcionará datos actualizados sobre las dinámicas del sector comercial, facili-

tando la identificación de áreas de mejora y el diseño de políticas públicas más eficaces.

3. *Campañas divulgativas dirigidas a jóvenes:* Se organizarán campañas en centros educativos para promover la compra en comercios locales, educando a las nuevas generaciones sobre los beneficios del comercio de proximidad.

4. *Formación para la transformación digital:* Se pondrán en marcha programas de formación para que los comerciantes puedan adaptarse al entorno digital, promoviendo el uso de herramientas tecnológicas en la gestión y comercialización de sus productos.

5. *Creación de una Mesa Permanente de Encuentro con el Sector Comercial:* Un foro donde los actores del sector podrán dialogar, compartir buenas prácticas y proponer mejoras en las políticas comerciales.

Este eje pone de relieve la necesidad de un sector comercial preparado, no solo desde el punto de vista tecnológico, sino también en términos de gestión y estrategia comercial, promoviendo un cambio generacional dentro del comercio local.

EJE 3

MODERNIZACIÓN, DIGITALIZACIÓN E INNOVACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA

En este eje se desarrollan las medidas para la modernización y digitalización del comercio minorista, lo que incluye la implementación de nuevas tecnologías en los procesos comerciales y de gestión. La estrategia reconoce el impacto positivo que tuvo la digitalización durante la pandemia y plantea extender este proceso a todo el sector minorista de proximidad, especialmente en



JCYL

los negocios de pequeña superficie.

Actuaciones

1. *Ayudas para la modernización y mejora de la gestión:* Se ofrecerán incentivos económicos a los comercios que quieran modernizarse, ya sea a través de la digitalización de sus procesos o la mejora de su infraestructura física.

2. *Fomento de la digitalización de procesos comerciales:* Se impulsarán programas de apoyo para que los pequeños comercios puedan implementar soluciones tecnológicas, como plataformas de venta en línea o herramientas de gestión digital.

3. *Apoyo a proyectos de I+D+I en el ámbito comercial:* Se incentivará la creación de proyectos de innovación y tecnología que mejoren la competitividad del sector.

4. *Fomento del comercio sostenible:* Se implementarán medidas para reducir el desperdicio alimentario y promover el uso de envases reutilizables, apoyando la venta de productos a granel en los comercios locales.

Este eje busca crear un comercio más eficiente, sostenible y alineado con las demandas del consumidor actual, donde la innovación y la digitalización son herramientas clave para asegurar la continuidad y el crecimiento del sector.

EJE 4

FOMENTO DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD

El comercio de proximidad es uno de los pilares fundamentales del desarrollo económico local en Castilla y León. Este eje se centra en revitalizar los entornos comerciales y atraer a los consumidores hacia los comercios locales, destacando su importancia social y económica.

Actuaciones

1. *Bonos de consumo:* Se fomentarán iniciativas de bonos al consumo que incentiven a los ciudadanos a comprar en sus comercios locales, una medida que ha demostrado ser muy efectiva en épocas de crisis.

2. *Congreso de Comercio Minorista:* Se organizará un congreso anual que reunirá a comerciantes, expertos y representantes del sector para debatir sobre las oportunidades y desafíos del comercio de proximidad.

3. *Plan de Excelencia de los Mercados de Castilla y León:* Este programa se centrará en la rehabilitación de mercados tradicionales, reforzando su papel como centros neurálgicos del comercio en las ciudades.

4. *Celebración del Día Regional del Comercio:* Un evento anual que pondrá en valor el papel del comercio local y servirá como plataforma para reconocer las buenas prácticas en el sector.

Este eje se centra en fortalecer el vínculo entre el consumidor y el comercio local, creando una identidad comercial más robusta y competitiva, que destaque por su cercanía y capacidad de adaptación a las necesidades de la comunidad.

EJE 5

IMPULSO DEL EMPRENDIMIENTO COMERCIAL

El emprendimiento es clave para la renovación del tejido comercial, especialmente en las zonas rurales. Este eje busca facilitar la creación de nuevas empresas comerciales, promoviendo el relevo generacional y generando empleo. El emprendimiento en el comercio local no solo es visto como una oportunidad para la generación de empleo, sino también como una forma de revitalizar el tejido comercial existente, asegurando su continuidad y la adaptación a las nuevas demandas del mercado.

Actuaciones

1. *Plataforma para la oferta de establecimientos en traspaso:* El plan pasa por la creación de una plataforma en línea donde los emprendedores podrán encontrar oportunidades de negocio en traspaso, facilitando la continuidad del comercio en áreas donde hay una alta demanda.

2. *Promoción del autoempleo y creación de empleo estable:* Se pondrán en marcha incentivos fiscales y ayudas directas para fomentar el emprendimiento en el sector

comercial, con un enfoque especial en el empleo juvenil.

3. *Sinergias con otros sectores:* Se promoverán colaboraciones entre el comercio y otros sectores, como el turismo y la gastronomía, para diversificar la oferta comercial y aumentar su atractivo.

4. *Reconocimiento de los Comercios de Interés Turístico:* El trabajo consistirá en potenciar los comercios ubicados en áreas turísticas para que formen parte de la oferta cultural y patrimonial de la región, integrando el comercio con las rutas turísticas.

Este eje refuerza la idea de que el comercio es una actividad económica esencial que debe renovarse y adaptarse, pero también integrarse con otros sectores productivos para generar un tejido económico más robusto.

EJE 6

PLAN ESPECÍFICO DE APOYO AL COMERCIO RURAL

El comercio rural se enfrenta a grandes retos, en gran parte vinculados a la despoblación de las zonas rurales de Castilla y León. Este eje propone medidas específicas para apoyar a los comercios en áreas rurales, reconociendo su papel como un servicio esencial que ayuda a contener la pérdida de población y a dinamizar las economías locales.

Actuaciones

1. *Promoción de proyectos comerciales en áreas rurales:* Se incentivará la creación de nuevos comercios en áreas con déficit de servicios comerciales, apoyando especialmente a los emprendedores locales.

2. *Mejora del estudio sobre comercio rural:* Se actualizará el estudio sobre la situación del comercio rural, utilizando los datos más recientes para planificar mejor las actuaciones en estas áreas.

3. *Apoyo a la entrega a domicilio en zonas rurales:* Se incentivarán los servicios de entrega a domicilio en áreas con baja densidad de población, facilitando el acceso a productos básicos a la población más dispersa.

4. *Colaboración con el sector turístico:* Se buscará integrar el comercio rural con la oferta turística, aprovechando la presencia de visitantes para dinamizar la economía local.

Este eje reconoce la importancia del comercio como un servicio esencial en las áreas rurales y como un medio para fijar población y mantener la vitalidad económica en las zonas más despobladas.

La Estrategia de Comercio Minorista y Rural de Castilla y León 2024-2027 propone un marco integral de actuaciones para transformar el sector comercial en la región. Con un enfoque en la protección, modernización y promoción del comercio local, busca adaptar el sector a los desafíos del siglo XXI, sin perder de vista la importancia del comercio como motor económico y social, especialmente en las áreas rurales. La colaboración entre instituciones, la formación continua y el fomento del emprendimiento son piezas clave de una estrategia que apuesta por un comercio competitivo, moderno y sostenible, alineado con las necesidades de sus ciudadanos y con la realidad del mercado global.

*La figura del
emprendedor está
especialmente
protegida porque
es imprescindible
para revitalizar
el tejido comercial
existente*

La digitalización como paso imprescindible para mejorar el sector

LA CONSEJERÍA DE INDUSTRIA QUIERE ACABAR CON LA BRECHA DIGITAL QUE AFECTA A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

EL ADELANTADO

La Estrategia de Comercio Minorista y Rural de Castilla y León 2024-2027 incluye un análisis detallado sobre la digitalización en el sector comercial en Castilla y León, sin duda un aspecto clave para la modernización del comercio minorista en la Comunidad, ya que puede mejorar la competitividad del sector. Sin embargo, la implementación de tecnologías digitales en el ámbito comercial enfrenta desafíos importantes.

Uno de los principales problemas detectados es la brecha digital, que afecta especialmente a las pequeñas y medianas empresas. Aunque la digitalización presenta oportunidades, muchas pymes tienen dificultades para adoptarla debido a diversas barreras. Estas incluyen la falta de habilidades digitales, la resistencia al cambio, el desconocimiento sobre las herramientas tecnológicas disponibles y las limitaciones financieras. En Castilla y León, muchas de las empresas comerciales son de pequeño tamaño y carecen de los recursos necesarios para realizar las inversiones requeridas en tecnología y formación digital.

Además, existe una notable diferencia entre el nivel de digitalización de las empresas ubicadas en zonas rurales y urbanas. Mientras que las áreas urbanas suelen contar con mayor infraestructura tecnológica y acceso a internet de alta velocidad, las zonas rurales a menudo presentan dificultades debido a la limitada conectividad y a la menor oferta de servicios especializados en tecnologías de la información.

OPORTUNIDADES Y BENEFICIOS

La digitalización del sector comercial puede ofrecer múltiples beneficios, como la optimización de procesos internos, la mejora en la gestión de inventarios y ventas, y una mejor experiencia para los clientes a través del comercio electrónico. Estas herramientas permiten a las empresas comerciales adaptarse a

los nuevos hábitos de consumo, donde cada vez más usuarios realizan compras en línea y utilizan medios digitales para obtener información sobre productos y servicios.

Entre los principales objetivos de la digitalización en el comercio de Castilla y León se encuentran:

La digitalización optimiza los procesos internos, mejora la gestión de inventarios y ofrece la opción de vender a través del comercio electrónico

Usuarios TIC por sexo y grupos de edad. Año 2023
Porcentaje de población de 16 a 74 años

	Personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses	Usuarios diarios de Internet (al menos 5 días a la semana)	Personas que han comprado por Internet en los tres últimos meses
TOTAL	95,4	90,0	55,9
Por sexo			
Hombres	95,3	89,9	55,4
Mujeres	95,6	90,1	56,3
Por edad			
De 16 a 24 años	99,8	99,8	63,4
De 25 a 34 años	99,6	98,9	72,8
De 35 a 44 años	99,0	97,0	69,0
De 45 a 54 años	97,7	93,7	59,8
De 55 a 64 años	94,3	83,2	42,6
De 65 a 74 años	80,1	65,1	24,8

Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares en el año 2023.

JCYL

1. Incremento de la competitividad: La digitalización permite a las pymes mejorar su eficiencia operativa y acceder a nuevos mercados, tanto a nivel local como global. Las empresas que adopten soluciones digitales pueden ofrecer una experiencia de compra más ágil, personalizada y accesible, lo que les otorga una ventaja competitiva en el mercado.

2. Facilidad para realizar la gestión empresarial: Herramientas como los sistemas de gestión empresarial (ERP) o los sistemas de punto de venta (POS) pueden ayudar a las empresas a organizar sus procesos internos de manera más eficiente, reduciendo errores y tiempos de respuesta.

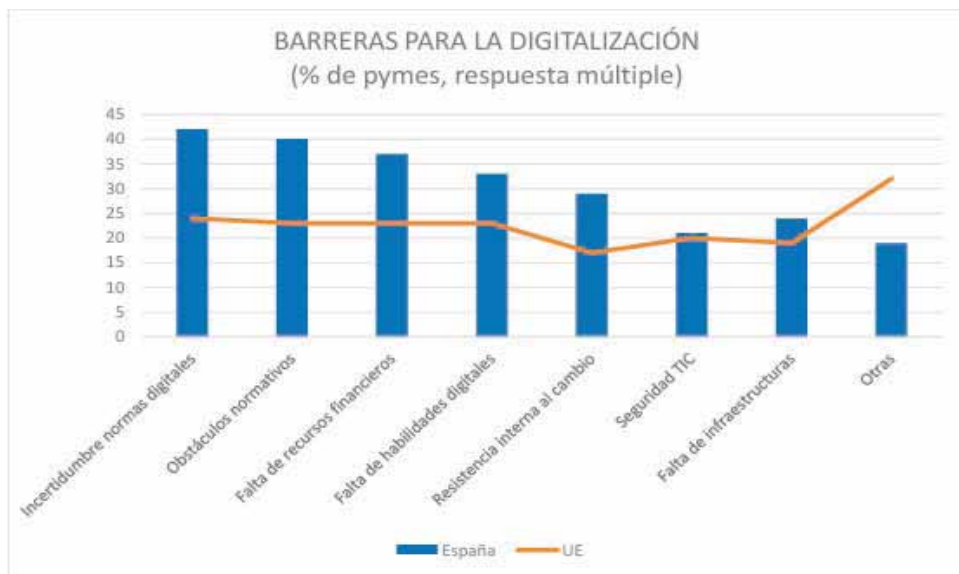
3. Aumento de la visibilidad: Las plataformas digitales permiten a las empresas llegar a un mayor número de clientes potenciales, lo que es especialmente relevante para las pequeñas empresas que desean ampliar su alcance fuera de su localidad.

4. Fomento de la sostenibilidad: La digitalización también puede

contribuir a la sostenibilidad del sector al facilitar la implementación de prácticas más ecológicas, como la reducción del uso de papel o la optimización de los sistemas logísticos.

PROGRAMAS DE APOYO

Para superar las barreras mencionadas



y fomentar la transformación digital, la Estrategia de Comercio Minorista y Rural de Castilla y León plantea varias iniciativas de apoyo. Estas incluyen subvenciones y ayudas destinadas a la adopción de tecnologías digitales por parte de las empresas comerciales, con un enfoque especial en las pymes.

El gobierno regional se ha propuesto ofrecer formación en competencias digitales, con el objetivo de mejorar las habilidades de los trabajadores del sector y preparar a los comerciantes para enfrentar los desafíos de la transformación tecnológica. También se prevé la creación de programas de sensibilización y asesoramiento para que las empresas comprendan mejor los beneficios y oportunidades que la digitalización puede brindarles.

Además, se mencionan medidas específicas para promover el comercio electrónico, facilitando el acceso a plataformas digitales de venta y fomentando el uso de redes sociales y otras herramientas digitales para la promoción de productos y servicios.

La digitalización del sector comercial en Castilla y León es una prioridad estratégica que, de implementarse adecuadamente, puede mejorar la competitividad de las pymes, optimizar los procesos empresariales y ofrecer nuevas oportunidades de negocio. Sin embargo, para que la digitalización sea efectiva, es necesario superar las barreras que actualmente frenan su adopción, especialmente en las zonas rurales.

El apoyo institucional será clave para que el sector comercial pueda afrontar el reto digital con éxito. Las medidas de formación, asesoramiento y financiación serán fundamentales para que las empresas puedan adaptarse a los nuevos tiempos y aprovechar las oportunidades que ofrece la transformación digital. La modernización del comercio minorista en Castilla y León pasa, en gran medida, por la incorporación de herramientas digitales que permitan al sector evolucionar y mantenerse competitivo en un mercado cada vez más globalizado y tecnológicamente avanzado.

Segovia tiene 74 municipios sin un solo comercio

EL ADELANTADO

Segovia es una provincia con una significativa dispersión de la población, lo que influye directamente en la estructura y distribución del comercio en el territorio. Según el análisis del Directorio de Establecimientos Comerciales de Castilla y León, la provincia cuenta con 209 municipios que dan cabida a 153.803 personas. Los municipios más pequeños cuentan con una limitada presencia comercial, mientras que las localidades más grandes, como la capital, concentran una mayor parte de los establecimientos. Esta distribución desigual afecta la capacidad de los comercios rurales para competir con las áreas urbanas más desarrolladas, generando una dependencia de la población hacia estos centros más grandes para acceder a productos y servicios básicos.

El documento 'Estrategia de Comercio Minorista y Rural de Castilla y León 2024-2027' elaborado por la Junta presenta un análisis detallado sobre la distribución de los establecimientos comerciales en las distintas provincias, incluidas las tablas que ofrecen un desglose numérico en función del número de comercios en cada área. Centrando el interés en Segovia, los datos son los siguientes:

MUNICIPIOS SIN ESTABLECIMIENTOS

Segovia cuenta con 74 municipios que no tienen ningún establecimiento comercial, lo que afecta a una población total de 5.266 personas. Esto representa una parte considerable de los municipios rurales, que sufren las consecuencias de la despoblación y la falta de infraestructuras comerciales básicas, obligando a los habitantes a desplazarse a otras localidades para acceder a productos y servicios esenciales.

MUNICIPIOS CON 1 O 2 ESTABLECIMIENTOS

En la provincia, un total de 52 municipios cuentan con apenas 1 o 2 establecimientos

comerciales. Estos municipios agrupan a una población total de 8.475 personas. Esta categoría refleja la situación de pequeñas localidades rurales donde el comercio es limitado y no hay una diversificación significativa de la oferta comercial. La presencia de estos pocos comercios suele estar ligada a sectores básicos como la alimentación y la salud.

MUNICIPIOS CON 3 A 5 ESTABLECIMIENTOS

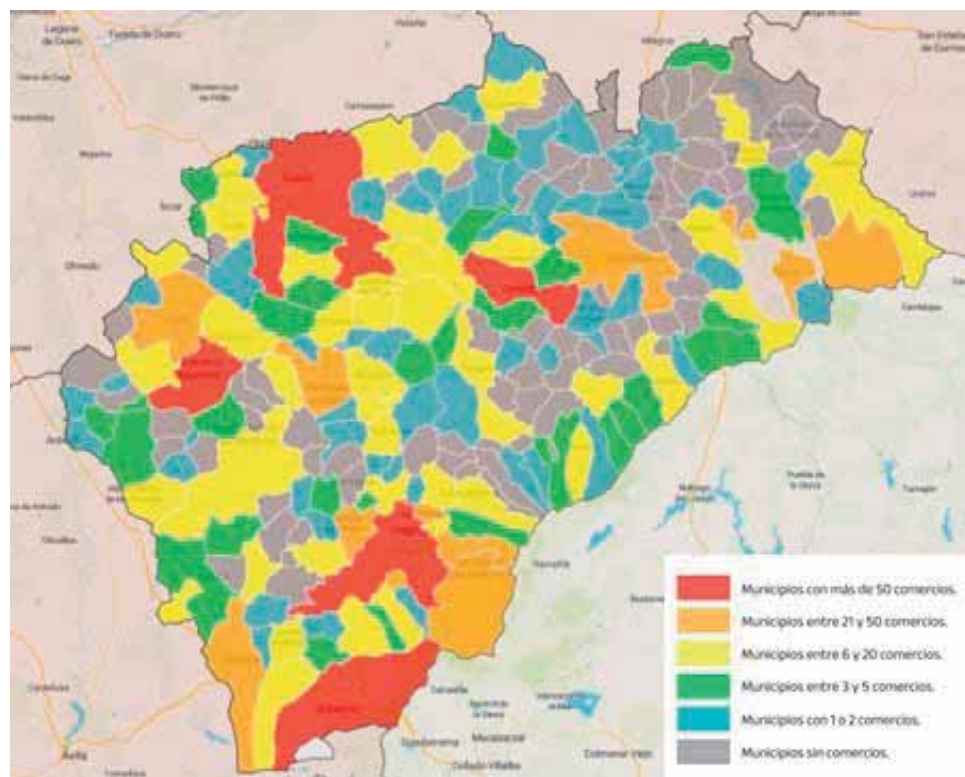
En esta categoría se integran 28 municipios de Segovia, dando servicio a una población de 10.567 personas. Estos municipios comienzan a mostrar una mayor variedad de comercios, aunque la oferta sigue siendo limitada en comparación con las áreas urbanas. Este grupo de municipios suele ofrecer servicios básicos y cubrir las necesidades más esenciales de sus residentes.

MUNICIPIOS CON 6 A 20 ESTABLECIMIENTOS

En la categoría de municipios con entre 6 y 20 establecimientos comerciales, Segovia cuenta con 41 municipios, que en conjunto abarcan a 28.000 personas. Estos municipios tienen una infraestructura comercial más desarrollada, proporcionando una oferta más diversificada que incluye tiendas de alimentación, farmacias, bazares y establecimientos de combustibles, entre otros. Sin embargo, estos comercios siguen estando limitados en términos de especialización y variedad.

MUNICIPIOS CON 21 A 50 ESTABLECIMIENTOS

En la siguiente categoría, Segovia cuenta con 9 municipios que disponen de entre 21 y 50 establecimientos comerciales, atendiendo a una población de 25.231 personas. Estos municipios, aunque aún rurales, ya presentan una mayor variedad y complejidad en su oferta comercial, lo que les permite cubrir una gama más amplia de necesidades para sus residentes y comunidades cercanas.



Distribución comercial por municipios – Segovia

Fuente: Directorio de Establecimientos Comerciales de Castilla y León

MUNICIPIOS CON MÁS DE 50 ESTABLECIMIENTOS

Por último, Segovia tiene 5 municipios con más de 50 establecimientos comerciales, los cuales atienden a una población de 76.264 personas. Esta categoría incluye a la capital y otros centros urbanos importantes, donde la oferta comercial es mucho más extensa y diversificada. Estos municipios funcionan como núcleos de referencia comercial para toda la provincia, atrayendo a consumidores de áreas rurales cercanas.

LOS DESAFÍOS

El comercio rural en Segovia se enfrenta a retos significativos debido a su ubicación geográfica y la dispersión de la población. Las zonas rurales de la provincia presentan una notable falta de infraestructuras, como redes de transporte eficientes y acceso a internet de alta velocidad, lo que limita la capacidad de los comercios para expandirse o modernizarse. Además, el envejecimiento de la población y la baja densidad de habitantes dificultan la sostenibilidad económica de muchos pequeños negocios.

Para hacer frente a estos desafíos, la estrategia destaca la necesidad de mejorar la infraestructura digital en las zonas rurales de Segovia. Aumentar el acceso a internet

de alta velocidad es fundamental para permitir que los pequeños comercios locales se integren en el comercio electrónico y puedan competir de manera más eficaz con los comercios urbanos y las grandes plataformas en línea.

EL TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA

Otro factor relevante para el comercio en Segovia es el turismo rural, que representa una oportunidad económica importante, especialmente en áreas como el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama. El turismo en estas áreas podría impulsar el desarrollo del comercio de proximidad, siempre y cuando se implementen estrategias efectivas para atraer a los turistas hacia los comercios locales, en lugar de centrarse exclusivamente en la oferta turística.

La estrategia sugiere que la digitalización del comercio rural podría ayudar a los negocios locales a atraer a más turistas, especialmente a aquellos interesados en el ecoturismo y el turismo sostenible. Segovia, con su rico patrimonio cultural y natural, tiene un gran potencial para desarrollar este tipo de oferta, siempre y cuando se proporcionen los recursos necesarios para que los comercios rurales puedan promover sus productos y servicios a través de plataformas digitales. ■

Cinco acciones para mejorar la situación comercial de la provincia

Para mejorar la situación comercial en la provincia de Segovia, el documento de la Junta de Castilla y León propone varias líneas de actuación específicas:

1. Fomento de la digitalización: Uno de los ejes clave para impulsar el comercio en Segovia es la promoción de la digitalización. Esto incluye tanto la formación en competencias digitales para los comerciantes como la facilitación de acceso a tecnologías avanzadas que permitan a los pequeños negocios mejorar su competitividad. En este sentido, se plantea la posibilidad de otorgar ayudas a las empresas para que adopten soluciones tecnológicas que les permitan optimizar sus procesos internos y llegar a más clientes a través de internet.

2. Promoción del comercio de proximidad: La estrategia también pone un fuerte énfasis en la necesidad de promover el comercio de proximidad en Segovia, especialmente en las áreas rurales. Las medidas incluyen campañas de sensibilización dirigidas a los consumidores para que valoren los beneficios de comprar productos locales y apoyen a los pequeños comerciantes de sus localidades.

3. Modernización de infraestructuras: Otro aspecto importante es la mejora de las infraestructuras comerciales en las áreas rurales. Se propone la creación de programas de apoyo financiero para que los comerciantes rurales puedan modernizar sus instalaciones y hacerlas

más atractivas para los consumidores. Esto incluye no solo mejoras físicas, sino también la implementación de sistemas de gestión más eficientes que optimicen la logística y el servicio al cliente.

4. Fomento del emprendimiento rural: Para dinamizar la economía local, la estrategia incluye la creación de incentivos para fomentar el emprendimiento en el sector comercial. En Segovia, se planea ofrecer apoyo financiero y formativo a los emprendedores que deseen iniciar nuevos negocios en áreas rurales. El objetivo es revitalizar el tejido comercial de estas áreas, creando nuevas oportunidades de empleo y evitando la despoblación.

5. Colaboración público-privada: La estrategia subraya la importancia de la colaboración entre el sector público y privado para mejorar el entorno comercial. En Segovia, se busca promover alianzas entre las administraciones locales y los comerciantes para desarrollar iniciativas conjuntas que fortalezcan el comercio en las áreas rurales y urbanas de la provincia.

Las propuestas de modernización de infraestructuras, fomento de la digitalización y apoyo al emprendimiento rural son medidas clave que, de implementarse correctamente, podrían transformar el panorama comercial de Segovia, revitalizando sus áreas rurales y mejorando la cohesión entre las zonas urbanas y rurales de la provincia.



**Grandes
ideas para
pequeños
comercios
DE NUESTRO MEDIO RURAL**

Puedes solicitar la ayuda a establecimientos comerciales en el medio rural hasta el 15/10/2024.
Consulta en comerciante.jcyl.es