

# PLAN ESTRATÉGICO

Comerci  
Córdoba

Federación Provincial del  
Comercio de Córdoba



Redactor:

**geomarket**  
CONSULTORES  
COMERCIALES Y TERRITORIALES

Subvencionado por:

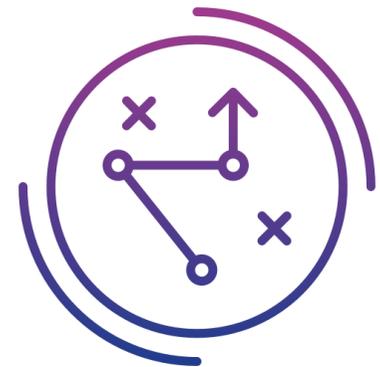




1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.
  
2. DIAGNÓSTICO. LA FEDERACIÓN COMERCIO CÓRDOBA
  - ORGANIGRAMA
  - FINES DE LA FEDERACIÓN
  - ÓRGANOS DE GOBIERNO Y GESTIÓN
  - SERVICIOS OFRECIDOS POR LA FEDERACIÓN
  - SERVICIOS OPCIONALES
  - ASOCIACIONES ADHERIDAS A COMERCIO CÓRDOBA ASOCIADOS
  
3. PROPÓSITO, VISIÓN Y VALORES
  
4. ANÁLISIS DAFO
  
5. DISEÑO DE ACCIONES PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE GESTIÓN
  - 5.1. LÍNEA ESTRATÉGICA 1. Acciones de gobierno y gestión
  - 5.2. LÍNEA ESTRATÉGICA 2. Acciones de comunicación y promoción
  - 5.3. LÍNEA ESTRATÉGICA 3. Acciones de dinamización y promoción del asociacionismo
  - 5.4. LÍNEA ESTRATÉGICA 4. Otras Acciones
  
6. ALINEAMIENTO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE LA AGENDA 2030

7. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN

8. PLAN DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN.



## 1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.

---

El Plan Estratégico de la Federación de Comercio de Córdoba 2025-2028 nace como respuesta a un contexto comercial en profunda transformación, donde los desafíos que enfrenta el comercio local requieren de una respuesta coordinada, innovadora y adaptada a las nuevas realidades del mercado. Este documento representa la culminación de un proceso de reflexión colectiva y participativa, en el que se han involucrado los diferentes actores que conforman el ecosistema de la Federación.

El comercio de cercanía se encuentra en un momento crucial de su evolución. La digitalización acelerada, los cambios en los hábitos de consumo, la creciente competencia de nuevos formatos comerciales y las exigencias de sostenibilidad configuran un escenario que demanda una adaptación estratégica del sector. A estos retos se suman las lecciones aprendidas durante la pandemia, que han puesto de manifiesto tanto la vulnerabilidad como la resiliencia del pequeño comercio, evidenciando la necesidad de fortalecer su capacidad de adaptación y transformación.

La Federación de Comercio de Córdoba, como entidad aglutinadora y representativa del comercio de cercanía de la provincia, asume la responsabilidad de liderar esta transformación a través de un Plan Estratégico que no solo responde a los desafíos actuales, sino que se anticipa a las tendencias futuras. Este plan se ha diseñado desde una perspectiva integral, considerando las diferentes dimensiones que afectan al desarrollo del comercio: la económica, la social, la tecnológica y la medioambiental.

El Plan se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, reconociendo el papel fundamental que el comercio local juega en la construcción de ciudades más sostenibles, inclusivas y prósperas. Cada una de las acciones propuestas contribuye de manera directa a uno o varios ODS, reflejando nuestro compromiso con un desarrollo comercial que va más allá de lo económico para abarcar también lo social y lo ambiental.

La estructura del Plan se articula en torno a cuatro ejes estratégicos fundamentales: Gobierno y Gestión, Comunicación y Promoción, Dinamización y Promoción del asociacionismo y Otras acciones, que se desarrollan en acciones concretas.

Este Plan Estratégico no es solo una hoja de ruta para la Federación, sino que aspira a ser un instrumento de transformación para todo el sector comercial cordobés.

La implementación del plan se realizará de manera gradual durante el período 2025-2028, con revisiones periódicas que permitirán su adaptación a las circunstancias cambiantes del entorno. Se ha establecido un sistema de gobernanza que garantizará la transparencia en su ejecución y la participación continua de todos los actores implicados.

En definitiva, este Plan Estratégico representa nuestra visión compartida para el futuro del comercio cordobés: un comercio dinámico, innovador, sostenible y profundamente arraigado en la identidad de nuestra ciudad. Un comercio que no solo sobrevive, sino que prospera adaptándose a los nuevos tiempos sin perder su esencia como elemento vertebrador de la vida urbana y social de Córdoba.



## 2. DIAGNÓSTICO. LA FEDERACIÓN COMERCIO CÓRDOBA

---

La Federación provincial de empresarios y autónomos del comercio de Córdoba (en adelante Comercio Córdoba o la Federación) es una Organización empresarial, sin ánimo de lucro, de ámbito provincial, que tiene como finalidad representar, promocionar, formar, asesorar y defender los intereses de todos los pequeños y medianos empresarios de comercio, que desarrollen su actividad en la provincia de Córdoba. Nace en abril de 1977, con un carácter eminentemente reivindicativo, ante la necesidad de dar respuesta a las demandas de los empresarios del sector y de suplir las carencias de un comercio obligado a renovarse ante el reto que representaban las exigencias de la sociedad del momento.

Comercio Córdoba viene ofreciendo a las empresas asociadas un conjunto de servicios para hacer más fácil y eficaz la gestión diaria de sus negocios. A su vez, promueve el desarrollo económico de Córdoba a través de diversas actividades, encaminadas a promocionar el comercio de cercanía y a defender sus intereses generales y comunes en la sociedad, en la Administración Pública y en las organizaciones empresariales, gracias a la representatividad que aportan las empresas integrantes.

### ORGANIGRAMA

Comercio Córdoba está respaldado por más de 35 asociaciones, siendo una organización empresarial pionera en la puesta en marcha de proyectos e iniciativas en pro del sector comercial.

El organigrama de la Federación se estructura en Órganos de Gobierno, Secretaría y diferentes Comisiones y Áreas de Trabajo que desarrollan actividades que van desde la promoción del asociacionismo, revitalización de las zonas comerciales tradicionales, el conocimiento y la difusión de las nuevas tecnologías de la información en el comercio, prospección de necesidades formativas, estudios de investigación, orientación y asesoramiento al autoempleo, fomento del empleo o participación en la negociación colectiva, etcétera.

Asimismo, se encuentra presente en las principales Organizaciones Empresariales a nivel provincial, regional y nacional.

## FINES DE LA FEDERACIÓN

Los estatutos de la Federación definen sus fines:

- a) Representar, gestionar, coordinar, defender, formar, promocionar y fomentar los intereses profesionales, económicos y sociales comunes de las personas y entidades asociadas.

- b) Fomentar y colaborar en la creación de asociaciones, agrupaciones y gremios sectoriales y territoriales del comercio de cercanía y en general y de sus actividades afines.
- c) Promocionar, elevar y prestigiar el nivel empresarial de las personas y entidades asociadas, así como su actividad comercial.
- d) Estimular las relaciones personales y profesionales entre las personas y entidades asociadas.
- e) Facilitar información y asesoramiento a las personas y entidades asociadas de las novedades se produzcan en materia legislativa, técnica, formativa, económica, laboral y cualquier otra índole que sea de su interés.
- f) Promover la presencia de la Federación y de sus personas y entidades asociadas en las tareas comunitarias de la sociedad.
- g) Ostentar la representación y defensa de las personas y entidades asociadas, de forma individual, en su totalidad o por grupos, en cuestiones que de una forma u otra puedan afectarles, frente a las Administraciones públicas o de cualquier otro tipo de entidad.

- h) Apoyar y defender el desarrollo económico y social.
- i) Fomentar el espíritu de equipo y velar por la existencia de lealtad en la competencia.
- j) Promover sistemas de aseguramiento colectivo para las personas y entidades asociadas.
- k) Defender a las personas y entidades asociadas del intrusismo y la competencia desleal.
- l) Prestar los servicios de interés común para las personas y entidades asociadas.
- m) Administrar y gestionar los recursos, presupuestarios o patrimoniales.
- n) Ejercer la representación patronal del sector de comercio en las negociaciones de convenios colectivos y en acuerdos generales con otras organizaciones y con la Administración pública.
- ñ) Intervenir en actos de conciliación por conflictos individuales o colectivos que afectasen a personas y entidades asociadas.

- o) Dotar al comercio de cercanía de herramientas que permitan una gestión eficiente mediante fórmulas de comercio asociado.
  
- p) Informar a las personas y entidades asociadas de ayudas, subvenciones o sistemas de financiación, así como organizar actividades de formación que afecten tanto al área productiva como a la de gestión.

## ÓRGANOS DE GOBIERNO Y GESTIÓN

Los órganos de gobierno y de gestión de la Federación se estructuran en:

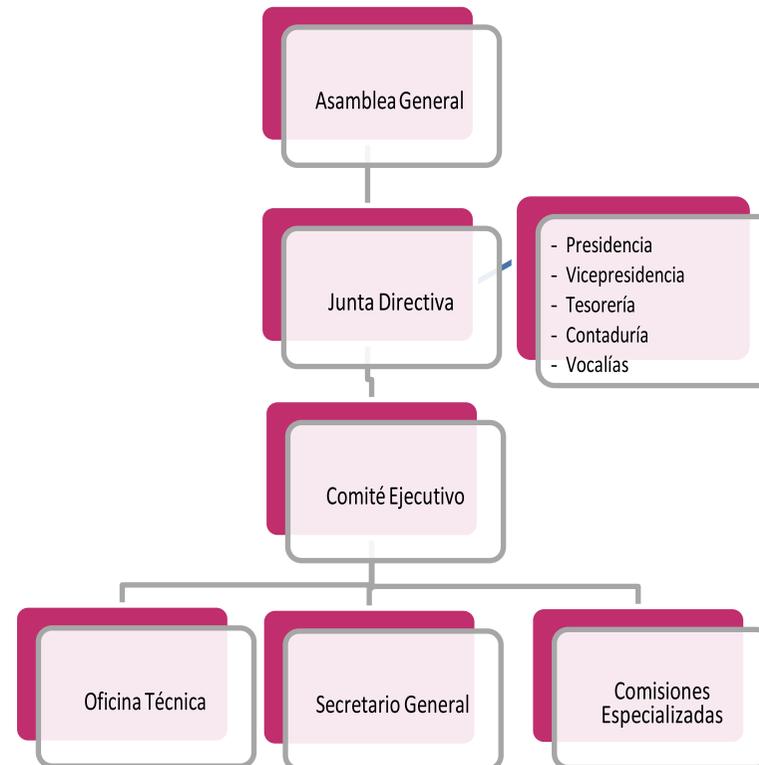
1. Órganos colegiados: La Asamblea General, la Junta Directiva y el Comité Ejecutivo.
  
2. Órganos unipersonales: La Presidencia, las Vicepresidencias, la Tesorería y la Contaduría.
  
3. Órganos asesores y técnicos: Las Comisiones Especializadas y la Secretaría General, además de la Oficina Técnica.



La Asamblea General es el órgano supremo de gobierno, decisión y representación de la Federación y está compuesta por la totalidad de las personas o entidades asociadas de pleno derecho.

Por su parte, la Junta Directiva es el órgano ejecutivo de la Federación y la representa, gobierna, dirige y administra, dando efectividad a los acuerdos de la Asamblea General. La Junta Directiva está formada por la Presidencia, Vicepresidencia o Vicepresidencias, Tesorería, Contaduría y Vocalías.

El Comité Ejecutivo es el órgano que desarrolla y lleva a cabo los acuerdos de la Junta Directiva, que asesora. Está formado por los órganos unipersonales de la Junta Directiva y por las Vocalías Titulares designadas por la persona titular de la Presidencia entre las nombradas por la Junta Directiva, hasta un máximo de doce integrantes.



## SERVICIOS OFRECIDOS POR LA FEDERACIÓN

Información	Asociarse permite al socio estar informado de forma clara y puntual sobre legislación, ayudas, subvenciones y todo cuanto le pueda afectar.
Campañas y Eventos	Otra ventaja de asociarse es la posibilidad de participar en eventos y campañas que se promueven desde la Federación, a través de las Asociaciones que la integran.
Asesoramiento Fiscal y Laboral	Asesoramiento gratuito a los asociados en materia fiscal y laboral, así como de toda la legislación vigente relacionada con la actividad comercial y empresarial.
Seguridad	La experiencia y los recursos de Comercio Córdoba están a la disposición de las asociaciones integradas tanto en el marco legislativo como empresarial, contando con técnicos cualificados.
Subvenciones	Mantiene a sus asociados puntualmente informados de cada una de las subvenciones de las que pudiera ser beneficiario y le asesora y acompaña en su tramitación.
Fortaleza	La presencia en otros organismos garantiza la defensa de los intereses del tejido empresarial además de dotar de mayor presencia, siendo un referente en la defensa de los intereses del comercio de cercanía.
Convenios	Como miembro asociado se tiene la posibilidad de beneficiarse de Acuerdos de Colaboración, en condiciones preferentes, con otras entidades y empresas.
Visibilidad	Comercio Córdoba es una Federación con tradición e influencia, llevando consigo el nombre de sus asociados, proporcionando peso específico en el ámbito empresarial.

## SERVICIOS OPCIONALES

La Federación ofrece servicios adicionales como son:

- Servicio de asesoría fiscal
- Creación de empresas o actividad comercial
- IRPF y Patrimonio
- Liquidaciones trimestrales, IVA, Retenciones, etc...
- Servicio de asesoría laboral
- Nóminas, Seguros Sociales y Retenciones fiscales de trabajadores
- Altas y bajas en Seguridad Social
- Partes de baja y alta en la Seguridad Social
- Liquidaciones y finiquitos



## ASOCIACIONES Y CCAs ADHERIDOS A COMERCIO CÓRDOBA

- ASOCIACION DEL CENTRO COMERCIAL URBANO DE CORDOBA
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE CIUDAD JARDIN-OCCIDENTE
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE SANTA ROSA-VALDEOLLEROS
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE VIÑUELA
- ASOCIACION DE COMERCIANTES DEL ARENAL-ARCANGEL
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE PONIENTE NORTE
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE LEVANTE
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DEL SECTOR SUR
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DEL CASCO HISTORICO Y JUDERIA
- ASOCIACION DE HOSTELEROS Y COMERCIANTES ECO-CORDOBA
- ASOCIACION DE AUTONOMOS DEL COMERCIO DE CORDOBA
- UNION DE EMPRESARIOS DE BAENA – UNEBA
- ASOCIACION BUJALANCEÑA EMPRESARIAL Y COMERCIAL – ABEC
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE CABRA - AECA

- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y PROFESIONALES DE LA CARLOTA - AECA
- ASOCIACION DE COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DEL CARPIO - ACERCA
- ASOCIACION DE COMERCIANTES DE LUCENA – ELIOSSANA
- UNION DE EMPRESARIOS DE MONTILLA – ADEMO
- ASOCIACION DE COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DE MONTORO - ACOEP
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS DE PALMA DEL RIO – EMPA
- ASOCIACION EMPRESARIAL DE PEÑARROYA-PUEBLONUEVO Y COMARCA DEL GUADIATO – ASEMPE-GUADIATO
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS DE POSADAS – ADEPO
- ASOCIACION CENTRO COMERCIAL ABIERTO PRIEGO DE CORDOBA – ACCA PRIEGO
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE PUENTE GENIL
- ASOCIACION DE EMPRESARIOS Y COMERCIANTES DE VILLAFRANCA
- ASOCIACION EMPRESARIAL DE LA COLONIA DE FUENTE PALMERA
- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO DE CABRA
- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO CENTRO CORDOBA
- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO CIUDAD JARDIN
- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO SANTA ROSA – VALDEOLLEROS

- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO ELIOSSANA
- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO MONTILLA
- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO MONTORO
- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO PUENTE GENIL
- CCA CENTRO COMERCIAL ABIERTO VIÑUELA

## ASOCIADOS

La Federación tiene dos tipos de asociados:

- a) Asociados de pleno derecho, que serían asociaciones u organizaciones empresariales que representen intereses sectoriales o colectivos del empresariado del comercio y comerciantes o empresas que ejerzan alguna actividad económica relacionada con el comercio en el ámbito de la provincia de Córdoba
- b) Asociados colaboradores, que son personas físicas o jurídicas que realicen algún tipo de aportación económica o efectúen cualquier tipo de contribución al desarrollo de los fines y actividades de la Federación.

En los municipios donde hubiere más de una asociación de personas y entidades de comercio que sean susceptibles de estar integradas en la Federación, la pertenencia a ésta sólo podrá realizarse de manera directa por parte de las personas y entidades y dichas asociaciones deberán tener la condición de asociado colaborador.

En función de la tipología de asociado los servicios y ventajas también varían:

### SOCIOS (CUOTA EMPRESARIAL)

Ser socio de pleno derecho le permite disfrutar de servicios y actividades beneficiosas para su actividad empresarial o comercial.

- Asesoramiento personalizado
- Acuerdos de colaboración
- Bolsa de trabajo
- Circulares informativas
- Cursos de formación
- Actividades de animación comercial
- Campañas de promoción y publicidad

- Foros de encuentro
- Cursos, charlas y seminarios de reciclaje

## SOCIOS COLABORADORES

Esta figura le permite participar de algunas de las ventajas que ofrece la Federación en materia de:

- Circulares informativas sobre normativa, ayudas y subvenciones.
- Acuerdos de colaboración en condiciones preferentes con entidades financieras, seguros médicos o tarjetas de bonificación en carburantes.



### 3. PROPÓSITO, VISIÓN Y VALORES

---

La Federación Provincial de Empresarios y Comerciantes de Córdoba (Comercio Córdoba) se ha consolidado como una institución fundamental en el tejido económico y social de la provincia, representando y defendiendo los intereses del comercio local desde una perspectiva integral y comprometida. Su propósito trasciende la mera representación sectorial, constituyéndose como un agente activo en la transformación y modernización del comercio cordobés.

La Federación tiene como propósito fundamental ser la voz unificada del sector comercial cordobés, trabajando para impulsar y desarrollar el comercio local como motor económico y social de la provincia. En este sentido, la organización trabaja incansablemente para fortalecer las estructuras comerciales existentes y fomentar la creación de nuevas iniciativas empresariales que enriquezcan el panorama comercial de la región.

Su visión se centra en lograr un comercio cordobés moderno, competitivo y sostenible que mantenga su esencia tradicional mientras se adapta a los nuevos tiempos y demandas del mercado, reconociendo la importancia de preservar la identidad cultural y comercial que caracteriza a la provincia.

Entre sus valores fundamentales destaca el compromiso con la defensa de los intereses colectivos del sector comercial, actuando siempre desde la honestidad, la transparencia y el diálogo constructivo con las administraciones públicas y otros agentes sociales. La entidad promueve la unidad del sector como pilar fundamental para afrontar los desafíos actuales, entendiendo que la colaboración y la sinergia entre comerciantes son elementos clave para la supervivencia y prosperidad del comercio local.

La organización aspira a consolidar el tejido comercial como un elemento vertebrador de la vida urbana y rural, generador de empleo estable y de calidad. Para ello, desarrolla programas de formación continua, asesoramiento especializado y apoyo técnico que permiten a sus asociados adaptarse a las nuevas realidades del mercado y mejorar su competitividad. La innovación y la digitalización son consideradas herramientas fundamentales para la evolución del sector, siempre manteniendo el equilibrio con los valores tradicionales del comercio de proximidad.

Comercio Córdoba mantiene un firme compromiso con la sostenibilidad en todas sus dimensiones: económica, social y medioambiental. La organización promueve prácticas comerciales responsables y sostenibles, entendiendo que el futuro del sector está íntimamente ligado a la capacidad de adaptarse a las nuevas demandas sociales en materia de responsabilidad empresarial y protección del medio ambiente.

La Federación también desempeña un papel crucial en la defensa de los intereses del comercio ante las diferentes administraciones públicas, actuando como interlocutor cualificado y constructivo en la elaboración de políticas y normativas que afectan al sector. Su labor de

representación se extiende a todos los ámbitos de la vida pública, desde el municipal hasta el regional, buscando siempre el mejor marco posible para el desarrollo de la actividad comercial.

La cercanía al asociado y la profesionalidad en la gestión son señas de identidad de la organización, que mantiene un contacto directo y constante con sus miembros para conocer de primera mano sus necesidades y preocupaciones. Este enfoque permite a Comercio Córdoba ofrecer servicios y soluciones adaptados a la realidad del sector, contribuyendo así a la mejora continua del comercio cordobés.



## 4. ANÁLISIS DAFO

---

Se ha recogido la opinión de las asociaciones miembros a través de un formulario, compuesto por preguntas de valoración en muchos casos muy abiertas, lo que nos permite disponer de información útil para la generación de una tabla DAFO.

Recordemos que el análisis conocido como DAFO resume, de forma muy esquemática lo siguiente:

- Las debilidades (D) que limitan el crecimiento o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de una empresa y constituyen, por lo tanto, una amenaza.
- Las fortalezas (F) como capacidades, recursos y posiciones alcanzadas y consecuentemente, ventajas competitivas.
- Las amenazas (A) como fuerzas del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o reducir su efectividad.
- Las oportunidades (O) que pueden suponer una ventaja competitiva o representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad.

## DEBILIDADES

- Pequeño tamaño de algunas asociaciones.
- Falta de recursos económicos, materiales y humanos
- Contenidos webs desactualizados.
- Presencia modesta en redes sociales.
- Escasa difusión de los servicios disponibles.

## FORTALEZAS

- Representatividad muy elevada. Es la federación más representativa del sector en la provincia y la de mayor peso en Andalucía.
- Gran arraigo de la actividad comercial y del asociacionismo. □ Provincia con un número elevado de Centros Comerciales Abiertos
- Estructura sólida.
- Integración en Comercio Andalucía y otras organizaciones de rango superior.
- Negociación de convenios colectivos.

## AMENAZAS

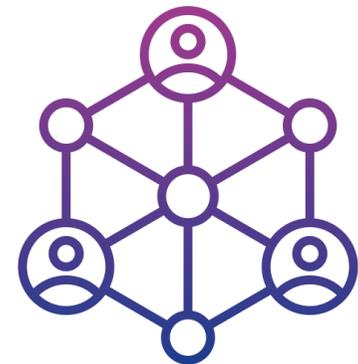
- Comercio electrónico deslocalizado.
- Falta de relevo generacional.
- Escasa modernización tanto del comercio como de los comerciantes.
- Poca motivación de los comercios.
- Ralentización económica. Problemas con la inflación e incremento brutal de los precios que afecta a asociados.
- Cambio en los hábitos de consumo de la población.
- Surgimiento de formatos comerciales (franquicias, centros comerciales, hipermercados, etc.) que ganan peso.
- Continuidad de un sentimiento de individualismo entre los comerciantes.

## OPORTUNIDADES

- Nuevas líneas de ayudas y subvenciones de la Junta de Andalucía.
- Buenas relaciones con las administraciones.
- Existencia de municipios con capacidad para ser reconocidos como Centros Comerciales Abiertos por la Junta de

Andalucía a medio plazo.

- Explotación de la economía del dato (inteligencia comercial)
- Disponibilidad de subvenciones a través de fondos europeos (Estrategias Territoriales Integradas, Fondos Next Generation, ...)



## 5. DISEÑO DE ACCIONES PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE GESTIÓN

---

El sector comercial está directamente condicionado por los cambios, cada vez más rápidos y constantes, que se producen en el entorno, tanto en lo relativo a las innovaciones tecnológicas y las nuevas formas de gestión empresarial (plataformas de comercio online, centros comerciales, parques comerciales, franquicias, medianas superficies hiperespecializadas, grandes cadenas internacionales, etc.), como en lo referente a la demanda (cambio en los hábitos de consumo, hiperdigitalización de la población, envejecimiento de la población, despoblación de zonas interiores, etc). Estos cambios tienen efectos directos sobre el asociacionismo comercial.

Se han definido una serie de Líneas Estratégicas, que se han traducido a su vez en actuaciones concretas.

El presente Plan propone 14 acciones específicas, englobadas en las siguientes 4 Líneas Estratégicas:

Línea Estratégica	Acciones
1. Acciones de gobierno y gestión	Conocer, constantemente, la satisfacción de las asociaciones.
	Poner en valor los servicios prestados
	Ampliar la cartera de servicios.
	Modificación de los estatutos
2. Acciones de comunicación y promoción	Mejora y actualización continua de la página web de la federación.
	Potenciar la marca de la federación. "Comercio Córdoba"
	Boletín periódico de noticias del sector para asociados.
	Poner en relieve las actuaciones y proyectos de los asociados en redes propias de la Federación.
3. Acciones de dinamización y promoción del asociacionismo	Retomar los Premios Anuales del Comercio de Córdoba
	Mejora de la participación de las asociaciones miembro
	Incrementar el número de asociaciones miembro
4. Otras Acciones	Diseño de un foro permanente de interacción entre las asociaciones miembro
	Programa de formación continua para empresas comerciales
	Programa de formación específico para gerentes, técnicos y responsables de las asociaciones.

- Corregir las debilidades, tomando las medidas para que dejen de existir y para que dejen de afectarnos negativamente.
- Afrontar y evitar que las amenazas se conviertan en debilidades.
- Mantener las fortalezas, evitando perder nuestros puntos fuertes y fortalecerlos para que sigan siendo una ventaja competitiva en el futuro.
- Explorar y explotar las oportunidades, creando las estrategias y planificando acciones para convertir estas oportunidades en futuras fortalezas.

## 5.1. LÍNEA ESTRATÉGICA 1. Acciones de gobierno y gestión

---

### CONOCER, CONSTANTEMENTE, LA SATISFACCIÓN DE LAS ASOCIACIONES.

Uno de los pilares fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de una asociación de comerciantes es mantener una base de asociados comprometida y satisfecha. Esta acción surge de la necesidad imperativa de establecer un sistema de retroalimentación continua que nos permita comprender en profundidad las expectativas, necesidades y preocupaciones los socios. En un entorno comercial cada vez más competitivo y cambiante, resulta esencial que la asociación pueda adaptarse y responder eficazmente a las demandas de sus asociados, garantizando así su relevancia y valor añadido para el colectivo.

La acción consiste en implementar un programa integral de evaluación de la satisfacción que combine diferentes metodologías y canales de comunicación. Se llevará a cabo mediante la realización de encuestas periódicas semestrales que abordarán aspectos clave como la calidad de los servicios prestados, la efectividad de las iniciativas desarrolladas, la comunicación asociación-comerciante y las áreas de mejora potencial. Estas encuestas se complementarán con entrevistas personales en profundidad a una muestra representativa de asociados, así como con la organización de grupos focales trimestrales donde los asociados podrán expresar sus opiniones y sugerencias en un formato más dinámico y participativo. Esta acción se relaciona con otra incluida más adelante que pretende establecer un canal permanente de comunicación a través

de un buzón digital que permitirá recoger feedback en tiempo real sobre cuestiones específicas o incidencias puntuales. Toda la información recopilada será analizada de manera sistemática para identificar patrones, tendencias y áreas de actuación prioritarias, generando informes periódicos que servirán como base para la toma de decisiones estratégicas y la mejora continua de la gestión asociativa.

### PONER EN VALOR LOS SERVICIOS PRESTADOS.

La puesta en valor de los servicios prestados por la asociación constituye una acción estratégica fundamental para fortalecer el vínculo con los asociados actuales y atraer a nuevos miembros potenciales. En un contexto donde el conjunto del sector comercial está sometido a múltiples presiones y demandas de tiempo y recursos, resulta crucial que perciban y comprendan claramente el retorno tangible e intangible que obtienen de su pertenencia a la asociación. Esta acción responde a la observación de que, en numerosas ocasiones, los asociados no son plenamente conscientes de la amplitud, profundidad y valor real de los servicios y beneficios a los que tienen acceso, lo que puede llevar a una infrautilización de los mismos o a una percepción limitada del valor de la cuota asociativa.

La acción se materializará a través de una estrategia integral de comunicación y visibilización que transformará la manera en que presentamos y transmitimos el valor de nuestros servicios. Será necesario desarrollar un sistema de medición y cuantificación del valor económico de cada servicio prestado, estableciendo métricas claras que permitan a los asociados comprender el ahorro y beneficio real que obtienen.

Deberá implementarse un programa de comunicación multicanal que incluirá la creación de un boletín mensual digital interactivo donde se destacarán casos de éxito y testimonios de asociados que han aprovechado exitosamente los diferentes servicios.

Se establecerá un sistema de seguimiento personalizado para cada asociado, que incluirá informes periódicos individualizados sobre el uso y beneficio obtenido de los servicios, así como recomendaciones personalizadas sobre aquellos servicios que podrían ser de especial interés para su asociación o colectivo.

#### AMPLIAR LA CARTERA DE SERVICIOS.

La ampliación y diversificación de la cartera de servicios representa una acción estratégica esencial para mantener la relevancia y el valor diferencial de la asociación en un entorno comercial cada vez más exigente y competitivo. Esta iniciativa surge de la necesidad de adaptarse a las cambiantes necesidades de los asociados y de proporcionar soluciones integrales que contribuyan significativamente a la mejora de su competitividad y sostenibilidad empresarial. La evolución constante del sector comercial, marcada por la digitalización, los cambios en los hábitos de consumo y las nuevas exigencias regulatorias, demanda una actualización y expansión continua de los servicios ofrecidos para mantener el atractivo y la utilidad de la asociación para sus miembros.

La acción se desarrollará mediante una estrategia dual que combinará el desarrollo de servicios propios con el establecimiento de alianzas estratégicas con proveedores externos especializados. En el ámbito interno, se potenciará la creación de nuevos servicios aprovechando el conocimiento y la experiencia acumulada por la asociación, con especial énfasis en áreas como la formación especializada, el asesoramiento en transformación digital y la consultoría estratégica adaptada al pequeño comercio. Paralelamente, se podría establecer un programa de colaboraciones externas con proveedores seleccionados que complementarán la oferta con servicios especializados en áreas como servicios jurídicos, gestión energética, marketing digital, logística, seguros o servicios financieros, entre otros. Se negociarán condiciones preferentes para los asociados y se establecerán mecanismos de seguimiento y control de calidad para garantizar la excelencia en la prestación de los servicios.

## MODIFICACIÓN DE LOS ESTATUTOS

La actualización de los estatutos sociales surge como una acción estratégica necesaria para alinear el marco normativo de la asociación con las demandas y valores de la sociedad actual, así como con las nuevas realidades del sector comercial. Esta modificación estatutaria no solo responde a una necesidad de modernización formal, sino que representa una oportunidad para reafirmar el compromiso de la asociación con principios fundamentales como la igualdad, la inclusión y la responsabilidad social, aspectos que se han convertido en pilares esenciales de cualquier organización moderna y socialmente responsable. La incorporación de estos elementos en los estatutos no solo fortalecerá la imagen y legitimidad social de la asociación, sino que también permitirá acceder a líneas de subvenciones a las que ahora no puede optar la federación.

La acción contempla un proceso exhaustivo de revisión y actualización que abarcará múltiples dimensiones. Se deberán incorporar de manera explícita principios de igualdad de género en todos los ámbitos de actuación de la asociación, incluyendo la composición de sus órganos de gobierno y la participación en sus actividades.

Se introducirán disposiciones específicas sobre accesibilidad e inclusión de personas con discapacidad, tanto en lo referente a la participación en la vida asociativa como en la promoción de estas políticas entre las asociaciones miembros.

Los estatutos incluirán también referencias explícitas al compromiso con la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social corporativa, así como mecanismos de gobierno transparente y participativo.

El proceso de modificación podría llevarse a cabo mediante la creación de un grupo de trabajo que incluirá representantes de diferentes perfiles de asociados, asesoramiento jurídico especializado y consultas con organizaciones expertas en igualdad, inclusión, etcétera. La nueva redacción estatutaria no solo cumplirá con los requisitos legales actuales, sino que se anticipará a futuras exigencias normativas y sociales, posicionando a la asociación como referente en términos de compromiso social y buen gobierno.

## 5.2. LÍNEA ESTRATÉGICA 2. Acciones de comunicación y promoción

---

### MEJORA Y ACTUALIZACIÓN CONTINUA DE LA PÁGINA WEB DE LA FEDERACIÓN.

La mejora y actualización continua de la página web representa una acción estratégica fundamental en la era digital, donde este canal se ha convertido en la principal ventana de visibilidad y punto de contacto tanto para asociados como para el público general. Esta acción responde a la necesidad de mantener una presencia digital robusta y profesional que refleje fielmente el dinamismo y la propuesta de valor de la asociación. En un contexto donde los usuarios esperan experiencias digitales cada vez más sofisticadas y funcionales, contar con una web actualizada y eficiente no es solo una cuestión de imagen, sino una herramienta estratégica para la consecución de los objetivos asociativos.

Se prestará especial atención a la accesibilidad, asegurando que la web cumpla con los estándares internacionales y sea navegable por personas con diferentes tipos de discapacidad. Además, se desarrollará una estrategia de contenidos que incluirá la publicación regular de información relevante para el sector, casos de éxito, recursos formativos y contenido audiovisual de calidad, posicionando la web como un recurso valioso para todas las asociaciones integradas.

## POTENCIAR LA MARCA DE LA FEDERACIÓN. "COMERCIO CÓRDOBA"

El fortalecimiento y posicionamiento de la marca "Comercio Córdoba" constituye una acción estratégica crucial para consolidar la identidad colectiva del comercio local y aumentar su capacidad de influencia en el entorno socioeconómico. Esta acción nace de la necesidad de potenciar una marca paraguas potente que aglutine, represente y potencie los valores diferenciadores del comercio cordobés, generando un sentido de pertenencia entre los asociados y un reconocimiento distintivo entre los consumidores. En un contexto donde la competencia con grandes superficies y el comercio online es cada vez más intensa, una marca fuerte y bien posicionada se convierte en un activo estratégico para la defensa y promoción de los intereses del comercio de proximidad.

Comercio Córdoba ya cuenta con un logotipo y una imagen bien diseñada, pero hay que integrar la marca en todas las asociaciones miembros, de tal modo que den uso a la imagen de la Federación como elemento de valor de las propias asociaciones.

## BOLETÍN PERIÓDICO DE NOTICIAS DEL SECTOR PARA ASOCIADOS.

La implementación de un boletín periódico de noticias representa una acción orientada a mantener a los asociados informados y conectados con las tendencias, oportunidades y desafíos del sector comercial. Esta iniciativa surge de la necesidad de proporcionar información relevante y

actualizada en un entorno comercial cada vez más dinámico y complejo, donde mantenerse al día se convierte en una ventaja competitiva crucial. En un contexto donde el tiempo es un recurso escaso para los comerciantes, la capacidad de recibir información curada y relevante de manera regular se convierte en un servicio de alto valor añadido que contribuye directamente a la toma de decisiones informada y a la adaptación estratégica de los comercios.

La acción se desarrollará mediante la creación de un sistema de comunicación periódica que combinará rigor informativo con facilidad de lectura y aplicabilidad práctica. El boletín integrará diferentes secciones que abordarán aspectos clave como novedades legislativas y normativas que afecten al sector, tendencias de mercado y comportamiento del consumidor, oportunidades de negocio y ayudas públicas, casos de éxito de otros comercios, innovaciones tecnológicas aplicables al comercio minorista, agenda de eventos relevantes y noticias locales relacionadas con el comercio minorista.

El boletín se distribuirá en formato digital con una periodicidad mensual.

#### **PONER EN RELIEVE LAS ACTUACIONES Y PROYECTOS DE LOS ASOCIADOS EN REDES PROPIAS DE LA FEDERACIÓN.**

Las redes sociales de la Federación son mucho más que un canal de comunicación institucional: representan una ventana de oportunidad para dar voz y visibilidad a los logros, innovaciones y buenas prácticas de cada uno de los asociados. La necesidad de esta acción surge al reconocer

el enorme potencial desaprovechado que existe en las historias individuales de éxito, renovación y adaptación de los comercios integrados en cada asociación miembro de Comercio Córdoba.

Se desarrollará un protocolo de colaboración con los asociados para la recopilación de información y material audiovisual de calidad, incluyendo la realización de entrevistas, reportajes fotográficos y videos cortos que humanicen y den protagonismo a las historias detrás de cada asociación. A fin de cuentas, se trata de compartir y hacer suyas las publicaciones que ya comparten las asociaciones para dar mayor visibilidad a acciones desarrolladas en la provincia y a asociaciones con una capacidad de difusión mucho más limitadas.

### 5.3. LÍNEA ESTRATÉGICA 3. Acciones de dinamización y promoción del asociacionismo

---

#### RETOMAR LOS PREMIOS ANUALES DEL COMERCIO DE CÓRDOBA

Los premios anuales del comercio de Córdoba se presentan como una herramienta estratégica para reconocer la excelencia, impulsar la innovación y visibilizar las mejores prácticas en el sector comercial local. Se trata de recuperar un evento que ya se realizó con anterioridad pero que no había tenido lugar en los últimos años.

Se establecerá un proceso de nominación y selección, con criterios de evaluación para distintas categorías a definir. La gala de entrega de premios se concebirá como un evento de referencia en el calendario comercial de la provincia, con amplia cobertura mediática y participación de autoridades locales, provinciales y regionales. Además, se desarrollará una campaña de comunicación específica que dará visibilidad tanto a los nominados como a los ganadores a lo largo de todo el año, maximizando el impacto promocional de los reconocimientos.

## MEJORA DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS ASOCIACIONES MIEMBRO

El músculo de una federación reside en el compromiso activo y la participación dinámica de sus asociaciones miembro. La experiencia nos demuestra que cuando las asociaciones participan de manera proactiva, no solo se fortalece el tejido asociativo, sino que se multiplica la capacidad de influencia y la efectividad de las acciones colectivas. Sin embargo, los patrones actuales de participación revelan un potencial sin explotar que, adecuadamente activado, podría transformar significativamente el impacto de la Federación en el desarrollo del comercio local.

La acción contempla una serie de iniciativas interconectadas diseñadas para revitalizar la participación asociativa. Se implementará un sistema de grupos de trabajo temáticos que permitirá a las asociaciones contribuir en áreas específicas de su interés o experiencia, maximizando así la relevancia de su participación. Se establecerá un programa de reuniones periódicas rotativas, celebradas en las sedes de diferentes asociaciones, fomentando el conocimiento mutuo y el intercambio de experiencias entre zonas comerciales. Se deberá desarrollar una plataforma digital colaborativa que facilitará la comunicación continua y la coordinación de acciones conjuntas, reduciendo las barreras de participación relacionadas con limitaciones de tiempo y desplazamiento. Se implementará también un programa de mentoring entre asociaciones, donde las más experimentadas podrán compartir su conocimiento con las de más reciente incorporación, creando vínculos de colaboración duraderos.

## INCREMENTAR EL NÚMERO DE ASOCIACIONES MIEMBRO

La expansión de la base asociativa representa un desafío clave para fortalecer la representatividad y capacidad de acción de la Federación en el ámbito del comercio cordobés. Los datos actuales indican que existen zonas comerciales y sectores específicos que aún no están integrados, lo que supone una oportunidad de crecimiento que no solo beneficiaría a la Federación, sino que enriquecería el ecosistema comercial de la ciudad con nuevas perspectivas y sinergias.

La acción se desplegará a través de una estrategia integral de captación y vinculación que va más allá de la simple ampliación numérica. Se realizará un mapeo exhaustivo de las zonas comerciales y sectores no representados actualmente, identificando asociaciones potenciales y comercios independientes o municipios que podrían agruparse para formar nuevas asociaciones. Se desarrollará un programa de acercamiento personalizado que incluirá reuniones informativas, presentaciones de casos de éxito y demostraciones prácticas de los beneficios tangibles de la pertenencia a la Federación. Se establecerá un sistema de "asociación en prueba" que permitirá a las nuevas incorporaciones experimentar durante un período inicial los servicios y ventajas de la Federación con condiciones especiales. Se implementará también un programa de apadrinamiento donde asociaciones veteranas acompañarán a las nuevas incorporaciones en su proceso de integración, facilitando su adaptación y participación activa.

## PUESTA EN MARCHA DE BUZÓN DE ASESORAMIENTO Y AYUDA AL ASOCIADO

La creación de un canal directo y eficiente de comunicación con los asociados representa un paso fundamental en la mejora de la atención y el servicio prestado. El buzón de asesoramiento surge como respuesta a la necesidad detectada de proporcionar asistencia rápida y personalizada ante las consultas, dudas y necesidades cotidianas de los asociados, relacionados sobre todo con la tramitación de subvenciones y con aspectos legales. Aunque en parte ya se viene prestando este servicio por parte de la Federación se trataría de ponerlo en valor, presentándolo como un nuevo servicio.

La acción se materializará a través de la implementación de un sistema integral de atención que incluirá:

- Creación de una dirección de correo electrónico específica y fácil de recordar
- Establecimiento de un protocolo de respuesta con tiempos máximos garantizados (24-48 horas)
- Desarrollo de una base de conocimiento categorizada para agilizar las respuestas a consultas frecuentes
- Creación de un directorio de expertos y colaboradores para temas especializados
- Sistema de evaluación de la satisfacción con las respuestas recibidas



## 5.4. LÍNEA ESTRATÉGICA 4. Otras Acciones

---

### DISEÑO DE UN FORO PERMANENTE DE INTERACCIÓN ENTRE LAS ASOCIACIONES MIEMBRO

La creación de un foro permanente de interacción entre asociaciones emerge como una respuesta estratégica a la necesidad de fortalecer los vínculos internos y el aprendizaje compartido dentro de la Federación. La experiencia demuestra que muchas de las problemáticas y desafíos que enfrentan las asociaciones son comunes y la falta de un espacio estructurado de intercambio puede resultar en la duplicación de esfuerzos y la pérdida de oportunidades de colaboración.

La acción se desarrollará mediante la implementación de un ecosistema colaborativo que incluirá espacios de Interacción como por ejemplo una plataforma digital de comunicación interna, reuniones presenciales rotativas entre diferentes zonas comerciales, grupos de trabajo específicos por áreas de interés, sesiones de networking estructuradas e incluso espacio virtual para compartir documentos y recursos.

## PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA PARA EMPRESAS COMERCIALES

La vitalidad y competitividad del comercio local en el siglo XXI está íntimamente ligada a la capacidad de adaptación y aprendizaje continuo de sus profesionales. El análisis de las necesidades de los asociados revela una demanda creciente de formación específica que les permita hacer frente a los retos actuales: desde la transformación digital hasta los nuevos hábitos de consumo, pasando por la sostenibilidad y la gestión eficiente. Los comerciantes necesitan herramientas prácticas y conocimientos actualizados para mantener su posición competitiva en un mercado cada vez más exigente y dinámico y las asociaciones son la forma más directa de poder prestarles este servicio.

La acción se materializará a través de un programa formativo integral y flexible, diseñado para adaptarse a las diversas realidades y necesidades del comercio local. El programa se estructurará en varios ejes fundamentales de actuación:

En primer lugar, se establecerá un catálogo formativo diversificado que abarcará áreas críticas como la digitalización del negocio (gestión de redes sociales, comercio electrónico, herramientas digitales), visual merchandising y escaparatismo, atención al cliente y técnicas de venta, gestión empresarial y financiera, marketing y comunicación digital, idiomas para el comercio, sostenibilidad y economía circular, así como aspectos legales y normativos relevantes para el sector.

La metodología formativa combinará diferentes formatos para maximizar la accesibilidad y el aprovechamiento: se desarrollarán sesiones presenciales en horarios adaptados a la actividad comercial, complementadas con módulos online que permitirán el aprendizaje flexible y

autónomo. El programa ya desarrollado por la Federación denominado "Comercio en Digital" puede ser un buen ejemplo de lo que estamos exponiendo.

Se podrían establecer itinerarios formativos personalizados que permitan a cada comerciante diseñar su propio plan de desarrollo profesional en función de sus necesidades específicas y nivel de partida. Estos itinerarios incluirán sistemas de evaluación y seguimiento que garantizarán la efectividad del aprendizaje y su aplicación práctica en el negocio.

El programa podría incorporar en una segunda fase elementos innovadores como mentoring entre comerciantes, donde establecimientos con experiencias exitosas en determinadas áreas podrán compartir sus conocimientos con otros asociados. Se organizarían visitas a comercios referentes tanto locales como de otras ciudades, permitiendo el aprendizaje directo de buenas prácticas y casos de éxito.

Se implementará un sistema de certificación de competencias que reconocerá formalmente los conocimientos adquiridos, añadiendo valor al curriculum profesional de los participantes y garantizando la calidad del comercio local. Este sistema incluirá diferentes niveles de especialización y será reconocido por la Federación como un distintivo de excelencia comercial.

## PROGRAMA DE FORMACIÓN ESPECÍFICO PARA GERENTES, TÉCNICOS Y RESPONSABLES DE LAS ASOCIACIONES.

La excelencia en la gestión asociativa constituye la piedra angular para la consecución de los objetivos del comercio local. La complejidad creciente del entorno asociativo exige que los profesionales al frente de las asociaciones -gerentes, técnicos y responsables- cuenten con competencias avanzadas y actualizadas que les permitan liderar eficazmente sus organizaciones. Nuestro análisis señala que el éxito de las asociaciones está directamente relacionado con la capacitación de sus gestores en áreas clave como la dirección estratégica, la comunicación y el liderazgo.

La acción se desarrollará a través de un programa formativo de alto nivel, específicamente diseñado para atender las necesidades particulares de los profesionales que gestionan las asociaciones comerciales. El programa abarcará las siguientes áreas fundamentales:

### Gestión Asociativa Avanzada:

- Planificación estratégica y desarrollo de planes de acción
- Gestión eficiente de recursos y optimización presupuestaria
- Captación y fidelización de asociados
- Desarrollo de proyectos y gestión de subvenciones

- Métricas y KPIs para evaluar el impacto de las acciones asociativas
- Gestión del tiempo y priorización de tareas

#### Habilidades de Negociación y Relaciones Institucionales:

- Técnicas avanzadas de negociación con administraciones públicas
- Construcción de alianzas estratégicas
- Gestión de conflictos y mediación
- Lobby y representación institucional
- Desarrollo de propuestas y presentaciones efectivas
- Comunicación persuasiva

#### Marketing Digital y Comunicación:

- Estrategia digital para asociaciones
- Gestión profesional de redes sociales
- Email marketing y newsletters efectivos
- Creación de contenido de valor
- Organización de eventos online y híbridos

- Analítica digital y medición de resultados

#### Liderazgo y Gestión de Equipos:

- Habilidades directivas y liderazgo transformacional
- Motivación y desarrollo de equipos
- Gestión del cambio organizacional
- Comunicación interna efectiva
- Desarrollo de cultura organizacional
- Gestión de voluntarios y colaboradores

#### Innovación Asociativa:

- Metodologías ágiles para la gestión de proyectos
- Herramientas digitales para la gestión asociativa
- Nuevos modelos de financiación y sostenibilidad
- Transformación digital de la gestión asociativa
- Innovación en modelos de asociacionismo y participación

El programa se implementará mediante una combinación de metodologías que incluirá sesiones presenciales intensivas con expertos en cada materia, workshops prácticos para la aplicación inmediata de conocimientos, coaching individualizado para gerentes y responsables, grupos de trabajo para el intercambio de experiencias y mejores prácticas e, incluso, visitas a asociaciones referentes a nivel regional o nacional.



## 6. ALINEAMIENTO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE LA AGENDA 2030

# **OBJETIVOS** **DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



LÍNEA ESTRATÉGICA 1. Acciones de gobierno y gestión			
Conocer, constantemente, la satisfacción de las asociaciones.		Poner en valor los servicios prestados	
 <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>Contribuye directamente al ODS 16 ya que promueve la creación de instituciones eficaces, responsables y transparentes que rinden cuentas ante sus miembros. Al establecer canales de retroalimentación sistemática, la asociación fortalece su gobernanza y mejora su capacidad de respuesta.</p>	 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Se vincula con el ODS 8 al fortalecer la capacidad de las PYMEs comerciales para aprovechar recursos y servicios que mejoren su competitividad y sostenibilidad.</p>
 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>Se alinea con el ODS 17 al fomentar relaciones sostenibles y eficaces entre los diferentes actores del sector comercial, creando un ecosistema colaborativo más sólido.</p>	 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>Refuerza el ODS 17 al mejorar la eficacia de las alianzas entre el sector comercial y otros actores económicos, maximizando el impacto de los recursos disponibles.</p>

LÍNEA ESTRATÉGICA 1. Acciones de gobierno y gestión			
Ampliar la cartera de servicios.		Modificación de los estatutos	
 <p><b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>La diversificación y mejora de servicios apoya directamente el ODS 8, específicamente la meta 8.2, al proporcionar herramientas y recursos que permiten a los comercios aumentar su productividad y modernización tecnológica.</p>	 <p><b>5</b> IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>La actualización estatutaria con enfoque en igualdad e inclusión se alinea perfectamente con el ODS 5 al promover la participación plena y efectiva de las mujeres en todos los niveles de la actividad comercial y asociativa.</p>
 <p><b>9</b> INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>Conecta con el ODS 9, facilitando el acceso de las pequeñas empresas comerciales a servicios financieros y apoyo técnico que mejoran su competitividad.</p>	 <p><b>10</b> REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>	<p>Contribuye al ODS 10 al establecer marcos normativos que garantizan la igualdad de oportunidades y eliminan prácticas discriminatorias.</p>
		 <p><b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>La incorporación de mecanismos de gobernanza más participativos apoya el ODS 16, asegurando que la toma de decisiones sea inclusiva, participativa y representativa.</p>

LÍNEA ESTRATÉGICA 2. Acciones de comunicación y promoción			
Mejora y actualización continua de la página web de la federación.		Potenciar la marca de la federación. "Comercio Córdoba"	
 <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>La modernización digital a través de la web corporativa contribuye directamente al ODS 9 al mejorar el acceso a las tecnologías de la información, facilitando la transformación digital del comercio local.</p>	 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>El fortalecimiento de la marca común se alinea con el ODS 8 al crear un paraguas promocional que beneficia especialmente a las PYMEs comerciales, mejorando su visibilidad y competitividad en el mercado local.</p>
 <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>El desarrollo de una plataforma web accesible y actualizada apoya el ODS 16 al garantizar el acceso público a la información, promoviendo la transparencia y facilitando la participación efectiva de todos los actores del sector comercial en la toma de decisiones.</p>	 <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	<p>Contribuye al ODS 11 al fortalecer la identidad comercial de la ciudad, promoviendo vínculos positivos entre diferentes zonas urbanas y ayudando a crear un tejido comercial más cohesionado y sostenible.</p>

LÍNEA ESTRATÉGICA 2. Acciones de comunicación y promoción			
Boletín periódico de noticias del sector para asociados.		Poner en relieve las actuaciones y proyectos de los asociados en redes propias de la Federación.	
 <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>La difusión sistemática de información sectorial apoya el ODS 16 al democratizar el acceso a información relevante para el sector, permitiendo a los comerciantes tomar decisiones más informadas y estratégicas.</p>	 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Esta acción contribuye al ODS 8 al proporcionar visibilidad y reconocimiento a las iniciativas innovadoras de las PYMEs comerciales, fomentando la adopción de buenas prácticas y la modernización del sector.</p>
 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>Se vincula con el ODS 17 al facilitar el intercambio de conocimientos y mejores prácticas entre los miembros de la comunidad comercial, fortaleciendo las capacidades colectivas del sector.</p>		

LÍNEA ESTRATÉGICA 3. Acciones de dinamización y promoción del asociacionismo			
Retomar los Premios Anuales del Comercio de Córdoba		Mejora de la participación de las asociaciones	
 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Los premios impulsan la modernización y profesionalización del comercio local, promoviendo la innovación y las buenas prácticas empresariales. Al reconocer iniciativas exitosas, se fomenta la adopción de modelos de negocio más eficientes y sostenibles</p>	 <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>El fomento de la participación activa apoya el ODS 16 al crear mecanismos más democráticos y participativos en la toma de decisiones asociativas.</p>
 <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	<p>Al premiar prácticas comerciales sostenibles y responsables, se promueve el desarrollo de un modelo de ciudad más equilibrado y sostenible, donde el comercio de proximidad juega un papel fundamental en la calidad de vida urbana.</p>	 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>Se alinea con el ODS 17 al fortalecer las alianzas entre diferentes asociaciones y zonas comerciales, creando una red más cohesionada y efectiva.</p>
 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p>La inclusión de categorías específicas relacionadas con la sostenibilidad y la responsabilidad social incentiva la adopción de prácticas comerciales más respetuosas con el medio ambiente y socialmente responsables.</p>		
LÍNEA ESTRATÉGICA 3. Acciones de dinamización y promoción del asociacionismo			
Incrementar el número de asociaciones miembro		Puesta en marcha de Buzón de asesoramiento y ayuda al asociado	

 <p><b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>La ampliación de la base asociativa contribuye al ODS 8 al integrar más comercios en estructuras formales que mejoran su capacidad de desarrollo y supervivencia.</p>	 <p><b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>La implementación de este canal directo de comunicación fortalece la transparencia y eficacia institucional de la asociación, mejorando la capacidad de respuesta ante las necesidades de sus miembros. Contribuye directamente a la meta de crear instituciones eficaces, responsables y transparentes.</p>
 <p><b>17</b> ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>Apoya el ODS 17 al expandir y fortalecer las redes de colaboración dentro del sector comercial, maximizando el impacto colectivo.</p>	 <p><b>9</b> INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>Al proporcionar asesoramiento técnico y apoyo en la modernización de los comercios, contribuye a la meta de aumentar el acceso de las pequeñas empresas a los servicios de apoyo y su integración en los procesos de innovación.</p>
		 <p><b>17</b> ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>El buzón actúa como facilitador de conexiones entre los diferentes actores del ecosistema comercial, fortaleciendo las alianzas entre comerciantes, proveedores de servicios y la propia asociación. Apoya la meta de fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces.</p>

LÍNEA ESTRATÉGICA 4. Otras Acciones				
Diseño de un foro permanente de interacción entre las asociaciones miembro		Programa de formación continua para empresas comerciales		Programa de formación específico para gerentes, técnicos y responsables de las asociaciones.
 <p><b>17</b> ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>El foro materializa la esencia misma de este objetivo al crear un espacio dedicado a fortalecer las alianzas entre diferentes actores del sector comercial. La colaboración estructurada y permanente entre asociaciones multiplica el impacto de las acciones individuales y genera sinergias que benefician a todo el ecosistema comercial.</p>	 <p><b>4</b> EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	<p>Esta iniciativa se alinea fundamentalmente con el ODS 4 al proporcionar formación práctica y relevante que mejora las competencias profesionales del sector.</p>	 <p><b>4</b> EDUCACIÓN DE CALIDAD</p> <p>El desarrollo de capacidades directivas apoya el ODS 4 al proporcionar formación especializada de alto nivel.</p>
 <p><b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>Al establecer mecanismos formales de participación y toma de decisiones colectivas, se contribuye a la creación de instituciones más eficaces y transparentes. El foro promueve la gobernanza participativa y el desarrollo de consensos, fortaleciendo la legitimidad y representatividad de la Federación.</p>	 <p><b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>Contribuye al ODS 8 al aumentar la productividad y competitividad de los comercios,</p>	 <p><b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> <p>Se vincula con el ODS 8 al mejorar la capacidad de gestión y liderazgo en el sector comercial,</p>
 <p><b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>La colaboración entre asociaciones permite optimizar recursos, compartir conocimientos y desarrollar iniciativas conjuntas que impulsan el desarrollo económico local. El intercambio de mejores prácticas y la coordinación de esfuerzos contribuye a la profesionalización y modernización del sector comercial.</p>	 <p><b>12</b> PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p>Contribuye al ODS 12 al incluir formación en prácticas comerciales sostenibles y responsables.</p>	 <p><b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p> <p>Contribuye al ODS 16 al fortalecer las capacidades institucionales de las asociaciones para una gestión más eficaz y transparente.</p>

## 7. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN

---

A continuación, se propone un Cuadro de Mandos de Indicadores Cuantitativos enfocado en todo momento hacia el seguimiento y evolución del Plan Estratégico.

El seguimiento y evaluación del Plan corresponde al Comité Ejecutivo de Comercio Córdoba.

Los indicadores han sido agrupados atendiendo a las diferentes líneas estratégicas y, en definitiva, evaluados según su ámbito de impacto más directo. Esta agrupación de indicadores permitirá proporcionar información para el monitoreo de forma acorde a los objetivos marcados dentro del propio Plan, midiendo el impacto obtenido en cada uno de las acciones medibles.

### 1. Acciones de gobierno y gestión

Indicador	Temporalización
N.º de encuestas realizadas a asociados	Anual
Número de nuevos servicios creados y ofrecidos a las asociaciones	Anual

---

Número de estatutos modificados

Anual

---



---

2. Acciones de comunicación y promoción

---

Indicador

Temporalización

---

Número de mejoras realizadas en la web

Anual

---

Número de visitas a la web

---

Número de boletines enviados

Anual

Anual

---

Número de publicaciones en redes propias de difusión de actuaciones llevadas a cabo por asociaciones integradas

---

### 3. Acciones de dinamización y promoción del asociacionismo

Indicador	Temporalización
Número de nuevas asociaciones integradas	Anual
Número de empresas incluidas en las nuevas asociaciones	Anual
Número de reuniones conjuntas organizadas	Anual

### 4. Otras Acciones

Indicador	Temporalización
Número de actuaciones orientadas a la interacción de las asociaciones	Anual
Número de acciones formativas llevadas a cabo	Anual

## 8. PLAN DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN.

---

### ACCIONES A DESARROLLAR

- Presentación al Comité Ejecutivo y a la Junta Directiva de Comercio Córdoba (primer trimestre 2025).
- El Plan estará disponible en la página web de Comercio Córdoba para su consulta pública (diciembre 2024).





C/ José Ramón García Fernández, S/N  
(Estadio Municipal el Arcángel) y Plaza  
Gonzalo de Ayora, 1 - Córdoba

957 476 911 / 957 472 524 [administracioncc@comerciocordoba.com](mailto:administracioncc@comerciocordoba.com)