



**EXCMA. DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE SEGOVIA**  
**ILMO. SR. PRESIDENTE**  
**CALLE SAN AGUSTIN, 23**  
**40001 SEGOVIA**

**Expediente: ACTUACIÓN DE OFICIO 1596/2023**

**Asunto: Problemas de desabastecimiento de productos básicos en localidades del norte de Segovia**

Ilmo. Sr.:

Como recordará, el motivo de esta actuación de oficio era la situación de desabastecimiento comercial de productos básicos que parecen estar sufriendo algunos pueblos del norte de la provincia de Segovia, situación de la que hemos tenido conocimiento a través de un medio de comunicación. En concreto, las localidades de Grado del Pico, Santibáñez y Estebanvela, todas ellas del municipio de Ayllón.

Esta coyuntura nos ha llevado a hacer una doble reflexión. Por un lado, probablemente los habitantes de esas localidades, en muchos casos personas mayores y con importantes limitaciones para sus desplazamientos, se encuentren con serias dificultades para satisfacer una necesidad básica diaria, como es la alimentación, por la falta de establecimientos donde aprovisionarse. Por otro, una baja o nula dotación de equipamientos comerciales constituye, sin duda, un factor determinante de la despoblación de cualquier zona. Consideraciones ambas que han justificado nuestra intervención mediante Actuación de oficio.

Iniciada la investigación oportuna, se le solicitó información en relación con las cuestiones planteadas en aquella.

En atención a dicha petición de información, se remitió un informe, en el que se hacía constar, entre otras cuestiones, lo siguiente:

*“En este sentido es público y notorio que el comercio de proximidad, en términos generales, viene desde hace tiempo arrastrando una serie de problemas estructurales que en este momento se han visto muy agravados por otros de carácter coyuntural (reducción notable de la actividad, cambios sociales y en los procesos de compra, reducción de la capacidad de gasto), cuya solución excede del ámbito competencial de las diputaciones”.*

*“Las diputaciones provinciales solamente desarrollan actuaciones de promoción o fomento del mismo, no tienen competencias en la ordenación del comercio minorista o de proximidad ni en la venta ambulante o no sedentaria”.*



*“En el marco de competencias en materia de comercio minorista que la Diputación de Segovia asume indirectamente de promoción o fomento del comercio rural minorista y venta ambulante, esta entidad lleva concediendo ayudas anuales a dicho sector desde el ejercicio 2021.*

*Así mismo, concede ayudas a empresas y asociaciones inscritas en Alimentos de Segovia, en su mayoría pymes y micropymes, ubicándose varias de ellas precisamente en la zona nordeste de la provincia, que también realizan venta directa de sus productos.*

*Todo ello, sin olvidar que anualmente desde el año 2012 se conceden ayudas a emprendedores y pequeñas empresas, en las que todos aquellos nuevos negocios relacionados con pequeños establecimientos comerciales que lo han solicitado, han resultado beneficiarios de las mismas.*

*Tomando como referencia los últimos tres años, la Diputación de Segovia ha invertido más de 900.000 € en ayudas al comercio rural minorista y venta ambulante, socios de Alimentos de Segovia en su mayoría con pequeños establecimientos de venta directa repartidos por la geografía provincial, y ayudas a emprendedores de todo tipo que también generan actividad económica y comercial, beneficiando a 1.233 establecimientos y empresas.*

*A fecha 7 de marzo del año en curso, la Diputación de Segovia a través de su Área de Promoción Provincial y Desarrollo Rural Sostenible, ha remitido a la Junta de Castilla y León, Dirección General de Comercio y Consumo una propuesta de proyecto de apoyo al comercio de proximidad en la provincia de Segovia, que abarca a todos los municipios, como no puede ser de otra manera dado el carácter de entidad local supramunicipal de la Diputación de Segovia”.*

La trascendencia de la problemática descrita nos lleva a hacer a esa Diputación una serie de consideraciones con las que pretendemos colaborar, en la medida de lo posible, a la solución del problema, aunque somos conscientes de la complejidad del mismo y de su difícil solución.

Así, debemos señalar que en nuestra Comunidad son 939 los municipios, prácticamente todos ellos en el medio rural, que carecen de establecimientos comerciales, lo que afecta a una población de 85.541 habitantes. En concreto, en Segovia son 74 los municipios, con 5.266 habitantes, los que no tienen ninguna tienda<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> 1 Borrador de la Estrategia de Comercio Minorista y Rural de Castilla y León 2024-2027. No obstante, estas cifras sufren variaciones, en general, a la baja, pues son más los establecimientos comerciales que cierran que los que abren.



Dicho esto, no podemos perder de vista que esta no es una problemática exclusiva ni de la provincia de Segovia ni tampoco de Castilla y León, la padecen numerosos municipios, fundamentalmente de la España interior, donde el pequeño comercio va desapareciendo conforme avanza la despoblación del medio rural, sin que las carencias que genera sean suplida en la mayoría de los casos, por otro tipo de establecimientos.

La situación no parece tener una fácil solución pues el problema fundamental para los pequeños comercios de las zonas rurales es la falta de rentabilidad a causa de la escasa población, como es el caso concreto que estamos analizando, donde las localidades de Estebanvela, Santibáñez y Grado del Pico, conjuntamente no suman más de 80 habitantes.

Sin embargo, como hemos señalado en ocasiones anteriores, el comercio de proximidad en el medio rural de Castilla y León tiene una enorme trascendencia para la vida de nuestros pueblos, que debemos apreciar desde una triple dimensión: como servicio básico, imprescindible, para quienes residen o se trasladan a ellos habitualmente, como elemento relevante para el mantenimiento de la vida social en los pueblos y como factor generador de actividad económica y empleo, conjunto de perspectivas que contribuye a frenar el despoblamiento de las pequeñas localidades.

Las tiendas de alimentación y otros establecimientos de venta de productos básicos en los pueblos son los lugares de provisión de artículos, muchos de ellos de primera necesidad, lo cual es una evidencia al constatar que gran parte de quienes residen en el medio rural son personas mayores, en muchos casos dependientes, que, por ello, lo deseable e, incluso, necesario, es que puedan adquirir los productos básicos en su misma localidad o en alguna muy cercana, por la dificultades que supone desplazarse para adquirir estos productos en vehículos particulares o, incluso, en medios de transporte público, dificultades que, en general, resultan complejas de superar, debido al escaso dominio tecnológico o digital que, en general, tienen las personas mayores e, incluso, por el rechazo que generan los sistemas de compra no presencial entre esta parte de la población. Además, los costes de transporte incrementan el gasto en bienes esenciales, haciendo la vida más cara para los habitantes de estas localidades.

El mantenimiento de las relaciones sociales entre los residentes en los pueblos, con motivo de la adquisición de bienes y servicios en su propia localidad, se considera muy positivo pero se ve limitado por la progresiva desaparición del comercio en los pequeños municipios y, con ello, los lugares de encuentro entre los vecinos, espacios de socialización que favorecen el intercambio de opiniones y el mantenimiento y desarrollo del trato personal. La experiencia viene demostrando que los pequeños municipios que no cuentan con tienda van perdiendo vida al desaparecer esos puntos de reunión. La ausencia de tiendas y comercios (también bares) elimina, en gran medida, la interacción y cohesión comunitaria, lo que podría afectar a la salud mental y emocional de los residentes en estas localidades y contribuir a crear un sentimiento de aislamiento y abandono. Por ello, el



comercio rural debe ser analizado no solo bajo una perspectiva estrictamente económica sino también desde una visión sociológica y de servicio a los vecinos.

Es una realidad que sin un establecimiento que suministre alimentos, la vida en los pueblos se hace difícil. La falta de tiendas contribuye a una menor variedad de servicios disponibles, lo que puede afectar negativamente a la calidad de vida de sus habitantes y afectar negativamente a la economía rural y también reduce las oportunidades de empleo locales, incluso hace menos atractiva la presencia de residentes de temporada en los municipios rurales.

En ese contexto, resulta pues indispensable la intervención pública, en el ejercicio de las competencias de cada una de las Administraciones, para contribuir a que las medidas concretas, algunas de las cuales ya están puestas en práctica, sean lo más efectivas posibles; así, cabe indicar que estas medidas pueden situarse en torno a, al menos, cinco líneas de actuación: fomentar la iniciativa privada en la creación y el mantenimiento de estructuras comerciales; mejorar las condiciones del transporte y de las infraestructuras viarias que permitan a la población de estos pueblos acceder a los establecimientos comerciales de poblaciones cercanas; facilitar la distribución y el reparto de productos adquiridos en comercios ubicados fuera de la localidad; favorecer la presencia en esas localidades de camiones-tienda que permitan realizar a sus habitantes la compra de productos básicos; y establecer y mantener una infraestructura de telecomunicaciones que asegure el acceso a internet de alta velocidad que posibilite realizar con facilidad compras “on line”, propiciando su uso por las personas de más edad o con dificultades de acceso a las nuevas tecnologías por otras razones.

Cabe destacar, a modo de ejemplo, el programa impulsado por la Diputación Provincial de Valladolid Comercio Rural Mínimo<sup>2</sup> y dentro de esa red, en relación con la problemática que venimos abordando, una de sus líneas<sup>3</sup> de actuación, en concreto la

---

<sup>2</sup> La Red de Comercio Rural Mínimo Se desarrolla en cuatro líneas de actuación: a) Apoyo económico: Proporcionar subvenciones y ayudas a los pequeños comercios locales para que puedan mantener su actividad, modernizar sus instalaciones, o adaptar sus servicios a las necesidades actuales, como la digitalización o la adaptación a normativas sanitarias; b) Revitalización del comercio local: Impulsar la creación y sostenibilidad de comercios en pequeños municipios con el fin de evitar la despoblación y mantener la economía local activa; c) Mejora de infraestructuras: Financiar pequeñas obras de mejora en infraestructuras comerciales, como la Adaptación de locales para hacerlos más accesibles o la mejora de la eficiencia energética; y d) Promoción de la digitalización: Incentivar la incorporación de nuevas tecnologías y la digitalización de los procesos comerciales para que los negocios locales puedan competir en igualdad de condiciones con grandes superficies y el comercio electrónico.

<sup>3</sup> La segunda línea se sostiene a través de cuatro pilares fundamentales: la propia Diputación de Valladolid, los municipios donde se instalan los establecimientos, la central de compras y los promotores. La Diputación de Valladolid se encarga de la coordinación y puesta en marcha del proyecto, además de ayudar al acondicionamiento de los locales, de los bienes de equipo y el mobiliario, así como del material informático, tanto del equipo como del software. Además, se responsabiliza de la imagen corporativa de los establecimientos. Asimismo, la Diputación de Valladolid garantiza la entrada de los nuevos establecimientos en la Central de Compras. Se trata de una cooperativa que garantiza servicios y precios de



dirigida a dotar a pequeños municipios, generalmente con una población censada de 300 habitantes, de un punto de venta que cubra las necesidades básicas de residentes y visitantes, trabajando para ello en colaboración con los municipios interesados.

El éxito de esta iniciativa viene avalado por los 18 los establecimientos abiertos y en funcionamiento en esta provincia, desde el inicio del programa en 2011.

La venta ambulante, especialmente la que se realiza mediante camiones-tienda como medio imprescindible para paliar el desabastecimiento alimentario rural, también puede contribuir a paliar las necesidades de abastecimiento en pequeñas localidades, tipo de venta al que ha de darse las máximas facilidades desde la Administración más cercana a los vecinos, si fuera necesario.

En este sentido, debemos valorar como muy positivo el compromiso que sabemos que esa Diputación mantiene con el comercio rural a través de la convocatoria anual de ayudas para los titulares de un negocio de venta ambulante, cuya finalidad es promover la comercialización y favorecer el aprovisionamiento en el medio rural de bienes de consumo esenciales, además de proteger la red social o recursos de convivencia que aportan de manera indirecta estas actividades en las pequeñas poblaciones.

Por su parte, también la Diputación de Soria ha puesto en marcha el Plan Soria 2024, conforme al cual se han convocado ayudas para apoyar el comercio ambulante en esa provincia, convocatoria que tiene como objetivo sufragar parcialmente los gastos derivados de la atención a las localidades cuyo comercio de bienes de primera necesidad es atendido de forma ambulante. El objetivo principal de estas ayudas es aliviar los costos operativos de los comerciantes itinerantes que prestan servicios en áreas rurales de la provincia, incluyendo también a los fabricantes de pan, lo que constituye un elemento destacable en relación con el abastecimiento de un producto básico de consumo diario.

Finalmente, cabe considerar que el fomento del comercio digital en municipios sin tiendas físicas puede ser una solución efectiva para facilitar la vida de sus habitantes, al eliminar la necesidad de efectuar desplazamientos y, con ello, reducir la brecha entre áreas urbanas y rurales. Ahora bien, su utilización requiere un acceso rápido y confiable a internet, para lo que es necesario contar con telecomunicaciones, en particular con la

---

suministros, además de tutorizar, guiar y asesorar permanentemente a sus socios, principalmente en el período de adaptación, en todo lo relativo a la gestión y estrategia del comercio, marketing y psicología aplicada. De esta manera, se proporciona a los establecimientos adheridos las herramientas y los conocimientos adecuados para optimizar la gestión comercial y las técnicas de venta, con el objetivo de conseguir los mejores resultados en el menor tiempo posible. Por su parte, los municipios interesados aportan el local para ubicar el establecimiento, corriendo con los gastos mensuales de agua, luz e internet, además de seleccionar la persona que se responsabilizará de la nueva tienda y de regular la venta ambulante en la localidad.



cobertura de banda ancha, así como una adecuada formación en competencias digitales por parte de los residentes.

Así las cosas, es necesario tomar muy en cuenta la situación de exclusión alimentaria que podrían estar sufriendo quienes residen en Grado del Pico, Santibáñez y Estebanvela, especialmente las personas de mayor edad. Resulta por ello crucial implementar una combinación de estrategias que involucren políticas públicas, logística, tecnología y colaboración comunitaria para garantizar el suministro comercial de estas localidades.

En virtud de todo lo expuesto, y al amparo de las facultades conferidas por el Estatuto de Autonomía de Castilla y León y por la Ley 2/1994, de 9 de marzo, del Procurador del Común, consideramos oportuno formular la siguiente **Resolución**:

**PRIMERA:** Analizar y valorar las iniciativas que están tomando otras Diputaciones Provinciales de nuestra Comunidad con el fin de incrementar las actuaciones que ya se vienen poniendo en práctica en la provincia de Segovia para evitar el desabastecimiento de productos básicos en las localidades sin establecimientos comerciales en esa provincia.

**SEGUNDA:** Mantener en las mejores condiciones posibles las infraestructuras viarias de titularidad provincial de la zona objeto de esta actuación de oficio con el fin de mejorar los desplazamientos relacionados con la actividad comercial.

**TERCERA:** Incentivar el servicio que prestan en el medio rural las tiendas móviles o unidades de venta itinerantes que recorran varios pueblos según un calendario fijo, con una frecuencia que garantice el acceso regular a los productos básicos y principalmente perecederos.

**CUARTA:** Reivindicar ante las Administraciones competentes la adopción de las medidas necesarias para mejorar la infraestructura de telecomunicaciones que asegure el acceso a internet de alta velocidad, por ser esencial para el comercio electrónico y otros servicios digitales que pudieran necesitar los vecinos de esas localidades.

**QUINTA:** Valorar la oportunidad de facilitar a los habitantes de las pequeñas localidades de la provincia la asistencia tecnológica a través de voluntarios o de aquella forma que pueda resultar más efectiva para ayudar a las personas de más edad o con dificultades para el acceso a las nuevas tecnologías a realizar sus compras en línea.

Esta es nuestra resolución y así se la hacemos saber, con el ruego de que nos comunique de forma motivada la aceptación o no aceptación de la misma en el plazo de



PROCURADOR DEL COMÚN  
DE CASTILLA Y LEÓN

dos meses, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 19.2 de la Ley Reguladora de la Institución.

Una vez realizadas las comunicaciones oportunas, se acuerda publicar la presente Resolución en la página web de esta Institución, previa disociación de los datos de carácter personal que contuviera.

Pendiente de sus noticias, reciba un cordial saludo.

Atentamente,

EL PROCURADOR DEL COMÚN  
Tomás Quintana López