

Grupo Día y CEOE abordan las claves para impulsar la economía y los servicios básicos en la ‘España Vacía’

/ En el marco de la jornada “El desafío de la ‘España vaciada’: ¿cómo mejorar los servicios en las zonas rurales para impulsar su desarrollo?”, representantes de compañías del sector financiero, telecomunicaciones, gran consumo y logística abordaron los desafíos y oportunidades de crear valor económico y social en la ‘España Vacía’

/ Crear actividad económica en la región y las alianzas con proveedores locales son pilares esenciales para garantizar la inclusión y promover el desarrollo económico de las zonas rurales, una misión que requiere de la colaboración entre Administraciones Públicas y el sector privado

/ La tecnología se convierte en una herramienta esencial para revalorizar las zonas rurales, conectar a sus habitantes con la digitalización y combatir el reto demográfico de la despoblación

Madrid, 8 de noviembre de 2023.- La ‘España Vacía’ engloba a más de la mitad del territorio nacional y, sin embargo, tan solo acoge a un 17% de la población española. Estas cifras reflejan una problemática que afecta, en concreto, a 23 provincias españolas que han perdido habitantes entre 1950 y 2019 y presentan una densidad poblacional inferior a la media nacional. La despoblación rural y sus consecuencias no tiene una solución única, sino que requiere del compromiso público-privado y de una mirada amplia e inclusiva, que atienda las necesidades urgentes, pero que también sea capaz de construir un futuro sostenible.

Para abordar este desafío, [Grupo Día](#), red líder de tiendas de proximidad con más de 2.400 establecimientos en nuestro país, en colaboración con [CEOE](#), ha organizado la jornada **“El desafío de la ‘España vaciada’: ¿cómo mejorar los servicios en las zonas rurales para impulsar su desarrollo?”**. En el encuentro, celebrado el miércoles 8 de noviembre en formato híbrido desde la sede de CEOE en Madrid, se abordaron los retos y oportunidades de crear valor económico y social en la España Vacía de la mano de representantes de instituciones y compañías de gran relevancia para el tejido empresarial español.

*“La despoblación de las zonas rurales por falta de servicios y oportunidades deriva en una tensión social que se retroalimenta por sí misma: vivir en los pueblos se vuelve menos atractivo, se pierden más servicios, se reduce la inversión y su población acaba emigrando”, recuerda **Pilar Hermida del Llano**, Chief Communication & Sustainability Officer de Grupo Día, durante la apertura de la jornada. “En Grupo Día queremos ser parte de la solución a este reto demográfico; una solución que conecta con la cercanía, la proximidad y el trato humano para que todas las personas, sin importar dónde estén, tengan acceso a algo tan básico, pero fundamental, como lo es una alimentación variada y de calidad”.*



Por otro lado, **César Maurín**, director de Digitalización, Innovación, Comercio e Infraestructuras en CEOE, ha señalado durante la apertura del acto que “la pandemia y el confinamiento ha supuesto un punto de inflexión para la digitalización en España, así como la certificación de que el comercio es una actividad estratégica que durante ese periodo funcionó a la perfección. En este sentido, la digitalización se erige como el gran aliado de la competitividad del sector, con el objetivo, además, de fijar la población y dar servicio a las zonas más despobladas de la manera más eficiente. Los datos que ofrece el Informe de la Década Digital elaborado por la Comisión Europea nos hacen ver el importante avance de España en esta materia en los últimos años”.

La jornada dio paso a una mesa redonda que contó con la participación de **Hermida; Nicolás Mouze**, director de Marketing y Ventas de DHL Express España; **Alberto Aza**, portavoz de CECA; **Nani Fernández**, directora de Relaciones Institucionales de Orange España, y **Beatriz Herrera De Miguel**, directora de Sostenibilidad y Relaciones Institucionales de Mahou. La conversación estuvo moderada por **Mercedes Alsina**, jefa de Área de Competitividad, Comercio y Consumo de CEOE.

A lo largo de la conversación, los ponentes abordaron los desafíos que afrontan los distintos sectores productivos para mejorar los servicios en el ámbito rural, con el fin de promover la inclusión, el desarrollo y progreso de estas regiones. Asimismo, exploraron las principales fortalezas del uso de nuevas tecnologías en cada uno de sus ámbitos de actuación. El desarrollo de herramientas digitales y canales online, la extensión de las redes de fibra y 5G o la aplicación de Inteligencia Artificial se alzaron como palancas de gran relevancia para garantizar la inclusión de la población e impulsar el desarrollo de las compañías con el objetivo de promover el crecimiento socioeconómico de la ‘España Vacía’ y combatir el reto de la despoblación.

Esta transformación digital de las compañías es un desafío para sectores como el de la distribución, que trabaja desde hace años para ofrecer cobertura al mayor porcentaje de población. Grupo Día emprendió hace tres años un proceso de transformación integral que implicaba, entre otras acciones, la renovación de su web y el lanzamiento de su nueva App omnicanal, en línea con el compromiso de la compañía de estar cada día más cerca de las personas, sin importar dónde vivan o su nivel socioeconómico. *“Un canal online que llegue a zonas rurales responde a nuestro compromiso con hacer accesible la alimentación a todas las personas. Actualmente, ofrecemos cobertura al 84% de la población española, es decir, 35 millones de personas, y damos servicio al 93% de los municipios de menos de 10.000 habitantes”, subraya Pilar Hermida del Llano, CCO & Sustainability de Grupo Día.* Asimismo, la portavoz de Día puso en valor la importancia de la proximidad y la cercanía para combatir las tensiones sociales: *“Contribuir a reducir la brecha alimentaria es la razón de ser de nuestro programa ‘Comer mejor cada día’. En Día creemos que la accesibilidad, el conocimiento y los buenos hábitos de alimentación son claves para que una persona pueda seguir una alimentación equilibrada, algo que repercute, sin duda alguna en su bienestar. Esto solo se consigue acercando los productos de calidad a precios asequibles a todas las familias gracias a la capilaridad de nuestra red de tiendas y a la amplia cobertura de nuestro canal online”.*

Impulso de la economía y el comercio local

El crecimiento económico de las zonas rurales fue uno de los ejes centrales de la jornada. El sector del comercio minorista es una de las grandes palancas de la economía nacional. Por sí solo, representa un 4,7% del PIB, con una aportación de

57.000 millones a la economía del país, y es uno de los grandes motores de empleo. Y, más concretamente en el sector del retail alimentario es palanca clave de compañías como Dia. *“Como actor socialmente relevante, tenemos el compromiso y la responsabilidad de involucrarnos en aquello que preocupa a nuestra sociedad. De construir un negocio con capacidad de crecer y hacer crecer a nuestro ecosistema. El futuro solo puede ser sostenible y eso implica que el triple balance salga positivo”, señala Hermida.*

La Industria de Alimentación y Bebidas, por otro lado, es uno de los grandes contribuyentes al desarrollo económico de las zonas rurales, dinamizando el 16,2% del PIB en la ‘España Vacía’ gracias a su ubicación en localidades rurales¹, y generando más de 305.000 puestos de trabajo. En concreto, el 30% de las plantas de las grandes marcas de gran consumo se ubican en poblaciones con menos de 10.000 habitantes, un porcentaje que sube hasta el 40% si hablamos de localidades de 20.000 habitantes². Es el caso de Mahou San Miguel, que trabaja desde hace años para impulsar el crecimiento de las zonas rurales con una firme apuesta por el talento local y los proveedores de la región.

La clave, según **Beatriz Herrera De Miguel**, directora de Sostenibilidad y Relaciones Institucionales de Mahou San Miguel, está en la colaboración: está en la “colaboración con toda la cadena de valor para ser más competitivos e impulsar el desarrollo socioeconómico de nuestro entorno. Acercar las cadenas de suministro apoyando al agricultor local, y colaborar con nuestros proveedores, distribuidores y clientes cercanos son nuestras prioridades que nos permiten mantener un 95% de compra local. En Mahou San Miguel somos la compañía cervecera con mayor huella industrial positiva, con 8 centros en España y 4 manantiales, que genera más de 140.000 empleos de calidad de manera directa e indirecta.

Desde el sector de la logística también suman esfuerzos para implementar iniciativas que faciliten la entrega de paquetes en pleno auge del e-commerce, gracias al uso de nuevas tecnologías o el impulso de los repartos de última milla. Durante su intervención, **Nicolás Mouze**, director de Marketing y Ventas de DHL Express España, destacó que “gracias al auge y consolidación del e-commerce, desde DHL Express no sólo acercamos a las empresas con los destinatarios finales independientemente del lugar en el que vivan, sino que también vemos cómo cada vez más empresas y negocios localizados en pueblos, se expanden por nuevos territorios. Esto ayuda a reforzar la economía rural, ya que los negocios locales pueden llegar a nuevos consumidores internacionales. Nuestra misión será seguir apoyándoles en sus procesos de expansión a nivel mundial”.

Conectar a las personas de las zonas rurales: la labor de la industria de las telecomunicaciones y sector financiero

Durante la jornada, los ponentes abordaron la importancia de fomentar la conexión de las zonas rurales desde dos puntos de vista esenciales. Por un lado, desde el aspecto de la conectividad: La digitalización de la vida, sobre todo tras la pandemia, ha demandado la expansión de las infraestructuras de telecomunicaciones hacia entornos rurales con el objetivo de reducir la brecha digital.

¹ Informe ‘La contribución de la Industria de Alimentación y Bebidas a la España Vacía’, elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, FIAB y Cajamar.

² Intervención de Ignacio Larracochea, presidente de Promarca, en la II Jornada Impulso de las Marcas por la España Vacía.

En este sentido, **Nani Fernández**, directora de Relaciones Institucionales de Orange, puso de relieve *“la decisiva contribución de las infraestructuras de conectividad más avanzadas, y más en concreto de las nuevas redes 5G, para impulsar el desarrollo de ciudadanos y empresas en zonas rurales, para hacer crecer incluso los sectores más tradicionales en este mundo cada vez más interconectado y global”*. Un ejemplo de ello son los proyectos piloto que la compañía ha puesto en marcha en Galicia y la Comunidad Valenciana, en los que han aplicado nuevas tecnologías para optimizar el rendimiento de la producción agraria. Asimismo, Fernández subrayó el valor del despliegue del 5G y la fibra para acercar las nuevas tecnologías cada vez a más territorios: *“A día de hoy, en Orange ofrecemos acceso a nuestra red de fibra propia a 17,1 millones de hogares y negocios, llegando a 1.750 municipios, de los que 730 tienen menos de 5.000 habitantes. Y en cuanto a 5G, la cobertura de nuestra red alcanza ya a más del 83% de la población. Seguimos trabajando en ello, porque sabemos que la digitalización no deriva en progreso si no está al alcance de todos. Y la mejora de la conectividad en las zonas rurales sin duda será un buen aliciente para la repoblación de zonas actualmente vacías, para el incremento del teletrabajo y para el desarrollo de su tejido productivo”*.

Por otro lado, en la mesa redonda se abordó la conexión de la España rural desde la perspectiva de la operativa financiera. El sector bancario trabaja desde hace años de forma incansable para fomentar la inclusión de las zonas rurales con medidas destinadas a acercar la operativa diaria de las finanzas a las personas. Desde acuerdos con Correos para la retirada de efectivo hasta el despliegue de una flota de ofibuses que recogen los pueblos de algunas regiones españolas, pasando por la formación de todas las personas, independientemente de dónde vivan, para garantizar unas competencias digitales básicas.

Tal y como subrayaba **Alberto Aza**, portavoz de CECA, *“con datos a octubre de 2023, el 93% de los municipios de más de 500 habitantes que hace un año no tenían un punto de acceso físico a los servicios financieros básicos ahora cuentan con él o hay un proceso de instalación, licitación pública o en conversación con la Administración para que lo tengan en los próximos meses. Esto es una muy buena noticia y prueba de que el compromiso del sector bancario con la inclusión financiera en la España vaciada está dando sus frutos, pero nuestro objetivo es ir más allá. La hoja de ruta que pusimos en marcha en octubre del año pasado nace con la misión de asegurar el acceso presencial a los servicios financieros en el 100% de los municipios. En concreto, en apenas un año hemos conseguido que el 65% de los municipios de más de 500 habitantes que carecían de un punto de acceso presencial a los servicios financieros cuenten con él. Es decir, ya hemos rescatado a 137.000 personas de la exclusión financiera”*.

Sobre Grupo Día **Cada día más cerca**

Somos Grupo Día, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 5.400 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de gran calidad a un precio asequible, tanto a través de nuestras tiendas físicas como de nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Día abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 33.400 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 19.500 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos. Juntos, hemos

construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 7.286 millones en 2022.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 96% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros más de 11 millones de clientes fidelizados en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y productos de marca Día renovados. Además, trabajamos para generar un impacto positivo allí donde operamos. Gracias a las oportunidades de empleo y autoempleo que fomentamos en cada barrio, generamos más de 151.000 puestos de trabajo directos e indirectos en 2021 y nuestra contribución al PIB de los cuatro países superó los 9.200 millones de euros.

www.diacorporate.com

#CadaDíaMasCerca

LinkedIn: [Grupo Día](#)

Sobre CEOE

CEOE es la principal representante de las empresas en España ante la Administración, los organismos del Estado, las organizaciones sindicales, los partidos políticos y las instituciones internacionales. En Europa, CEOE es miembro activo de BusinessEurope, que agrupa a las asociaciones empresariales de todo el continente. Desde su fundación en 1977, CEOE representa y defiende los intereses de los empresarios españoles. Agrupa, con carácter voluntario, a la mayoría de las empresas y empresarios individuales de cualquier tamaño o sector a través de asociaciones de base, que forman una red de 240 organizaciones empresariales.

Para más información:

Grupo Día

Ainhoa Murga
ainhoa.murga@diagroup.com
+34 608 710 511

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

CEOE

Comunicación
comunicacion@ceoe.es
+34 915 663 465

