



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/10935

27/04/2020

24525

AUTOR/A: HERRERO BONO, José Alberto (GP); GONZÁLEZ TEROL, Antonio Pablo (GP); REDONDO CALVILLO, María de la O (GP); CASTILLO LÓPEZ, Elena (GP); ALMODÓBAR BARCELÓ, Agustín (GP); POSTIGO QUINTANA, Jesús Juan Bautista (GP); MORALEJA GÓMEZ, Tristana María (GP); HOYO JULIÁ, Belén (GP); GÁZQUEZ COLLADO, Paloma (GP); CORTÉS CARBALLO, Mario (GP); MARISCAL ANAYA, Guillermo (GP); LEDESMA MARTÍN, Sebastián Jesús (GP)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada, se informa que el Gobierno está tomando medidas para ayudar al pequeño comercio a superar el impacto de la crisis de la COVID-19, teniendo en cuenta la importancia que este sector tiene en la economía nacional.

En este contexto, cabe destacar, en relación con las nuevas fórmulas comerciales de organización y especialización, hay que destacar que el confinamiento ha impulsado las ventas del comercio en línea de forma extraordinaria. Se estima que este comercio en línea se va a mantener en cotas altas, como consecuencia de la crisis, ofreciendo nuevas oportunidades de negocio.

Los nuevos factores de competitividad, tanto en el comercio *offline* como en línea, van a ser la seguridad, la higiene, la conveniencia y la proximidad.

Además, se señala que la inversión en herramientas digitales y analítica avanzada de datos va a ser esencial para un sector comercial más eficiente, para estar más cerca de un consumidor cada vez más conectado, que busca lo local y lo cercano, en omnicanal y en una nueva socialidad (más conexión, más tiempo en casa, más distancia física)

Por todo ello, el Gobierno, a través del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, está trabajando en una serie de medidas con el fin de asegurar la sostenibilidad del pequeño comercio, para que pueda salir reforzado como consecuencia de esta crisis.



La política que se está desarrollando de cara a la adopción de medidas pasa por la coordinación con las Comunidades Autónomas, con el fin de buscar aquellas medidas óptimas que den una respuesta adecuada a los problemas de la actual crisis.

Por ello, se están celebrando, desde el inicio de la crisis, reuniones periódicas con las Comunidades Autónomas (por ejemplo, las de los días 18 de marzo, 1 de abril y 29 de abril), en las que se han tratado los diferentes problemas que han venido aconteciendo y se han coordinado los objetivos de las ayudas al comercio. Además, se mantiene un contacto directo y continuo con las Comunidades Autónomas.

Tras la publicación de la Orden SND/388/2020¹, de 3 de mayo y de la Orden SND/386/2020², de 3 de mayo, se ha publicado el “Protocolo y guía de buenas prácticas dirigidas a la actividad comercial en establecimiento físico y no sedentario”, que ha sido consensuado y acordado con todo el sector y los principales sindicatos.

Además, para fomentar el consumo una vez se reactive la actividad comercial, se ha planificado el desarrollo de una campaña de publicidad. Esta campaña consistirá en una campaña de promoción del comercio de proximidad con el objetivo de contribuir a la sostenibilidad del comercio minorista una vez se permita la apertura de los comercios y termine el confinamiento de los consumidores.

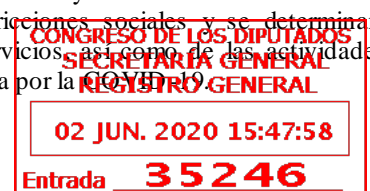
Por otro lado, en relación con el programa de ayudas que viene desarrollando la Secretaría de Estado de Comercio junto con la Cámara de Comercio de España para el aumento de la competitividad del pequeño comercio, se ha rediseñado dicho plan de ayudas con objeto de adaptarlas a las necesidades actuales del pequeño comercio.

Así, se han incluido ayudas directas o subvenciones para completar la línea de actuación relativa a los denominados “diagnósticos” con objeto de co-financiar la implantación de las recomendaciones derivadas de dichos diagnósticos y poder mejorar de esa forma la competitividad del comercio en términos de modernización, innovación y digitalización.

Las nuevas tecnologías constituyen una herramienta imprescindible para que el pequeño comercio pueda desarrollar nuevas formas de negocio que le permitan ampliar su espectro de clientes y poder llegar a ellos en cualquier circunstancia. La limitación de actividad en este sector con motivo de la epidemia lo ha evidenciado nuevamente. Aquellos que han podido disponer de herramientas tales como la venta o prestación de servicios online, facilidades de pago telemático, marketing digital, telegestión, etc. se

¹ Orden SND/388/2020, de 3 de mayo, por la que se establecen las condiciones para la apertura al público de determinados comercios y servicios, y la apertura de archivos, así como para la práctica del deporte profesional y federado.

² Orden SND/386/2020, de 3 de mayo, por la que se flexibilizan determinadas restricciones sociales y se determinan las condiciones de desarrollo de la actividad de comercio minorista y de prestación de servicios, así como de las actividades de hostelería y restauración en los territorios menos afectados por la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19.





han situado en una posición de ventaja en el mercado. Esta crisis va a suponer, sin duda, un estímulo para las empresas en el proceso de digitalización que se viene impulsando desde la Administración.

Desde el Gobierno se apoyará la sostenibilidad de los comercios físicos y su modernización a través de la digitalización y la omnicanalidad, haciéndoles motores de la economía.

El Gobierno se encuentra trabajando en la desescalada de medidas contra la COVID-19, que permitan llegar a la “nueva normalidad” con la seguridad y la confianza en los profesionales del sector como principal elemento.

Para finalizar, cabe recordar que el 11 de octubre de 2018, el Consejo de Ministros aprobó el Observatorio del Comercio 4.0, que se constituye como un grupo de trabajo que analizará la situación del comercio minorista en España y su adaptación a las nuevas tecnologías, así como las principales tendencias y los cambios que se están produciendo como consecuencia de la irrupción de la digitalización.

Madrid, 02 de junio de 2020