

RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/11513

04/05/2020

25997

AUTOR/A: ECHÁNIZ SALGADO, José Ignacio (GP); MOVELLÁN LOMBILLA, Diego (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.

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.

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.

Cabe señalar que una de las primeras acciones que se llevó a cabo por la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo fue la elaboración de la “Guía de buenas prácticas para los establecimientos del sector comercial”, que incluye medidas de prevención general relativas a la protección frente a la COVID-19, higiene del personal, del establecimiento comercial, así como para los clientes.



Las recomendaciones iban dirigidas a los establecimientos comerciales minoristas cuya actividad está permitida de acuerdo al Real Decreto-ley 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

Además, se publicó la “Guía de recomendaciones para el desarrollo de la actividad comercial a distancia y abastecimiento de zonas rurales sin locales comerciales”, una guía específica con recomendaciones para las entregas de productos en los domicilios.

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.

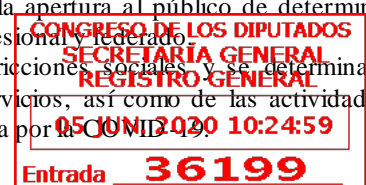
Por otro lado, en relación con el programa de ayudas que viene desarrollando la Secretaría de Estado de Comercio junto con la Cámara de Comercio de España para el aumento de la competitividad del pequeño comercio, se ha rediseñado dicho plan de ayudas con objeto de adaptarlas a las necesidades actuales 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 han situado en una posición de ventaja frente a quienes no han dispuesto de estos recursos.

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 el COVID-19.





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.

Además, 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.

Para afrontar la crisis del sector turístico, en la Comisión Sectorial de Turismo se trabaja en el Plan de Relanzamiento del Turismo, impulsado por el Gobierno y en coordinación con las Comunidades Autónomas y el sector.

El Plan de Relanzamiento del Turismo está integrado por cuatro pilares:

- Seguridad sanitaria, a través del desarrollo de protocolos de operativa adaptados a cada subsector que aseguren que el turismo en España es seguro para los visitantes, para los trabajadores y para los territorios que les acogen.
- Apoyo económico, con medidas destinadas a las empresas y la protección de sus trabajadores, en la gestión de sus costes laborales a través de la flexibilización de los Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) y de su financiación; con medidas también destinadas a los territorios. Estos ERTE se prolongarán más allá del estado de alarma.
- Conocimiento turístico a través del desarrollo de un observatorio que nos proporcione los datos necesarios para tomar las decisiones adecuadas en cada momento.
- Posicionamiento del turismo de España como un destino seguro y sostenible, tanto de cara al turismo nacional como internacional, a través de la promoción.



Por último, se remarca que el Gobierno está en continua evaluación de las acciones puestas en marcha, y valora constantemente el establecimiento de otras acciones en un futuro próximo.

Madrid, 04 de junio de 2020