



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/12626

11/05/2020

28260

AUTOR/A: RUEDA PERELLÓ, Patricia (GVOX); BORRÁS PABÓN, Mireia (GVOX); FIGAREDO ÁLVAREZ-SALA, José María (GVOX); RUIZ SOLÁS, María de la Cabeza (GVOX); RODRÍGUEZ ALMEIDA, Andrés Alberto (GVOX)

RESPUESTA:

El Gobierno está tomando medidas para ayudar al pequeño comercio a superar el impacto de la crisis del coronavirus teniendo en cuenta la importancia que este sector tiene en la economía nacional:

Así, en relación con las nuevas fórmulas comerciales de organización y especialización, hay que destacar que las restricciones de movilidad provocadas por la crisis ha impulsado las ventas del comercio en línea. 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.

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 social)

Por todo ello, desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se trabaja 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 siguiendo en 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.

Así, se celebran, desde el inicio de la crisis, reuniones periódicas con las Comunidades Autónomas (por ejemplo el 18 de marzo y el 1 y 29 de abril), en las que se han tratado los diferentes problemas que han venido aconteciendo y se ha coordinado



los objetivos de las ayudas al comercio. Además, se mantiene un contacto directo y continuo con las Comunidades Autónomas por teléfono y correo.

Tras la publicación de la 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; y la 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, se ha publicado un nuevo documento, 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 en línea, facilidades de pago telemático, marketing digital, telegestión etc. se han situado en una posición de ventaja.

Por ello, esta crisis va a suponer, sin duda, un estímulo para las empresas más rezagadas en el proceso de digitalización que se viene impulsando desde la Administración.





Así, 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 volver a la “nueva normalidad” con la seguridad y la confianza en los profesionales del sector como principal elemento.

Además, se recuerda 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, 12 de junio de 2020