



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/15779

15/06/2020

38755

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

En relación con las nuevas fórmulas comerciales de organización y especialización hay que destacar que el confinamiento provocado por la crisis del coronavirus ha impulsado las ventas del comercio online de forma extraordinaria.

Se estima que el comercio online 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 online, van a ser la seguridad, la higiene, la conveniencia y la proximidad.

En este contexto, se destaca 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 social)

Por todo ello, desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se trabaja en una serie de medidas durante la situación de alarma con el fin de asegurar la sostenibilidad del pequeño comercio.

La política que está siguiendo el ministerio de cara a la adopción de medidas se basa en 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 destaca que se han celebrado, se llevan celebrando desde el inicio de la crisis, reuniones periódicas con las Comunidades Autónomas (por ejemplo, el 18 de marzo, 1



y 29 de abril y 10 de junio), 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.

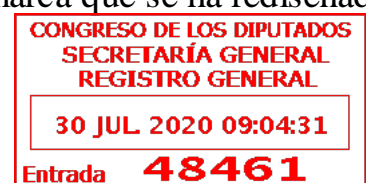
Una de las primeras acciones que se llevó a cabo desde la Secretaría de Estado de Comercio, dada la trascendencia de mantener una actividad comercial segura, que garantice la prevención de contagios, fue la elaboración de una ‘Guía de buenas prácticas para los establecimientos del sector comercial’ que incluye medidas de prevención general relativas a la protección frente al COVID-19, higiene del personal, del establecimiento comercial, así como para los clientes. Las recomendaciones van dirigidas a los establecimientos comerciales minoristas cuya actividad estaba 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.

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

Tras la publicación de la órdenes 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 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 publicó 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. A ello se ha añadido otra Guía de buenas prácticas dirigida en exclusiva a la actividad de comercio ambulante.

Además, de cara a 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, cabe remarca que se ha rediseñado





el plan de ayudas con objeto de adaptarlas a las necesidades actuales del pequeño comercio.

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.

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

Por ello, 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 está trabajando actualmente en un Plan de choque para la modernización del comercio que estará dirigido prioritariamente a facilitar la digitalización, el uso de herramientas tecnológicas en la gestión de los negocios, abriendo la posibilidad de la venta on line, la formación e información en estos ámbitos, buscando la omnicanalidad como solución a la posibilidad de ejercer la actividad comercial en cualquier canal que el consumidor decida seguir a la hora de realizar su compra. Para ello se están diseñando diversas líneas de apoyo financiero para la incorporación de las nuevas tecnologías en los comercios y sus asociaciones, facilitar la financiación en proyectos de inversión para innovar en sus negocios, con una especial atención a las zonas rurales y despobladas, formación y mentoring, apoyo al emprendimiento, entre otras líneas de actuación. La dimensión de este Plan de choque vendrá determinada por los fondos europeos que puedan destinarse a estas nuevas iniciativas.

Para finalizar, se señala que el sector textil es uno de los más afectados por la crisis del coronavirus ya que sus ventas on line decayeron durante el confinamiento. Sin duda, la nueva normalidad junto con un comercio seguro reactivarán el sector y devolverán la confianza del consumidor hacia la tienda física.

Madrid, 29 de julio de 2020