



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/16402

22/06/2020

40464

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

RESPUESTA:

El Gobierno, y en concreto el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, lleva a cabo planes de ayuda cuyo fin es la inclusión de las nuevas tecnologías, informática y comunicaciones en el sector del comercio y con ello incidir en la digitalización del sector.

La motivación de dichos planes reside en la importancia que tiene el comercio tanto a nivel económico como social y estructural, tal y como reflejan los siguientes datos:

- En 2018 el sector comercial en su conjunto representó el 13% del Valor Añadido Bruto (VAB) de España, correspondiendo el 5,4% al comercio mayorista y el 5,2% al comercio al por menor según datos de 2017. El comercio minorista emplea al 9,8% de la población activa, con casi 2 millones de trabajadores.
- A comienzos de 2019 había registradas 741.357 empresas dedicadas al comercio en España, de las que el 96,6% eran pymes y micropymes, el 60% de las cuales correspondían a empresas de comercio minorista, que suponen el 13,2% del total de empresas existentes en nuestro país.

A los datos económicos y de empleo hay que añadir el efecto que ejerce el comercio de fijación de población contribuyendo con ello a evitar el despoblamiento y su estrecha relación con el sector turístico y con el emprendimiento.



No obstante, se trata de un sector especialmente vulnerable por su propia conformación (mayoritariamente pymes y autónomos) y que se ha visto especialmente afectado por la crisis del coronavirus.

En abril de 2020, el Índice de Comercio al por Menor (ICM) del Instituto Nacional de Estadística (INE) a precios constantes registró una tasa de variación anual del -31,5% en la serie original (-31,6% en la corregida), 17,0 puntos menos que en el mes anterior.

Uno de los retos que afronta el sector del comercio en el contexto de la era tecnológica en la que vivimos es la transformación digital, reto que se ha convertido en necesidad obligada durante el estado de confinamiento.

Durante el estado de alarma decretado por la pandemia de la COVID-19, el comercio electrónico ha aumentado de manera extraordinaria.

Durante el período de confinamiento por la crisis del coronavirus los consumidores españoles impulsaron las ventas y patrones de comercio electrónico de manera extraordinaria: comprando más productos frescos por este canal, diversificando la gama de artículos y realizando el pago con tarjeta.

Las previsiones futuras estiman que se mantendrán unas cuotas altas de comercio online como consecuencia de la crisis, ofreciendo nuevas oportunidades de negocio.

La inversión en herramientas digitales y analítica avanzada de datos va a ser esencial para lograr 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).

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. Así lo ha puesto en evidencia la limitación de actividad en este sector con motivo de la epidemia habiendo observado que 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 ventajosa frente a quienes no han dispuesto de estos recursos.

El avance de las nuevas tecnologías resultará fundamental para potenciar el comercio electrónico. Por ejemplo, la implantación del sistema de comunicación 5G habilitará una red más potente, segura y veloz, favoreciendo la transmisión de datos donde el tiempo resulta un factor crítico en este ‘canal de la inmediatez’.





Para ganar en confianza y mejorar la tasa de conversión se precisa invertir en dos frentes: por una parte, en protocolos de seguridad y sistemas más robustos; por otra, en fortalecer atributos como usabilidad, agilidad y velocidad de navegación.

La logística es otro factor clave para la consolidación del comercio electrónico, para optimizarla se requiere robustecer todos los procesos desde la captura del pedido hasta su entrega, con una visión integral de 360°, a través de una logística integrada basada en la gestión inteligente de datos.

Teniendo en cuenta los retos a los que se enfrenta, desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se trabaja en una serie de medidas que inciden de manera directa en la inclusión de las nuevas tecnologías, informática y comunicaciones con el fin de aumentar la competitividad del comercio. En este sentido, el ministerio, a través de la Secretaría de Estado de Comercio junto con la Cámara de Comercio, cuenta con un programa de ayudas para mejorar la competitividad del pequeño comercio que se viene desarrollando desde el año 2013.

A más, y habiendo sufrido la situación de crisis ocasionada por la COVID-19, el Gobierno se encuentra trabajando en un “Plan de impulso para la modernización del comercio” en aras de facilitar ayudas de diversa índole y marcando como una de las líneas estratégica la digitalización del sector.

Dicho Plan persigue que el sector tenga herramientas para alcanzar un nivel de competitividad acorde con la nueva realidad de la distribución comercial. Cualquier comercio, por pequeño que sea, debe tener la capacidad de acceder a la digitalización, mejorar la gestión de su negocio con herramientas tecnológicas, tener presencia en internet o redes sociales e incluso internacionalizar sus productos.

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 otra parte, se indica 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, 24 de agosto de 2020