

RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/20209

31/07/2020

48834

AUTOR/A: ESPINOSA DE LOS MONTEROS DE SIMÓN, Iván (GVOX); GONZÁLEZ COELLO DE PORTUGAL, Víctor (GVOX); CAÑIZARES PACHECO, Inés María (GVOX); MANSO OLIVAR, Rubén Silvano (GVOX); JIMÉNEZ REVUELTA, Rodrigo (GVOX); SÁEZ ALONSO-MUÑUMER, Pablo (GVOX)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta de referencia, se informa que, según las cifras oficiales de comercio (Índice de Comercio al por Menor, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística -INE-) hasta febrero de 2020, el comercio minorista evolucionaba positivamente (en el acumulado enero-febrero creció un 3% interanual).

En los últimos datos disponibles, correspondientes al mes de julio de 2020, el Índice de Comercio al por Menor a precios constantes registró una tasa de variación anual del -3,7% y un aumento respecto al mes de junio del 9,5%.

Estas cifras representan una recuperación del consumo tras el mínimo registrado en abril con una caída (interanual) del 31,5%.

Por otra parte, en relación con el empleo, en agosto de 2020 el número medio de afiliados a la Seguridad Social del comercio minorista alcanzó la cifra de 1.887.000, que son 73.768 afiliados menos que en agosto de 2019, (-3,8% interanual), pero 5.800 afiliados más que en el mes de julio y 81.000 afiliados más que en abril.

Se espera que esta senda de recuperación constante se consiga mantener en los próximos meses y para ello está trabajando el Gobierno.

La situación vivida durante el confinamiento y los meses posteriores han puesto de manifiesto 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 con el fin de asegurar la sostenibilidad del pequeño comercio.

La política que está siguiendo el ministerio 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.

Así, desde el inicio de la crisis se han celebrado reuniones periódicas con las Comunidades Autónomas (por ejemplo, los días 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 ha coordinado los objetivos de las ayudas al comercio. Además, se mantiene un contacto directo y continuo con las Comunidades Autónomas.

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.

Centrándose en las medidas a futuro, se han planificado una serie de actuaciones con el objetivo de mejorar la situación de las pequeñas cadenas y empresas unilocalizadas, en su gran mayoría Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) y autónomos.

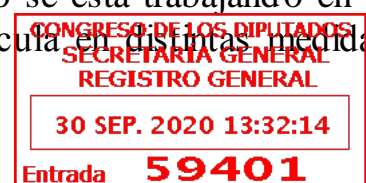
Uno de los objetivos principales buscados es la reactivación del consumo, para lo que se ha planificado el desarrollo de una campaña de publicidad con la Cámara de Comercio de España con el objetivo de fomentar el consumo y contribuir a la sostenibilidad del comercio minorista.

En este contexto, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Cámara de Comercio de España han firmado un Convenio para la Realización de Acciones de Reactivación del Comercio, que se pondrá en marcha la primera semana de octubre.

Además, ya está en marcha el Convenio de la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara de Comercio de España para el desarrollo de programas de apoyo a la competitividad del comercio minorista.

Dicho convenio contempla 4 ejes de actuación que incluye desde la realización de diagnósticos de innovación comercial, talleres de capacitación, campañas de dinamización de ventas y una convocatoria pública para la mejora de la competitividad de las áreas comerciales urbanas y de los equipamientos comerciales.

A su vez, desde la Secretaría de Estado de Comercio se está trabajando en el “Plan de impulso al sector del comercio”. Este Plan se articula en distintas medidas





enfocadas en la recuperación del sector pero también con el objetivo de que el comercio salga de la crisis más reforzado, moderno y omnicanal, aprovechando las posibilidades que ofrece la digitalización. Además, incluye medidas orientadas a afrontar el reto demográfico en España y a contribuir en la sostenibilidad del sector. Su objetivo final es que las empresas del sector sean más competitivas, recuperar la confianza del consumidor e introducir elementos de sostenibilidad.

El Plan de impulso se plantea para el marco temporal 2020-2022 y se estructura en 5 pilares, que se desarrollan con 34 medidas.

Los 5 pilares son: 1) “Digitalización del sector”, 2) “Sostenibilidad social y medio ambiental. Reto demográfico”, 3) “Gobernanza, competitividad y competencia leal”, 4) “Capacitación, formación e información” y 5) “Recuperar la confianza y sensibilización del consumidor”.

Madrid, 30 de septiembre de 2020