



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/21283

01/09/2020

51404

AUTOR/A: TOSCANO DE BALBÍN, Carla (GVOX)

RESPUESTA:

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 al pequeño comercio este sector tiene en la economía nacional.

La situación vivida durante el estado de alarma 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 lleva trabajando 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.

De cara a fomentar el consumo en las tiendas de calle se ha planificado el desarrollo de una campaña de publicidad. Esta campaña consistirá en mensajes de promoción del comercio de proximidad con el objetivo de contribuir a la sostenibilidad del comercio minorista, poniendo de manifiesto la seguridad en los locales y la profesionalidad de los comerciantes.

Además, se ha rediseñado 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, con objeto de adaptarlas a las necesidades actuales del pequeño comercio.

En concreto, en la Comunidad Autónoma de La Rioja, se prevé realizar 11 jornadas de capacitación y apoyar dos campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 277 comercios.

Sobre esta materia, 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 COVID-19 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 frente a quienes no han dispuesto de estos recursos.

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 sector textil es uno de los más afectados por la crisis del coronavirus.

El Gobierno está trabajando actualmente en un Plan de impulso 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 en línea, 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. Sus objetivos son transformar el comercio y hacer de él un sector más resiliente y competitivo.

La dimensión de este Plan vendrá determinada por los fondos europeos que puedan destinarse a las nuevas iniciativas. Se articula en 5 pilares

- Digitalización.
- Sostenibilidad social y medio ambiental.
- Gobernanza, competitividad y competencia leal.
- Capacitación, Formación e Información.
- "Recuperar la confianza y sensibilización del consumidor" incluye una Campaña para recuperar la confianza en el comercio físico e incentivar el consumo en el comercio de proximidad.

Madrid, 01 de octubre de 2020

