

CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA

Medidas destinadas a la recuperación del **sector comercio** ante la crisis del COVID-19

Junio de 2020

Índice

▶ ANTECEDENTES.....	1
▶ EL COMERCIO, UN SECTOR VULNERABLE ANTE LA CRISIS.....	2
▶ MEDIDAS PARA REACTIVAR EL SECTOR DEL COMERCIO	4
➡ MEDIDAS INMEDIATAS PARA EL MANTENIMIENTO DEL TEJIDO PRODUCTIVO	5
➡ MEDIDAS EN EL CORTO PLAZO PARA IMPULSAR LA RECUPERACIÓN.....	11
➡ MEDIDAS EN EL MEDIO PLAZO PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL SECTOR.....	18

▶ ANTECEDENTES

La propagación en todo el mundo del COVID-19 y la grave crisis sanitaria subsiguiente, ha derivado en la adopción por un número elevado de países de medidas restrictivas de carácter extraordinario para evitar su transmisión, muy particularmente la paralización de una parte significativa de la actividad económica y el confinamiento de la población. Unas actuaciones cuyo reflejo inmediato es el **impacto negativo muy acusado sobre el Producto Interior Bruto y el empleo a escala global.**

Esta crisis sobrevenida, provocada por una pandemia de alcance internacional, destaca por su carácter asimétrico. Factores como la estructura sanitaria, económica y demográfica de cada país, la duración del confinamiento, las características de la transición hacia la normalidad o el éxito de las medidas de política económica de los Gobiernos van a determinar el alcance del impacto sobre la actividad, el empleo y, en última instancia, sobre el bienestar colectivo.

En este sentido y en el ámbito doméstico, la acción del Gobierno de España y de la Unión Europea debería dirigirse hacia una **rápida y óptima recuperación y posterior reconstrucción económica y social de nuestro país.**

Por todo ello, la Cámara de Comercio de España, designada por Ley como órgano consultivo y de colaboración con la Administración General del Estado, ha formulado una serie de propuestas de medidas de política económica, de carácter transversal, para hacer frente a la crisis generada por el COVID-19. Si bien, **la particular estructura económica del país y las diferencias sectoriales en términos de contribución al Producto Interior Bruto y al empleo, obligan a la formulación de medidas de carácter específico. Éste es el caso del sector comercial, uno de los más golpeados por la situación.**

► EL COMERCIO, UN SECTOR VULNERABLE ANTE LA CRISIS

Como consecuencia de una crisis sanitaria sin precedentes, el conjunto de medidas adoptadas por el Gobierno (restricción a la movilidad, cierres de fronteras, prohibición de aglomeración de personas, confinamiento de la población, etc.) ha supuesto la práctica suspensión de toda la actividad comercial, a excepción de aquellos establecimientos vinculados a garantizar las actividades esenciales.

Las consecuencias económicas que sin duda derivarán de las medidas adoptadas para atajar la pandemia, aparte de suponer la paralización de una gran parte de los sectores productivos, resultarán, a corto y medio plazo, en una considerable destrucción de empleo y una inevitable bajada en la renta media de los consumidores, con la consiguiente contracción de la demanda interna. Con relación al sector exterior, el debilitamiento de la demanda internacional de bienes y servicios se produce también como consecuencia del impacto de la pandemia en nuestros socios económicos y comerciales, afectando gravemente a las cadenas globales de valor.

En este contexto, **la actividad comercial es una de las más afectadas por las medidas de hibernación aplicadas**, con el consiguiente impacto sobre su facturación y empleo. Esta realidad convive con la necesaria garantía de abastecimiento de bienes de primera necesidad y de gran consumo, que ha requerido la apertura de supermercados y establecimientos de alimentación durante la fase más dura del confinamiento.

No obstante, **el balance global del sector es indudablemente negativo**. La mayor parte de las empresas comerciales se enfrentan a una situación sin precedentes de ingresos extremadamente reducidos y obligaciones financieras y costes fijos mantenidos en su mayoría, lo que pone en riesgo la continuidad de un gran número de empresas y la destrucción de cientos de miles de empleos a corto y medio plazo.

Adicionalmente, el cierre de los establecimientos ha repercutido negativamente en los proveedores del comercio de electrodomésticos, electrónica, textil, calzado, bienes de consumo duradero como muebles, o el automóvil, entre otros. Muchas de las plantas productivas de este tipo de bienes se vieron, a su vez, afectadas por el déficit de componentes y materias primas externas derivado de la interrupción de las cadenas de suministro internacionales.

Al mismo tiempo, el estado de alarma ha confirmado el carácter estratégico del conjunto de la cadena de valor del sector alimentario y del gran consumo, poniendo de manifiesto el importante papel que todos los eslabones de la cadena –sector primario, industria agroalimentaria, logística y transporte y distribución- están desempeñando

para garantizar el suministro a toda la ciudadanía de bienes de primera necesidad. Los trabajadores, proveedores y empresarios del conjunto de la cadena de valor agroalimentaria han realizado un enorme esfuerzo para garantizar el abastecimiento de la población. El sector ha sabido reaccionar a tiempo, dando una excelente respuesta conjunta y realizando fuertes inversiones para adaptarse a la nueva situación, tanto en lo que respecta a la seguridad de los clientes y sus trabajadores, como en adaptación a nuevos procesos en un corto espacio de tiempo. Todo ello lógicamente, con la consiguiente repercusión en sus resultados.

Como consecuencia de esta situación, **las ventas del comercio minorista registraron en abril de 2020 una caída interanual histórica del 31,6%**, según datos del INE (ya en marzo, la caída fue del 14%, teniendo en cuenta que la situación de excepcionalidad se limitó únicamente a la segunda quincena del mes). Asimismo, entre aquellos comercios que permanecieron abiertos, la necesidad de realizar grandes inversiones en medidas de seguridad y de adaptación ha repercutido negativamente sobre sus beneficios.

Una tendencia que se verá sin duda agravada en los próximos meses. Las estimaciones de la Cámara de Comercio de España avanzan una caída del consumo interno del 12,6% para el conjunto de 2020, condicionado por el incremento del desempleo y el consecuente deterioro de la renta disponible de las familias, así como por el aumento del ahorro en ciertos casos debido a la situación de incertidumbre que se está afrontando. Circunstancias que sin duda impactarán muy negativamente sobre el volumen de actividad del sector comercial.

Y todo ello, en **un sector cuya contribución al PIB y al empleo del país se sitúa en el 11,3% y el 15,9%¹**, respectivamente.

Desde el pasado 4 de mayo el país inició un proceso de desescalada gradual de las medidas adoptadas a raíz de la pandemia, caracterizada por las diferencias según las tipologías de los establecimientos comerciales y por los distintos ritmos en función del territorio. De este modo, el sector ha iniciado el proceso de reapertura de la actividad de manera desigual, ante un escenario de ingresos reducidos, mantenimiento de costes fijos y con una demanda deprimida.

¹ INE. Contabilidad Nacional 2018. Concretamente, la contribución del 11,3% al PIB y del 15,96% al empleo se refiere a las ramas de actividad del sector comercio englobadas en las secciones G46 (Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas) y G47 (Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas). Si se consideran las ramas G Comercio al por mayor (G46) y al por menor (G47); y reparación de vehículos de motor y motocicletas (G45), la contribución al PIB y al empleo es del 13,0% y el 17,0%, respectivamente.

Una vez superada la fase más aguda de la crisis sanitaria, las condiciones en las que quede el tejido productivo comercial y su capacidad para acometer la recuperación, dependerán de las medidas que se vayan adoptando desde las instancias públicas para promover la reactivación de la actividad.

Todo ello con el añadido, de cara al medio y largo plazo, de que el sector deberá hacer frente y adaptarse a los cambios que ya se estaban gestando en el modelo y en los hábitos de consumo, intensificados y modulados a partir de los efectos de la crisis sanitaria.

► **MEDIDAS PARA REACTIVAR EL SECTOR DEL COMERCIO**

Habida cuenta de la relevancia del sector del comercio y su evolución para el desarrollo y la prosperidad económica y social de España, promovido por la Comisión de Comercio de la Cámara de Comercio de España, consultadas las empresas y las Cámaras de Comercio territoriales, se formulan al Gobierno de España, y para su coordinación con las comunidades autónomas y municipios, las siguientes **propuestas de medidas específicas para la actividad comercial, de aplicación urgente.**

No solo por el impacto del sector sobre la economía y el empleo (y, por tanto, sobre la estabilidad económica y social de nuestro país), sino a fin de preservar su capacidad tractora en la recuperación, en un contexto de crisis económica sin precedentes.

► **MEDIDAS INMEDIATAS PARA EL MANTENIMIENTO DEL TEJIDO PRODUCTIVO**

- **Asegurar la igualdad de condiciones en los criterios de reapertura al público de todos los locales y establecimientos comerciales en sus diferentes formatos**, basándola estrictamente en criterios sanitarios y de seguridad, garantizando de esta manera la libre competencia.

En este sentido, debe acelerarse la **apertura plena de la totalidad del comercio no alimentario** adoptando las debidas medidas de seguridad, dado el carácter estratégico del sector y de su cadena de valor para la economía de nuestro país. Además, el comercio que ha mantenido su actividad durante el confinamiento ya ha demostrado que puede garantizar la seguridad sanitaria de clientes y trabajadores. De la reapertura de las tiendas depende la vuelta a la actividad de miles de proveedores (seguridad, limpieza, logística o servicios profesionales, entre otros) y empresas industriales nacionales, en su mayoría pymes.

- **Garantizar la libre circulación de clientes** para realizar sus compras, especialmente de productos y servicios esenciales (como alimentación y bienes de primera necesidad).
- **Asegurar el libre funcionamiento de toda la cadena de suministros** de la distribución alimentaria, incluyendo la imprescindible industria auxiliar.
- **Mantener y facilitar la venta de productos de protección no sanitarios** (productos higiénicos) **en los establecimientos comerciales**, así como sus canales de aprovisionamiento, para atender a la demanda creciente de los consumidores.
- Medidas para el **alivio de las cargas fiscales** de las empresas, adicionales a las actuales moratorias en pagos de impuestos y cotizaciones a la Seguridad Social, posponiendo los pagos por dichos conceptos al tercer y cuarto trimestre del año. En concreto, es necesario adoptar con carácter inmediato las siguientes medidas de carácter temporal para ayudar al sector:
 1. **Suspensión y/o aplazamiento automático y sin intereses del pago de impuestos** nacionales, autonómicos y locales vinculados al sector, para todas las empresas, independientemente del volumen o características del negocio comercial.
 2. **Aplazamiento del pago de las cuotas de la Seguridad Social**, sin coste financiero, para todas las empresas. En el caso de empresas comerciales proveedoras de bienes o servicios esenciales (como la distribución alimentaria),

cabría eximir las de los costes de la Seguridad Social vinculados a los contratos extraordinarios para garantizar el suministro durante la crisis.

3. **Eximir a las empresas** de distribución alimentaria **de los costes de Seguridad Social en contratos extraordinarios** realizados para garantizar el suministro durante la crisis.
4. En el caso de los **autónomos**, establecer **bonificaciones transitorias en las cuotas a la Seguridad Social**.
5. Adicionalmente, valorar la posibilidad de **suspender el pago de tributos o las cotizaciones a la Seguridad Social en aquellas actividades comerciales y empresas más golpeadas** por el descenso de la actividad.
6. Asegurar que el paquete de medidas fiscales de apoyo **llegue al conjunto del tejido productivo**, independientemente del tamaño de la empresa. Si se debilita la posición de las grandes empresas, también lo harán sus cadenas de producción y valor, de las que dependen miles de pymes por su efecto tractor. Las grandes empresas son, además, el pilar de las exportaciones, de la atracción de inversión extranjera y de la innovación.
7. Considerar como **conceptos deducibles** en el Impuesto de Sociedades los gastos ocasionados por las donaciones económicas, de alimentos y de otros productos realizadas por las empresas.
8. Facilitar la **cesión de naves y locales** para favorecer la labor de las asociaciones y ONGs destinadas a la ayuda alimentaria, mediante la exención de tributos sobre esos inmuebles.
9. Regular la compensación del **IVA soportado en donaciones de alimentos y otros productos**.
10. Aumentar la **bonificación para los resultados no distribuidos** (actualmente situada en el 10%).
11. Revisar a la baja la **tributación sobre los grandes establecimientos comerciales** y cualesquiera específicos sobre el tamaño o tipo de comercio, en aras de reducir la presión fiscal soportada en la etapa actual.

– **Medidas vinculadas al ámbito laboral:**

1. **Recuperar los permisos retribuidos previstos en el Real Decreto Ley 10/2020 en un espacio más dilatado de tiempo** (hasta el 31 de diciembre de 2021), facilitando así su utilización cuando se produzca una recuperación efectiva de la actividad. Es importante, además, flexibilizar su regulación actual.
2. **Flexibilizar la vigencia de los ERTE por fuerza mayor una vez que se reanuden las actividades**, para permitir una reincorporación escalonada acorde a la evolución de la actividad, atendiendo a las diferentes fases. Asimismo, reducir los trámites burocráticos asociados a la preparación, aprobación y actualización de dichos expedientes, estableciendo un procedimiento ágil, sencillo y rápido de comunicación a la TGSS, al SEPE y, en su caso, a la autoridad laboral, de las variaciones en las afectaciones de trabajadores y condiciones en los ERTE, que evite el colapso de las Administraciones y aporte la necesaria seguridad jurídica.

En relación con las **bonificaciones de las cotizaciones sociales**, adecuar la exigencia de mantenimiento del empleo actualmente fijada a la generación efectiva de una demanda que contribuya a sostener dichos costes.

3. Estudiar la posibilidad de **permitir la rotación de las personas trabajadoras afectadas por un ERTE** en las suspensiones de contratos o reducciones de jornada, con el fin de aminorar el impacto económico que esa afectación pudiera tener en las mismas.
4. **Delimitar el concepto de salvaguardar el empleo** sólo al ERTE por fuerza mayor.
5. **Recuperar las causas de extinción de los contratos** como medida de salvaguarda de la pervivencia de las empresas, y con ello del empleo, de forma que no se limite la extinción derivada de causas válidas, sin relación con el coronavirus y el estado de alarma.
6. **Suprimir la regla relativa a la suspensión de los contratos temporales** de personas trabajadoras incluidas en ERTE. En todo caso clarificar que si durante el periodo de suspensión concurriese alguna causa que ponga fin al contrato de manera válida y objetiva, se entenderá plenamente eficaz la extinción del mismo.

7. En el caso de las empresas suministradoras de bienes esenciales, **promover la modificación del art. 6 del RD 8/2020 de 17 de marzo sobre adaptación de jornada**, de modo que **asegure la capacidad organizativa** de las empresas. En concreto, modificarlo de manera que los trabajadores que pretendan acogerse a estos nuevos derechos, deban acreditar la imposibilidad de que otro familiar pueda hacerse cargo de la persona sobre la que se solicita el derecho. Asimismo, en el caso de concederse, este derecho finalizará con el fin del estado de alarma. No obstante, se primarían las medidas de conciliación previamente ofrecidas por la empresa y que el trabajador ya puede negociar con ella, para no limitar sus derechos.
 8. **Flexibilizar la gestión de las sustituciones** provocadas por la crisis, mediante la consideración de horas extraordinarias con carácter de fuerza mayor y la posibilidad de que, durante este período, se computen de forma limitada en el cómputo anual, para evitar su acumulación a final de año.
 9. **Permitir la modificación de horario y/o jornada**, sin necesidad de recurrir a los procedimientos de modificación sustancial de condiciones de trabajo o modificación del convenio, **para disminuir contactos/contagios y adaptarse** a los requerimientos sanitarios.
 10. **Ampliar los porcentajes de distribución irregular de la jornada** hasta un 25%, permitiendo la compensación de la misma en los 18 meses siguientes desde su utilización. Asimismo, **acortar los preavisos** en la distribución irregular de la jornada.
 11. **Facilitar la movilidad funcional excepcional** para adaptar el trabajo de las personas trabajadoras a la carga laboral existente.
 12. **Facilitar la movilidad geográfica extraordinaria** para ocupar a las personas trabajadoras en las ubicaciones donde se requiera la prestación de sus servicios en el ámbito de la empresa.
 13. **Mantener la autorización de dos trabajadores en vehículos de reparto** a domicilio, siempre respetando las medidas de seguridad y la compatibilidad de actividad física y online.
- **Asegurar la disposición de financiación** garantizada por el Estado (líneas de avales y créditos) **para el sector**. Dotar líneas de financiación suficientes y ágiles a tipos de interés cero y periodos de carencia adecuados, que permitan aliviar la situación de tesorería de determinadas empresas. En este sentido, mantenerlas hasta finales de

2020, estableciendo un mecanismo de concesión automática cuando se solicite una cuantía inferior al 20% de la facturación de la empresa durante el año 2019.

- Desde las Administraciones Públicas, **acelerar el pago de las facturas pendientes de abono** a las empresas del sector.
- **Establecer ayudas directas al comercio**, como complemento a las líneas de avales y créditos, para establecimientos que hayan visto reducida de forma considerable su facturación. Entre los criterios, cabría considerar asimismo aquellos comercios solventes cuya viabilidad esté amenazada por el impacto del COVID-19.
- **Aprobar la exención del pago de los términos fijos de las facturas de energía y agua** para pymes y autónomos del sector cuya actividad haya resultado especialmente perjudicada por esta crisis.
- **Diseñar instrumentos de ayuda a las empresas del sector para hacer frente a las rentas de alquiler** de locales comerciales, principalmente entre las pymes y los autónomos. En concreto, considerar las siguientes medidas:
 1. Incluir los locales de actividad empresarial de los **autónomos** dentro de la moratoria de deuda hipotecaria y suspensión de alquiler, bajo las condiciones que se estipulen.
 2. Incorporar los **gastos de alquiler y comunidad** de locales comerciales como gasto susceptible de apoyo en las ayudas públicas y líneas de financiación que se activen para hacer frente a la crisis.
 3. Incluir **créditos fiscales** para compensar el pago de las rentas en comercios que han suspendido su actividad temporalmente por causa del estado de alarma.
 4. En el caso de **concesiones públicas** (paradas de mercado, concesiones administrativas de actividades comerciales), establecer aplazamientos en el pago de las rentas.
 5. Respecto a los operadores de **centros y galerías comerciales**, se propone estimular una reducción de las rentas estableciendo un esquema de bonificaciones fiscales sobre los rendimientos inmobiliarios, proporcional a las reducciones que se apliquen a los inquilinos, cualquiera que sea su dimensión.
 6. Establecer **guías y protocolos de negociación y acuerdo amistoso** entre arrendadores y arrendatarios para facilitar la renegociación de los alquileres con una adecuada cobertura jurídica. Las reglas de interpretación deben

establecerse con claridad para, por ejemplo, las consecuencias económicas y el reparto de riesgos derivados de las medidas de cierre obligado de los establecimientos, así como de las que se podrían adoptar para la puesta en marcha de la actividad. Las medidas ya publicadas no agotan la regulación de una serie de situaciones que podrían contribuir al bloqueo de nuestros tribunales por la disparidad de perspectivas a la hora de abordar potenciales soluciones.

- **Facilitar a las empresas comerciales el cumplimiento de las condiciones sanitarias y de higiene requeridas para su apertura.** Las compañías trabajan a contrarreloj y en condiciones adversas, para aplicar o ampliar las medidas de protección necesarias para preservar la seguridad, tanto de sus clientes como de sus empleados. En este marco, contemplar la aplicación de las siguientes medidas:
 1. **Asegurar las condiciones sanitarias y de higiene en el entorno de trabajo garantizando el abastecimiento** de EPIs (guantes, mascarillas, test-COVID-19, termómetros) a productores, cooperativas, industria, transportistas, empresas y personal de limpieza y puntos de distribución al consumidor. También para que adquieran los materiales de protección sanitaria que deberán poner a disposición de los clientes: mascarillas, guantes, geles desinfectantes, medidores de temperatura, etc. o para la contratación de servicios extraordinarios para la higienización de las tiendas.
 2. Diseñar y aplicar **instrumentos económicos de ayuda específicos para las inversiones originadas por la pandemia.** Las empresas del sector deberán acometer inversiones **para adaptar sus tiendas**, por diferentes motivos vinculados a los requerimientos de reapertura: obligaciones sanitarias, mejoras y/o creación de nuevas infraestructuras, seguridad de las personas en sus puestos de trabajo, o para garantizar la gestión empresarial (implantación de soluciones de conectividad e incorporación del teletrabajo, equipamiento informático y actuaciones encaminadas a la seguridad, desinfección, separación y materiales de seguridad, etc.). Algunos instrumentos de apoyo a considerar:
 - Garantizar la disponibilidad de **líneas de liquidez y avales** como apoyo a pequeños y medianos comerciantes que apuesten por invertir en estos ámbitos y mejorar sus establecimientos, con criterios de sostenibilidad e innovación.

- Establecer **deducciones fiscales** de carácter temporal por la realización de inversiones, compra de equipos y materiales (mascarillas, mamparas, geles, equipos de limpieza) y contratación de servicios profesionales (limpieza, higienización, lavandería...) necesarios para la adaptación en los establecimientos comerciales a las medidas técnicas, de seguridad y organizativas que permiten su apertura al público en el marco de la crisis del COVID-19.
- Promover la exención por parte de las entidades locales de **tasas urbanísticas** a aquellos comercios que realicen obras, a los efectos de adecuar el local para potenciar la seguridad sanitaria (instalación de divisores de metacrilato, señalización de itinerarios, etc.).

► MEDIDAS EN EL CORTO PLAZO PARA IMPULSAR LA RECUPERACIÓN

- Poner en marcha un **Plan específico para la reactivación, reconversión y fortalecimiento del sector del comercio**, con soluciones concretas que respondan a sus singularidades, a su situación actual y a la atención del proceso de desescalada y reactivación.

La **colaboración público-privada** debe constituir un elemento esencial en el diseño y ejecución del plan a fin de garantizar el ajuste de las medidas propuestas a la realidad de la actividad en nuestro país, facilitando una ejecución más ágil y efectiva del mismo. Este plan debería contemplar **tres ejes básicos**: seguridad sanitaria e información ágil; reactivación de la oferta; y estímulo de la demanda. Su contenido se detalla a continuación:

1. **Garantizar la seguridad sanitaria en la actividad comercial**, estableciendo protocolos e información clara que permita al sector abordar su planificación ordenada. Para ello, es preciso considerar los siguientes aspectos:
 - Establecer y trasladar la seguridad sanitaria en la actividad a toda la cadena de valor, enfocado hacia los trabajadores del sector, pero también a generar confianza y seguridad de los consumidores. Esto pasa por concretar **estándares** y por la elaboración de **protocolos mínimos (o incluso formaciones online) para la reactivación** de la actividad. Los mismos, deberán estar pensados de forma específica para cada integrante de la cadena de valor.

Los protocolos, unidos a la prudencia y a la conciencia de no bajar la guardia, son fundamentales para que la desescalada en la totalidad del comercio no alimentario se desarrolle con garantías. Por ello, es importante aprovechar la experiencia adquirida durante estos meses por el sector comercial alimentario y de primera necesidad que, como esencial y crítico, cuenta con los conocimientos en la elaboración de protocolos que han conseguido trasladar al consumidor seguridad, confianza y tranquilidad a la hora de realizar sus compras, así como evitar el desabastecimiento, manteniendo al mismo tiempo esta actividad económica esencial.

- Promover la **coordinación y el consenso** con el sector sobre cualquier **cambio en las recomendaciones** respecto a las medidas de protección de trabajadores y clientes.
- Generar **información (normativa y condiciones de reapertura) ágil, útil y efectiva** para el sector, para que pueda planificar con la debida antelación la paulatina reactivación de su actividad, sobre la base del tiempo requerido para adaptar los protocolos a las nuevas necesidades y del gasto asociado al acondicionamiento y al material extra que supone abrir un negocio con las medidas de seguridad requeridas.

En particular, orientaciones sobre la previsión de fechas de apertura por zonas o bien de las condiciones que en cada caso deben darse (hacer públicos los criterios objetivos para pasar de una fase a otra) para retomar la actividad. En todo caso, sujeto a una interpretación objetiva de las condiciones que no deje lugar a dudas o incertidumbres.

- **Diseñar un Plan de Comunicación hacia la ciudadanía** que evite especulaciones y confusión tanto respecto al acceso a los establecimientos comerciales como al tratamiento de determinados productos de consumo cotidiano, como los textiles o alimentos (seguridad alimentaria y seguridad ante el COVID-19).

2. **Medidas específicas de reactivación de la actividad:**

- Como punto de partida, diseñar un **mapa diagnóstico** del sector comercial que identifique aquellas **zonas geográficas, subramas de actividad y establecimientos** que puedan necesitar un **apoyo más intenso** para su recuperación y reactivación.

- **Aplicar medidas de liberalización de la oferta del sector**, que contribuyan a la recuperación de las pérdidas sufridas:
 - Poner en marcha un **programa de venta bonificada de stocks no comercializados** por el periodo de confinamiento, especialmente en el caso de determinadas actividades comerciales (como, por ejemplo, moda, textil y calzado). Refuerzo del programa *eMarket Services* del ICEX, para potenciar la venta internacional de estas mercancías a través de plataformas especializadas.
 - Aplicar, con carácter preferente en el futuro, el criterio de la no coincidencia de dos días **festivos** seguidos sin posibilidad de apertura, que es sin duda el más relevante desde el punto de vista del abastecimiento, a la hora de determinar el calendario de aperturas en festivos autorizados por las Comunidades Autónomas en cualquier modificación que, en el futuro, se plantee en esta materia.
 - **Evitar** que las diferentes Administraciones adopten **decisiones que interfieran** en la capacidad de los operadores del comercio para adaptar sus horarios a las necesidades reales de esta crisis, dentro de la regulación básica del Estado y de las Comunidades Autónomas.
 - Garantizar, de forma efectiva, un **horario comercial mínimo de 90 horas** semanales en todos los territorios y aplicable por todas las Administraciones, ya contemplado en el ordenamiento jurídico estatal.
- **Articular medidas que contribuyan a la reducción de costes:**
 - **No incrementar las cargas fiscales del sector** para evitar frenar la recuperación del sector y poder seguir garantizando el abastecimiento (por ejemplo, posibles nuevas cargas fiscales medioambientales).
 - **Aprobar las bonificaciones fiscales a la creación de puestos** de trabajo después del estado de alarma.
 - **Promover la reducción de determinadas figuras tributarias por parte de las entidades locales:** coste de servicios de recogida de residuos y alcantarillado, tasas de vado, terrazas, mercadillos, concesiones, arrendamientos e impuesto de circulación en un porcentaje equivalente al periodo de cese de actividad decretado.

- **Promover la paralización de la revisión al alza de valores catastrales y/o una revisión a la baja del IBI** correspondiente, dado el impacto de la crisis sobre los locales comerciales y su valor.
 - Poner al alcance de las empresas, principalmente de las pymes y los autónomos, el **asesoramiento** necesario para acometer una reactivación exitosa. Como ejemplo, cabría establecer un programa de asesores a disposición de los establecimientos y empresas afectados por el COVID-19 para realizar una asistencia in situ tras el periodo de cierre decretado. Para ello, se crearía una bolsa de consultores especializados, con el posible apoyo de instituciones intermedias, expertos en las siguientes materias: reestructuración financiera, planes de tesorería y estrategia financiera, comunicación y marketing, entre otros.
 - **Impulsar entre las asociaciones más representativas del sector la creación de estructuras asociativas y de gobernanza compartida de negocios a escala local.** En tiempos de crisis, la acción colectiva permite una mayor resiliencia de los pequeños negocios. La puesta en marcha de distritos de mejora empresarial (APES, APEUS, BIDS...) en las zonas comerciales urbanas, permite fomentar las relaciones comerciales, promover estos lugares como destinos de compras y mejorar la eficiencia en la contratación y prestación de servicios, siempre que se desarrollen de la mano de los comercios implicados y las organizaciones que los representan. En este ámbito de la acción colectiva, también es de utilidad el impulso de comunidades locales de energía entre los comercios de una zona, con el fin de incrementar la capacidad de negociación a la hora de cerrar o modificar los contratos de suministro energético.
 - **Aplicar una moratoria en la aplicación legislativa de determinadas iniciativas con afección directa o indirecta en el comercio,** para poder centrar los esfuerzos en las tareas más urgentes y relevantes una vez encauzada la crisis sanitaria. Como ejemplo, demorar la entrada en vigor de las medidas legislativas vinculadas a la reducción del uso de plásticos en el comercio.
3. **Medidas específicas de estímulo de la demanda:**
- Promover y apoyar la elaboración de **estudios** entre la población sobre sus nuevos requerimientos y patrones de consumo tras el periodo de cierre decretado. La finalidad sería la de identificar pautas y recomendaciones

sobre los cambios necesarios en los productos y la prestación de servicios después de la crisis, y así facilitar la adaptación de la oferta a la nueva situación.

- Establecimiento de un **régimen excepcional y temporal de IVA reducido para productos que no han podido ser comercializados** durante el periodo de suspensión de actividades: productos textiles, calzado y complementos de temporada, productos culturales, etc.
 - Creación de un **certificado o sello de “Establecimiento Seguro”** que acredite mediante cartelería especializada, que el comercio ha tomado las medidas de seguridad e higiene adecuadas para garantizar la protección sanitaria de clientes, trabajadores y proveedores. Este sello debería ponerse a disposición de los establecimientos por las Administraciones inspectoras responsables, con la posible colaboración de instituciones intermedias, de modo gratuito, voluntario, sin carga burocrática y a la mayor brevedad.
 - Diseñar y aplicar **instrumentos de promoción y reactivación del consumo**, como subvenciones y ayudas *renove*, para reanimar y dinamizar el consumo de los hogares y con ello contribuir a una mayor sostenibilidad del tejido comercial.
- Actuaciones en el corto plazo en **materia laboral**:
1. Facilitar la **contratación** de perfiles adecuados de trabajadores provenientes de otros sectores afectados por la paralización, incluyendo los comprendidos en ERTE, mediante las modificaciones normativas que sean precisas.
 2. Mantener la actual regulación sobre los distintos ámbitos de la **negociación colectiva**, en especial no alterando las actuales normas de prevalencia de los convenios, indispensables para permitir a empresas y trabajadores adaptarse a las nuevas circunstancias.
 3. Posibilitar el **disfrute de vacaciones fuera del periodo establecido**, acordado o convencionalmente fijado, pudiendo imputar mediante un nuevo acuerdo tiempo de vacaciones a las paradas de actividad que se produzcan, de manera que se cese en la actividad el tiempo indispensable. Ello puede contribuir a dar mejor respuesta a las demandas y, por ende, a la viabilidad y supervivencia de las empresas y el empleo del sector.

4. **Posibilitar que las empresas puedan fijar las vacaciones con un preaviso inferior a la regla general de 2 meses**, si se alegan razones organizativas, productivas, técnicas o circunstancias sobrevenidas justificadas, en cuyo caso, dicho preaviso podría ser aquel que se acuerde con la representación de los trabajadores. En defecto de pacto, el periodo de preaviso podría reducirse a 15 días. Todo ello con el fin de favorecer una mejor respuesta a la evolución de las demandas.
- **Mejorar la regulación del entorno económico-empresarial y agilizar los procesos administrativos.** En este sentido, poner en marcha las siguientes medidas:
1. Desarrollar y aplicar medidas para reducir el coste de la regulación que soportan las empresas, mediante la limitación al máximo de la actividad normativa aplicando los **principios comunitarios de necesidad, proporcionalidad y justificación**, así como una apuesta firme por la declaración responsable y/o comunicación previa en el caso de las actividades comerciales reguladas y por la extensión del silencio administrativo positivo.
 2. Restablecer cuanto antes aquellos **procesos internos en las Administraciones Públicas** que, habiendo sido paralizados por la "suspensión de plazos administrativos", sean susceptibles de ponerse en funcionamiento nuevamente.
 3. Considerar alternativas a las **resoluciones de licencias municipales** mediante plenos o comisiones de gobierno, estableciendo otras vías como, por ejemplo, resoluciones de licencias por Decreto.
 4. Habilitar **sedes electrónicas alternativas** cuando las físicas existentes estén inoperativas para el trámite de licencias.
 5. **Adaptar la aplicación de la normativa sobre registro de jornada** a la nueva realidad, teniendo en cuenta que la generalización de fórmulas de teletrabajo y reducciones de jornada, entre otras medidas preventivas, y la anormalidad evidente de la actual situación, han modificado sustancialmente los presupuestos que se consideraron en el momento de implantación de la medida del registro diario de jornada.
- De cara a futuras amenazas similares, desarrollar una **Ley** que califique, de manera definitiva e inequívoca, aquellos **sectores considerados estratégicos**, con salvaguardas de activación automática ante estados de alarma en materia laboral, transporte, horarios, equipamientos, etc. Concretamente, para los sectores de

carácter estratégico, entre los que debería figurar de modo permanente el sector agroalimentario y una parte relevante de la actividad comercial, resulta fundamental la adopción de salvaguardas de activación automática excepcionales y transitorias en tres ámbitos: el logístico, el de seguridad y el laboral.

1. **Logístico:** se requiere libertad de movimiento para las rutas logísticas de abastecimiento, especialmente de mercancías agroalimentarias y productos básicos, así como todo lo necesario para la industria auxiliar (tanto proveedores como bloques logísticos y tiendas). Asimismo, flexibilizar al máximo los horarios de carga y descarga en las tiendas y habilitación de espacios prioritarios, con apoyo de la policía local cuando sea necesario. Por último, proceder a adaptar la regulación actual en materia de transporte, de modo que se autorice las cargas de 44 toneladas en *trailers*, contribuyendo a mejorar la productividad de los desplazamientos por carretera de las mercancías de primera necesidad.
 2. **Seguridad:** es necesario garantizar libertad de movimiento de los trabajadores para que puedan desplazarse a las fábricas, tiendas y bloques logísticos. Asimismo, es preciso disponer de protocolos, equipos y materiales adecuados para la protección efectiva de todos los trabajadores de las actividades estratégicas.
 3. **Laboral:** se necesita flexibilidad en la adaptación de turnos y jornadas, y en sus sistemas de control (con el conocimiento de representantes sindicales y autoridad laboral, para que no sean un obstáculo en la atención de las necesidades básicas de los ciudadanos).
- Reforzar la **coordinación** en las actuaciones **a nivel interministerial, autonómico y municipal**, así como con el **sector privado**, para dar una respuesta uniforme a las incidencias y necesidades de la fase de recuperación, buscando el diseño e implantación de medidas coordinadas, coherentes y unificadas en todo el territorio nacional. Como ejemplo, debería asegurarse una adecuada unidad de criterio en la interpretación de las normas en materia de horarios y apertura por las Administraciones locales, provinciales y regionales, así como por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.

Asimismo, el sector del comercio (con especial atención a aquellas ramas de carácter esencial, como el comercio de alimentación) debería formar parte de los comités y grupos de expertos y agentes vinculados, tanto de coordinación de crisis como de diseño y seguimiento de las actuaciones de relajación de las restricciones y de recuperación de la actividad.

► MEDIDAS EN EL MEDIO PLAZO PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD DEL SECTOR

- **Avanzar en la uniformización del contexto regulatorio del comercio.** La existencia de diversos marcos regulatorios a nivel nacional, regional y local determina que las grandes empresas comerciales y aquéllas con interés en ampliar su zona de influencia se deban enfrentar a regulaciones distintas en función del territorio en el que decidan invertir. De este modo, existe una amalgama de normas y restricciones que dificulta la obtención de permisos, que regula los horarios de apertura y que, en última instancia, desincentivan la inversión. Por todo ello, sería necesario realizar un estudio en profundidad sobre el impacto que esta diversidad regulatoria está teniendo en la inversión y en el empleo del sector comercial.

En este sentido, es clave **reforzar la efectividad de la Ley 20/2013 de garantía de unidad de mercado**, de modo que asegure de manera real y efectiva la eficiencia del funcionamiento del mercado español, evitando adicionalmente que la fragmentación suponga una barrera más para la reactivación del sector. La Ley 20/2013 pretendía garantizar la aplicación efectiva del principio constitucional de unidad de mercado, evitando que las distintas Administraciones puedan obstaculizar la libertad de circulación y establecimiento de las personas y la libre circulación de bienes en todo el territorio español, según indica el primer párrafo de su Exposición de Motivos. Sin embargo, en los últimos años se han dictado distintas normas por parte de varias Comunidades Autónomas que están dificultando la aplicación efectiva de dicho principio.

Resulta imprescindible, por tanto, **ampliar y asegurar su cumplimiento, difundir e informar constantemente sobre las actuaciones emprendidas, y estudiar sistemáticamente el impacto sobre la unidad de mercado de los proyectos legislativos.**

- **Proteger los centros urbanos comerciales.** Si bien el peso del comercio electrónico en el conjunto de la actividad comercial de España no era significativo hasta el inicio de la crisis sanitaria, la misma ha desencadenado un crecimiento muy importante de las ventas online, que muy posiblemente tendrá un impacto relevante en el comercio tradicional cuando la situación se normalice.

El palpable declive del centro de algunas ciudades puede verse incrementado a corto plazo con la paralización de las actividades presenciales y el auge del comercio online. Para paliar esta evolución, sería necesario definir políticas que favorezcan la

dinamización comercial en los núcleos urbanos, promocionando el desarrollo de actividades de ocio que aúnen restauración, cultura y comercio de proximidad para atraer a los consumidores. En este sentido, debe analizarse la medida en que determinadas legislaciones a nivel local afectan negativamente al comercio minorista de ciertas zonas céntricas, y si los beneficios que pretenden conseguir estas políticas compensan ese coste.

- **Impulsar la inversión en innovación y nuevas tecnologías aplicadas al sector comercial.** Si bien durante el periodo de cierre decretado se ha puesto en evidencia la necesidad de acelerar la digitalización del sector comercial, siendo la más inmediata la venta online, la innovación no solo es un reto que hay que afrontar ante la situación de crisis actual, sino que es una necesidad imperiosa en el camino hacia la mejora continua, la adaptación al contexto empresarial vigente y a la sostenibilidad.

En términos generales, las compañías deberían reforzar sus estrategias de digitalización, tanto en su gestión como en su canal de ventas, apostando por iniciar procesos para aplicar y desarrollar la inteligencia artificial, concebir que las herramientas offline y online formen parte del mismo canal, acercar la empresa a los usuarios mediante la entrega a domicilio y trabajar los datos que se dispone de los clientes. En este contexto, algunas medidas específicas:

1. El estudio llevado a cabo desde la Secretaría de Estado de Comercio, con la colaboración de la Cámara de Comercio de España, “La Digitalización del *Retail* en España” (2018), ponía de manifiesto cómo la percepción de los empresarios del sector sobre su nivel de digitalización era mayoritariamente positiva, con un razonable porcentaje de empresas que disponía de página web (63% de las que cuentan con conexión a internet). Sin embargo, eran pocas las que vendían productos o servicios online. Sería necesario, por tanto, seguir impulsando **planes de ayuda que permitan a las pymes del sector comercial reducir la brecha digital y dotarse** de capacidades digitales, como factor diferenciador para competir en el nuevo escenario. En particular, estos planes deberían tener como objetivo la implantación de la venta multicanal, en la que, además del establecimiento físico, se potencie el comercio electrónico. Para ello se podría fomentar la utilización de plataformas tecnológicas que aúnen los intereses de diversos comercios de una misma zona y que permitan distribuir los costes de implantación de estas tecnologías (mantenimiento de la web, logística compartida, reparto,...).

2. Poner en marcha, o potenciar y mejorar los ya existentes, **instrumentos de asesoramiento, diagnóstico, formación y financiación** para la implantación de servicios digitales en el comercio minorista.
3. Incentivar la **utilización de todo tipo de modalidades de pago**, tanto en efectivo como por otras vías, siempre con la garantía de minimización de los riesgos de infección en trabajadores y clientes. Una cuestión que ha crecido sustancialmente durante la crisis es la utilización de medios de pago alternativos, como a través de tarjetas o monederos electrónicos (aplicaciones *Bizum, Apple Pay*, etc.), que deben convivir con el pago en efectivo en tanto ambos sistemas aseguran las condiciones sanitarias requeridas.
4. Desarrollar una **Estrategia nacional del e-commerce en el comercio minorista (Retail 4.0)**, para disminuir la dependencia exterior, estimular el nacimiento y viabilidad de plataformas y *marketplaces* nacionales, y pilotar una transición de lo analógico a lo digital que no deje en el camino a la mayoría de pequeñas empresas y operadores del comercio de proximidad, local e independiente. Como órgano de consulta y seguimiento, se propone reactivar el Observatorio del Comercio 4.0.
5. Establecer, en colaboración con las Comunidades Autónomas y la red de Cámaras de Comercio, paquetes de **ayudas** (“Cheque digitalización comercio de proximidad”) **dirigidas a la inclusión digital del pequeño comercio**, que le permita acceder a un mínimo de horas de capacitación en competencias digitales, asesoramiento y ayudas para inversiones básicas de equipamiento digital / comercio electrónico durante un periodo temporal.
6. Fomentar la **creación y apoyo a hubs y centros de investigación, innovación y desarrollo para el sector comercial minorista**. En este momento es más preciso que nunca contar con equipos especializados que colaboren con las empresas y orienten a las Administraciones y actores sectoriales en el desarrollo de servicios y nuevas soluciones que ayuden a afrontar los grandes cambios del escenario competitivo al que se enfrentan las empresas del sector.

- **Eliminar asimetrías competitivas.** Según pone de manifiesto la comunicación de la Comisión Europea al Parlamento y Consejo europeos, de 21 de marzo de 2018, el sistema fiscal establecido para las empresas que rige en la actualidad en todos los países europeos, con sus idiosincrasias propias, fue diseñado para una economía en la que las empresas necesitaban tener presencia física en un país para poder operar en él, cumpliendo así con las obligaciones fiscales derivadas de su actividad. En concreto, las empresas comerciales establecidas en España (ya sean pequeños comercios o grandes cadenas), tienen que hacer frente a sus obligaciones fiscales en el país de acuerdo a los beneficios justificados, mientras las empresas de comercio online no tienen las mismas obligaciones si sus sedes centrales están localizadas en terceros países. Sería necesario, por tanto, revisar la normativa para definir un entorno competitivo equilibrado y justo en el nuevo ecosistema digital (**Level Playing Field**), abordando los problemas relacionados con los posibles desequilibrios que se pudieran identificar entre las empresas centradas en la venta online y el comercio tradicional. El objetivo debería ser eliminar cualquier asimetría que mine la competencia y que deje al comercio tradicional en inferioridad de condiciones.

Ello pasa asimismo por la aplicación en el menor tiempo posible de las nuevas Directivas que van a redefinir el marco regulatorio europeo, en particular el nuevo Código de Comunicaciones Electrónicas, que venga guiada por el principio de maximizar el *Level Playing Field* en España, evitando imponer sobre los operadores obligaciones añadidas que pudieran agrandar la brecha con otros agentes del ecosistema digital.

- Asimismo, debe abordarse la trasposición de la **Directiva de Prácticas Comerciales Desleales**, de modo consensuado con todo el sector para garantizar que no suponga un impacto en la productividad de los diferentes eslabones de la cadena alimentaria.
- Avanzar en la **adaptación competitiva del sector comercial a las nuevas tendencias de consumo y gestión**, lo que pasa por aplicar algunas medidas como:
 1. Modificar el Art. 37.2 del Estatuto de los Trabajadores y los artículos 45 y 46 del Real Decreto 2001/1983, sobre regulación de la jornada de trabajo, jornadas especiales y descansos, para trasladar a lunes todos los **días festivos** que sea posible (como Fiesta del Trabajo, Asunción de la Virgen, Todos los Santos, Día de la Constitución e Inmaculada Concepción).
 2. Analizar con la cadena de valor de los envases la importancia de la **seguridad alimentaria y la higiene** en el sector de la alimentación. Como ejemplo, la

utilización de determinados envases reutilizables y el papel de los envases de un solo uso, a partir de las enseñanzas de la actual crisis.

3. Impulsar las **mejoras previstas en los actuales sistemas integrados de gestión (SIG)**, para aumentar su eficacia en el nuevo escenario, evitando la imposición de cambios (como los SDDR) incompatibles con la estructura de la distribución alimentaria por el impacto económico irreversible que conllevaría.
- Incrementar la **capacidad de las mutuas y de los servicios de protección de la salud de las empresas** para colaborar con la Administración sanitaria en la atención de las enfermedades profesionales, reduciendo el grave impacto que tiene, en los últimos años, el absentismo sobre los recursos públicos y la actividad de empresas y trabajadores.
 - **Facilitar el cumplimiento de las obligaciones impositivas.** En muchas ocasiones las empresas del sector, sobre todo las relacionadas con el comercio mayorista, tienen que hacer frente a sus obligaciones fiscales antes de que se produzca el cobro efectivo de las facturas pendientes que son objeto del hecho impositivo. Ya antes de la actual crisis, esto obligaba a muchas pymes del sector a requerir financiación externa para afrontar las obligaciones tributarias en materia de IVA. Sería aconsejable adoptar medidas para evitar este hecho, facilitando que el pago de impuestos se haga efectivo con base en el cobro real de las facturas pendientes de pago y no a partir del momento de su emisión.
 - **Mejorar la eficiencia energética en el comercio.** En la actualidad, ante los retos medioambientales a afrontar y la volatilidad de los precios de la energía, eléctrica principalmente, el sector comercio debería reaccionar en aras de mejorar su eficiencia energética. El objetivo sería, además de consolidar una actividad más respetuosa con el medio ambiente, la reducción del coste que supone la energía consumida. Por ello, debería incentivarse la implantación de la eficiencia energética en el comercio a través de la promoción de auditorías energéticas, el establecimiento de ayudas a las inversiones destinadas a mejorar la eficiencia energética o, como se ha mencionado anteriormente, el fomento de comunidades locales de energía que, a través de la gestión colectiva de los recursos energéticos, aborden de manera conjunta compras de energía o la adquisición de material o aparatos destinados a la mejora energética.

- **Adaptar y reforzar la seguridad del entorno de la actividad comercial**, a través de actuaciones en diversos ejes:
 1. **Luchar contra la venta ilegal de falsificaciones.** Las falsificaciones son un problema generalizado que afecta sustancialmente al sector comercio, en la medida que éstas tienen un carácter de bien sustitutivo perfecto de los bienes que se venden en los establecimientos. En este sentido, con antelación al comienzo de la crisis sanitaria, se alertaba sobre la preocupante pérdida de ventas y empleo que sufría el comercio a causa de las falsificaciones. De ahí la necesidad de emprender campañas de concienciación del consumidor que pongan de manifiesto la pérdida de calidad que resulta de los productos falsificados, así como el negativo impacto económico, laboral, medioambiental, sanitario, etc. derivado de la proliferación de esta práctica. A su vez, es necesario reforzar las medidas de seguridad contra la venta ambulante de este tipo de productos, tanto en los puntos de entrada (aduanas y puertos), como en las zonas en las que se ejerce este tipo de venta, que en muchos casos son conocidas y permitidas.
 2. Diseñar, de forma coordinada con el sector y sus responsables de seguridad, un **plan de seguridad** ad hoc en los establecimientos comerciales.
 3. Integrar a representantes del sector del comercio en los órganos de coordinación entre en Ministerio del Interior y las distintas autoridades responsables en materia de seguridad, para el diseño, la aplicación y el seguimiento de los **planes de prevención de delitos** en el sector de la distribución comercial.
 4. Modificar el Código Penal y la Ley de Enjuiciamiento Criminal para **corregir los errores en la interpretación jurisprudencial** de la última reforma (2015) y permitir volver a la eficacia que se había conseguido en la misma en la lucha contra el hurto multirreincidente, reduciendo el enorme impacto social, económico y sobre los servicios públicos que este tipo de delitos está ocasionando.
- **Fomentar el turismo de compras.** En aras de diversificar la oferta turística y proporcionar productos turísticos que satisfagan las nuevas demandas del mercado, el turismo de compras es una herramienta efectiva. En concreto, un adecuado fomento de las compras como reclamo turístico proporcionaría una mayor diversificación geográfica y temporal de los flujos turísticos, y aumentaría el gasto medio por viajero. La inclusión en los paquetes turísticos habituales de la variable

“compras”, el acondicionamiento de las zonas comerciales en las ciudades o entornos del transporte (como aeropuertos, estaciones, etc.) para atraer a los turistas o la potenciación del “shopping” entre los asistentes a las distintas y muy diversas ferias de negocios que se desarrollan en España, podrían ser actuaciones efectivas para impulsar esta modalidad comercial.

- **Actualizar e impulsar los programas formativos y ciclos de la Formación Profesional reglada** centrados en competencias vinculadas a la distribución comercial, como actividad estratégica y esencial para la economía española y para mejorar la competitividad del sector. Esta medida incluiría el impulso de la Formación Profesional dual en el sector comercial minorista, mediante un programa específico vinculado a planes de continuidad y relevo empresarial. Esta formación debería enfocarse prioritariamente hacia los procesos de transformación digital de las pymes comerciales.