

# 25 propuestas de futuro para el pequeño y mediano comercio



Confederación Española de Comercio



## EN MATERIA DE LEGISLACIÓN

1. Restablecer una **política ordenada de rebajas y promociones** en los establecimientos comerciales que acote estos períodos en el tiempo y se circunscriban a determinadas épocas del año, recuperando así el espíritu por el que fueron creadas de dar salida al sobrante de stock de cada temporada, evitando la confusión del consumidor y repercutiendo positivamente en las ventas del sector y en el consumo.

2. Llevar a cabo una **revisión y actualización de la legislación en materia comercial** así como la normativa de carácter transversal que pudiera ser de afectación, garantizando una adecuación a la nueva realidad del sector y evitando el establecimiento de barreras a la innovación.

3. Definir un **nuevo modelo de Horarios Comerciales** consensuado entre las partes que garantice un **equilibrio comercial entre formatos** tratando de conciliar la sostenibilidad de las áreas urbanas, la dinamización económica, la creación de empleo, las necesidades de los empresarios y trabajadores del sector comercio y la satisfacción de los consumidores.

4. **Acabar con la competencia desleal** tanto en tiendas físicas como a través de medios digitales, muy especialmente en lo relativo a las prácticas comerciales de la banca.

5. **Incrementar las medidas de control para luchar contra la falsificación de productos y su posterior comercialización**, especialmente a través de la venta ambulante ilegal, comprobando que cumplen con los requisitos necesarios para el ejercicio de la actividad, y también en el canal online.

## EN MATERIA DE FISCALIDAD

6. **Reducir la presión fiscal sobre nuestro sector**, tanto pymes como empresarios autónomos, que está muy por encima de la media de la Unión Europea. Asimismo, realizar un mayor control, por parte de las autoridades competentes, del cumplimiento de la legalidad vigente en materia de comercio y consumo, laboral y fiscal, por parte de los grandes operadores de venta por Internet.



## LÍNEAS Y PROGRAMAS DE AYUDA AL COMERCIANTE

7. Creación, por parte de las distintas Administraciones públicas, de programas y líneas de ayuda específicas al sector. Entre ellos, líneas de ayuda locales a fondo perdido para creación de nuevas empresas de pequeño comercio o ayudas para la renovación y modernización de comercios. Todo ello, **teniendo en consideración la situación y las necesidades de las empresas comerciales al diseñar y desarrollar la legislación que afecte al sector comercial**, basando dicha legislación en un análisis contrastado y teniendo en cuenta las necesidades del sector, concretamente en el examen y entendimiento de su impacto en las pequeñas empresas.

8. Mejorar los mecanismos de **apoyo al emprendimiento en materia de financiación, agilización de trámites burocráticos**, medios, infraestructuras y redes de cooperación entre los organismos e instituciones encargados de guiar y asesorar a los futuros emprendedores, como lo son las asociaciones de comercio, impulsando definitivamente los Puntos de Atención al Emprendedor.

9. **Garantizar el acceso al crédito bancario para las empresas comerciales**, especialmente las pymes, así como el establecimiento de líneas de ayudas dirigidas a favorecer la creación y el desarrollo de actividades comerciales. Asimismo, es necesario **fomentar el crédito al consumo** para promover así la reactivación de la economía y de las ventas del sector.

10. **Impulsar una simplificación de las modalidades de contratos**, así con un adecuado sistema de incentivos fiscales a la contratación como el establecimiento de tipos reducidos, deducciones o reducciones en el rendimiento neto empresarial en el ámbito del IRPF y el Impuesto de Sociedades para pymes que creen o mantengan el empleo.



## EN MATERIA DE DIGITALIZACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

11. Impulsar un **Plan de Ayudas específico sectorial para reducir la brecha digital en las pymes de comercio**, con el objetivo de potenciar la adopción generalizada de soluciones TIC por parte de las pymes del sector comercio con la finalidad de generar un impacto positivo sobre su productividad, su competitividad y la rentabilidad de sus negocios y favorecer al tiempo, su internacionalización a través de esta vía. Establecer incentivos públicos y fiscales para impulsar la innovación, el ahorro energético, la internacionalización o la competitividad.

12. **Promover el adecuado desarrollo del comercio electrónico** abordando una normativa específica que regule el nuevo escenario planteado y protegiendo al sector de prácticas abusivas y desequilibrios competitivos. Asimismo, se han de abordar cuestiones pendientes como la optimización de la logística y la seguridad de los pagos online así como la información a los consumidores sobre sus derechos, lo que permita aumentar la confianza en este canal.

13. Implantar una estrategia multicanal coordinada con los distintos agentes implicados que permita abordar los principales retos a los que se enfrenta el sector en materia de nuevas tecnologías, tanto en el ámbito físico, fomentando el desarrollo de nuevos modelos de negocio innovadores que mejoren la experiencia de compra en los establecimientos; como en el online, fomentando **la venta omnicanal y potenciando** la incorporación soluciones tecnológicas colectivas (plataformas) que puedan favorecer la adopción generalizada y la reducción de la brecha digital entre pymes y grandes empresas dentro del sector, entre otras actuaciones.

## COMERCIO Y CIUDAD

14. Apoyar iniciativas que permitan **ensalzar el papel del comercio y su aportación a la sociedad y a la recuperación económica** así como la puesta en valor de la actividad comercial, reforzando el prestigio en el ejercicio de la profesión de comerciante. En este punto, resultaría conveniente impulsar, al tiempo, una campaña de difusión en medios de comunicación destacando sus valores de calidad, proximidad y trato cercano y especializado.



**15. Impulsar acciones de dinamización comercial en los núcleos urbanos** de manera que se cree un clima favorable en zonas comerciales estratégicas y se promocióne el desarrollo de actividades de ocio que aúnen restauración, cultura y comercio de proximidad como instrumento necesario de atracción y consolidación de la afluencia de consumidores a los centros urbanos; presentándose a los mismos como una alternativa altamente competitiva frente a los formatos de centros comerciales cerrados.

**16. Apostar por el binomio COMERCIO-CIUDAD**, impulsando un modelo de gestión colectiva profesionalizado de las áreas comerciales urbanas a través de la colaboración público-privada así como un plan de Inversión en infraestructuras de Comercio Urbano y la elaboración de un Catálogo de Zonas y Ejes de Especial Interés Económico, entre otras acciones.

**17. Diseñar un modelo de gestión de residuos sostenible y respetuoso con el entorno urbano**, promoviendo la reducción de los residuos derivados de la actividad comercial y su reciclado, mediante el establecimiento de planes estratégicos en su retirada y tratamiento sin gravar en exceso al comerciante.

**18. Reforzar las actuaciones contempladas en el Plan de Seguridad en los Comercios**, impulsando una mayor interacción con el comercio y sus asociaciones.

**19. Impulsar un Plan de Capacitación turístico-comercial de los comercios** a través del diseño de una acción formativa integral que integre aspectos idiomáticos, de atención al cliente, de uso de las TICs como herramientas de promoción, etc... para facilitar al comerciante el acercamiento al turista, tanto en su lugar de origen, antes y después del desplazamiento, como durante la estancia del turista.

**20. Adopción de medidas que impulsen el alquiler de locales comerciales en el centro de las ciudades**, con unas rentas que no resulten prohibitivas para los pequeños empresarios de comercio.



## EN MATERIA DE FORMACIÓN

21. Establecer, en estrecha colaboración con las organizaciones empresariales más representativas del sector, el diseño, planificación, gestión y ejecución de **estrategias formativas específicas para el comercio**, adecuadas y actualizadas a las necesidades y demandas de los nuevos perfiles de consumidores y los cambios del mercado.

22. Desarrollar **formación específica en economía digital para mejorar las habilidades en el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC)** en los negocios.

23. Impulsar el reconocimiento de la capacitación profesional por la vía de la experiencia y **potenciar el desarrollo de un sistema de formación dual eficiente y funcional**, que aúne la formación teórica y práctica, la acreditación de la experiencia y el refuerzo formativo en aquellas áreas donde se detecten carencias. En este punto, sería conveniente la flexibilización de los requisitos para la acreditación y el registro de asociaciones empresariales sectoriales con experiencia y solvencia como entidades de formación para impartición de certificados de profesionalidad.

## EN MATERIA DE EMPLEO Y RELEVO GENERACIONAL

24. **Fomentar la generación de empleo en el sector**, especialmente el destinado a jóvenes, mujeres y colectivo en riesgo de exclusión social, potenciando la figura del comercio de proximidad como una vía idónea para el autoempleo.

25. **Fomentar el relevo generacional en las empresas familiares y facilitar la transferencia de PYMES (traspasos) a jóvenes y emprendedores**, mejorando también los canales de conexión con start up para evitar la desaparición de empresas comerciales tradicionales y el despoblamiento de las zonas urbanas.