

El comercio combate al Covid con un aumento de su masa asociativa

- La patronal Confecomercç aglutina ahora a más del 80% del tejido comercial de toda la provincia
- Las pymes pueden aspirar a ayudas de 2.000 a 12.000 euros para digitalizar sus negocios

D. VICENTE CASTELLÓN

La pandemia de la Covid-19 ha favorecido «el incremento de la masa asociativa del comercio de la provincia» de Confecomercç –Castellón, principalmente– «debido al interés de los comerciantes por disponer de la información más actualizada y de un asesoramiento técnico adecuado, tan necesario durante esta crisis, además de poder contar con una amplia gama de servicios, especialmente diseñados para el sector», señalan a este diario fuentes de la patronal. Recientemente, Confecomercç-Castellón ha sumado nuevas adhesiones, como Comercç del Raval, hasta llegar a aglutinar a más del 80% del tejido comercial de la provincia.

A su vez, las asociaciones también han incorporado nuevos integrantes, «experimentando un crecimiento exponencial en número de socios, gracias a su capacidad por atender las necesidades del comerciante, sobre todo, a raíz de la crisis, impulsando proyectos y actuaciones que han permitido contener los efectos causados por la Covid y favorecer la actividad del tejido comercial», señalan.

Aportar soluciones para el sector siempre ha sido una máxima de Confecomercç y «prueba de ello son los servicios que ofrece al comercio asociado: circulares informativas, normativa que afecta al sector, información sobre ayudas y subvenciones, documentación periódica relevante para el comercio, resolución de dudas y apoyo técnico, así como otras actuaciones más específicas».

En este último apartado, se encuentra la línea de apoyo a la digitalización del comercio, que recientemente ha incorporado nuevos servicios «como un canal de comunicación para asociados con el objetivo de resolver todas las consultas acerca de cómo gestionar la digitalización». «El canal cuenta con expertos que ofrecen respuesta inmediata a través de Facebook y todo tipo de asesoramiento del plan estatal del Kit Digital, que contempla ayudas que van desde los 2.000 a los 12.000 euros, dirigidas a pymes, micropymes y autónomos para digitalizar el negocio», indican.

Tutorías digitales personalizadas, en las que se evalúa la solución más eficaz para cada negocio, la herramienta de autodiagnóstico 'Digicomercç' –www.digicomercç.com–, con la que los comerciantes pueden medir el grado de madurez digital de su establecimiento, la Academia dels comercç, donde los comerciantes cuentan con formación *on line* sin

estar sujetos a horarios concretos o la tarjeta de fidelización 'i-Más' son parte de las iniciativas de Confecomercç, cuya finalidad es que los comercios cuenten con recursos y con el asesoramiento más eficaz a la hora de diseñar su estrategia digital.

Otra de las herramientas que forma parte de este paquete de servicios es la Guía del Comercio Electrónico, que constituye una hoja de ruta no sólo para los comerciantes que disponen de venta *on line* sino también para todos aquellos que están iniciándose en la inmersión digital, así como la 'Guía de las mejores Apps' para el pequeño comercio, que cuenta con más de medio centenar de herramientas para automatizar procesos vinculados con la gestión comercial.

Del mismo modo, los comercios asociados también participan en las campañas de comunicación del pequeño comercio, recibiendo todo tipo de materiales y piezas, siendo estas acciones promocionales de gran impacto al tener un carácter autónomo, «hecho que le ha valido a muchas de ellas el reconocimiento y la obtención de premios en certámenes publicitarios tanto a nivel local como internacional». «En ellas se concientiza sobre el valor de la cercanía, de la sostenibilidad, del consumo del producto autóctono, de la preservación del medio ambiente, entre otras cuestiones», rememora la patronal.

Y no menos importante es la labor realizada por la patronal para el impulso de la dinamización. El diálogo con los ayuntamientos ha permitido promover los 'Bonos Comercio', una fórmula que ha incentivado las compras, en un momento especialmente complicado, obteniendo la ciudadanía



Una calle de la capital de La Plana donde se concentran los comercios. E. TORRES

vales por diferentes importes, pagando el consumidor únicamente el 50% de su valor nominativo, siendo el 50% restante subvencionado por el consistorio. La realidad es que el asociacionismo ha ganado impulso en momentos de cambio e incerti-

dumbre y las empresas han buscado unidad para defender intereses comunes. En este contexto de máxima dificultad, es cuando más urgente se ha hecho la necesidad de consolidar e intensificar el trabajo de las organizaciones empresariales. Ha sido pre-

cisamente en estos momentos, cuando se ha constatado la importancia de las asociaciones, que desempeñan un rol básico para que las empresas puedan disponer de toda la información necesaria para combatir la compleja situación.

INTERLOCUCIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN, CLAVE PARA CRECER

La coordinadora Confecomercç-Castellón, que forma parte de la Confederación autonómica del comercio Confecomercç Comunidad Valenciana y que aglutina en su seno a 187 asociaciones, gremios y mercados municipales de las tres provincias Castellón, Valencia y Alicante, indica resalta «la interlocución», que se ha intensificado durante la pandemia.

Sostienen que ha requerido

«de un constante diálogo con las instituciones para conjuntamente poder evaluar y diseñar las actuaciones más convenientes para el impulso del sector en una crisis verdaderamente complicada».

La Confederación ejerce esa interlocución a todos los niveles local, autonómica y nacional, siendo la única organización con representación en el ámbito nacional, en la Confederación Española de Comercio (CEC).

Sus objetivos son «fomentar y defender el tejido empresarial comercial valenciano, promoviendo la competitividad de las empresas y el emprendimiento, así como

el asociacionismo de las pequeñas y medianas empresas del sector».

También «representar y defender los intereses generales y comunes de sus asociados en la sociedad, incluyendo expresamente los propiamente laborales, siendo medios técnicos típicos de acción, entre otros, la negociación colectiva laboral, el planteamiento, en su caso, de conflictos colectivos de trabajo».



La pandemia ha afectado a muchos comercios. E. TORRES

LOS 'BONOS COMERCIO' EN CIFRAS

Castellón. Los clientes adquirieron en 72 horas 175.000 euros en bonos. En solo 10 días, se consiguieron movilizar 350.000 euros en compras en el comercio local. La primera semana, los vecinos ya habían consumido compras por más de 100.000 euros.

Burriana (I edición). Los clientes compraron en apenas tres días 170.000 euros en bonos. En un mes, se movilizaron 340.000 euros en compras. La primera semana, más de 100 comercios contabilizaron ya algún registro de ventas atribuibles a la campaña.

Burriana (II edición). Los bonos se agotaron el primer día en tan solo una hora. Se logró movilizar una cantidad en compras que supera el importe de los bonos previstos (más de 275.000€), alcanzando un montante global de 442.000 euros.