

En la primera de las Jornadas “Cómo hacer crecer tu negocio” organizadas por la Dirección General de Comercio y Consumo

---

La Comunidad expone las iniciativas puestas en marcha en 2016 y sus proyectos de este año para apoyar al comercio de proximidad

- 134 comercios concluyeron el Programa de Diagnóstico del Pequeño Comercio de la Comunidad de Madrid que continuará en 2017
- El 62,5% de los comercios tiene programa CRM para identificar a la clientela y potenciar la venta y el 60% cuenta con lector de código de barras
- El Plan de Comercio 2017-2019 contendrá nuevas líneas financieras, acciones de promoción y proyección internacional del comercio regional

**7 de abril de 2017-** La directora general de Comercio y Consumo, María José Pérez Cejuela, ha explicado hoy las actividades que desarrolla el Gobierno Regional para apoyar al pequeño comercio de la Comunidad de Madrid durante su intervención en el ciclo de Jornadas “Cómo hacer crecer tu negocio”, en la que también han participado el responsable de Amazon Marketplace España y el director de la Red Comercial de Dirección Territorial Centro del Banco Sabadell.

Pérez Cejuela ha descrito los detalles del Programa de Diagnóstico Global del Pequeño Comercio de la Comunidad de Madrid puesto en marcha el año pasado y con que continuará este año pasado para responder a las necesidades del sector. En él se ha combinado el diagnóstico del sector con el asesoramiento al empresario, en el que han completado el proyecto un total de 134 pequeños comercios de zonas comerciales con una necesidad de especial atención en Madrid (Zona de Latina-Arganzuela, Zona de Vallecas y Zona de Prosperidad), Parla y Villanueva del Pardillo.

En este sentido, los comercios seleccionados tuvieron en cuenta factores relativos tanto al comerciante como a las características del negocio comercial. A todos ellos se les ofreció propuestas de mejora individualizadas relacionadas con su formación, gestión empresarial y adaptación a las TIC,s.

En todos ellos se analizaron las técnicas de escaparatismo, la gestión de la superficie y del lineal de ventas, así como la comunicación y promoción desarrolladas. Gracias a estos elementos, la Dirección General de Comercio y Consumo pudo elaborar un diagnóstico de cada comercio y un Plan de Activación Comercial individualizado.

### **Nivel innovador en el comercio de la Comunidad de Madrid**

Pérez-Cejuela ha explicado los principales datos relativos al nivel innovados en el Comercio de la Comunidad de Madrid. De este modo, ha señalado que un 78% dispone de ordenador y un 62,5% cuenta con el programa CRM (Customer Relationship Management) utilizado para identificar y seleccionar a la clientela, realizar promociones y campañas, así como potenciar la venta no presencial y supervisar la recepción de pedidos, entre otras funciones.

En esta línea, casi el 60% de los comercios minoristas están equipados con lector de código de barras, la mitad de ellos tiene web y más del 50% afirman tener redes sociales activas con página sobre su comercio. Según Pérez Cejuela “la venta por internet es un complemento ideal para incrementar sus ventas, mejorar la comunicación y servicio al cliente acceder a nuevos clientes y mejorar la imagen de la empresa”.

Este año, la Comunidad continuará con este Programa con el objetivo de beneficiar a un mayor número de empresas comerciales, se incluirá en el Programa al sector artesano y se implantará una versión “on line” simplificada para que la pyme comercial pueda realizar un auto diagnóstico básico de la marcha de su negocio.

### **Plan de Comercio 2017-2019**

Por último, la directora general de Comercio y Consumo ha destacado que las medias se complementarán con la puesta en marcha del Plan de Comercio 2017-2019. Se trata de una proyecto que, además de medidas de financiación y apoyo a la inversión, incluirá acciones de promoción del sector, de formación de trabajadores y autónomos y de proyección internacional del comercio madrileño.