



## 1. IMPOSTOS, BONIFICACIÓNS E EXENCIONS

Concordamos na decisión de aprazamento dos impostos a cobro durante o periodo de crise pero o seu aprazamento en varios meses pode significar unha acumulación de pagos no pequeno comercio, hostalería e sector servizos que tería un impacto negativo no arranque económico post estado de alarma.

Por iso consideramos necesario que se produza tanto un aprazamento dos mesmos como unha condonación dos tributos municipais que a lexislación permita. Se ben o Real Decreto 463/2020 xa suspende os prazos administrativos e de prescripción e caducidade das taxas e impostos municipais, e polo tanto é aprazable sen recargos nin intereses, o que propoñemos son as seguintes medidas complementarias:

### ÍNDICE

Impostos, bonificacións e exencións	<b>P. 1</b>
Reorientación orzamentaria	<b>P. 2</b>
Actuacións institucionais para o fomento da compra local	<b>P. 3</b>
Cuantificación económica das actuacións de dinamización comercial. Propostas para paliar e revitalizar o sector comercial	<b>P. 4</b>

- **Exención do prezo público de recollida de lixo durante o período de estado de alarma** (prorrogable no caso de profunda desaceleración da actividade comercial despois do período de alarma e ate decembro de 2020). Non se pasaría recibo pola recollida de Residuos Comerciais e Residuos Industriais no comercio, hostalería, e pequenos autónomos e empresas que facturen por debaixo do millón de euros (exactamente as exentas do pago do IAE).

- **Devolución íntegra da taxa de ocupación da vía pública con mesas, cadeiras e veladores (terrazas)** Ante a imposibilidade real e constatada de ocupar tal espazo durante os meses de prolongación do estado de alarma. (No caso de terse cobrado será abonada a parte proporcional e nas taxas á emitir será xa descontado na autoliquidación que se presente).

## 2. REORIENTACIÓN ORZAMENTARIA 2020

A falla dunha maior concreción de como se van artellar as modificacións nas limitacións impostas ás corporacións locais polo teito de gasto para poder implementar políticas de impulso de gasto e análogamente políticas públicas para protexer á sociedade como consecuencia desta crise, o certo é que numerosos concellos xa están habilitando liñas de axudas directas ao pequeno comercio, ao sector servizos e ao pequeno tecido empresarial. Medidas que supoñen obviamente un esforzo das arcas municipais non previsto pero que necesariamente terá, e o anunciado vai efectivamente por esa senda, unha resposta legislativa do Goberno para permitir aos concellos usos diferentes dos considerados “financeiramente sostibles” do superávit de 2019 así como necesarias, e sempre reclamadas non só nesta crise, transferencias e maior financiación ás entidades locais.

Consideramos que o Goberno de España, no marco da Lei Orgánica de Estabilidade Orzamentaria e Sustentabilidade Financeira ou da súa derogación, que debería ser un obxectivo a cumprir, debe flexibilizar a regra de gasto para todas as entidades locais con superávit, con independencia de que cumpran ou non os requisitos establecidos na Disposición Adicional Sexta da mencionada Lei Orgánica.

Bastaría unicamente coa modificación das instrucións que nesta materia adoptou no seu día a Secretaría de Financiamento Autonómico e Local dependente do Ministerio de Facenda. Na práctica supón que os concellos poderían mobilizar ata 24.000 millóns de euros que teñen paralizados nas súas contas bancarias polas limitacións impostas pola Lei.

Deste xeito poderíase destinar o superávit a calquera tipo de actuación, tanto para sufragar de xeito inmediato os gastos extraordinarios que concellos como Marín están a soportar, derivados da situación actual de Estado de Alarma declarada polo Goberno: servizos sociais, seguridade cidadá, limpeza e desinfección, etc... como para financiar gasto corrente, no que **enmarcamos esta proposta de axudas directas ao comercio local, ao pequeno tecido empresarial e á hostelería da vila.**

Considerando que o RD do 17 de marzo xa autoriza un incremento do uso do superávit polos Concellos para atención social (300 millóns) xa que establece que as **corporacións locais dispoñen dunha cantidade de igual contía do superávit do exercicio 2019 para financiar as axudas económicas e todas as prestacións de servizos xestionadas polos servizos sociais de atención primaria e atención á dependencia** que veñen recollidas no Acordo do Consello Territorial de Servizos Sociais e do Sistema para a Autonomía e Atención á Dependencia, do 16 de xaneiro de 2013, que recolle o Catálogo de Referencia de Servizos Sociais, libéranse recursos que poden ser utilizados en axudas aos sectores de comercio, hostelería, pequenas empresas e autónomos.



## **TIPOLOXÍA DAS AXUDAS PROPOSTAS:**

As axudas que propoñemos van na liña que concellos como Arteixo, Pontecaldelas, Lugo etc.. están habilitando para os autónomos e pequeno comercio e que simplifican os procedementos ante a urxencia da situación xerada polo COVID19 e o brutal impacto que vai ter na economía local.

Obviamente terán que estar circunscritas a actuacións e coberturas concretas:

1. Pago do alugueiro locais comerciais, naves, etc.
2. Cobertura de gastos común como: seguros, electricidade, auga, teléfono e internet.
3. Mantemento e mesmo creación de emprego no sector.
4. Implantación de melloras comerciais (tecnolóxicas, plataformas venta comercio local, etc....)

Nos puntos 1 e 2, o Concello podería incidir á Xunta de Galicia, para que estes gastos se computen na orde de axudas "TR341Q - Programa do bono das persoas autónomas", a través das cales as autónomas poden recibir o 80% de 3.000€. A idea sería que se computesen os gastos fixos como alugueiros dos locais, luz, auga, teléfono, seguros sociais...para poder xustificar o bono autónomo, e non verse obrigado a levar a cabo inversión.

No punto 3, é necesario que o Plan de Emprego Municipal "Emprega Marín" se modifique xa que a taxa de integración é inferior á media do programa da Dirección Xeral de Emprego.

Do punto 4, falaremos neste documento.

## **3. ACTUACIÓNS INSTITUCIONAIS PARA O FOMENTO DA COMPRA LOCAL E O RELANZAMENTO DO COMERCIO LOCAL, BOTANDO MAN DO CENTRO COMERCIAL ABERTO, CO FIN DE CREAR SINERXIAS**

Neste aspecto consideramos esencial que a partir de agora se estableza unha política ambiciosa de fomento da compra no comercio local, de sensibilización contra o impacto que plataformas de compra online están tendo no emprego e polo tanto no futuro económico da vila (AMAZON é unha competencia desleal e a través da súa posición dominante no mercado actúa coma un MONOPOLIO).

Estas políticas, que teñen que existir sempre, teñamos ou non unha crise destas características, ten que se reflectir tanto na asignación de partida orzamentaria no actual e sucesivos orzamentos do Concello de Marín como na execución real dos mesmos. Na actualidade a partida orzamentaria para o CCA é de 2.000€, o que representa un 2,2% no orzamento total deste 2020 da asociación. Desde a existencia do Centro Comercial Aberto, é o que se encarga de deseñar e realizar de xeito particular estas iniciativas, se ben con axudas institucionais para facelo.

O que propoñemos aquí son actuacións municipais directas e planificadas como reforzo efectivo e fomento da actividade económica local e de proximidade. Poden ser variadas pero teñen que ter conxuntamente estes obxectivos:

- Impulsar o comercio de proximidade nos barrios alentando a súa innovación, mellora e capacidade, así como o vínculo co territorio.
- Fomentar un consumo sostible social e ambiental.
- Apoiar o asociacionismo e a xeración de redes

Polo tanto, propoñemos:

a.- Impulso ao comercio de proximidade e medidas relacionadas coa organización, fidelización e mellora do comercio local que responda as necesidades do pequeno comercio.

Concreción de campañas de sensibilización e comunicación que poñan en valor as vantaxes do pequeno comercio: trato, calidade, localización, horarios, etc. Se algo amosou esta crise foi a necesidade dun trato humano e directo, da necesidade das “tendas de toda a vida” que coñecen ao veciño e veciña e mesmo establecen mecanismos de solidariedade (fiar compras, axuda alimentaria...). Con este tipo de campañas se pretende visibilizar este “trato humano” e que a oferta do comercio na contorna conecta aos veciños e veciñas co comercio de proximidade e posibilitan poñer en valor a súa oferta.

b.- Realización dunha campaña anual de sensibilización e promoción do comercio de proximidade, eventos concretos como “noites brancas”, premios do comercio local, xornadas de portas abertas “coñece o comercio da túa vila”.

c.- Accións de fidelización do comercio local. Axudar dende o Concello a manter no tempo estratexias de fidelización; fidelización que valore non só a relación puntual negocio-cliente senón o construír unha vinculación que faga ter ao comercio de proximidade como referente para a compra de produtos ou servizos de todas as familias marinensas.

d.- Potenciación do uso das TIC's como instrumento de axuda ao desenvolvemento do comercio de proximidade, tanto na xestión como na difusión. Poden facilitar de xeito interesante que pequenos negocios que non teñen web, nin usan as redes sociais poidan ter unha vantaxe fronte a plataformas online ou grandes centros comerciais poñendo en valor a proximidade e o servizo postventa inmediato. Para isto, sería fundamental organizar conxuntamente cursos na Aula Cemit do Concello, con temática das TIC's (nocións básicas de prestashop/woocommerce, utilización das RRSS para o sector comercial (facebook, whatsapp, instagram...))

e.- Posta en marcha dun portal de venda en liña, ao estilo Amazon, no que os establecementos comerciais da vila dispoñan dunha canle máis de posible ingresos. Establecemento con axuda do concello de puntos de recollida de compra en liña procedente do pequeno comercio da vila, tanto en punto físico como en envíos a domicilio, no mesmo día, no ámbito local.

f.- Formación para o comercio local que teña como base os plans de emprego municipais (teñen que servir tamén para formar a máis e mellores traballadores do comercio, hostalería, servizos, etc...)

g.- Potenciar o Comercio local como elemento ACCESIBLE para persoas dependentes, comercio amable coas persoas maiores, e polo tanto creación dunha liña de subvencións municipais para adaptar os comercios a necesidades de mobilidade reducida con posible financiación dos fondos DUSI europeos.

## **4. CUANTIFICACIÓN ECONÓMICA DAS ACTUACIÓNS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL, PROPOSTAS PARA PALIAR E REVITALIZAR AO SECTOR COMERCIAL**

Temos que partir da premisa seguinte, para propoñer as seguintes medidas tense en conta o orzamento municipal de 2018 que ascendeu á cifra de 13.454.474,25 €.

Como ben dixemos, a cuantía económica que vén recibindo o Centro Comercial Aberto Estrela de Marín, é de 2.000€ que representan un 2,2% no orzamento da asociación é que supón que a inversión que recibe o CCA a través de subvención nominativa, represente o 0,014864 % do orzamento municipal.

Dito isto, centrémonos nas accións que propoñemos para paliar, na medida das posibilidades, os efectos da pademia do Covid-19.

## • **CAMPAÑA DINAMIZACIÓN COMERCIAL: “MERCANDO EN MARÍN, GAÑAMOS TODaS”**

A través desta campaña de dinamización e incentivación ao consumo propónse habilitar unha partida de 405.000€ (5.000€ para publicidade) que se destinarían a sufragar unha serie de descontos que se aplicarían polas compras no tecido comercial da vila (os establecementos participantes serían aqueles que estivesen pechados por causa de forza maior ou cuxa actividade non se considerase esencial durante o Estado de Alarma (poderíase simplificar dicindo que poden participar @ autónomes que recibiran a prestación por cese de actividade, durante o estado de alarma).

### Lograríamos 2 obxectivos:

- a. Incentivar e premiar o consumo, xa que con esa cantidade crearíamos un fluxo económico de cómo mínimo 2.000.000€ e de 2.666.666€ como máximo.
- b. Mitigar a perda de poder adquisitivo das familias, xa que se poderían beneficiar da campaña, mínimo 10.000 e máximo 133.333 persoas.

### Como se canalizarían os fondos?

Propónse asinar un convenio de colaboración entre o Concello de Marín e o Centro Comercial Aberto Estrela de Marín. A través deste convenio, Estrela de Marín encargárase de:

- Ø De repartir a campaña entre o tecido comercial da vila.
- Ø Lanzar a campaña de publicidade nos medios de comunicación.
- Ø Deseño e impresión do material da campaña.
- Ø Xestión dos fondos da campaña

### Cal é o funcionamento da campaña?

Os clientes polas compras efectuadas, reciben un desconto inmediato para futuras compras, deste xeito vén premiada a súa fidelización e incentivamos consumos futuros.

Establecemos dúas porcentaxes:

- Ø Un xenérico do 15%. Este desconto aplicaríase nos establecementos da vila que non fosen asociados ao CCA Estrela de Marín.
- Ø Un desconto do 20%. Este desconto aplicaríase nos establecementos da vila que fosen asociados ao CCA Estrela de Marín.

\* Os asociados disporían dun 5% a maiores porque facemos unha dicriminación positiva, xa que a Asociación asumiría todos os custos de xestión que supón poñer en marcha a campaña (entregar os vales, canxear os vales dos comerciantes...) e como a estrutura da Asociación está sufragada polas cotas que aportan os asociados, sería contraproducente para o CCA e un agravio que non tivesen esta porcentaxe a maiores.

### Como se aplicarían os descontos?:

- Ø Establecese un importe mínimo de 20€ e un importe máximo de 200€. Os clientes poderán acumular os seus tickets das compras efectuadas nos comercios da vila, e cando o estimen convinte poderán achegarse pola sede social a canxear os seus descontos.
- Ø Entregaráselles unha tarxeta, co importe dos descontos que poderán canxear en calquera establecemento da vila.
- Ø Os comerciantes, para canxear as tarxetas achegaranse pola sede social e realizaráselle a transferencia pertinente.
- Ø En todo o momento, levarase un control da campaña xa que:

- \* As tarxetas están numeradas e centralízanse a través da sede social.
- \* Os clientes nunca manexan efectivo.
- \* Os pagos aos comerciantes efectúanse por transferencia bancaria.
- \* Obtemos información moi útil para levar a cabo, máis accións deste estilo xa que coñecemos: número de clientes beneficiarios da campaña, importe medio de compra, sectores onde máis/menos se compra...

### Táboa valores económicos

INVESTIMENTO TOTAL	IMPORTES DE COMPRA CON DESCONTO MÁX/MÍN	% DESCONTO	FLUXO ECONÓMICO EN CIRCULACIÓN	ALCANCE MÍN E MÁX CLIENTES
400.000 €	200€ / 20€	15%	2.666.666€	13.333   133.333
		20%	2.000.000€	10.000 - 100.000

### Exemplo práctico?:

1) Cliente que compra nun establecemento asociado:

a. Efectúa unha compra por importe de 300€. Neste caso, entregáselle un vale por importe de 40€ (xa que a cantidade máxima sobre a que se aplica o desconto é de 200€), que poderá canxear en calquera establecemento da vila.

b. Efectúa unha compra por importe de 30€. Neste caso, entregáselle un vale por importe de 6€, que poderá canxear en calquera establecemento da vila.

#### • POSTA EN MARCHA MARKETPLACE LOCAL

Nos últimos anos a tecnoloxía cambiou a forma de comprar da sociedade. O feito de poder comprar sen saír de casa provocou que os consumidores cambiaran os seus hábitos á hora de comprar. Segundo o Estudo Anual de eCommerce 2018 de IAB Spain, realizado entre a poboación de 16 a 65 anos, siete de cada dez internautas compran online.

Esta práctica acentuouse durante o confinamento, imposto pola crise do coronavirus xa que disparou o comercio electrónico en España. As primeiras semanas de recusión nas casas aumentou o tráfico nas tendas en internet un 20,4%, dacordo co último informe presentado por Doofinder. Unha tendencia replicada no resto de países europeos e nos EE UU a tendencia é parecida: Amazon planifica contratar a outras 75.000 persoas no país para poder fronte ao pico de demanda que están ter nas últimas semanas debido ao Covid-19.

No noso país, un dos sectores que máis se beneficiou é o da alimentación, que incrementou o tráfico online un 168%. Froiterías, peixarías e carnicerías habilitaron pedidos a través de Internet coa axuda de diversas plataformas, pero é un salto sen rede, xa que a implantación dunha tenda de venda online hai que facela cunha análise profunda. Como se diría coloquialmente "pan para hoxe, fame para mañá, xa que moitas webs que nacen estes días terán un comportamento vertical.

Dito isto, desde o CCA levamos traballando no proxecto xa hai un tempo e por este motivo, o ano pasado 15 comerciantes estiveron formándose durante 3 meses nun curso para manexarse nunha das plataformas máis usadas de venda online "Prestashop". O que propoñemos é poñer en marcha unha plataforma conxunta de venda online, un Amazon local.



Estamos nun momento crucial para o comercio de proximidade, e chegou o momento de que dixitalice e vexa internet como unha ferramenta útil para o seu negocio e non coma unha ameaza. A chegada case sen avisar do coronavirus empurrou cara o dixital á maioría dos sectores e o comercial non pode quedarse ao marxe. Ante a imposibilidade de acudir fisicamente ás tendas, a Rede convertiuse nun gran bazar. Unha das grandes máximas en economía di que “Os grandes cambios para o ser humano chegan en momentos de crise”. E nestos momentos, toca mudalos por obrigación, tanto para os consumidores como para os vendedores.

A través da plataforma de venda online os establecementos que se adhiran a ela, disporán unha canle alternativa de ingresos, que poida complementar a súa actividade diaria pero consideramos que é fundamental, contar unha única plataforma xa que se abaratan custos como pode ser o da loxística e poden crearse sinerxias entre vendedores.

Ademais, poderíamos optimizar o SEO e a creación das canles sociais e a publicidade dixital. Desde o CCA dispoñemos dunha base de datos de clientes, grazas ás campañas de dinamización comercial que levamos a cabo e que cumpren o RGPD.

As redes sociais teñen un papel moi importante no eCommerce xa que as empresas sanas para dar a coñecer os seus produtos e aumentar as súas vendas. Os usuarios establecen a través das redes sociais unha relación especial coas marcas xa que, se as utilizamos de xeito apropiado son unha fonte de confianza. Por iso desde o CCA, fariáanse campañas específicas para premiar a fidelidade dos clientes online.

- O que propoñemos é poñer en marcha un marketplace para o sector comercial no que estarían presentes os establecementos comerciais que o solicitasen, excepto os da Praza de Abastos, xa que pensamos que estes teñen que contar coa súa propia plataforma ao tratarase de mercadoría de alimentación e que ten unhas características, moi diferentes ao resto (perecedeira, hai que respectar a trazabilidade...)
- A plataforma da Praza de Abastos podería ter un formato como o seguinte:

**Mercadomarín**  
Praza de Abastos de Marín

Buscar productos... Todas las categorías

INICIO COMO FUNCIONAMOS RECEITAS

## Tienda

Buscar ... Buscar

PUESTOS

- Carnicería Cochón
- Carnicería O Maño
- Froitería Loli
- Panadería Acuña
- Peixes e Mariscos Begoña

- A idea é que as compras efectuadas na vila, se poidan entregar no mesmo día en cuestión de horas. As compras dos clientes de fóra da vila, pódense entregar en 10h - 14h e 24h (por empresas de transporte urxente)
- Cada establecemento se ten que encargar de subir os seus produtos e de manter o stock (tema moi importante, xa que en todo o momento a mercadoría que aparece na web ten que estar dispoñible).
- Todos os comercios disporán de informes de tráfico e visitas que poden ter os seus produtos, de campañas de publicidade conxuntas coa finalidade de promocionar o portal

- **CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN COMERCIAL:  
*EU COMPRO EN MARÍN, E TI?***

Como dixemos anteriormente, das crises nacen as oportunidades e o confinamento serviu para decatarnos que as cidades, as vilas sen comercio non teñen vida, están mortas. A través, da campaña #morriñadeti que puxemos en marcha 27 CCA da comunidade, puidemos comprobar como a xente botaba en falta a vida que lla dan os comercios de proximidade, o trato personalizado, poder interactuar cos comerciantes...

O comercio de proximidade favorece as economías locais. Como consumidores temos unha responsabilidade moi grande na construción dun entorno social e económico sostible. Debemos garantir que os impostos, os salarios, os transportes e toda a cadea de valor dos produtos que consumimos se atopen o máis cercanos posibles. Con isto conseguiremos, vía redistribución, ter unha sanidade forte, unha educación mellor, e medrar como pobo e como sociedade.

A solidariedade é un dos valores que nos define aos galegos como pobo. Agora máis que nunca, a nosa xente, as nosas familias necesítannos. É tempo de que entre todos contribúamos a fortalecer a nosa economía local, a reconstruir e fortalecer todo o que Covid-19 e o consumo irresponsable se levaron por diante.

É tempo de consumir no comercio de barrio, de contratar provedores locais, de comer no restaurante da esquina, de visitar a panadaría de Xoan, Felisa ou Miguel. É tempo de construír sociedade, e sobre todo é tempo de sermos un pobo unido e entender que xuntos somos máis fortes.

A campaña EU COMPRO EN MARÍN, E TI?, pretende concienciar aos clientes de que agora máis ca nunca, as compras no comercio de proximidade non se quedan somentes nun acto de compra-venda, senón que teñen un compoñente social.

Temos que destacar os nosos valores, as nosas virtudes e para acadar este obxectivo queremos poñer en marcha esta campaña co hastag #EUCOMPROENMARINETI?



A idea é que se faga viral mensaxe, que poida calar fondo na sociedade da vila, que persoeiros insignes de Marín saian cos diplays da campaña, en RRSS lanzando esta mensaxe, para concienciar á cidadanía.

O custo da campaña centraríase na impresión dos diplays e na publicidade nos medios sobretudo campañas en RRSS, nas que podemos medir o impacto económico e o retorno dos fondos

