

## POSICIÓN DE CONFERCO

### REUNION CON LA COMISIÓN DE COMERCIO DEL PP EN EL SENADO (25-11-2022)

**El sector comercio es un sector estratégico para España.** Según los últimos datos publicados (sep-21) en la Contabilidad Nacional de España (INE), el comercio supone el **12,3% del PIB total a precios básicos de la economía española en 2020**. El comercio minorista en concreto constituye por sí solo algo más del **5% del PIB total a precios básicos (5,2% en 2019)**.

Las **427.637 empresas de comercio minorista a 1/1/2021 (DIRCE)** suponen el **12,7% del total de empresas**. Los **541.464 establecimientos de comercio minorista a 1/1/2021 (DIRCE)**, representan el **14,0% del total de establecimientos**.

Según la EPA (INE), en el año 2021 la media de **ocupados en el comercio minorista** fue de **1.852.600 (el 9,4% del total de ocupados de la economía y el 62,5% del total del comercio)**.

*Fuente: Secretaría de Estado de Comercio*

El Comercio de proximidad es estratégico como motor de la economía y por su importancia en la generación de empleo y autoempleo. Pero también por su importancia desde el punto de vista social, como dinamizador de la economía local y razón de ser de las ciudades (las ciudades se crearon entorno al comercio), como servicio imprescindible sobre todo en las zonas rurales.

Es un sector en reconversión. Desde la crisis financiera de 2008, se ha producido una reducción drástica de la rentabilidad del comercio tradicional, que se ha visto agudizada en cada nueva crisis nueva crisis (Pandemia y Crisis de Ucrania, inflación, etc...).

Nuestra apuesta desde CONFERCO el comercio físico, independientemente que esta actividad se pueda complementar con el comercio on-line y con otro tipo de servicio añadidos. El comercio físico y en concreto el comercio de proximidad es el que da sentido a las ciudades, es un comercio sostenible, dinamiza la economía local y es el que da el servicio y abastece al medio rural.

#### ¿QUE DEFENDEMOS DESDE CONFERCO?

- Que se ponga en valor al comercio como un sector estratégico.
- Que se visibilice la importancia del comercio, tanto económica como social.

- **Resaltar el papel del comercio de proximidad como dinamizador de las ciudades y como actividad vertebradora de nuestros pueblos en el entorno rural.**
- **Reclamar la defensa del comercio físico frente a las plataformas de comercio on-line y la digitalización del sector.** La digitalización puede ayudar a mejorar la competitividad de los comercios, pero el “core de negocio” del comercio de proximidad es la tienda física. El pequeño comercio no puede competir en Internet con las grandes plataformas de comercio electrónico.
- **Que se reconozca que el pequeño comercio es sostenible y comprometido con su entorno.** Al contrario que las grandes plataformas de comercio electrónico, **el comercio local paga sus impuestos en España, genera empleo de calidad y crea riqueza en su entorno y contribuye a mover la economía local. Además la compra en el establecimiento físico reduce el transporte y las emisiones.**
- **El comercio local estructura y da vida a las ciudades,** de hecho es su razón de ser. El comercio y los gremios en su día dieron origen a las ciudades. Las calles con dotación comercial son calles seguras y limpias.
- **La mayor parte de las decisiones urbanísticas, se toman sin tener en cuenta el impacto sobre los negocios ubicados en nuestros pueblos y ciudades.** En los últimos años estamos asistiendo al desarrollo de actuaciones que afectan a la movilidad y accesibilidad en determinadas áreas de la ciudad y sobre todo en los centros urbanos, como está siendo el caso de las Zonas de Bajas Emisiones que ya se están implementando en la mayor parte de las ciudades. Desde CONFERCO reclamamos que de manera previa a el desarrollo de este tipo de actuaciones debería estudiarse con detenimiento el impacto que la puesta en marcha de estas medidas van a suponer para los comercios y resto de negocios de estas zonas, que inevitablemente se van a ver afectados. Estas actuaciones van a influir sobre la economía y el empleo de la ciudad, sobre los negocios existentes y sobre aquellos que se van a desarrollar a partir de la puesta en marcha de estas áreas. Este tipo de decisiones afectan a al modelo de ciudad.
- Reclamamos la **importancia de fomentar el consumo local y darle visibilidad como acto de compra sostenible. Consumir en el comercio local es un acto sostenible: por que sostiene la economía local,** porque cuando compras en la tienda tu barrio reduces las emisiones, porque cuando compras en el comercio local ayudas a que se mantenga un servicio esencial para tu barrio o pueblo.  
¿Cómo serían nuestros pueblos, barrios, ciudades sin comercio ...?
- El comercio no se han recuperado de la pandemia y hemos entrado en otra **nueva crisis. La recuperación del sector** nada ha tenido que ver con la de otros, como por ejemplo el sector turístico. **El comercio sigue por debajo de los niveles de 2019.**
- **El comercio local viene sufriendo una reconversión desde la crisis financiera de 2008.** Desde entonces, en cada crisis (Crisis Financiera, Pandemia, Inflación, Guerra de Ucrania,.....) se agudiza más su situación, de forma que el comercio de proximidad ha ido perdiendo rentabilidad año a año dejando de ser negocios rentable. En los últimos 10 años ha desaparecido el 25% del comercio. **A este ritmo, si no se toman medidas, en 10 años se habrá perdido el 50% del comercio en España, con todo lo que ello implica:** reducción de

actividad económica, pérdida de empleo, calles sin vida, degradadas, vacías, sin luces, locales vacíos y pérdida de valor de los inmuebles de esas zonas...

- Otro aspecto que nos preocupa es la **falta de relevo en el sector**: tiendas que se cierran por jubilación, que aun siendo viables no encuentran relevo. **Se trata de un grave problema a corto - medio plazo.**
- En cuanto a la **despoblación y el envejecimiento de la población en Castilla y León es otro aspecto que nos preocupa enormemente**. El comercio es un servicio que depende de la población y de la renta. Cuanto menor población y renta, menor rentabilidad para el comercio. Este es uno de los graves problemas a los que se enfrena el comercio local de buena parte de España. **Desde CONFERCO consideramos que es un tema de que debería abordarse de forma prioritaria desde el Gobierno de España.**

#### ¿QUE RECLAMAMOS?

Por todo ello el comercio **requiere del apoyo de las administraciones para mejorar su competitividad y seguir operando como un sector estratégico generador de empleo y riqueza para la economía local, y continuar dando vida a nuestros pueblos y ciudades.**

- En primer lugar solicitamos que **se invite a la Comisión de Industria, Turismo y Comercio del Senado a los representantes nacionales del sector, para que tengan la oportunidad de trasladar la situación del sector a todos los miembros de la Comisión**, de forma que éstos puedan conocer la realidad del comercio de proximidad en España y hacerse una idea de lo que va a ocurrir los próximos años (destrucción del comercio de proximidad).
- **Plan de Comercio a largo plazo que defina el modelo de comercio y de ciudad para los próximos 20 años.**
- **Plan de choque con medidas para paliar la situación del comercio de proximidad que incluya:**
  - Creación de una **mesa de trabajo permanente con el Ministerio para definir la estrategia y las medidas a implementar.**
  - Elaboración de un **Informe sobre la importancia del sector comercio a nivel nacional**, con el foco en el comercio de proximidad a nivel regional, que incluya un diagnóstico y una proyección a 10 años. Estudio de casos de éxito de políticas comerciales éxito real en otros países de nuestro entorno, acciones poner en marcha y presupuesto.
  - Creación de un **Observatorio nacional de comercio** para medir su evolución, que sirva de base para la adopción de medidas.
  - **Reducción de impuestos** para el sector.
  - **Implementación de ayudas directas a los comercios** (Ayudas directas para el pago de las cuotas de seguridad social y de autónomos del pequeño comercio)

- **Apoyo a la modernización.**
- **Apoyo a la digitalización.**
- **Financiación a coste 0 y sin avales para el comercio de proximidad.**
- **Campañas de concienciación, continuadas en el tiempo, para fomentar el consumo local y la importancia que tiene el comercio de proximidad** en la economía local (Amazon/ AliExpress y otras plataformas internacionales favorecen la ventas en el extranjero, no pagan impuestos y compiten en situación ventajosa contra el comercio local).
- Puesta en marcha de un **Plan de protección del comercio de proximidad.**
- **Campaña de fomento del consumo en el comercio de proximidad**
- **Campañas de visibilidad e imagen del comercio de proximidad**
- **¡Muy Importante! Que nuestros políticos trasladen el mensaje y pongan en valor el consumo en el comercio local** (que nuestros propios políticos pongan en valor al comercio y fomenten el consumo en el comercio local: “Compra en tu pueblo, compra en tu barrio, compra en tu ciudad,... compra en el comercio local”).
- Impulso de los **Bonos Comercio.**
- Formación: abordar el problema de **las dificultades para conseguir personal en los subsectores del comercio que requieren una mayor especialización.**
- **Promover las prácticas y la colaboración del comercio local con los Centros de FP** con los módulos relacionados con el comercio.
- **Apoyo para la formación del sector** tanto para empleados y trabajadores, como para autónomos.
- **Acciones para dignificar la profesión de comerciante.**
- **Creación de un día nacional del comercio local.**
- **Acciones para visibilizar el comercio local dirigidas a los próximos consumidores:** acciones en colegios, institutos y centros de FP.
- **Desarrollo de proyectos colectivos destinados a impulsar la transformación del sector** (modernización, digitalización, cooperación,..).
- **Apuesta por las organizaciones de comerciantes para el desarrollo y la implementación de políticas y medidas para el sector. Aprovechar la gran capilaridad que tenemos estas organizaciones para llegar a las pymes de comercio.**
- **APIES (Áreas de Promoción de Iniciativas Empresariales),** iniciativa legislativa que ha puesto en marcha el MINCOTUR. Desde CONFERCO consideramos que **NO es el momento de que se imponga una nueva tasa al sector por ejercer la actividad comercial en un área comercial determinada.** Se trata de áreas de comercio denso (centros urbanos o calles comerciales), que extraen su atractivo comercial del dinamismo que le ha inyectado cada establecimiento conjuntamente con la asociación comercial. **Este modelo va en contra del principio de libre asociación.** El modelo va a dejar fuera a las asociaciones locales, dando el control a los Ayuntamientos, que van a ofrecer los mismos servicios que ya venían dando en la

mayor parte de los casos, pero a costa de una nueva tasa impuesta a los negocios de estas áreas.

- **ZONAS DE BAJAS EMISIONES:** desde nuestro punto de vista, se trata de una **política que está modificando el modelo económico de los centros urbanos/ cascos históricos de las ciudades**, y que tiende a “turistificar” los centros de las ciudades y convertirlos en parque temáticos.

Las restricciones de accesibilidad a los vehículos, tanto para circular como para aparcar en estas zonas, así como el impulso del turismo hacen que la vida sea más incómoda para los vecinos en estas zonas. Lo que unido a la proliferación de pisos turísticos origina que se incremente el precio de los alquileres, lo que obliga a los vecinos a que poco a poco se muden a otras zonas de la ciudad más cómodas para vivir y con rentas más accesibles. Todo esto propicia que el comercio se quede sin clientes y acabe cerrando. Este tipo de medidas expulsan a vecinos y comerciantes de los centros urbanos, que se acaban convirtiendo en parques temáticos. Nuestra postura es contraria a la puesta en marcha de estas Zonas de Bajas Emisiones, que además no tienen ningún sentido en ciudades medianas y pequeñas en las que la contaminación no es un problema.

5

**La Confederación de Comercio de Castilla y León (CONFERCO) está integrado por las 9 organizaciones provinciales más representativas del sector comercio en Castilla y León.**

Soria, 24 de noviembre de 2022