



Confederación Española de Comercio

LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO

SOLICITA UN PLAN DE ACCIÓN PARA LAS PYMES DEL COMERCIO ESPAÑOL

**MANIFIESTO DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE COMERCIO
ANTE LAS ELECCIONES MUNICIPALES Y AUTONÓMICAS**

Marzo 2011

LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO SOLICITA UN PLAN DE ACCIÓN PARA LAS PYMES DEL COMERCIO ESPAÑOL

1. Introducción

La crisis económica en España se ha caracterizado, como en otras economías europeas, por una crisis del consumo. El retroceso del consumo ha conllevado una disminución muy significativa de la ocupación en el comercio al por menor: entre el segundo trimestre de 2008 y el segundo trimestre de 2010, el comercio español había perdido más de 168.000 puestos de trabajo¹.

La disminución de las ventas se ha generalizado en casi todos los sectores y los formatos². Así pues, aunque la recuperación de la demanda de los hogares es significativa en diferentes estados europeos que adoptaron medidas de reactivación económica durante 2008 y 2009, en España la recuperación económica es lenta³.

La Confederación Española de Comercio solicita a las fuerzas políticas que se presenten a las próximas elecciones tanto municipales como autonómicas que expliquen con claridad las medidas que con carácter de urgencia adoptaran durante los primeros meses de la nueva legislatura así como su Plan de Acción para las PYMES del comercio español:

1. Para evitar la destrucción de puestos de trabajo en el comercio, mientras que no exista una significativa recuperación de la demanda de los hogares.
2. Para estimular la actividad de las PYMES comerciales.
3. Para reforzar el dialogo entre el gobierno autonómico y las organizaciones empresariales y sindicales más representativas de la región.

¹ Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

² El Índice de Comercio al por Menor, presentaba en diciembre de 2010, tasas interanuales de ventas negativas para todos los modos de distribución: empresas unilocalizadas (-5,3%), grandes superficies (-5%), pequeñas cadenas (-3,8%), estaciones de servicio (-2,9%) y grandes cadenas (-0,3%). Además en el caso de las empresas unilocalizadas las ventas solo alcanzaba el 90,4% de las ventas de 2005.

³ En el tercer trimestre de 2010 la economía española presenta una tasa interanual del PIB positiva, 0,2%, hecho que no ocurría desde el tercer trimestre de 2008. España vuelve a crecer, aunque lo hace de manera tímida si lo comparamos con la media de la Eurozona 1,9% y UE-27 2,1%.

2. Los principales retos de las PYME comerciales

España dispone de una extensa red de PYMES comerciales que dan servicio a los pueblos y ciudades de España: desde los barrios a las grandes ciudades, hasta las zonas rurales.

Así mismo, en los últimos años la red comercial esta en retroceso: desde 2007 al 3 de agosto de 2010⁴, se han perdido 37.354 empresas y, entre 2009 y 2010, se perdieron 16.327 empresas especialistas en alimentación (12.050 empresas especialistas en alimentación sin asalariados).

La Confederación Española de Comercio solicita a las fuerzas políticas que se presenten a las elecciones de la próxima primavera, expliquen las medidas previstas para reforzar la actividad de las PYMES comerciales y el Plan de Acción que quieren desarrollar:

- a) Como medidas urgentes en el momento de iniciar la legislatura
- b) Como programa para el periodo 2011-2014

La Confederación Española de Comercio solicita a las fuerzas políticas que se presenten a las elecciones municipales y autonómicas, expliciten, al detalle sobre las diez cuestiones siguientes:

1. ¿Qué medidas urgentes promoverán para evitar la destrucción de puestos de trabajo en el sector comercio y en especial de las PYME comerciales? ¿Qué incentivos tanto en materia comercial como de servicios se facilitarán al emprendedor?
2. ¿Con qué medidas reforzaran la competitividad de las PYMES comerciales, para evitar el retroceso en su actividad?
3. Cuales serán los programas específicos para apoyar la actividad comercial en:
 - a) Mercados municipales
 - b) Zonas rurales
 - c) Ejes urbanos
 - d) Para la consolidación de los centros comerciales abiertos y actuaciones de microurbano comercial. ¿Se potenciarán las Zonas Comerciales Abiertas?
4. ¿Qué medidas se desarrollaran de forma sectorial? ¿En qué sectores de la actividad comercial se realizaran actuaciones prioritarias?

⁴ Fuente: INE. DIRCE

5. Qué medidas de inspección se realizarán para evitar:
 - a) La proliferación de la venta ilegal tanto en locales comerciales como en mercados ambulantes y la vía pública.
 - b) La venta por debajo del precio de coste de la adquisición.
 - c) La venta de productos falsificados.
 - d) El abuso del aplazamiento en los pagos.
6. ¿Qué medidas se desarrollarán para la incorporación de nuevos profesionales a las PYMES comerciales y de servicios? ¿Qué medidas se va a adoptar en materia de simplificación y trámites con las administraciones públicas?
7. Qué modificaciones se introducirán en la legislación comercial en materia:
 - a) De ordenación de equipamientos comerciales.
 - b) De ejercicio profesional de la actividad comercial.
 - c) De horarios comerciales.
 - d) De desarrollo de la actividad (ventas especiales, rebajas, etc.)
 - e) En la ordenación de la venta no sedentaria. ¿Cuáles serán los criterios de selección para acceder a las concesiones administrativas?
8. ¿Qué representación tendrán las entidades empresariales y sindicales del ámbito del comercio y la distribución en los órganos asesores del gobierno? ¿Cómo se materializará esta representación?
9. Qué medidas en el ámbito fiscal promoverán para las PYMES del sector comercio en las siguientes materias:
 - a) Bonificaciones y reducciones especiales para las microempresas y pymes por inversión, mantenimiento, creación de empleo o estructura familiar de la empresa.
 - b) Exención del pago del impuesto de las empresas comerciales afectadas por obras públicas en los pueblos y ciudades.
 - c) Establecimiento de tramos reducidos o tipos impositivos reducidos de gravamen y reducciones o bonificaciones en la línea planteada para el IRPF.
 - d) Exención o bonificación automática del IBI de los locales comerciales para los establecimientos afectados por obras, así como del resto de tasas e impuestos municipales (IAE) durante la duración de las obras.
 - e) Bonificación del 50% del IBI para todos aquellos establecimientos comerciales abiertos al público o que ejerzan actividad.

- f) Eliminación de las contribuciones especiales aplicables a los establecimientos comerciales por reforma de las calles.
- g) Eliminación de las tasas por obras y apertura en el acondicionamiento de locales.

La Confederación Española de Comercio divulgará las respuestas que las fuerzas políticas que se presenten a las próximas elecciones municipales y autonómicas den en sus programas electorales a las 9 cuestiones planteadas, para que las personas que trabajan en el comercio y la distribución en España puedan ejercer, de forma reflexiva, su derecho a voto.

Madrid, marzo de 2011.