

## El nuevo Plan reconoce la importancia económica y social del comercio

- **El Consejo de Ministros aprueba hoy la segunda edición del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, que coordina de nuevo la labor de siete Ministerios, todos ellos con alguna competencia en la actividad comercial.**

*Madrid, 25 de abril de 2014.-* La Confederación Española de Comercio valora positivamente la consolidación de este Plan, que viene a reconocer públicamente el potencial e importancia económica y social que tiene el comercio minorista para el país. Un Plan coordinado desde la Secretaría de Estado de Comercio y en el que han participado siete Ministerios, con alguna competencia todos ellos en la actividad comercial, tal y como ocurriera en la edición anterior. Hay que recordar que fue en 2013 cuando, por primera vez en España, se aprobaba en Consejo de Ministros este Plan, logrando implicar y coordinar la labor de hasta siete carteras ministeriales, reconociendo con ello de manera pública y notoria la importancia de nuestro sector.

*“El Plan, en líneas generales, está dando buenos resultados para el comercio. Por ejemplo, nunca antes había existido la coordinación y colaboración estrecha que hoy tenemos con la Dirección General de Policía, para trabajar en pro de un comercio más seguro, intensificando la labor preventiva”,* explica el presidente de CEC, Manuel García-Izquierdo.

Asimismo, desde la Confederación Española de Comercio valoramos positivamente el esfuerzo que se está haciendo, enmarcado en este Plan, desde el Instituto de Crédito Oficial, habilitando una línea específica para nuestro comercio, que trata de satisfacer la necesidad de liquidez de nuestros comerciantes, tal y como le venimos trasladando en los últimos años. *“Son muchas las líneas de trabajo en las que hemos constatado una notable mejora de la colaboración y coordinación por parte de la Administración y esto se debe en buena medida a la integración de todas ellas en este Plan”,* según García-Izquierdo.

El comercio es un potente motor económico y social y tiene que ser parte de la solución en la salida de esta crisis. Este Plan viene a reconocer ese importante papel así como el gran esfuerzo que vienen haciendo nuestros comerciantes en estos siete años de crisis económica, estancamiento del consumo y bloqueo del crédito bancario. Un esfuerzo que ha permitido mantener la actividad y los puestos de trabajo mejor que otros sectores.

Tenemos que ser tremendamente ambiciosos y es por ello que, con el fin de reactivar la actividad del comercio minorista y toda vez que desde el Gobierno se apunta a la estabilización y consolidación de las cuentas del Estado, debemos insistir en la necesidad de dotar económica y presupuestariamente este Plan, de modo que nos permita poner en marcha otro tipo de acciones complementarias a las que se contemplan en él como por ejemplo, la aprobación de estímulos al consumo, como pueden ser los 'planes renove' (por ej. para los subsectores del mueble y electrodomésticos, dos de los más castigados por la crisis económica) o, la aprobación de estímulos fiscales al consumo vía IRPF para ayudar a los consumidores.

Por otra parte, entendemos que, con 698 zonas de Gran Afluencia Turística (GAT) en 530 municipios aprobadas en la actualidad, ya están cubiertas las necesidades que se venían reclamando por parte de la Administración y algunas empresas, no siendo necesario por tanto el avance o ampliación de declaración de nuevas zonas GAT, máxime cuando los resultados obtenidos hasta ahora son dudosos: la declaración de zona GAT y la ampliación de horas y días de apertura comercial no tienen capacidad por sí mismas de atraer flujos de turistas ni se ha incrementado el gasto de éstos en compra de bienes, como demuestran los datos.

*“No cerremos los ojos a la realidad, el turismo que ha llegado a nuestro país hasta ahora ha sido el turismo de sol y playa. Cambiar esto, no puede pasar exclusivamente porque los comercios abran más horas. Es deseable una mayor reflexión, planificación y creatividad por parte de todos, incluida la Administración”,* reclama el presidente de CEC.

Según Turespaña, las compras que hacen los turistas extranjeros en nuestro comercio suponen un bajo porcentaje (como media menos del 4%) de su gasto total, lo que hace que los comerciantes no vean compensados los costes derivados de una apertura excepcional en cuanto a horas y festivos.

*La CEC, como organización empresarial más representativa del comercio de proximidad español da cabida a:*

- 99% de las empresas comerciales
- 26% de los autónomos del país
- Alrededor del 10% del PIB nacional
- Más de 1.200.000 puestos de trabajo