



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

## **Reyes Maroto anuncia la creación de un Consejo Asesor del Comercio de Proximidad en la clausura de Spain Retail Congress**

Madrid, 19 de noviembre-. Así lo ha señalado durante la clausura de Spain Retail Congress, el congreso organizado por la Confederación Española de Comercio (CEC) para analizar los retos del comercio en un escenario de incertidumbre y cambios marcado por la pandemia.

El objetivo de este órgano asesor es, según la Ministra, el de trabajar por un nuevo modelo comercial más digital, sostenible e inclusivo y poner en común el trabajo de la patronal de los empresarios, la CEOE, en el ámbito de las comunidades autónomas y la Federación de Municipios. Será un foro consultivo en el que se integrarán también las organizaciones empresariales más representativas del sector comercial.

Maroto ha explicado que su objetivo es coordinar desde lo público y con lo privado todas las actuaciones, no solo para dar respuesta a las dificultades del sector sino "para trabajar de forma proactiva en su reactivación".

Así mismo, ha avanzado que se van a invertir en los próximos tres años 200 millones en la modernización de mercados municipales, áreas comerciales, mercados de venta no sedentaria y canales cortos de comercialización, así como 100 millones en el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas de gran afluencia turística. Otros 15 millones irán dirigidos a la Revitalización del comercio en zonas rurales y dos millones euros a la 'Plataforma Comercio Conectado'.

Por su parte, el presidente de la CEC, Pedro Campo, ha hecho una radiografía de la situación que atraviesa el sector de comercio y ha manifestado que, si bien la propagación de la pandemia constituye un objetivo ineludible de máxima prioridad, la restricción de la actividad económica derivada de ese control, debe ir acompañada de medidas compensatorias rápidas y suficientes para los sectores más directamente afectados, como es el sector del comercio.



En este sentido, el presidente de CEC ha propuesto una serie de medidas paliativas específicas ante esta situación, como ayudas directas que garanticen la liquidez de los subsectores más afectados del comercio. Según los datos de la Confederación, el comercio minorista registra caídas de facturación interanuales que alcanzan el 50% en algunos subsectores como el equipamiento personal, la floristería o la imagen personal, los más afectados por la pandemia. El 15% del comercio cerrado con el estado de alarma no ha vuelto a abrir y otros muchos pueden echar el cierre ante el bajo consumo. "La gente compra lo imprescindible, no lo necesario", ha asegurado Campo.

De su lado, Antonio Garamendi, presidente de CEOE, ha destacado el fuerte compromiso y apoyo de la organización al sector del comercio. En este sentido, Garamendi, ha expresado la necesidad de poner en valor el término de comercio de proximidad, no solo por su importancia en términos de empleo y actividad económica, sino como agente dinamizador también de la actividad social y cultural de los pueblos y ciudades.

En relación al proceso de digitalización del comercio de proximidad, el presidente de CEOE ha hecho referencia a la importancia de dotar al sector de los fondos necesarios que le permita implementar la tecnología para abordar este proceso de transformación digital. En esta línea, ha señalado la apertura por parte de CEOE de la Oficina Técnica de Apoyo para Proyectos Europeos, destinada a ayudar a las empresas a beneficiarse de esas ayudas y en la que, ha señalado, el comercio debe estar presente.

Así mismo, el presidente de CEOE ha pedido que los 15.000 millones de euros de superávit del que disponen los ayuntamientos se destinen a ayudar a sectores tan perjudicados como el comercio y la hostelería, a través de la supresión de impuestos como el IBI.

El acto también contó con la ponencia de Juan Antonio Germán, presidente de la comisión de competitividad comercio y consumo de CEOE - C4, quien ha señalado la necesidad de que el conjunto del sector del comercio coopere de manera conjunta para dotarse de una voz fuerte que defienda los intereses comunes. En este sentido, destacado el papel de la C4 de CEOE como un ejemplo de colaboración entre todos los formatos de distribución de España, encaminado a poner en valor la contribución del sector a la sociedad.