

ENTREVISTA Esta comerciante burgalesa, vicepresidenta de la FEC y presidenta de la patronal regional Conferco, representa por primera

ROSARIO SANZ

VICEPRESIDENTA DE LA
CONFEDERACIÓN
ESPAÑOLA DE COMERCIO



«La supervivencia de muchos comercios depende de esta Navidad, por lo que hay que ser responsables al comprar»

G. ARCE / BURGOS

Acaba de ser elegida como vicepresidenta de la Confederación Española de Comercio (CEC), una organización que aglutina más de 50 asociaciones provinciales y sectoriales, que representa a 450.000 comerciantes, el 26% de los autónomos y a más de 1,2 millones de trabajadores, entre el 13% y el 18% del PIB de cada provincia. Asume esta nueva responsabilidad en su condición de presidenta de la confederación regional Conferco y, a su vez, como vicepresidenta de la burgalesa FEC, en la que integra el equipo liderado por Consuelo Fontecha. Entre tanto cargo y tanta crisis, Rosario Sanz sigue ejerciendo de lo que es, una comerciante a pie de calle al frente de su negocio Sellos Sanz.

¿Cuáles son sus planes en la ejecutiva de la CEC?

Estoy en el equipo de Pedro Campo [el presidente], al que conozco desde hace muchos años y con el que comparto muchas ideas sobre el comercio. A nivel de Castilla y León, nunca habíamos alcanzado estos cargos de representación nacional porque en el comercio siempre ha pesado mucho Cataluña, Madrid, Andalucía, País Vasco... Era el momento de involucrarse después de llevar tres años como presidenta de Conferco. Me interesa mucho que la formación sea muy práctica para el comer-

ciante y que, a nivel institucional, al comercio no se le ignore y se le trate de acuerdo a su peso en el PIB y en la contratación.

Asume esta responsabilidad en el momento más complejo.

Son las peores circunstancias para el comercio minorista. En la vida habíamos vivido un cierre obligado como el que hemos sufrido durante dos meses y medio este año, y ante la falta de demanda que estamos sufriendo desde que se desató la pandemia. Nos falta la movilidad del ciudadano, nos faltan los compañeros de la hostelería...

¿Hay mucho cierre de comercios?

Desde junio, cuando nos permitieron abrir, hasta la actualidad ha habido unos meses con unos alquileres que muchos no han podido soportar. Entre un 15% y un 20% de comercios han cerrado y los que se mantienen abiertos están a la expectativa de la campaña de Navidad. En enero veremos otras cifras, que esperamos que no sean tan catastróficas.

Las próximas semanas son claves para mucho pequeño comercio.

Por eso estamos apelando a la responsabilidad de quien compra, porque en su mano está la continuidad de nuestro sector en un porcentaje muy alto. La compra siempre tiene un retorno y puede ser que a través de ella los puestos de trabajo permanezcan en la ciudad o se vayan fuera; o que tu ciudad, tu autonomía o tu país se em-

«Entre un 15% y un 20% de los comercios no han aguantado los alquileres y han cerrado»

«De una compra depende que tu ciudad, tu autonomía o tu país se empobrezca o no»

pobrezca. Todo el mundo pide un sueldo digno. Nosotros también pedimos un poco de dignidad a través de esa responsabilidad colectiva.

¿Los alquileres de locales tienen que descender y adaptarse a la realidad actual?

En su momento hubo una alta sensibilidad para no cobrarlos durante el cierre obligado de los comercios, pero llevamos demasiado tiempo y los gestos de buena voluntad ya no existen. Puede ser que el próximo año veamos más del 20% de cierres por este motivo, especialmente entre los emprendedores, a los que la crisis les ha pillado arrancando y sin un histórico en el que sostenerse.

¿Qué cambios esperan en los hábitos de consumo?

Estoy en contra de la lectura que están haciendo los políticos, que culpan al comercio minorista por

no estar digitalizado. Nuestra raíz es el comercio físico, nuestro complemento es el comercio digital. Tu puedes coger un local en primera, segunda, tercera o cuarta línea comercial de una ciudad en función de las condiciones que tienes. A nivel digital, la calle de primera ya está cogida por quien todos conocemos [Amazon] y la de segunda también. Por mucho esfuerzo e inversión que hagas en el ámbito digital vas a tener una calle de quinta o de sexta. La cuestión no es digitalizar más porque jamás llegaremos a alcanzar tal fortaleza de digitalización necesaria de forma individual.

Si usted pasea por Gamonal, por ejemplo, el número de locales cerrados es demoledor.

Si volcamos todo en la digitalización del comercio terminamos con el formato de proximidad que estamos defendiendo. El tema es la dualidad, el seguir mantenien-