



4. IMPULSO Y CONTROL DE LA ACCIÓN DE GOBIERNO

451. Mociones

M/000066-01

Moción presentada por el Grupo Parlamentario Socialista, relativa a política general en materia de comercio, consecuencia de la Interpelación formulada por dicho Grupo Parlamentario, sustanciada en la Sesión Plenaria de 26 de noviembre de 2013.

PRESIDENCIA

La Mesa de las Cortes de Castilla y León, en su reunión de 5 de diciembre de 2013, ha admitido a trámite la Moción, M/000066, presentada por el Grupo Parlamentario Socialista, relativa a política general en materia de comercio, consecuencia de la Interpelación formulada por dicho Grupo Parlamentario, sustanciada en la Sesión Plenaria de 26 de noviembre de 2013.

De conformidad con el artículo 154 del Reglamento podrán presentarse enmiendas hasta seis horas antes del comienzo de la Sesión en que dicha Moción haya de debatirse.

En ejecución de dicho acuerdo se ordena su publicación en el Boletín Oficial de las Cortes de Castilla y León, de conformidad con el artículo 64 del Reglamento.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 5 de diciembre de 2013.

LA SECRETARIA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: María Isabel Alonso Sánchez

LA PRESIDENTA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: María Josefa García Cirac

A LA MESA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN

EL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA de las Cortes de Castilla y León, al amparo de lo establecido en el ARTÍCULO 154 del Reglamento de la Cámara, presenta la siguiente MOCIÓN derivada de la Interpelación I/000066 relativa a Política general en materia de comercio:

ANTECEDENTES

En su comparecencia en la Comisión de Hacienda en defensa del presupuesto 2014, el Sr. Consejero de Economía y Empleo reconoció que el comercio en Castilla y León atraviesa momentos complicados, por tres motivos diferenciados, de los cuales voy a referirme a los dos sobre los que puede incidir más claramente la administración autonómica. En primer lugar, "porque la actual crisis de consumo está provocando importantes caídas en las ventas que, en el caso de Castilla y León, están siendo más acusadas en los últimos meses, tras haber resistido mejor que el conjunto nacional en los primeros años de la crisis". Y en segundo lugar, porque "asistimos a un claro cambio en el marco normativo, introducido por las legislaciones europea y estatal, y que marca una senda de progresiva liberalización en el sector".



Con relación al desplome de las ventas, no se puede estar más de acuerdo en el diagnóstico. El derrumbe de la actividad comercial está siendo mucho más acusado en Castilla y León que en el resto de España. En los últimos 12 meses el índice de comercio al por menor confirma que las ventas han caído un -1,1 % y el empleo un -4,0 %, haciendo de Castilla y León la segunda Comunidad con los peores datos de España. Castilla y León ha pasado en los últimos dos años de estar claramente por encima de la media, a estar a la cola de la reactivación del sector.

Esta situación tiene dos causas que lo explican. La primera, la muy escasa ejecución desde la Dirección General de Comercio y Consumo del II PLAN ESTRATÉGICO DE APOYO AL COMERCIO. Sus cuatro líneas fundamentales apenas sí han incidido en el sector, para quien este Plan está pasando absolutamente desapercibido. No ha habido apoyo al comercio de proximidad, ni fortalecimiento de las redes de distribución, ni incentivos a la cooperación empresarial; ni medidas relativas a la personalización de los recursos humanos; nada en promoción ni estudios de mercados de cara a la revitalización de la actividad comercial; ni la adecuación de la legislación comercial a la realidad actual. Y en cuanto a lo que sí hace la Consejería, el sector no aprecia la bondad de la financiación a través de IBERAVAL, y echa en falta ayudas para incorporación de nuevas tecnologías, reforma y modernización de locales, equipamiento de locales, mejoras de eficiencia energética, etc. El sector tampoco percibe la formación realizada, y echa en falta formación específica para un sector que demanda una permanente adecuación a la nueva situación. Y en cuanto a la promoción, solo se realiza la campaña general de medios que realiza la Junta al final de año. La segunda causa explicativa tiene que ver con la ausencia de fondos. Los recortes sufridos por la línea 431B01 (comercio interior) en su consignación presupuestaria, que acumulados desde 2011 alcanzan los 20 millones de euros (presupuestos 2012 a 2014). Recortes en su presupuesto que se amplifican en su ejecución, de tal suerte que en 2011, 2012 y 2013 (9 meses) sólo se han ejecutado poco más de 10 millones de euros (datos de ejecución presupuestaria de la Junta de Castilla y León). Así es imposible que el sector perciba el apoyo de la administración autonómica.

En cuanto a la regulación actual de los horarios comerciales, las declaraciones de las Zonas de Gran Afluencia Turística en base al hipotético cumplimiento del requisito de que son áreas cuyo principal atractivo es el "turismo de compras", se refieren a decisiones de consumo que poco o nada tiene que ver con el turismo, ni por el ámbito geográfico ni por la delimitación temporal. De hecho los grandes beneficiados de esta medida son los grandes centros comerciales, grandes almacenes e hipermercados. En este sentido, la Consejería de Economía y Empleo ha conseguido ponerse en contra tanto a sindicatos como a patronal, un descontento que tuvo su momento más simbólico en el registro el pasado 25 de noviembre de 25.000 firmas en contra de la liberalización de los horarios comerciales y la apertura de los establecimientos durante los festivos.

Y es que la decisión de ampliar el número de aperturas en domingos y festivos no tiene justificación, ni económica ni social. En cuanto a lo económico, no van a aumentar las ventas (se producirá un trasvase de cuota de mercado del pequeño comercio independiente hacia los grandes centros comerciales), lo cual llevará destrucción de empleo y precarización del existente, como ya ha sucedido en la Comunidad Autónoma de Madrid desde que tomó la decisión de liberalizar totalmente los horarios. Y en cuanto a lo social, estas decisiones no responden a las demandas de los consumidores, que llevan meses demostrando que gastan lo mismo un fin de semana, se abra sólo los sábados, o se abra sábados y domingos.



Por todo lo expuesto se presenta la siguiente

MOCIÓN

Las Cortes de Castilla y León instan a la Junta de Castilla y León a:

1. En cuanto a los horarios comerciales, crear una mesa para el acuerdo sobre horarios comerciales, en la que estén representados trabajadores, empresarios, consumidores y administraciones públicas, de cara a adoptar una decisión satisfactoria en 2015, que en ningún caso pase por incrementar la flexibilización de horarios aprobada para 2014.
2. Establecer un impuesto a las grandes superficies, del estilo al existente en otras CCAA, que sirva para financiar buena parte de las diferentes medidas ejecutadas de apoyo al sector.
3. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, ayudas y subvenciones dirigidas al mantenimiento de los comercios existentes y, no solo, para establecimientos de nueva creación y sin establecer una cuantía mínima de inversión.
4. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, incentivos para la cooperación empresarial, la creación de grupos de compra y el fomento del asociacionismo comercial.
5. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, medidas de apoyo a los Centros Comerciales Abiertos.
6. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, propuestas de naturaleza urbanística relacionadas con los locales vacíos, y de lucha contra el deterioro comercial de las zonas centrales y cascos históricos.
7. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, medidas de inspección para evitar las actividades de competencia desleal y venta ilegal.
8. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, medidas que incentiven la incorporación de Nuevas tecnologías, enfocado a la venta (e-commerce) y a la mejora de la gestión.
9. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, medidas para reforma de locales comerciales, para equipamiento de locales, mejoras de eficiencia energética, etc.
10. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, medidas que incentiven actuaciones de formación como seminarios, motivación personal, etc.
11. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, medidas que incentiven la fidelización en el pequeño comercio, que permitan competir con las grandes empresas.
12. En la medida en que el comercio se está convirtiendo en sector refugio, (lo que conllevará un índice de fracaso elevado), dotar presupuestariamente, y ejecutar, medidas que financien la realización de planes de viabilidad, formación, asesoramiento.



13. Dotar presupuestariamente, y ejecutar, la realización de informes de coyuntura, ventas, empleo, situación de la actividad comercial, hábitos del consumidor, precios, etc. porque un buen diagnóstico es necesario para acertar en el apoyo a realizar al sector.

Valladolid, 29 de noviembre de 2013.

EL PORTAVOZ,
Fdo.: Óscar López Águeda