

NOTA DE PRENSA

LA LIBERALIZACIÓN DE HORARIOS COMERCIALES NO TIENE EFECTO SOBRE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA NI SOBRE EL CONSUMO

- **La Confederación Española de Comercio y su organización miembro en la Comunidad Valenciana (CECOVAL) analizan los resultados y desequilibrios que la liberalización comercial ha supuesto para el comercio valenciano**
- **CECOVAL recuerda que el organismo competente en la Comunidad Valenciana en materia de declaración de zonas de gran afluencia turística (GAT) es la Consellería y no los Ayuntamientos de los municipios**

Valencia, 13 de marzo de 2014.- El presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC), Manuel García-Izquierdo, conjuntamente con la presidenta de la Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano (CECOVAL) y a su vez vicepresidenta también de CEC, Isabel Cosme, han puesto de manifiesto que, tras analizar los datos oficiales con la aplicación de la liberalización de horarios comerciales que conlleva la declaración de zona GAT, ya sabemos que ésta no tiene efecto ni sobre el consumo, ni en las ventas, ni sobre el empleo del sector. Asimismo, la liberalización de horarios comerciales no es un elemento que atraiga flujo de turistas.

El efecto evidente de esta medida es la redistribución de la demanda ya existente hacia unos formatos comerciales determinados en detrimento del comercio urbano, afectando por tanto al modelo comercial español de equilibrio entre formatos y diversidad de oferta que tantos beneficios aporta a la economía y a la sociedad. Se pone en riesgo nuestro modelo comercial.

En este sentido, ambas organizaciones han reclamado a todos los actores que intervienen en la toma de decisiones, especialmente a las Administraciones Públicas, responsabilidad y altura de miras, reflexión y planificación de las medidas. Mención especial han tenido para las grandes empresas que en los últimos meses y a través de los medios de comunicación vienen exigiendo mayor libertad horaria en esta Comunidad, a las que les han exigido que exploren otras vías, aquellas que no pongan en riesgo un bien común: el modelo comercial español

Sobre el balance realizado, en materia de liberalización comercial, cabe señalar los siguientes datos: la Comunidad Valenciana en diciembre de 2012 registraba un número de afiliaciones a la Seguridad Social en régimen general en el sector del comercio de 249.206 personas, que en febrero de 2014 han alcanzado los 239.114, lo



NOTA DE PRENSA

que supone **una pérdida de 10.092 trabajadores** del comercio en la Comunidad Valenciana. Son especialmente significativos los datos de la provincia de Valencia. Así, se observa que desde finales de 2012 hasta ahora el impacto en el ámbito laboral ha sido de **7.013 trabajadores menos en el sector**.

Por lo que respecta a las ventas, el comercio no ha logrado una mejoría, si bien la **campaña de Navidad** ha sido un punto de inflexión –al registrarse alzas entre el 3 y 8% de media- el posterior período de rebajas ha ido difuminando este panorama, ya que no ha logrado superar los resultados del año anterior, debido a la baja renta disponible de los hogares y a la alta tasa de desempleo.

Valoración ICM del mes de enero

Reforma fiscal

Respecto a la reforma fiscal que actualmente prepara el Gobierno y de la que mañana conoceremos el informe de conclusiones del Comité de Expertos, la patronal del comercio hace hincapié en la necesidad de no adoptar decisiones que mermen la capacidad adquisitiva del consumidor y que vengan a penalizar la actividad empresarial, apelando por una reforma fiscal no articulada en base a incrementos impositivos que graven el consumo. Asimismo, ambas organizaciones del comercio, nacional y autonómica, reclaman una mayor implicación y colaboración con las organizaciones por parte de la Administración, a la hora de impulsar planes estratégicos, de dinamización y promoción comercial, que puedan favorecer el consumo.

Reactivación del consumo

La solución al estancamiento del consumo no pasa por abrir más días ni más horas sino por potenciar políticas y planes de acción comercial. Principalmente desde CECOVAL se apuesta por actuaciones, en las que confluyan intereses comunes entre sectores afines: comercio y turismo. Es por ello que CECOVAL ha impulsado recientemente la creación del Observatorio de Turismo y Comercio en la ciudad de Valencia, con organizaciones de hostelería, hoteles, agencias de viaje, organizaciones de empresarios del comercio, cuyo principal objetivo es aunar sinergias y adoptar decisiones conjuntas para potenciar la promoción comercial de la ciudad de Valencia.

Sobre CECOVAL

Depto. Comunicación CECOVAL

Tel: 96 315 57 20 // 96 381 93 09

prensa@cecoval.es



NOTA DE PRENSA

La Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano (www.cecova.es) es la organización de referencia del pequeño y mediano comercio de la Comunitat Valenciana integrada por agrupaciones empresariales de carácter sectorial y territorial.