

Opinión

El enorme regalo del pequeño comercio al planeta



Pedro Campo

La Cumbre del Clima, que se celebra estos días en Madrid, ha puesto la supervivencia del planeta en la agenda social y política, y ha hecho aflorar en todos los sectores las ganas de hacer las cosas bien, de reducir su impacto medioambiental. El pequeño y mediano comercio no necesita esta fecha para hacer declaración de intenciones, pero quizás sí que sea un buen momento para recordar a nuestras autoridades que deben apoyar con más contundencia a un sector que es clave si queremos un mundo más sostenible.

La razón de ser de la Confederación Española de Comercio es defender los valores tradicionales del comercio de proximidad, y por eso desde hace unos meses respaldamos plenamente la propuesta de nuestra organización en la Comunidad Valenciana, Confecomerc CV, para crear un Día Mundial del Pequeño Comercio. Una iniciativa que hemos elevado al Ejecutivo en funciones y, en concreto, a la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto.

Son muchos los motivos que justifican la creación del Día Mundial del Pequeño Comercio, no solo a escala nacional sino también internacional, pero en estos días queremos hacer mucho hincapié en los relacionados con la protección del clima. Apostar por el comercio local es sinónimo de posicionarse firmemente del lado de la sostenibilidad: del consumo responsable, de la conservación del territorio, de velar por nuestro medio ambiente.

El pequeño comercio, contribuye, mediante el consumo de proximidad,

a disminuir la huella de carbono que deja cada persona. Y es que comprar en tu entorno más cercano permite que el consumidor pueda ir a pie, reduciendo así las emisiones provenientes de distintos medios de transporte y disminuyendo de manera decisiva nuestra huella sobre el medio ambiente.

El pequeño comercio impulsa la economía "kilómetro cero", ya que fomenta la actividad emprendedora de pequeños empresarios y autónomos y genera miles de empleos, contribuyendo de esta forma a la riqueza y la recuperación local. Además, el comercio de proximidad pone a disposición de los ciudadanos principalmente productos de productores locales, fomentando así el desarrollo e impulso de la economía local, y generando riqueza e igualdad en nuestro entorno.

El pequeño comercio fomenta el consumo responsable, favoreciendo la sustitución de la ecuación "comprar y tirar" por la de "rellenar y reparar". En una sociedad en la que parece que nos hemos acostumbrado a que las cosas "duran" dos o tres años, a lo sumo, deberíamos hacer una firme apuesta por los productos de calidad, con mayor durabilidad, así como por reducir el uso de plásticos y envases innecesarios. No se trata de pasar la pelota al consumidor, pero sí

tro entorno.

El pequeño comercio fomenta el consumo responsable, favoreciendo la sustitución de la ecuación "comprar y tirar" por la de "rellenar y reparar". En una sociedad en la que parece que nos hemos acostumbrado a que las cosas "duran" dos o tres años, a lo sumo, deberíamos hacer una firme apuesta por los productos de calidad, con mayor durabilidad, así como por reducir el uso de plásticos y envases innecesarios. No se trata de pasar la pelota al consumidor, pero sí

de instar a todos a hacer una pequeña reflexión, a pensarlo dos veces antes de hacer clic para pedir un producto que te llegará en 24 horas... pues la opción más rápida y ecológica no es esa, sino bajar a la tienda y llevarte el producto en el mismo momento.

Otro punto que desde la CEC queremos resaltar es que el pequeño y mediano comercio ayudan a luchar contra la desertización rural, ya que la supervivencia de muchas pequeñas áreas poblacionales depende en gran medida del mantenimiento de los comercios establecidos en las mismas, que acercan a sus habitantes productos y servicios de primera necesidad.

En un contexto en el que hay Días mundiales para todo, ¿por qué no uno para homenajear y defender a nuestro comercio de proximidad, a un modelo que es la esencia del consumo, a los comerciantes que luchan cada día por que les salgan las cuentas y ven impasibles como otros formatos comerciales –no siempre leales– toman ventaja?

Más de 10.000 autónomos tuvieron que bajar la persiana de sus establecimientos el año pasado. Más de 30.000 en los últimos cinco años. Aún así, el sector sigue siendo absolutamente estratégico: en total, el comercio supone un 13% del conjunto de la economía española y más de 3 millones de empleos, siendo además el empleo más estable que la media.

Por eso, queremos apelar a nuestras Administraciones para que tomen el testigo, para que lideren la propuesta de creación del Día Mundial del Pequeño Comercio. Solo así nuestros comerciantes podrán seguir aportando su pequeño gran grano de arena a nuestro entorno para ver en el horizonte un futuro más verde.

Presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC)

Son muchos los motivos que justifican la creación del Día Mundial del Pequeño Comercio



Apostar por el comercio local es sinónimo de posicionarse firmemente del lado de la sostenibilidad.