

CONFECOMERÇ CV, patronal del comercio urbano de la CV propone una batería de medidas de ámbito estatal, autonómico y municipal para trasladar a los diferentes partidos políticos.

REBAJAS:

1. No estamos de acuerdo con la liberalización, solicitamos la revisión de la normativa para que se recupere el sentido de las rebajas recuperando su limitación a periodos fijos en verano e invierno y para que los productos de venta sean los propios del excedente de la temporada y no productos adquiridos ex profeso para su venta en rebajas

HORARIOS COMERCIALES

2. Establecer la posibilidad de que la declaración o derogación de una Zona de Gran Afluencia Turística (ZGAT) pueda, sin menoscabo de la potestad de cada Ayuntamiento, iniciarse por parte de una organización representativa de carácter autonómico, si se demuestra que se cumplen o dejan de cumplir objetivamente, las circunstancias marcadas en la ley (Art 18 del borrador)
3. Respecto de la vigencia de 4 años de la declaración de ZGAT, se solicita que se recoja el silencio administrativo positivo (regla general del Procedimiento Administrativo) en el caso de que no se envíe el informe solicitado, por parte del ayuntamiento correspondiente (Art. 19 del borrador)

ORDENAMIENTO TERRITORIAL

4. **Patsecova vinculante.** Solicitamos la publicación del Patsecova y que este sea vinculante. Es un instrumento de ordenación territorial imprescindible para procurar un crecimiento ordenado del sector y avanzar hacia un modelo de comercio sostenible.

La Comunitat Valenciana somos un territorio con una SBA superior a la media europea y la 3ª a nivel nacional y la 2ª por correlación de metros por nº de habitantes.

La propia UE alerta de la tendencia de algunas autoridades locales y regionales de seguir llevando a cabo proyectos a gran escala, como centros comerciales fuera del centro urbano, a pesar de que ya se ha alcanzado el punto de saturación.

Para intentar corregir esta situación y evitar provocar la saturación comercial de otras zonas en un futuro, planteamos que:

- El Patsecova sea vinculante ante la aprobación o denegación de nuevos grandes equipamientos comerciales
- Que se aligere el procedimiento para la elaboración de las Directrices de Ordenación Comercial –DOC- y que se inicie cuanto antes su elaboración sin necesidad de condicionar su desarrollo a la fecha de aprobación definitiva del Patsecova, Como hemos visto en el 2º borrador se requiere mucho tiempo para la elaboración de las 15 DOC, si se comenzasen ya, conseguiríamos acortar los plazos para que el Patsecova fuera una herramienta efectiva en la planificación comercial de la CV y evitaríamos que la larga y extensa elaboración de los instrumentos técnicos hagan de este Plan una herramienta obsoleta en su finalización.
- Que la determinación de las actuaciones a nivel municipal se realice a través de los PAC
- Que se acorten los plazos de exigencia a los ayuntamientos en la adaptación de sus instrumentos urbanísticos

REGULACIÓN URBANÍSTICA, JURÍDICA Y MERCANTIL DE LOS CENTROS/EJES COMERCIALES URBANOS:

5. **Locales comerciales: normativa y licencias de apertura.** Para favorecer la actividad comercial en los centros urbanos, aspecto que puede condicionar su atractivo residencial de cada zona, es necesario revisar las normativas autonómicas y estatales que en muchos casos impide que bajos de viviendas, mayormente ubicadas en los cascos antiguos se les pueda dar un uso comercial.

Solicitamos una revisión de la norma para su adecuación a las especificaciones propias de comercio.

6. **Ley Régimen local: Competencias de comercio de los Ayuntamientos.**
Instamos al Gobierno a que modifique la Ley Reguladora de Haciendas Locales para la incorporación instrumentos que faciliten la cooperación público – privada con objeto de financiar la gestión y promoción de sus áreas comerciales urbanas.
7. **Áreas para la promoción de iniciativas empresariales -APIE- (Bid's)**
Los Apie pueden ser una fórmula válida para municipios con mayor centralidad comercial siempre que se planteen bajo un modelo eminentemente empresarial sustentado por las asociaciones de comercio locales con participación de los Ayuntamientos. La participación de otras entidades deberá ser consensuada con las Asociaciones.

FISCALIDAD:

8. **Reducir la presión fiscal sobre nuestro sector**, tanto pymes como empresarios autónomos, que está muy por encima de la media de la Unión Europea.
9. **Impulsar una simplificación de las modalidades de contratos**, con un adecuado sistema de incentivos fiscales a la contratación como el establecimiento de tipos reducidos, deducciones o reducciones en el rendimiento neto empresarial en el ámbito del IRPF y el Impuesto de Sociedades para pymes que creen o mantengan el empleo.
10. **Fomentar el relevo generacional en las empresas familiares y facilitar la transferencia de PYMES (traspasos) a jóvenes y emprendedores**, mejorando también los canales de conexión con start up para evitar la desaparición de empresas comerciales tradicionales y el despoblamiento de las zonas urbanas.
11. **Tratamiento fiscal y garantía del consumidor del Comercio Electrónico.** La venta online crece exponencialmente, pero muchos operadores no cumplen con la normativa fiscal ni la garantía al consumidor a la que está sujeto el comercio físico.

Consideramos que es necesario garantizar las mismas normas de funcionamiento para todos los operadores de comercio con independencia de que el canal de venta sea off u online, y por ello solicitamos que se tomen las medidas necesarias por parte de las diferentes administraciones competentes en la materia para resolver esta situación que grava la competitividad del comercio urbano.

VENTA ILEGAL Y FALSIFICACIONES

12. **Incrementar las medidas de control para luchar contra la falsificación y venta ilegal** de productos y su posterior comercialización. En la Comunidad Valenciana, la venta ilegal tiene consecuencias nefastas sobre el comercio. Un comercio que siendo uno de los principales agentes que contribuye con el pago de sus impuestos al impulso y promoción de nuestras áreas urbanas, obtiene como respuesta el envite de la competencia desleal de un top-manta que no fomenta la economía local y que ocupa las grandes vías comerciales repercutiendo negativamente en la venta de los comercios.
13. **Favorecer las medidas de control** que frenen la venta ilegal en espacios no autorizados. En este sentido, se debería establecer un **mayor control sobre las actividades de venta en mercados ambulantes, pisos, showrooms y en locales marketplace**, comprobando que cumplen con las licencias y requisitos necesarios para el ejercicio de la actividad comercial. Control de oficio con la coordinación de los agentes implicados.
14. Garantizar la seguridad del consumidor mediante el **control de la trazabilidad y el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria** en la venta de productos agroalimentarios.
15. Impulsar una **mayor interacción con el comercio**, concretamente con los agentes e instituciones vinculados con esta competencia a nivel autonómico y local, para combatir la venta ambulante ilegal y dotar a los empresarios del comercio de completa garantía para el ejercicio de la actividad comercial.
16. **Acciones contundentes en aduanas y puertos**. Establecer la máxima coordinación entre todas las Administraciones y Cuerpos de Seguridad del Estado ante la lucha contra el fraude y las falsificaciones. En este sentido, se plantea la modificación de la legislación vigente con el fin de actualizar las cuantías para la consideración de hurto y robo.
17. **Servicio especial de control de la venta ilegal a través de los portales online**. El comercio electrónico tiene cuotas de crecimiento en torno al 23% y con ello, proporcionalmente también la venta ilegal online. Por ello es necesario un servicio especial de detección también en online.

18. Impulsar **campaños de concienciación, dirigidas tanto al consumidor como al colectivo de educación infantil**, en contra de los productos falsificados (comprar en establecimientos autorizados es garantía de seguridad, calidad y confianza del producto adquirido).

SERVICIOS DE INSPECCIÓN

19. Es necesario mejorar los diferentes servicios de inspección en cumplimiento de la normativa y perseguir tanto la venta ilegal, venta por debajo del precio de coste o apertura en festivos entre otros. Si la tramitación de las denuncias por incumplimiento de la norma no se corresponde con una sanción inmediata, la denuncia pierde efectividad y el cumplimiento de la norma deja de ser un imperativo.

COMPETENCIA DESLEAL

20. **Intromisión y acecho de la banca en nuestro sector. Reclamamos un posicionamiento firme y riguroso de denuncia ante la Administración.** Las entidades financieras que crecen en gran medida por el negocio que mantiene con el comercio es a su vez, el que se propone hacernos la competencia que han recurrido a la comercialización a través de plataformas de productos tecnológicos, electrodomésticos y cárnicos.
21. Consideramos necesario evitar estas prácticas que incurren en competencia desleal. Necesitamos unas reglas que sean capaces de ordenar y garantizar la seguridad jurídica y la plena normalización de la actividad comercial, evitando la amenaza, agresión y **peligro de la sostenibilidad del comercio de proximidad y de sus miles de puestos de trabajo.**

AYUDAS Y TARIFAS ENERGIA

22. Los costes energéticos gravan la competitividad empresarial. Proponemos revisión de tarifas energéticas del comercio que se ajusten a las posibilidades de pymes y autónomos y ayudas para renovar equipos de frío, dada la normativa que obliga a cambiar equipos antiguos por otros nuevos que no emitan gases flúor prohibidos.

Esto supone un coste importante especialmente para comercio especializado de alimentación, panaderías o carnicerías-charcuterías es muy considerable.

Proponemos que se modifique el incremento de las subvenciones acordadas en las instalaciones de autoconsumo eléctrico e incluir como subvencionable el coste del aval sobre el crédito que se concede para este fin, dado que los intereses del aval pueden suponer una cantidad mayor que la subvención acordada, e incrementar el 20% de la subvención en el IRPF y volverla a incluir también en el Impuesto sobre Sociedades.

MERCADO LABORAL

23. Adoptar las medidas tendentes al establecimiento de un marco laboral más adecuado a la realidad del sector.

La mayoría de los países europeos han desarrollado con éxito modalidades de empleo a tiempo parcial, que agilizan las contrataciones en sectores de actividad como el comercio. Un marco laboral que permita una mayor flexibilidad interna en las empresas, capaz de adaptarse a la realidad homogénea de los periodos de afluencia de los clientes: fines de semana, rebajas, campaña de Navidad, etc.

FORMACIÓN

24. Impulsar en el ámbito autonómico **planes formativos de oferta específicos del sector de comercio**, contando con las organizaciones más representativas del sector, al igual que se hace con otras ramas de la actividad económica, teniendo en cuenta la importancia de nuestro sector y que somos la cuarta comunidad autónoma con mayor número de empresas comerciales y trabajadores.
25. Desarrollar **formación específica de economía digital** para mejorar las habilidades en el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) en los negocios.
26. **Fomentar el espíritu emprendedor en nuestro sector**, mejorando los canales de **información y asesoramiento**, así como el establecimiento de **itinerarios formativos especializados para emprendedores**, que permitan tener el conocimiento básico de las diferentes áreas y cuestiones imprescindibles a la hora de iniciar la actividad comercial.

27. **Fomentar la formación profesional reglada y el desarrollo de planes formativos de oferta específicos para el sector de comercio**, contando con las organizaciones más representativas del sector, al igual que se hace con otras ramas de la actividad económica, con el fin de adaptarla a las necesidades reales del tejido empresarial.

MEDIOAMBIENTE

28. **Sistema de recogida de residuos.** Procurar un **sistema de recogida y tratamiento de residuos acorde a las condiciones intrínsecas de las pymes de comercio.**
29. **Establecer tasas de recogida de residuos en función de los residuos generados** por las pymes de comercio, no de los m2 de los establecimientos
30. **Promover la recogida selectiva en Mdos. Municipales** de residuos compactado separando orgánico, cárnicos, plásticos, cartón, cristal y otros.

INNOVACIÓN:

31. **Centro de coordinación de proyectos.** Solicitamos una **participación activa de las organizaciones empresariales más representativas, junto a las agrupaciones políticas, en el diseño y planificación** de proyectos singulares que acrediten la repercusión directa sobre el sector premiando la singularidad y/o un impacto importante sobre el sector.

DIGITALIZACIÓN

32. **Promover el adecuado desarrollo de la digitalización del comercio** abordando una normativa específica que regule el nuevo escenario planteado y protegiendo al sector de prácticas abusivas y desequilibrios competitivos. Asimismo, se han de abordar cuestiones pendientes como la optimización de la logística y la seguridad de los pagos online, así como la información a los consumidores sobre sus derechos, lo que permita aumentar la confianza en este canal.

33. **Implantar una estrategia multicanal coordinada con los distintos agentes implicados que permita** potenciar la incorporación soluciones tecnológicas individuales y colectivas (plataformas) que puedan favorecer la adopción generalizada y la reducción de la brecha digital entre pymes y grandes empresas dentro del sector, entre otras actuaciones.

TURISMO

34. Apostar por una **mejor gestión de los receptivos del turismo** (cruceiros, aeropuertos, estación AVE, etc.) con un órgano de coordinación autonómico entre la Administración, agentes de comercio y turismo, al objeto de rentabilizar de mejor forma la recepción de turistas.

OBSERVATORIO DE COMERCIO DE LA CV

35. Modificar la composición del **Observatorio de Comercio** con el fin de adaptarlo a la **realidad de las organizaciones empresariales más representativas del sector**, al ser estas las verdaderamente **legitimadas para la interlocución** con las Administraciones Públicas y para la **defensa de los intereses de los empresarios** a los que representan.

GESTIÓN SUBVENCIONES

36. **Arbitrar mecanismos para el cumplimiento efectivo** por parte de la Administración Pública de los **plazos de resolución de las ayudas** concedidas.
37. Así mismo solicitamos arbitrar mecanismos que establezcan el **adelanto de las cantidades subvencionadas de manera** que permitan la ejecución del proyecto. El mecanismo actual obliga a que la entidad o pyme que accede a subvención asuma una financiación que condiciona su acceso a crédito para su actividad empresarial, con el consiguiente perjuicio para la misma.
38. **Equiparar la dotación presupuestaria del sector comercio en los presupuestos anuales de la Generalitat Valenciana a su aportación al PIB** de la CV.

39. **Restablecer la línea de ayudas para la revitalización urbano comercial**, con dotación suficiente y respondan a proyectos estratégicos para potenciar el atractivo de las áreas comerciales y la sostenibilidad medioambiental.

FOMENTO DEL VALENCIANO

40. Promover y desarrollar el valenciano mediante campañas potentes y eficaces a través de las Asociaciones de Comerciantes.

ÁMBITO MUNICIPAL

41. **Consejos Locales de Comercio.** La Ley de comercio favoreció la creación de los Consejos Locales de Comercio, sin embargo su desarrollo ha sido dispar, por lo que proponemos unificar el objeto y composición para que ejerzan como los instrumentos de participación activa conforme al espíritu de la norma y favorezcan **la coordinación de las asociaciones locales con la Administración municipal** para consensuar y colaborar en la ejecución de acciones dirigidas a la dinamización comercial de ejes comerciales urbanos y también en cuestiones de otra índole pero que afectan en el día a día al negocio (tráfico, limpieza, alumbrado, etc.).
42. **Promover una legislación que proteja el patrimonio comercial.** Estamos asistiendo a la pérdida de personalidad y singularidad del comercio local, por lo que se precisan medidas que permitan y fomenten la conservación de comercios emblemáticos, sus fachadas, rótulos e interiores de los establecimientos, apoyando su rehabilitación y mantenimiento respetando de esta forma la singularidad comercial de nuestras ciudades y pueblos considerada como un activo más del comercio y cultural de cada población.
43. **Locales comerciales: normativa y licencias de apertura.** Para mantener los establecimientos emblemáticos solicitamos que se revise la actual normativa que en muchos casos impide que bajos de viviendas antiguas, mayormente ubicadas en los cascos antiguos se les pueda dar un uso comercial. Solicitamos una revisión de la norma para su adecuación a las especificaciones propias de edificaciones antiguas.

44. **Mantenimiento y Fomento de actividades culturales en Ejes Comerciales**, con la señalización de los espacios e hitos históricos, y que se iluminen de forma sostenible sus fachadas, resaltando la arquitectura y eliminando barreras en aras de la accesibilidad e implementar el IBI cultural para fomentar las actividades comerciales de carácter cultura, incluyendo las librerías, distribuidoras de libros y galerías de arte, con la reducción de impuestos municipales sobre estas actividades.
45. **Apostar por una decoración e iluminación más atractiva** de las zonas comerciales en periodos de alta actividad, como la Navidad.
46. **Zonas de carga y descarga**: El tiempo que se utiliza en la búsqueda del aparcamiento, tiene un coste económico. Proponemos que se mejore la utilización de las zonas de carga y descarga y que cuando el espacio lo permita, se reserve una de las cuatro esquinas de los cruces de las calles, se destine a carga y descarga de vehículos.
47. **Incremento de dotaciones de policías locales apoyadas con la tecnología necesaria para el control de la seguridad en los barrios.**
48. **Campañas de pedagogía en el uso de la vía pública**. Abogamos por el uso racional y sostenible de la vía pública, fomentando el diálogo y el equilibrio de usos, que fomente la convivencia.
49. **Mejora de la limpieza y conservación**. El estado de conservación del arbolado, vegetación y calles afecta directamente a la actividad y la imagen comercial.
50. Consensuar con el sector **los Proyectos de Movilidad y Urbanismo** en entornos comerciales, basados en estudios previos, con datos rigurosos, donde se evalúen potenciales impactos al sector, así como el mantenimiento de una interlocución permanente durante la ejecución de los proyectos.
50. **Impulsar la conectividad de los centros de las ciudades** con el resto de barrios.