

RAFAEL TORRES

PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE LA COMUNITAT VALENCIANA

“DESPUÉS DE LA PANDEMIA PENSÁBAMOS QUE ÍBAMOS A REFLOTAR VENTAS PERO EL CONSUMO SE HA RETRAÍDO”

EL REPRESENTANTE ADVIERTE DE LA SITUACIÓN “SUMAMENTE PELIGROSA” POR EL AUMENTO DE LOS COSTES Y LA FALTA DE OXÍGENO FINANCIERO

■ DANIEL NAVARRO | VALENCIA

► **¿Qué impacto está teniendo el aumento del precio de la energía en el comercio valenciano?**

► Los comerciantes asisten a un aumento cada vez más elevado de sus costes fijos, entre los que se encuentra el precio de la energía, que repercute directamente en su cuenta de explotación, con unos márgenes cada vez más ajustados, con unas ventas que no son las mismas que las de antes y con un conflicto internacional que no ayuda a la reactivación. Para el comercio, el alza de la energía supone un doble impacto, primero porque representa un notable incremento del gasto estructural para la empresa, siendo imprescindible la luz para el desarrollo de su actividad, y segundo porque estas subidas a los consumidores les supone un gasto extra que les resta capacidad adquisitiva. Después de la pandemia pensábamos que íbamos a reflotar ventas pero el consumo se ha retraído. Por eso, desde Confecomerc consideramos prioritario que se tomen medidas, principalmente para incentivar el consumo, siendo una de las fórmulas los bonos comercio. Esta iniciativa tendría un doble objetivo, por un lado, permitiría dinamizar la actividad comercial, y por otro ayudaría a los hogares en esta situación de inflación tan elevada.

► **Poco a poco estamos volviendo a la normalidad, ¿en qué situación ha dejado la crisis sanitaria al sector?**

► El freno económico de la pandemia en 2020 afectó gravemente a los comercios con pérdidas que ascendieron según el IVIE a 2.070 millones de euros en la Comunitat Valenciana, siendo el se-

gundo sector más afectado por detrás de hostelería. El comercio presentó 8.799 expedientes de ERTE (12,9% del total de expedientes), que afectó a 30.134 empleados (6,4%). 39 actividades comerciales minoristas sufrieron en 2020 un impacto entre medio y crítico. Estas actividades representan el 40,7% y el 42,8% del tejido empresarial comercial minorista valenciano, siendo el 98,2% microempresas o autónomos. En ventas, el Covid-19 registró un balance diferente en cada fase y dependiendo de los cuatro grandes subgrupos de productos: equipamiento personal, equipamiento del hogar, alimentación y otros productos, siendo uno de los más afectados el de equipamiento personal. No obstante, ahora mismo hay que señalar que a los problemas sufridos por la pandemia se le suma un nuevo escenario, marcado por la inflación, que roza ya casi los dos dígitos, y por un conflicto bélico que no se sabe hasta cuando durará y que está provocando la ralentización de la demanda. Mientras que otros sectores como la hostelería se han recuperado a niveles prepandemia, el comercio suma nuevos obstáculos que le impiden avanzar en su ansiada recuperación, siendo necesario que se adopten medidas compensatorias que puedan ayudar a revitalizar al sector, centradas principalmente en la reactivación de la economía a través de incentivos al consumo.

► **¿Han tenido que bajar la persiana muchos comercios? ¿Cuáles han sido los sectores más afectados?**

► La pandemia provocó cierres de comercios, debido a las restricciones de movilidad, que se calculan alrededor de un 20%



Rafael Torres, presidente de Confecomerc CV. / LAURA FLORENTINO

La singularidad del tejido comercial debe formar parte de la estrategia del Ayuntamiento de Valencia: significar como se ha hecho recientemente a los comercios emblemáticos es la línea a seguir, al igual que potenciar políticas para favorecer el relevo generacional”

de los comercios, principalmente en entornos o ciudades donde prima el turismo. Los sectores más afectados fueron principalmente todos aquellos comercios relacionados con el equipamiento personal. No obstante, ahora mismo nos encontramos en una situación especialmente delicada y sumamente peligrosa para todos, dado que muchos comercios están en la cuerda floja, afectados por los constantes aumentos de los gastos estructurales (costes energéticos, materias primas, transportes), por la reducción de márgenes, comerciales, por la falta de oxígeno financiero, debiendo hacer frente a la devolución de los ICO, y ante una situación complicada por el bajo consumo.

► **¿Qué cantidad de ayudas públicas han llegado al comercio valenciano? ¿Se han sentido respaldados por las administraciones?**

► En la pandemia se impulsaron ayudas de Labora, dirigidas exclusivamente a autónomos, y posteriormente se promovió el Plan Resistir, un plan en el que estuvo excluido el comercio. Confecomerc solicitó su inclusión, lo que motivó que ayuntamientos destinaran partidas no consumidas de este plan al comercio con el fin de poder atender las necesidades de los comerciantes. El sector también contó con un alto

porcentaje de Ertes, si bien tuvo que hacerse cargo del pago a la Seguridad Social de sus trabajadores, cuando otras actividades continuaron teniendo exenciones. Y debido a que el pequeño comercio al inicio de la crisis no pudo acogerse a ningún plan de ayudas el comercio tuvo que recurrir a créditos ICO/IVF, lo que provocó un endeudamiento de las empresas. Confecomerc como interlocutor con representatividad en la Confederación Española de Comercio, hizo hincapié en la necesidad de que el pequeño comercio contara con un plan de ayudas específico para el sector, al igual que se hizo con la hostelería, ocio, cultura, artesanía o taxi. Desde el Gobierno Central se elaboró un plan de ayudas para el comercio, que en la Comunidad Valenciana se plasmó en el Plan Resistir Plus dotado con 647 millones de euros. El ejecutivo dio la posibilidad a las Comunidades autónomas de que pudieran establecer su propio criterio con el fin de modular los requisitos de acceso a las ayudas. En consecuencia, dado que en la convocatoria estatal no se incluía muchas de las actividades del sector (Cnaes), desde Confecomerc trasladamos la necesidad de que se incorporaran otras nuevas para poder cubrir mayormente a las empresas de todo el sector. La Generalitat atendió a esta

petición, por lo que se amplió de 12 a 23 Cnaes. No obstante, respecto al criterio establecido en la convocatoria estatal y autonómica de fijar como requisito de acceso a las ayudas la caída de facturación de más de un 30% con respecto a 2019, consideramos que esto supondría dejar fuera a una gran cantidad de empresas, que sin haber llegado a más del 30% de caída de facturación habían entrado en pérdidas, aun siendo viables. Este hecho sin duda ha provocado que muchos comercios no hayan podido acceder a estas ayudas y que una partida importante de este plan se haya quedado sin adjudicar y por tanto se haya perdido, dejando a infinidad de empresas sin acceder a las ayudas que tanto necesitaban. Tanto la pandemia como la guerra son escenarios excepcionales que requieren de medidas extraordinarias. Echamos en falta una mayor implicación de la administración a la hora de adoptar medidas para ayudar al sector en su recuperación. Ahora mismo, urge el aplazamiento de las ayudas del ICO, al menos seis meses, así como el alargamiento de los plazos de vencimiento, al tiempo que solicitamos nuevas líneas de ayuda, al igual que se está haciendo con otros sectores para poder insuflar un poco de oxígeno a unos comercios que se encuentran ahora mismo en una situación de ex-

6

La campaña estival dependerá mucho de la evolución de la pandemia y también de cómo discorra el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania”



Rafael Torres. / LAURA FLORENTINO

6

En Confecomerc consideramos prioritario que se tomen medidas, principalmente para incentivar el consumo, siendo una de las fórmulas los bonos comercio y con nuestra iniciativa tendría un doble objetivo, por un lado, permitiría dinamizar la actividad comercial, y por otro ayudaría a los hogares en esta situación de inflación tan elevada”

tema vulnerabilidad por el alto grado de afectación por la guerra de Ucrania. El Gobierno ha considerado que el comercio no está afectado por la guerra, lo que es absolutamente incomprensible, y nos ha vuelto a dejar fuera del paquete de ayudas.

► **Estos últimos años Confecomerc ha hecho un gran esfuerzo por impulsar la digitalización en el comercio valenciano ¿de qué manera se está impulsando este proceso?**

► Confecomerc cuenta con una línea de asesoramiento a la digitalización del comercio asociado, con tutorías digitales personalizadas gratuitas, que evalúan la solución más eficaz para cada negocio. Además, dispone

de una herramienta de autodiagnóstico Digicomerc: www.digicomerc.com, con la que el comerciante puede medir el grado de madurez digital de su establecimiento y de una tarjeta de fidelización, i-Más que permite realizar campañas, sorteos, regalos, descuentos a los clientes, ayudando al comercio a diseñar la mejor

estrategia para vender más. La Confederación a su vez ha impulsado la Academia dels Comerços que ofrece a los comerciantes formación exclusiva online, vinculada a nuevas tecnologías y también a otras temáticas muy concretas, de especial interés para el desarrollo de la actividad comercial. Esta formación diseñada con cursos didácticos, en formato audiovisual es interesante para el comercio dado que se puede realizar sin necesidad de estar sujeto a unos horarios marcados, permitiendo estar al día en todas aquellas cuestiones para impulsar el punto de venta. La Confederación además ofrece información concreta y detallada sobre ayudas como las anunciadas por el gobierno del Kit Digital, encaminadas a potenciar la digitalización del sector. El proceso de digitalización de las pymes, micropymes y autónomos del comercio se ha acelerado con la pandemia, siendo importante saber escoger la mejor estrategia para poder impulsar el negocio atendiendo a las características propias del comercio y tipología del cliente. Por ello Confecomerc ha lanzado esta línea de asesoramiento, muy útil para los comercios asociados, obteniendo una verdadera ayuda de la mano de los mejo-

res expertos para trazar el mejor itinerario en el camino hacia la digitalización.

► **¿Qué previsiones económicas manejan de cara a la temporada estival?**

► Dependerá mucho de la evolución de la pandemia y también de cómo discorra el conflicto bélico y de las medidas que desde el Gobierno se adopten. Por lo que se refiere a la pandemia estamos asistiendo poco a poco a la recuperación de la situación prepandemia, con medidas cada vez menos restrictivas, que pasa incluso por la no obligatoriedad de mascarillas en interiores, por lo que esperamos eso se traduzca en una cierta normalidad. A su vez destacar que el turismo parece repuntar, lo que puede traducirse en un incentivo para el sector del comercio, en aras por alcanzar una recuperación, que está tardando en llegar por factores sobrevenidos que dificultan y que están siendo un lastre para el comercio. Por eso es tan necesario poner en marcha medidas para hacer frente a estos factores, allanando el camino para la reactivación de un sector estratégico y vital para el impulso de la economía local de nuestros municipios y ciudades.



Dimas Vázquez

ALCALDE DE SUECA

Política local VS Govern de Participació

Després d'alguns anys immers en la política local de la meua ciutat, tant des de la perspectiva de govern com des de l'oposició, i sempre com a opinió personal, amb les conclusions obtingudes per l'experiència dels anys amb diferents responsabilitats, puc reafirmar que la política local té un contingut molt específic que la diferencia considerablement de tota política autonòmica i nacional. Eixe contingut específic ve donat pel dia a dia; per eixe contacte tan pròxim amb la ciutadania que et para pel carrer per a exposar-te les seues demandes, per a explicar-te les seues propostes. Eixa primera línia amb els nostres veïns, en la qual exposen les seues reivindicacions, és la política local. Un concepte que comporta el fet que totes les formacions polítiques d'un poble o ciutat esten formades per veïns. Uns veïns que han decidit implicar-se, sota unes sigles, per a intentar millorar un conjunt global molt pròxim a ells mateixos, així com les condicions de vida de la ciutadania que conviu en aquest col·lectiu.

Totes eixes formacions, amb un programa electoral davall del braç, intenten convèncer als votants que la seua opció és la més idònia per a gestionar els recursos públics des de les millores i innovació de la situació actual. Tot això és molt lícit i, a més, comprensible, dins d'un estat democràtic on els ciutadans tenen la potestat de triar els seus representants locals que podran ser els que millor gestionen, en el nostre cas, un ajuntament.

Una vegada passades les eleccions, queda l'encomiable tasca de formar govern i, al mateix temps, de negociar i intentar, al meu entendre, formar un equip de regidors que, encara que provenen de diferents partits als del govern (sense traspasar unes certes línies roges), vulguen implicar-se amb la seua ciutat, assumint regidories delegades per a treballar en conjunt amb un objectiu comú: la ciutadania. Un govern de participació on la major part dels seus veïns es venen reflectits, no sols per les persones sinó també pels programes. Quin partit polític, a nivell local, no voldria el millor per a la seua ciutat?

Des de la meua experiència en aquesta legislatura, i a nivell local, puc dir que, malgrat la diferència ideològica, també es pot construir i sempre al servei de la ciutadania. Per això, no cal escandalitzar-se a l'hora de formar governs de participació, on el pluralisme local siga un benefici per als seus veïns i on les aportacions de tots els partits que hagen optat per sumar per la seua ciutat puguen enterrar el coratge i la irritació que, moltes vegades, es pot respirar en política arribant a dispersar-se en els diferents enfrontaments partidistes que, des d'una espècie d'escenografia, busquen eixa caixa de ressonància mediàtica que, en alguns casos, pot portar a perjudicar el realment important com és el servei públic.

Grupo
CAPS

Del camp a l'escola

Amb sabor valencià **COMEDORES ESCOLARES**

www.grupocaps.es
@capscuidadores