

JORNADA “EL COMERCIO HACE CIUDAD” (SECA-GTDS/ENA)

DOCUMENTO DE CONCLUSIONES Y PROPUESTAS RESULTADO DEL DEBATE DESARROLLADO EN EL ENTREGO, 13 DE NOVIEMBRE 2019.

- 1.- El desarrollo del comercio hay una clara influencia de la idiosincrasia de las poblaciones, cada lugar tiene su propia idiosincrasia, y en esto no tiene nada que ver la mayor o menor densidad de población.
- 2.- La concienciación acerca de la importancia del comercio de proximidad tienen que interiorizarla los propios comerciantes, y transmitírsela también a los clientes. Si desaparece el comercio de proximidad, desaparece el pueblo.
- 3.- Los comerciantes carecen de la información adecuada a la hora de abrir un negocio. Tampoco se la facilitan eficazmente las Administraciones.
- 4.- Existe gran desinformación sobre las subvenciones existentes. No se piden subvenciones porque se desconocen. Se lamentan que por esta razón se desvíen los apoyos económicos o se pierdan.
- 5.- Se reclama mayor información, apoyo y asesoramiento por parte de la Administración a los comerciantes, para que les guíen en los distintos procedimientos, que consideran excesivamente burocráticos.
- 6.- Más del 50% de las subvenciones que se dan al comercio las reciben las asesorías.
- 7.- ENA hizo una consulta sobre cómo se podría mejorar el proceso, se hizo entre 63 empresas y uno de los temas que se pusieron de manifiesto era que, a la hora de aperturar un comercio, los empresarios se encontraban con un tema burocrático impresionante, que les desbordaba y desesperaba. S
- 8.- Se reclama la necesidad de que exista una ventanilla única para ayudar en los procedimientos que se precisan para abrir un comercio. No todo el mundo tiene la capacidad o sabe dar con el asesor adecuado.
- 9.- ENA, como asociación privada, manifiesta su predisposición para ser el primer enlace con los empresarios para ayudar a abrir un negocio, dentro de sus posibilidades, aunque desconoce si tendría financiación siquiera para ello.
- 10.- Se manifiestan en el debate planteamientos de rechazo a la existencia misma de las subvenciones, tal como están configuradas, porque no sirven para nada. Fundamentalmente

quien las recibe, asociaciones, son para pagar a los gerentes de esas asociaciones. Con los Planes Estratégicos de Comercio pasa lo mismo. Han sido un fracaso.

11.- Las subvenciones sirven para financiar a una persona que posiblemente acabe equivocándose y perdiendo dinero, siendo la subvención un saco roto. La Administración no puede chequear la viabilidad de un negocio, ir por delante tomando decisiones, tienen que ser los comerciantes los que tomen la iniciativa y los que asuman los riesgos y la Administración, poner los medios, poner el apoyo, la infraestructura, el asesoramiento que se necesita, pero, al final, los riesgos son consustanciales a la empresa.

12.- Se manifiestan posicionamientos para que las ayudas económicas se reconduzcan a ayudas a la formación de los comerciantes, aunque el problema de la falta de horarios viables dificultaría que pudieran asistir presencialmente. La formación *on line* podría solventar esta dificultad real.

13.- Los comercios que están funcionando bien se encuentran con un problema cuando llega el momento de la jubilación. No hay relevo generacional y se pierde ese comercio que lo tiene todo ubicación, historia, clientela.

14.- La situación en que se encuentra el comercio en el medio rural, en lugares con menos de mil habitantes, es un drama.

15.- Existe un desaprovechamiento de los Planes de Orientación Comercial. Existen en la legislación, y pueden impulsarlos asociaciones locales, comarcales... Son el germen del cambio, de empezar a modificar cosas, usos, escalas territoriales.

16.-La información no puede reducirse al conocimiento de subvenciones existentes o a qué ayudas pueda haber, sino a las capacidades que tienen las asociaciones, la población, la comarca para poder desarrollar el comercio. Para eso están estos los Planes de Orientación Comercial, los Planes urbanísticos y los Planes territoriales.

17.- La Administración está para hacer buenos planes y para decir qué podemos hacer con los cascos históricos o cómo podemos hacer más ciudad desde el comercio, dejando que la gente viva en ella y tenga a mano eso que demanda.

18.- Si existieran en el planeamiento de indicadores de sostenibilidad se facilitaría que puedan implantarse actividades comerciales que potencien el comercio de proximidad en contra de otro tipo de implantaciones comerciales.

19.- Uno de los problemas fundamentales que tiene la cuenca minera, que tiene Asturias también, es la pérdida de población. Las estadísticas son terribles, incluso en Laviana, que fue durante años la única que creció de toda la cuenca del Nalón, y va perdiendo población. La población se va envejeciendo, los jóvenes tienen que marchar, no hay iniciativa y esto, evidentemente, afecta al comercio. Podemos atraer turismo y que ese turismo genere también actividad comercial.

19.- En las Directrices Sectoriales de Equipamiento Comercial (2010) se contienen criterios claros a nivel local de priorización, desplazamientos y de usos, tratamiento de cascos históricos, desarrollos residenciales, etc. El problema es que no se ponen en práctica. Esa norma limitó la implantación de equipamientos comerciales en suelo no urbanizable para vincularlo a desarrollos de ciudad compacta y que no hubiera desplazamientos, hay previsiones para el comercio rural, para crear centros integrales rurales con servicios mixtos de comercio. Y no se ha hecho nada. La norma va dirigida preferentemente a los entes locales. No parece que ningún ente local haya aprobado una revisión de su PGO tomando en consideración los parámetros y posibilidades que dan las Directrices para resolver estos problemas. Se alude expresamente a lo que está pasando con los cascos históricos, que han quedado para vender camisetas y quesos para los turistas.

20.- Falta gestión pública. Hay una clara responsabilidad por parte de las corporaciones locales, que reciben subvenciones para hacer planeamiento y no lo han desarrollado, ayudas para plazas de abastos, desde las que se puede dinamizar el comercio, y no siempre lo hacen.

21.- No siempre se incentiva la presencia de comercio local y de proximidad en las plazas de abastos. Tampoco se deja ir a cualquiera. Al contrario, hay sobreabundancia en ellos de productos absolutamente inapropiados.

22.- Desinformación a todos los niveles de lo que existe en las ciudades. No hay indicadores de la diversidad urbana, no tenemos indicadores de la distancia a la que están el abastecimiento de servicios mínimos, de cuántos negocios de uno u otro tipo hay en una zona, para poder analizar si puede ser viable, o no.

23.- No se entiende que en los planes urbanísticos se siga incidiendo en las ideas de toda la vida, y no se incorporan teorías e indicadores que ya se apuntan en las normativas europeas. ¿Por qué no se apuesta realmente por el desarrollo urbanístico sostenible que demanda Europa?

24.- El Valle del Nalón se muere, se muere porque el envejecimiento es brutal y el problema está en que nadie quiere vivir en un sitio feo. Hay que hacerlo atractivo, para que se pueda vivir y trabajar en él, ahora y en el futuro.