


**opini3n**

# Las c3maras, con el comercio interior

## Editorial

**Las actuaciones de las c3maras van destinadas, entre otras cosas, a potenciar la libre, pac3fica y provechosa convivencia entre las diferentes tipolog3as de comercio, especialmente en el 3mbito urbano**

La relaci3n de las c3maras con el comercio interior es una relaci3n natural, intensa y viene de muchos a3os atr3s. Ya a finales de los a3os 70 se crearon los servicios de asistencia t3cnica para el comercio, los cuales, pese a la precaria organizaci3n con que contaban, ayudaron a la transformaci3n y modernizaci3n de las estructuras comerciales de nuestro pa3s en aquellos momentos econ3micamente duros de la transici3n. Una tarea en la que hoy seguimos trabajando de manera persistente, con la misma ilusi3n.

Las actuaciones de las c3maras en materia de comercio van destinadas, prioritariamente, a la preservaci3n y potenciaci3n del modelo catal3n de comercio urbano,

en el que, a nuestro entender, se produce una libre, pac3fica y provechosa convivencia entre todas las tipolog3as comerciales, especialmente en el 3mbito urbano, de manera que no sale perjudicado el peque3o y mediano comercio (ya que son la parte m3s d3bil de esta relaci3n). Todo esto sin dejar de lado la competitividad y la productividad, premisas hoy imprescindibles para la creaci3n de riqueza y de bienestar general.

Las c3maras catalanas ponemos a disposici3n del sector comercial los instrumentos necesarios para que estos objetivos se puedan lograr sin traumas. Por eso promovemos acciones de sensibilizaci3n, formaci3n, promoci3n y reciclaje profesional.

Por otro lado, tambi3n se pretende que las c3maras asuman el papel de impulsoras de actividad, y se hagan escuchar -ya que son corporaciones de derecho p3blico y 3rganos consultivos- ante la Administraci3n. Tambi3n deben liderar, si se da el caso, el proceso de cambio y de adaptaci3n a las nuevas situaciones, propiciando, a unos y a otros, normas de conducta para consolidar un sector que es clave en la econom3a y en la sociedad del pa3s.

Algunas de las tareas m3s significativas, dentro de la sensibilizaci3n y el asesoramiento, son la tutor3a de los planes de dinamizaci3n comercial, que fueron impulsados inicialmente por las c3maras de comercio, que han logrado una

gran difusi3n y eficacia y que han convertido en un buen instrumento para el mantenimiento de la cohesi3n y la vitalidad de los centros comerciales de los municipios catalanes.

Tambi3n en la formaci3n hemos una larga tradici3n, tal manera que podemos afirmar que una parte importante de comerciantes de Catalunya han formado, en un momento u otro, en nuestras aulas.

Por 3ltimo, y dentro del caudal de la comunicaci3n, contamos con la revista *L'Informatiu comercial*, un 3rgano informativo divulgativo muy apreciado dentro del sector y que, mensualmente, reciben cerca de 25.000 comerciantes de Catalunya. =

## Modelo estable y de futuro

**El marco legislativo actual contribuye a dinamizar las ciudades mientras se conservan las caracter3sticas propias de la actividad comercial catalana**

ANTONI M. Brunet



El decreto ley 1/2009 de ordenaci3n de los equipamientos comerciales establece las bases para el mantenimiento de un modelo comercial sostenible y equilibrado en Catalunya. Es un marco estable, que contribuir3 a la dinamizaci3n de las ciudades mientras se preservan las caracter3sticas propias de la actividad comercial catalana, y que ha merecido la aprobaci3n de los profesionales del sector y de la ciudadan3a. Este modelo comercial, propio de las ciudades mediterr3neas, se ha consolidado plenamente y ha contribuido a la cohesi3n de nuestro territorio a trav3s de los diversos planes territoriales de equipamientos comerciales que se han desarrollado en Catalunya.

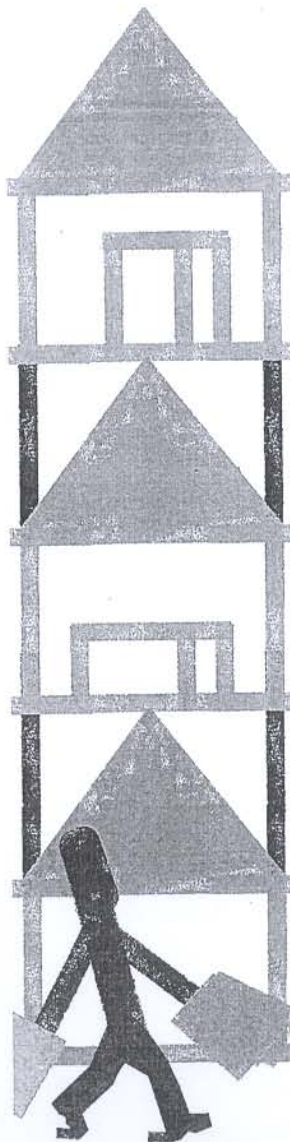
Dichos planes han permitido regular la implantaci3n de grandes superficies comerciales, con lo que se ha logrado una convivencia entre los diversos formatos y tama3os de distribuci3n comercial y entre los n3cleos comerciales urbanos e interurbanos. Las c3maras de comercio catalanas, junto con las asociaciones de comerciantes, siempre hemos defendido este marco de convivencia en el comercio, y las aporta-

ciones realizadas ante las administraciones se han orientado hacia esa direcci3n. El decreto ley de ordenaci3n de los equipamientos comerciales ha introducido los cambios legislativos correspondientes en base a lo que se establece en la directiva europea Polkenstein, e incrementa el valor de los centros urbanos.

Por otro lado, y para lograr que este modelo se desarrolle con 3xito, los ayuntamientos catalanes deben incorporar los mecanismos necesarios en sus respectivos planes de ordenaci3n. Debemos poder generar din3micas de concentraci3n de empresas comerciales m3s grandes, con capacidad para mejorar la competitividad en el propio territorio, en el Estado, en Europa y en cualquier otra parte del mundo.

La actual estructura de red comercial, limitada en temas como la gesti3n, las compras, la log3stica o la venta, dificulta la expansi3n que el sector requiere en la actualidad. Es necesaria una concentraci3n de empresas comerciales m3s grandes para afrontar con seguridad los retos que presenta el futuro. En esta l3nea, ser3a importante una reforma de la normativa que regula las relaciones entre sociedades vinculadas, para que haga m3s f3cil la colaboraci3n entre empresas y facilite la expansi3n de estas. =

Presidente de la Cambra de Comerç, Ind3stria i Navegaci3n de Sabadell.



## Un nuevo campo de juego

**El impulso de los agentes econ3micos aut3ctonos y defensa de una forma de vivir que nos es propia y que es mejor son algunas de las apuestas de las c3maras**



ISAAC Sanrom3

Las cosas est3n yendo muy deprisa, m3s deprisa que nunca. Cuando uno cree que ya tiene una posici3n comercial consolidada en el panorama actual, la realidad, tan cambiante como es, le hace ver que 3nicamente aquel que est3 atento y sabe adaptarse a las nuevas situaciones tiene verdaderas garant3as de poder seguir adelante.

Esta reflexi3n resulta tan obvia que muy a menudo se olvida. Sin embargo, nos debe servir para realizar una peque3a aproximaci3n a los momentos que atraviesa, hoy por hoy, el comercio catal3n.

A la temida bajada del consumo en general hubo que a3adirle, el a3o pasado, la necesidad de adaptaci3n a un nuevo marco normativo europeo. Esta adecuaci3n llevaba consigo el riesgo de poner en un serio compromiso muchos de los valores b3sicos que el sector comercial catal3n viene defendiendo para la ordenaci3n de nuestro comercio.

Afortunadamente, el decreto ley de ordenaci3n de equipamientos comerciales, aprobado en enero por el Parlament, est3 impregnado de la misma filosof3a que, hace ahora m3s

de 20 a3os, hizo promulgar a la Generalitat la primera ley de rebajas Estado espa3ol.

Tenemos, por lo tanto, un campo de juego remodelado, en el que el comercio urbano debe seguir aprovechando las oportunidades que la profesionalidad le tiene que ofrecer. Todo esto supone un esfuerzo genuino de adaptaci3n, y mucho teniendo en cuenta el cambio radical que se est3 dando en los 3mbos de consumo.

Como siempre, y como hemos podido comprobar en varias ocasiones, en el 3mbito comercial uno se puede relajar. Y, en esta d3fida, las c3maras de comercio tenemos las cosas muy claras.

Porque las c3maras de comercio no perdemos nunca de vista nuestra apuesta que venimos haciendo desde hace mucho tiempo por un modelo catal3n de comercio es, sobre todo, una apuesta por los agentes econ3micos aut3ctonos, por la vitalizaci3n de nuestras ciudades, la defensa de una manera de vivir que nos es propia y que es mejor defendemos a unos empresarios contra de otros; estamos a favor que el valor a3adido del comercio quede en nuestra casa, y de que todos juntos logremos tener una vida de vida superior. =

Presidente de la Cambra de Comerç i vicepresident de la comisi3n de Comerç Interior del Consell General de Cambres.