

COMERCIO ANDALUCÍA CONSIDERA QUE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE GRANDES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN (ANGED) VIVE EN UNA REALIDAD PARALELA

Los comerciantes andaluces han afirmado que ANGED distorsiona lo que es una zona turística con el único objetivo de seguir incrementando sus beneficios a costa de las pequeñas empresas y los autónomos.

Comercio Andalucía, la Confederación del pequeño y mediano comercio de Andalucía, considera que la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED) vive en una realidad paralela con relación al sector del comercio y del turismo.

En esta línea, los comerciantes andaluces también han señalado que ANGED distorsiona la realidad de las zonas turísticas con el único objetivo de seguir incrementando los beneficios de sus asociados a costa de las pequeñas empresas y autónomos del sector del comercio.

Según Comercio Andalucía, cualquier ciudadano puede compartir que las zonas turísticas de municipios como Córdoba, Granada o Jerez no se corresponden con todo el municipio, sino con zonas concretas de estas ciudades.

De la misma forma, los comerciantes andaluces creen que los vecinos y vecinas de estas ciudades saben perfectamente que hay épocas del año donde la afluencia de turistas y visitantes es mayor que en otras.

Por lo tanto, no parece razonable y resulta una auténtica aberración, en palabras de Comercio Andalucía, defender la extensión de las zonas de gran afluencia turística a la totalidad de la superficie de un municipio y considerar momento de gran afluencia turística a aquellos periodos de temporada baja del turismo.

O eso, o viven en una realidad paralela que les impiden entender el papel que el pequeño y mediano comercio tiene en Andalucía como elemento vertebrador de sus ciudades, como impulsor del dinamismo económico de los barrios y pueblos, ó como servicio público para muchas personas, gran parte de ellas mayores, que tienen dificultades de movilidad y dependen de las tiendas y negocios de sus barrios y pueblos.

Frente a ésto, Comercio Andalucía incide en que las grandes empresas de distribución quieren distorsionar las Zonas de Gran Afluencia Turística para incluir sus establecimientos, los cuales por su superficie suelen encontrarse en las afueras de las ciudades y lejos de cualquier flujo turístico.

Además, los comerciantes andaluces argumentan que los turistas vienen buscando, entre otras cuestiones, conocer la cultura y las costumbres de las

ciudades que visitan y eso es lo que representan los pequeños y medianos comercios de las zonas turísticas, y no las grandes superficies de distribución.

Comercio Andalucía ha señalado también que ANGED representa a un pequeño grupo de grandes empresas, mientras que el pequeño y mediano comercio de Andalucía son miles de autónomos, pequeñas empresas y establecimientos que se esfuerzan en levantar cada día la persiana a pesar de las dificultades por las que atraviesa el sector.

Así, los comerciantes andaluces han recordado las palabras que en julio de 2023 pronunció Javier González de Lara, presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, que dijo que “las pymes y los autónomos son la columna vertebral de la economía de Andalucía, el motor del desarrollo andaluz, tienen una contribución decisiva al empleo y, por ello, al bienestar de las familias andaluzas”

Es precisamente contra esa columna vertebral de la economía andaluza, apunta Comercio Andalucía, a la que pretende perjudicar la patronal ANGED.

Por último, los comerciantes andaluces han manifestado que el presidente de la Junta de Andalucía, Juan Manuel Moreno Bonilla, debe garantizar el equilibrio entre los distintos formatos de distribución comercial en Andalucía, de tal forma que el pequeño y mediano comercio de proximidad que vertebra el territorio, da vida a pueblos y barrios y presta un servicio público insustituible, siga manteniendo su actividad y no ocurra como está pasando en los últimos 15 años que han desaparecido más de 16.000 comercios de proximidad en Andalucía.

27 de febrero de 2025