

**DECLARACIÓN SOBRE LA REGULACIÓN DE LOS  
HORARIOS COMERCIALES, ZONAS DE GRAN  
AFLUENCIA TURÍSTICA Y POR UN MODELO  
COMERCIAL URBANO SOSTENIBLE EN ANDALUCÍA**

**Sevilla 15 de mayo de 2019**

## PRESENTACIÓN

El presente manifiesto se formula en un contexto claramente marcado por la cita electoral del 26 de Mayo, y tras las recientes elecciones autonómicas andaluzas del pasado 2 de Diciembre y Generales del 28 de Abril.

**En este contexto, el presente manifiesto conjunto efectúa balance y propuestas en materia de regulación de horarios comerciales, reclamando a las fuerzas políticas ya presentes en el Parlamento de Andalucía y a las que concurren a los procesos electorales del próximo día 26, un compromiso expreso con dichas propuestas.**

El sector comercial es uno de los pilares estratégicos de la economía andaluza, suponiendo en 2017 el 12,8% de su valor agregado bruto y ocupando a más de 517.000 personas (17,4% personas ocupadas), constituyendo más del 30% del tejido productivo andaluz y contando con más de 140.000 empresas, 170.000 establecimientos comerciales y un volumen de negocio de 85.000 millones €.

El equilibrio entre los formatos comerciales, el mantenimiento de modelos de comercio-ciudad y, en sentido amplio, el modelo mediterráneo de comercio, tiene una incidencia vital en términos de cohesión territorial, de mantenimiento de vida en los centros urbanos, los barrios y los pueblos, de satisfacción de las demandas de las personas consumidoras y de sostenibilidad del sector.

**En este sentido, los horarios comerciales constituyen una de las piezas clave para la ordenación del comercio, fomentando un equilibrio entre los diferentes formatos comerciales,** posibilitando por tanto la capacidad de elección entre distintos formatos al consumidor y con garantías de empleo de calidad para las personas que trabajan en el mismo.

La política de liberalización de aperturas y horarios comerciales, especialmente agudizada desde 2012, ha implicado una desregulación del sector que ha perjudicado al pequeño comercio, minorando su capacidad de competencia, restringiendo la elección por parte del consumidor, impactando en el empleo en el sector -destruyendo y/o precarizando el mismo- y, en definitiva, desequilibrando el modelo de ciudad mediterránea, en el que el tejido comercial de proximidad es clave para la vida de los centros urbanos y barrios.

Desde el conjunto de las organizaciones que representamos, **queremos ratificar nuestra defensa por un modelo comercial en el que se regulen los horarios,** en aras a garantizar la coexistencia de los distintos formatos comerciales.

Partiendo del respeto absoluto de las distintas competencias autonómicas en materia comercial, que también han sido vulneradas desde las políticas estatales, en el día de hoy queremos poner en valor la siguiente declaración:

Los sindicatos CCOO y UGT, y las organizaciones de consumidores más representativas de Andalucía, FACUA Andalucía y AL-ANDALUS, ante los próximos procesos electorales y en relación a la regulación en materia de horarios comerciales,

### MANIFIESTAN:

- El Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, introdujo la libertad de horarios, ampliando la jornada comercial semanal de 72 a 90 horas, y pasando de 8 a 10 festivos y domingos de aperturas de mínimos, además de ampliar las zonas de gran afluencia turística (ZGAT), una figura sobre el papel prevista como excepción que acabó por convertirse en un mecanismo ordinario de ampliación de la liberalización.
- Las modificaciones normativas llevadas a cabo desde el 2012 han supuesto un ataque frontal contra las competencias de nuestro Estatuto de Autonomía y contra el sistema de equilibrio comercial consensuado entre la Administración y los agentes económicos y sociales de Andalucía.
- El modelo comercial planteado pone en peligro la conciliación familiar, así como el modelo mediterráneo de sociedad, en el que el ocio y las relaciones familiares son esenciales y se apuesta por otro sustentado en la compra.
- Conviene recordar que la Ley de Comercio Interior de Andalucía ya prevé la completa libertad horaria de apertura para los establecimientos de hasta 300 m<sup>2</sup>, así como en las ZGAT para determinados períodos del año, a lo que se le suman 10 domingos y festivos que los establecimientos comerciales, con independencia de sus dimensiones, pueden permanecer abiertos al público, por lo que se entienden suficientemente cubiertas las necesidades de abastecimiento de los consumidores.
- **Andalucía siempre ha defendido un modelo en materia de horarios comerciales que garantice el equilibrio entre trabajadores, grandes empresas, pequeños empresarios y consumidores, facilite la convivencia de la pluralidad de formatos y de respuesta a las necesidades del conjunto de la población. Un modelo de horarios comerciales en nuestra Comunidad que históricamente ha contado con el consenso entre la Administración autonómica y los agentes económicos y sociales.**
- Justamente en este sentido, la “**Alianza por el Comercio en Andalucía**”, aprobada por unanimidad en el Consejo de Comercio andaluz del 23 de Octubre de 2018, fija un objetivo clave: “**Resulta especialmente estratégico**

**recuperar el consenso en la regulación y aplicación de los horarios comerciales**, conjugando en todo momento los objetivos anteriores con los principios, ya enunciados, de equilibrio entre formatos comerciales y la apuesta por un modelo mediterráneo de comercio clave para la cohesión territorial”.

- La mayor liberalización de horarios comerciales en otras Comunidades (por ejemplo, Madrid) no ha traído consigo un aumento de empleo, sino la pérdida o menor crecimiento del mismo y un empeoramiento de su calidad.
- No hay una demanda real de los consumidores para la desregulación de horarios: El Barómetro del CIS de abril de 2011 constataba que el 87,5% de los encuestados estaba satisfecho con los horarios actuales, y el 61,3% no se sentía afectado por la limitación de apertura en domingo y festivos.
- La liberalización en materia de horarios comerciales no aumenta el consumo, principalmente relacionado con el poder adquisitivo, sino que incrementa la cuota de la gran distribución en perjuicio del pequeño comercio. La regulación impulsa la competencia en igualdad de condiciones.
- En materia de promoción de ventas, las medidas aprobadas en su día por el Gobierno estatal, como la eliminación de los períodos de rebajas y la menor exigencia de condiciones en relación a los productos ofertados, han supuesto igualmente un perjuicio para el pequeño comercio y una minoración de las garantías del consumidor, generando incertidumbre y riesgos, así como una merma de su derecho a la información.
- La llamada liberalización de la promoción de ventas ha sido una auténtica desregulación que no sólo ha eliminado requisitos en detrimento de los derechos y garantías de los consumidores sino que ha impedido el control de los mismos, provocando dispersión, incertidumbre y desprotección para los consumidores y una menor calidad en el sector comercial.
- Más allá de la dialéctica clásica de disputa de cuota de mercado entre formatos y dimensiones tradicionales, el impacto de la digitalización reafirma, justamente, la necesidad de regulación del sector comercial, a fin de:
  - Equilibrar las reglas de juego con los nuevos formatos que eclosionan
  - Un mayor control del fraude laboral.
  - Una adecuada protección a los consumidores y usuarios.
  - Una política decidida contra las externalizaciones.
  - Líneas de ayuda y financiación pública para la innovación tecnológica de las empresas.

- Planes de formación para la recualificación de las plantillas.
  - Exigencias en materia de RSE/Sostenibilidad.
  - La revisión de los modelos fiscales de aplicación a cualquier tipo de empresa que actúe en el país.
- 
- **Es decir, no solo resulta estratégico recuperar el consenso en la regulación y aplicación de los horarios comerciales, sino también impulsar la adaptación de los formatos tradicionales (grandes y pequeños) a los avances tecnológicos y los nuevos canales de consumo, así como equilibrar las reglas de juego legales, regulatorias, de control, laborales, de financiación y fiscales en las que se desenvuelven los competidores y formatos que irrumpen, para facilitar una transición digital justa.**

En consecuencia, las organizaciones firmantes, como agentes sociales y económicos del sector comercial de Andalucía, manifiestan su rechazo a la liberalización de horarios comerciales y ventas promocionales,

#### Y ACUERDAN:

- **Reafirmar su compromiso con la “Alianza por el Comercio en Andalucía”, aprobada por unanimidad en el Consejo de Comercio andaluz del 23 de Octubre de 2018**, así como con el papel estratégico de dicho Consejo como ámbito de participación del conjunto de agentes sociales y económicos del sector comercial andaluz.
- **Reclamar a los distintos partidos políticos que se posicionen con propuestas y políticas, en sus ámbitos de actuación a nivel estatal, autonómico y municipal**, enfocadas a la protección y continuidad de un equilibrio entre los distintos formatos comerciales –grandes y pequeños, de proximidad y digitales-, que potencie el empleo estable y de calidad, así como los derechos de los consumidores, garantizando una verdadera competencia y una transición digital justa.
- **Instar al futuro Gobierno estatal a la derogación del RDL 20/2012**, restableciendo una planificación comercial básica que permita el desarrollo sostenible e inclusivo de la actividad comercial en todas las CCAA desde una perspectiva social, económica y medioambiental.
- Impulsar un cambio de los criterios para determinar una Zona como Gran Afluencia Turística a efectos de horarios comerciales, en los que

prevalezcan los de **interés general para municipios y consumidores, mediante parámetros objetivos**, como creación de empleo, necesidades reales de consumo, elementos sociales, etcétera.

- **Seguir defendiendo un modelo de comercio de futuro, profesional, competitivo, sostenible, de calado social, que contribuya a la creación de ciudad y genere actividad en los cascos urbanos, en definitiva, un modelo de comercio mediterráneo, que mantenga los centros urbanos y los pueblos vivos, y apueste por un empleo de calidad que dignifique las condiciones laborales y sociales de sus trabajadores.**
- **Abrir expresamente este Manifiesto a la adhesión de los partidos políticos, así como de cualesquiera organizaciones representativas de los agentes sociales o económicos del sector, en el ámbito andaluz, provincial o local.**

En Sevilla, a 15 de mayo de 2019