

10 MAR. 2016

— @ am —

REGISTRO DEL PLENO

Nº Entrada: 131 Hora: 9'02

MOCIÓN QUE PRESENTA EL GRUPO MUNICIPAL GANEMOS CÓRDOBA, PARA SU INCLUSIÓN EN EL PLENO ORDINARIO DEL 15 DE MARZO DE DOS MIL DIECISÍS EN DEFENSA Y PROMOCIÓN DEL COMERCIO LOCAL Y DE CERCANÍA

D. Alberto de Los Ríos Sánchez, Viceportavoz del Grupo Municipal Ganemos Córdoba, en virtud de lo dispuesto en el artículo 88 del Reglamento Orgánico del Ayuntamiento de Córdoba para su inclusión en el orden día del Pleno Ordinario del día 15 de Marzo de 2016, somete a consideración la siguiente propuesta:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La ciudad de Córdoba ha disfrutado siempre de un pequeño comercio local cercano, de calidad, de rostro humano y sensible a las circunstancias y vidas de sus vecinas y vecinos. Este comercio, que combina valores sociales y hábitos culturales con utilidad económica, y que revertía sobre la economía de la propia ciudad, se ha visto progresivamente amenazado por la instalación en la ciudad de grandes superficies, cadenas de supermercados con políticas agresivas y con economías de escala basadas exclusivamente en los beneficios empresariales y empleo temporal y de baja calidad, destruyendo muchos de los empleos en estos comercios, deslocalizando los beneficios fuera de la ciudad e incluso del país y destruyendo la vida comercial y social de los barrios y perjudicando su vida cotidiana.

El comercio local y de cercanía es uno de los medios fundamentales de empleo en nuestra ciudad, siendo en gran parte de carácter familiar, favorece el mantenimiento de la trama urbana de barrio y la vida ciudadana, entendida como la que se desarrolla en nuestros barrios como lugar de encuentro y relación. Entre ellos se encuentran también talleres y locales de artesanos, zapateros, peluqueros, carpinteros... los oficios también ocupan su lugar dentro de esta economía local.

En momentos de crisis económica, el pequeño comercio de cercanía atiende y entiende las dificultades que atraviesan las personas, incluyendo a sus trabajadores. Están más cercanos a las dificultades de sus comunidades y la vulnerabilidad de sus integrantes frente a la inflexibilidad y puro criterio económico de las grandes superficies y corporaciones que abandonan la ciudad y a sus trabajadores en cuanto no es rentable en puro criterio económico. Un denso tejido de pequeño comercio de cercanía dota a la ciudad de una capacidad de resistencia social a los vaivenes económicos mucho mayor. Lo que en términos actuales calificamos como comunidades

resilientes.

Cada empleo creado en grandes superficies, de mala calidad en su mayoría, destruye varios empleos en pequeño comercio, empleos estables que desaparecen para ser sustituido por uno solo.

La vida de los barrios desaparece en favor de la conversión de la ciudad en una "MacCórdoba", de franquicias y grandes superficies. Esta transformación que convierte a todas las ciudades en un paisaje único, idéntico en todas las ciudades, sin personalidad ni alma y con unos establecimientos dedicados a dar beneficios a grandes corporaciones que no devuelven beneficios a la ciudad.

Es obligación del Ayuntamiento defender la economía y el empleo de la ciudad y sus habitantes, buscando que los beneficios redunden en el desarrollo de la economía local y que no se destruya empleo estable, ni empresas pequeñas y familiares. Es su obligación, además, conservar la vida comercial de los barrios y hacer de Córdoba una ciudad que resista mejor las crisis económicas, con una economía más cercana, menos expuesta a los vaivenes de las grandes corporaciones, más sostenible y más solidaria con la vida de sus vecinas y vecinos.

Por tanto, el Ayuntamiento debe emplear sus recursos en cooperar, coordinar e impulsar planes, proyectos y medidas que favorezcan el comercio local, cercano, y los mercados municipales, que son centros de vida de barrio, mediante la difusión, la promoción, las medidas fiscales, la modernización de los mercados, y las medidas que favorezcan la vuelta del comercio local y de cercanía al centro de la vida económica y social de la ciudad, así como la promoción de unos criterios de consumo responsable más sostenibles y justos.

La misma UE recomienda el apoyo a los circuitos cortos de producción, comercialización y consumo, reduciendo intermediarios y creando valor añadido en el territorio y reforzando la especificidad de los productos. Debido al estrecho vínculo creado entre territorio, cliente y producto, la cercanía de los productos al consumidor contribuyen a la relocalización de la economía, como también lo hace el comercio local de cercanía frente a las grandes cadenas de hipermercados y supermercados y franquicias, en el ámbito concreto de la comercialización. El Pronunciamiento del Comité de las Regiones en su Dictamen 2011/C 104/01 sobre Sistemas de Alimentos Locales, de la UE señala la necesidad de apoyar los sistemas de alimentos locales dado que "en el mundo el 80% de la producción agrícola local se vende a nivel local, pero en el mundo occidental se reduce al 20%", debido a la industrialización de los procesos de producción y la comercialización a gran escala, situación que nos vuelve sin duda más vulnerables ante eventuales crisis globales.

Señala el Comité de las Regiones la importancia para la economía europea de reducir esas escalas y cambiar el modelo, entre otras cosas para reducir su enorme impacto medioambiental, lo que debemos considerar con urgencia si queremos ir hacia una transición hacia una economía poscarbono en plena lucha contra el cambio climático y sus consecuencias.

Potenciar los mercados locales y el comercio local significa también mantener el patrimonio cultural, una forma de vida, un sistema de relaciones sociales, y un relato cultural, el de la cercanía, el rostro humano que mantiene una relación integral, no sólo económica, con los y las consumidores-vecinos. Potenciar los mercados locales está íntimamente relacionado con el consumo de productos locales y una gastronomía tradicional portadora de cultura, valores y significado.

Por lo demás, todos los sectores que apuestan por economías basadas en lo local y lo cercano y lo sostenible crean entre 2 y 3 veces más empleo que las grandes cadenas. Es por tanto, mucho más eficiente económica y socialmente, y merece que sus instituciones públicas también locales y cercanas se comprometan firmemente.

De esta forma solicitamos se tomen los siguientes:

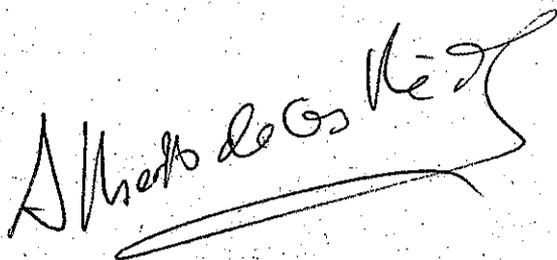
ACUERDOS

1. El Ayuntamiento de Córdoba declara su apoyo al comercio local y de cercanía de la ciudad, con especial interés al situado en los barrios, como un sector generador de empleo, de cohesión social y territorial y más sostenible.
2. El Ayuntamiento promoverá el diseño de un Plan De Apoyo al Comercio Local y de Cercanía, que incluya medidas de fiscalidad, promoción, difusión, diseño urbanístico, accesibilidad, movilidad, y comercio electrónico y redes sociales, comprendiendo también a los Mercados Municipales.
3. El Ayuntamiento de Córdoba promoverá acuerdos con las asociaciones y organizaciones de comerciantes de la ciudad para el desarrollo de campañas de promoción del pequeño y mediano comercio local en la ciudad en colaboración con las organizaciones vecinales.
4. El Ayuntamiento de Córdoba pondrá en marcha campañas de educación, promovidas por las Delegaciones de Fomento Comercial y Educación, en el consumo responsable y que fomenten la compra en establecimientos de nuestra ciudad y de productos de cercanía, incluyendo el comercio justo y ecológico, contribuyendo a hacer del comercio local una actividad económica socialmente rentable y sostenible y a la inclusión de otros patrones de consumo más éticos.
5. El Ayuntamiento llevará a cabo una moratoria indefinida de instalación de nuevas grandes superficies comerciales, con la finalidad de evitar la destrucción de empleo en el comercio local y de acuerdo con las funciones atribuidas por el Decreto Legislativo 1/2012, de 20 de marzo (texto refundido de la Ley de Comercio de Andalucía).

6. El Ayuntamiento realizará un análisis y evaluación a través de MercaCórdoba de las posibilidades del sistema agroalimentario local en Córdoba, evaluando aportaciones en empleo, salud, patrimonio cultural y sostenibilidad territorial, como parte de un modelo económico basado en los circuitos cortos y la relocalización de nuestra economía.

7. Dar traslado de los anteriores a la Federación de Comercio (Comercio Córdoba), Federación AAVV Al Zahra y a la FAMP.

En Córdoba, a 8 de Marzo de 2016



*Fdo.- Alberto De Los Ríos Sánchez
Viceportavoz Grupo Municipal Ganemos Córdoba*

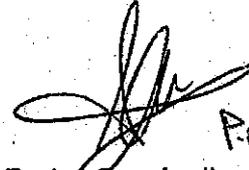
LOS PORTAVOCES DE LOS GRUPOS MUNICIPALES DE PSOE, IU-CA, PARTIDO POPULAR, CIUDADANOS Y GRUPO MIXTO UCOR DEL AYUNTAMIENTO DE CORDOBA, PRESENTAN A CONSIDERACIÓN DEL PLENO MUNICIPAL A CELEBRAR EL DÍA 15 DE MARZO DE 2016, LA SIGUIENTE ENMIENDA DE SUSTITUCION AL PUNTO 5 DE LA MOCION DE GANEMOS "EN DEFENSA Y PROMOCION DEL COMERCIO LOCAL Y DE CERCANÍA".-

ACUERDOS

5.- Instar al equipo de gobierno y a la Gerencia de Urbanismo a no impulsar nuevos expedientes de innovaciones urbanísticas, para la creación de nuevas superficies dedicadas a centros comerciales o grandes superficies comerciales, que no hayan iniciado los tramites en la Gerencia Municipal de Urbanismo, así como solicitar de forma previa informe a la Federación de Comercio, a través de Consejo Asesor de Comercio, sobre estos expedientes."

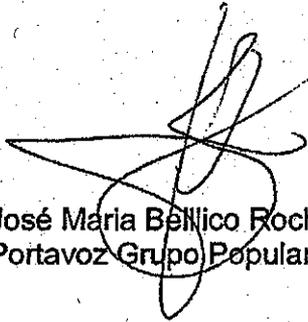


Carmen González Escalante
Portavoz Grupo PSOE



Pedro García Jiménez
Portavoz Grupo IU/CA

P.O. EMPLEO PERNICHO



José María Belloch Roche
Portavoz Grupo Popular



José Luis Vilches Quesada
Portavoz Grupo Ciudadanos



Rafael Serrano del Haro
Portavoz Grupo Mixto

 AYUNTAMIENTO DE CORDOBA | Secretaría General

15 MAR. 2016

REGISTRO DEL PLENO

Nº Entrada: 155 Hora: 9:01

