

Manifiesto en apoyo al Pequeño Comercio de Proximidad y por un Consumo Responsable en Burgos

El pequeño comercio atraviesa una situación crítica, derivada de la cultura de consumo dominante en la sociedad actual, donde las grandes superficies, los supermercados de grandes cadenas y las distribuidoras digitales concentran cada vez más ventas, mientras que el pequeño comercio pierde cada día más clientes. Esta dinámica se ha visto acrecentada aún más por la crisis sanitaria, en detrimento de los pequeños comercios que cada día tienen más dificultades para seguir adelante.

El pequeño comercio y la hostelería son unos de los principales responsables de que las calles de tu ciudad estén llenas de vida, de alma, de actividades, de encuentros entre personas, de conversaciones, de pequeños gestos que dan alegría a las gentes en sus barrios...

Un pequeño comercio vivo aporta empleo a la población local. Comprar en el pequeño comercio es apostar por una economía local, ya que el dinero fluye de un negocio a otro permitiendo a gran número de familias afrontar sus necesidades económicas. El dinero que gastamos en cada tienda del barrio permanece en el barrio, lo que aporta riqueza a la comunidad.

El pequeño comercio es sinónimo de calidad, de fidelidad, de buen trato y servicio... Gracias a algunos negocios de venta a granel, de reparación o de venta de artículos de segunda mano, fomentamos la economía circular, la

reutilización, la minimización de residuos y las prácticas de consumo sostenible, algo que no encontramos fácilmente en las grandes superficies (por mucho dinero que gasten en campañas verdes). Además, los comercios de barrio cuentan con más productos locales o cultivados y fabricados en la zona, apoyando también a los productores del medio rural y generando riqueza en los territorios próximos.

Sin embargo, en los últimos años ha disminuido a un nivel crítico la clientela del pequeño comercio, debido al auge de las grandes superficies que monopolizan la comercialización de productos básicos (alimentos, ropa, productos de limpieza y estética...) en los núcleos urbanos, y a las potentes plataformas de venta online.

Con sus potentes campañas publicitarias, fomentan un consumo irracional en la sociedad, generando falsas necesidades de consumo. Las personas nos vemos a veces indefensas ante el bombardeo publicitario, que incluso se disfraza en ocasiones de periodismo o estudios científicos, y que vienen a avalar la necesidad de tal consumo.

La publicidad y el marketing agresivo fomentan la mercantilización de la vida y la creencia de que todo es asequible a través de la compra. Así, sobre la base de la creación de necesidades que buscan una salida en el mercado, se promueve un modelo materialista que identifica el

consumo de bienes y servicios con la satisfacción de las personas, ligando los conceptos de felicidad y consumo en un mismo dogma.

Abanderando los precios más bajos y la posibilidad de comprar todo en un mismo lugar, las grandes superficies esconden la realidad detrás de todo ello. Precios injustos a sus proveedores, importación desde países lejanos donde el coste de producción es más bajo, erosionando así la economía nacional y regional. También deterioran el medio ambiente, fomentando el consumo de envases innecesarios y generando en su propia actividad toneladas de residuos y desperdicio alimentario. Los costes sociales y ecológicos son enormes en los lugares de producción, tales como precariedad laboral por medio de salarios mínimos y condiciones abusivas de trabajo, deforestación, contaminación...

Y es que las grandes marcas de supermercado suelen presentarse como generadoras de empleo, pero esta afirmación en muchas

ocasiones enmascara otra realidad; el uso de contratos precarios, salarios mínimos y duras condiciones de trabajo para los empleados. Por no hablar de la destrucción de todo el empleo que provoca el exterminar el comercio tradicional.

Además, el dinero que gastamos en las grandes superficies o grandes distribuidoras digitales no repercute positivamente en la economía local, sino que cae en los fondos privados de grandes empresas que acumulan una gigantesca riqueza que se traduce en mayor desigualdad económica. El presidente de Mercadona, sin ir más lejos, acumula la tercera riqueza más grande del país, con un capital de 4.100 millones de €. Amazon por su parte, facturó en el ejercicio de 2018, sólo en España, 365 millones de euros, donde tributa únicamente 4,4 millones. Estos beneficios suelen redundar en economías financieras o especulativas, y no en economía real. Quizás sea hora de pensar si queremos seguir engrosando sus arcas o dejar el dinero en nuestros barrios.

Llegados a este punto, dado que atravesamos una grave crisis económica, social, ecológica y política en la que a menudo las personas nos sentimos indefensas a merced de poderosos intereses de procedencia muchas veces desconocida, se hace tan imprescindible conocer toda la información recogida aquí. Ejercer como consumidoras/es conscientes y responsables es, a nuestro juicio, un deber ciudadano si queremos salir de esta crisis. Por todo ello, manifestamos que:

1

Rechazamos el consumismo insostenible y apostamos por un consumo más consciente que satisfaga nuestras necesidades de forma solidaria con otras personas y el planeta que habitamos. Este consumo consciente debe potenciarse desde las administraciones, organizaciones y consumidores. Se hace necesario acudir e impulsar a los comercios de barrio, talleres y bares, evitando en la medida que sea posible consumir en grandes superficies, grandes franquicias y macro plataformas de venta online.

2

Hacemos un llamamiento a los propios comerciantes, a las asociaciones empresariales del sector y a sus organizaciones profesionales y sindicales, para que promuevan medidas que contribuyan al apoyo mutuo y ejerzan presión colectiva ante las administraciones para proteger el pequeño comercio. Les pedimos que apuesten por su futuro con una visión responsable y solidaria: apoyando a las productoras y artesanos locales, mitigando el impacto ambiental de sus actividades, proporcionando a los clientes servicios y productos de calidad, desarrollando nuevas iniciativas de comercio justo, economía solidaria y apoyo a la producción agroecológica.

3

El fomento y la protección del empleo justo tiene que ser el pilar fundamental sobre el que se asiente cualquier proyecto político, lo cual pasa por apoyar a las pymes de manera real, con ayudas directas, que sean para todos y no generen competición entre los y las comerciantes.

4

Es prioritario concienciar y educar desde la escuela sobre los impactos que provoca el consumo, y ser conscientes de la constante incitación al consumismo mediante la publicidad y el control de nuestros intereses en internet y televisión. Por tanto, la educación debe concienciar sobre el consumo socialmente responsable y ecológicamente sostenible.

5

Hacemos un llamamiento a las administraciones públicas competentes, especialmente al Ayuntamiento de Burgos, a la Diputación Provincial y a la Junta de Castilla y León, para que apoyen de forma efectiva y real al pequeño comercio local. Exigimos que no se concedan más licencias de apertura a nuevos supermercados, que se fomente el consumo en el pequeño comercio, y que se proporcione ayuda técnica y facilidades financieras para la creación y mantenimiento de pequeñas empresas y autónomos. Que se ponga más esmero en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible fijados en la Agenda 2030, en este caso con especial atención a los de Trabajo decente y crecimiento económico, Reducción de las Desigualdades, Ciudades y Comunidades Sostenibles y Producción y Consumo Responsables.

6



Abogamos por una economía circular, que reduzca la generación de residuos y que pase por la reutilización, reparación, venta de artículos de segunda mano, apoyando los negocios que llevan a cabo estas prácticas y minimizando el consumo de bienes innecesarios.

Así pues, asumiendo el protagonismo crítico y responsable que como ciudadanas y ciudadanos nos corresponde, os pedimos que apoyéis al pequeño comercio de proximidad como elemento esencial de una economía más equitativa y sostenible, de unos barrios más vivos y unas ciudades a la medida de las personas.

Si quieres firmar y suscribirte a este manifiesto, escríbenos a comerciolocalizado@gmail.com o completa este [formulario](#).

Y si necesitas más información o cualquier duda que tengas, llámanos al **623 163 436**.

¡Siguenos en las redes sociales!

 @comerciolocalizado
 @comerciolocalizadoburgos

Comercio Local-Izado,
Burgos, el 14/12/2020

LISTADO DE ADHESIONES

COMERCIOS

Cafés Santa Rosa
La Estación de Bicicletas
La Figa ta Tía
Floristería Marisol
El Granero
GromEcon
Masala Natural
Mercería Cuezva
NOR Complementos y Detalles

ASOCIACIONES

Asociación Ábrego
Asociación Alimenta Merindades
Asociación de Comerciantes de Gamonal Zona G
Asociación Huerteco
Asociación para el Desarrollo y Creatividad
"AVATAR"

REDES Y PLATAFORMAS

DIGITALES

Plataforma Comercio Local-Izado
Mallata Blog

UNIVERSIDADES Y CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN

Oficina Verde de la Universidad de Burgos

PRODUCTORES Y PRODUCTORAS LOCALES

El Puchero de Villasur
Grupo de Consumo Raíces
La Huerta de Quintana

REDES Y ENTIDADES LOCALES DE ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL Y SOBERANÍA ALIMENTARIA

Fundación Oxígeno
La Asesoría Sostenible
OGEA Viveros Ecológicos