

Noticias

Se ha constituido el Consejo de Comercio, creado en 2008 e inactivo desde 2011

La participación ciudadana llega al sector comercial

Escuchar

02/07/2016

- Es un cauce vital de participación ciudadana ya que propicia la comunicación directa entre los interlocutores sociales, las organizaciones empresariales y asociaciones más representativas del sector comercial con implantación en el municipio de Madrid
- De carácter claramente transversal, está compuesto por representantes de distintas áreas municipales, sindicatos, asociaciones profesionales, además de CEIM, Cámara de Comercio y Madrid Foro Empresarial
- La directora general de Comercio y Emprendimiento, Concha Díaz de Villegas, ha insistido en la necesidad de estrechar la colaboración público-privada, fortalecer el tejido asociativo incorporar las nuevas tecnologías a las pymes del sector y luchar contra la competencia desleal

Creado en 2008 e inactivo desde 2011, el Consejo de Comercio de la Ciudad de Madrid ha retomado su actividad, como consecuencia del impulso que quiere darle el Gobierno municipal, a través de la Dirección General de Comercio y Emprendimiento, dependiente del Área de Equidad, Derechos Sociales y Empleo. Este órgano consultivo es un cauce vital de participación ciudadana en materia de comercio ya que propicia la comunicación directa entre los interlocutores sociales, las organizaciones empresariales y asociaciones más representativas del sector comercial con implantación en el municipio de Madrid.

De carácter claramente transversal, entre sus 23 miembros se encuentran representantes de distintas áreas municipales, –además de Equidad, están Cultura; Medio Ambiente y Movilidad; Desarrollo Urbano Sostenible; Portavoz, Coordinación Territorial y Asociaciones; Salud, Seguridad y Emergencias–, sindicatos; federaciones profesionales del ramo –Comercio Agrupado y Mercados de la Comunidad de Madrid o de Comerciantes Ambulantes de la Comunidad de Madrid–; asociaciones como “La Viña”, la de Distribuidores Autoservicios y Supermercados o la de Grandes Empresarios de Distribución; confederaciones de Comercio Especializado de Madrid y CEIM, además de los presidentes de la Cámara de Comercio de Madrid y de Madrid Foro Empresarial.

Objetivos, instrumentos, acciones

Para la directora general de Comercio y Emprendimiento, Concha Díaz de Villegas, “el Consejo tiene una importancia determinante en la dinamización y mejora del comercio madrileño, un sector clave en la economía de la ciudad”.

Desde esa perspectiva, Díaz de Villegas ha señalado como objetivos estratégicos la proyección y posicionamiento de Madrid como *ciudad de compras* y *capital de moda*, la modernización estructural y funcional de los mercados municipales, la puesta en valor de las zonas comerciales más relevantes y la potenciación de una red de áreas comerciales de referencia que favorezcan una oferta de proximidad multifocal que alcance a todos los distritos.

Lograrlo pasa por la colaboración público-privada, el fortalecimiento del tejido asociativo sectorial y territorial y otros agentes económicos; la incorporación definitiva de las nuevas tecnologías a las pymes del sector; la formación continua de empresarios y trabajadores y la lucha contra la competencia desleal.

Entre los instrumentos para conseguir esos fines, el Área de Equidad, a través de la Dirección Comercio, cuenta con una serie de instrumentos que van desde las líneas de subvenciones, hasta las acciones de comunicación institucional, web, redes sociales, pasando por actividades directas de dinamización o acuerdos de colaboración./
