

Más de 2.000 personas se han quedado sin trabajo en los últimos años en Aragón vinculados al sector del pequeño comercio. La fuerte competencia con las grandes superficies —Zaragoza es una de las ciudades con mayor superficie comercial de España— y la liberalización de horarios hacen imposible establecer una competencia real, en resumen, Goliat se come a David. Desde el sector defienden que las instituciones públicas tienen y deben apoyar a este ámbito económico que genera el 13% del PIB de esta Comunidad Autónoma. Mientras, los propietarios de pequeños negocios tienen que apostar por la renovación y la adecuación de sus establecimientos, adaptándose a unos tiempos en los que el consumo se ha frenado hasta límites insospechados

Jaque al pequeño comercio

■ **NURIA ASÍN GARCÍA**

A final del año 2008 Zaragoza capital contaba con 15.000 establecimientos del sector servicios. En ellos trabajaban 45.000 personas. Es un dato importante si se tiene en cuenta que en el cómputo general de España casi el mismo número de tiendas y locales comerciales —44.272— echaron la persiana en-

acuciante situación que vive este ámbito económico.

Simplemente dándose un paseo por el casco antiguo de la ciudad se contemplan múltiples carteles en los que son protagonistas las palabras traspaso, se alquila o se vende. En otros pone, liquidación por cese de negocio, o por reorientación del mismo. La crisis se ceba

A FINAL DEL AÑO 2008 ZARAGOZA CAPITAL CONTABA CON 15.000 ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS

tre dicho año y el siguiente. Son las últimas cifras oficiales que muestra el sector, ya que las relacionadas con los dos siguientes años no se han hecho públicas, quizá por la

en un sector en el que en 2003 en este país se sobrepasaba el millón de comercios abiertos. El hecho de no existir cifras oficiales sobre los dos peores años de la crisis —2010



y 2011— hace pensar que la caída real del consumo y el cierre de locales es más grave de lo que puede parecer. Solo en la capital aragonesa se han quedado sin trabajo más de 2.000 personas de este ámbito económico.

El cierre de negocios en Zaragoza ha sido especialmente significativo en el caso de locales destinados a comercio al por menor, es decir, lo que conocemos como pequeño comercio o comercio de proximidad. Son pequeñas tiendas de alimentos, ropa, papelerías, etc., en las que generalmente una familia lleva desde hace años las riendas del negocio, que suele pasar de padres a hijos, manteniéndose así de generación en generación. En los últimos años hemos



Muchos comercios han tenido que 'echar la persiana' al no poder afrontar la situación económica que vivimos.

Fotos: A Photo Agency

visto como cerraban en Zaragoza comercios emblemáticos, como la carnicería Montesa, fundada en 1896 e instalada desde 1920 en la plaza de San Felipe. 115 años la ha regentado la misma familia que ahora, por jubilación, tiene que cerrar sus puertas. No han encontrado el relevo que necesitaban, los tiempos no están como para hacer apuestas, más en un espacio de la ciudad que se ha visto afectado por las obras del tranvía, tal y como ha pasado en otros sectores comerciales de Zaragoza, como por ejemplo, el de Gran Vía, Independencia o Romareda.

Cierres simbólicos en la capital aragonesa también se han vivido en otros comercios que tienen ma-

yor entidad y número de trabajadores. La cadena de electrodomésticos Miró, la franquicia Pc City o la cadena de supermercados El Árbol (antes Galerías Primero), por citar algunos ejemplos, han dejado a

desde hace quince años, según la Federación de Empresarios del Comercio y Servicios de Zaragoza y Provincia (ECOS).

La revista Información Comercial Española (ICE), que edita el

SOLO EN LA CAPITAL ARAGONESA SE HAN QUEDADO SIN TRABAJO MÁS DE 2.000 PERSONAS

cientos de personas sin trabajo y sin opciones laborales, dado que la tasa de paro en España supera los 5 millones, casi 100.000 son aragoneses. Es algo insólito, puesto que la presentación de Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) en el comercio era algo que no sucedía

Ministerio de Industria, realiza anualmente un exhaustivo análisis de la distribución comercial en España. Actualmente, este medio indica que la repercusión en el tejido económico que tienen los establecimientos del sector ha caído —y sigue cayendo—, suponiendo ahora

un 25,9% del total, frente al 31,8% que representaba en el año 2000.

Dentro de esta apreciación, cabe destacar que la división del comercio al por menor es una de las más afectadas, dado que también era de las de mayor calado, especialmente, los negocios dedicados a artículos especializados (187.782 en España), seguidos de los de artículos de uso doméstico, que suponen un

EL COMERCIO ES UN SECTOR QUE GENERA EL 13% DEL PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB) DE ESTA COMUNIDAD AUTÓNOMA

11,8%, y comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas o tabacos, que representan el 11,1% del total. De todos ellos, habría que reseñar otro dato importante, que prácticamente la mitad del comercio minorista no posee ningún trabajador asalariado, por la particularidad de vínculos familiares que apuntábamos anteriormente.

PETICIÓN DE AYUDAS

Desde ECOS, en las abundantes notas de empresa que envían a medios de comunicación, se lleva pidiendo reiteradamente la ayuda de las instituciones públicas para salvar un sector que genera el 13% del Producto Interior Bruto (PIB) de esta Comunidad Autónoma. Además de ser uno de los principales focos generadores de empleo, ya que en Aragón, 90.000 personas trabajan en el ámbito comercial, 45.000 en Zaragoza capital.

Son medidas urgentes con las que se pretende incentivar el consumo, frenado, no solo por la crisis, sino también por otros condicionantes a los que se han visto sometidos los locales comerciales. Las obras del tranvía o las de la plaza Eduardo Ibarra, en la Romareda, éstas ya terminadas hace tiempo, han sido algunos de ellos. A estos elementos negativos se suman otros de gran calado: Zaragoza es una de las ciudades con más metros cuadrados de centro comercial





por habitante, tema del que luego hablaremos.

La crisis financiera y la falta de consumo han hecho analizar la situación real del sector, en el que hace falta un plan de choque para salvarlo. ECOS demanda, entre otras propuestas, más financiación para el sector, la reducción del tramo autonómico del Impuesto del IRPF para pymes comerciales, el incremento de las dotaciones para formación continua, la generalización de planes de ahorro energético para sus empresas y, especialmente, contar con el espaldarazo del sector público, dado que los comercios aportan valor añadido para la sociedad, además de calidad de vida, ya que el pequeño comercio es un elemento vertebrador del territorio. Así, permite articular un modelo de ciudad en el que es fácil comprar cualquier producto en poco metros, llegando a ellos a pie o con un desplazamiento cómodo, frente al modelo americano, donde priman las grandes superficies para las que es necesario coger el coche u otro medio de transporte alternativo.

Y hablando de transporte, los comerciantes se quejan especialmente de la implantación del tranvía por algunas zonas de la ciudad, ya que los trabajos han afectado a muchos establecimientos, además de porque las plazas de aparcamiento se han reducido, lo que repercute directamente en la movilidad del ciudadano.

LAS OBRAS DEL TRANVÍA HICIERON CAER LAS VENTAS HASTA UN 75% EN EL SECTOR COMERCIAL DE LA ROMAREDA

En este sentido, la Federación recuerda que los problemas de accesibilidad en el sector comercial de Romareda hicieron perder hasta un 75% de ventas cuando se realizaron las obras de la plaza Eduardo Ibarra y alrededores. Ahora, esta zona se ha vuelto a ver resentida al implantarse en ella el tranvía, aunque en este caso se han realizado cam-



Los comerciantes se quejan de que las obras del Tranvía paralizan sus negocios, como ya ocurrió en la primera fase.

pañas publicitarias y de dinamización que han ayudado en parte a paliar los efectos. Sectores como el del paseo Teruel o el balcón de San Lázaro han sido otros de los afectados por obras de diversa índole. Y todo, sin contar la fuerte crisis que

ha agravado más los resultados económicos del sector.

GRANDES SUPERFICIES

La apertura de una gran superficie supone una pérdida media de 276 puestos de trabajo y el cierre de

pequeños comercios en un radio de 12 kilómetros. Así lo confirma el informe editado por SETEM Aragón, asociación de consumo responsable, titulado "Pasen por caja". En él se hace un análisis exhaustivo sobre la incidencia que tienen en la

Suscríbase gratis a SIGLO XXI de ARAGÓN

Para ello, sólo tiene que enviar el siguiente formulario debidamente cumplimentado a:

"Siglo XXI de Aragón", Plaza del Pilar 16, 1º D · 50003 Zaragoza
o envía un e-mail con tus datos a: info@sigloxxidearagon.es

Nombre: Apellidos:

Dirección:

Localidad: Provincia: C.P.:

Teléfono: E-mail:

Ocupación:

Fecha: Firma:

Los datos personales recabados a través de este formulario serán incorporados a una base de datos cuya finalidad es la gestión de las suscripciones a la revista. El tratamiento de datos personales se realiza de acuerdo a lo estipulado en la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos Personales y conforme al reglamento aprobado por el RD 994/1999.

Soy suscriptor y no deseo seguir recibiendo Siglo XXI de Aragón.
Si no quiere seguir recibiendo esta revista marque la casilla y envíe este formulario con sus datos a la dirección o al e-mail arriba indicados.



En Zaragoza existen más de 396.000 metros cuadrados de superficie alquilable en grandes superficies.

economía real las grandes superficies, así como las condiciones laborales de los que trabajan en ella.

Zaragoza es una ciudad que sabe muy bien lo que es contar con una gran variedad de grandes superficies comerciales, ya que su tasa triplica a la de otras urbes españolas. Así, en los últimos años se han abierto espacios para el ocio y las compras como Plaza Imperial, Aragonia o Puerto Venecia, con el IKEA como santo y seña. A ellos se suman los clásicos Grancasa y el Centro Comercial Augusta, más otras superficies comerciales como el Corte Inglés, por citar algunos ejemplos. En total existen en la capital aragonesa más de 396.000 metros cuadrados de superficie alquilable dedicada a este fin

Sin embargo, según los datos oficiales, estos gigantes del comercio no viven solo de las compras del zaragozano, sino que son las personas que viven fuera de la capital aragonesa las que representan un porcentaje muy signifi-

cativo. Así, en el Centro Comercial Augusta suponen un 27% del total, en Plaza Imperial o Puerto Venecia un 20%, Grancasa se lleva el 10%, mientras que en Aragonia, la más nueva de estas superficies comerciales, se registran entre un 3 y 4%. Así, los datos muestran que miles de visitantes utilizan las grandes superficies para hacer sus compras, además de los mencionados. Son los grandes gigantes de la moda, la

ductos que vende desde hace años.

La liberalización de los horarios comerciales y la ampliación de los días de apertura del comercio en festivos hasta veintidós ha despertado el rechazo entre los propietarios de un pequeño comercio, quienes argumentan que si ya no pueden competir con las grandes superficies por su variedad, tampoco podrán hacerlo si ahora ofrecen sus servicios más horas.

LA APERTURA DE UNA GRAN SUPERFICIE EN UNA CIUDAD SUPONE UNA PÉRDIDA MEDIA DE 276 PUESTOS DE TRABAJO

restauración, el ocio, los electrodomésticos, los que brindan ofertas suculentas, porque su volumen de negocio es mayor que el del pequeño comercio, pero que, por contrapartida, pierde aspectos tan fundamentales como la cercanía que supone conocer al dependiente, la calidad del servicio y de los pro-

La Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA) ha advertido que esta liberalización producirá la destrucción de 25.000 empleos, dado que serán solo las grandes cadenas y superficies las que podrán ofertar la libertad horaria. Además, según esta agrupación, estos procesos implican un



A la situación financiera de los propios establecimientos se une el descenso del poder adquisitivo y la paralización del consumo familiar.

carácter propiamente precario y temporal de los trabajadores, basado solamente en el alargamiento de las jornadas laborales de los empleados que actualmente tienen, en unas condiciones económicas poco favorables, o en la contratación de personas a tiempo parcial, exclusivamente por unas horas y, por consiguiente, con unos salarios irrisorios.

ventas, estimado en un 7%, han mantenido el tipo. No obstante, han cerrado muchos de ellos.

Para impedirlo, en esta campaña navideña se han adelantado las rebajas, traducidas en grandes descuentos hasta que comenzara oficialmente el periodo calificado como tal. Ha sido la primera vez en Zaragoza que comenzaban antes de la campaña de Reyes para el

ce a diario el comercio regentado por inmigrantes. Los propietarios de establecimientos "made in Aragón" se quejan de las ayudas que recibe este colectivo. Son muchas, traducidas en rebajas fiscales y otras prebendas que hacen más fácil tutelar un comercio de estas características. Además, "la libertad horaria hace imposible poder competir con ellos. Abren muchas horas al día, algunos incluso 24 horas, y no les pasa nada. Yo no estoy en contra de estos comerciantes, todos nos tenemos que ganar la vida, pero que lo hagan con las mismas condiciones de higiene, inspecciones y seguridad con que yo regento mi negocio", explica la propietaria de un comercio de Conde Aranda, una de las zonas de la ciudad donde más establecimientos regentados por inmigrantes hay de la ciudad.

Estas peticiones, sumadas a la de los horarios y los festivos, son algunas de las que recien-

SE ADVIERTE QUE LA LIBERALIZACIÓN DE HORARIOS PRODUCIRÁ LA DESTRUCCIÓN DE 25.000 EMPLEOS

Con estos datos, y apoyándose en las cifras que periódicamente emite el Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre las grandes superficies, se desaprueba la medida. Porque en este último año, el gigante del comercio prácticamente no ha generado empleo, mientras que los comercios autónomos, aún con la crisis y sufriendo un descenso importante de las

pequeño comercio, pero los datos mostraban unas cifras tan negativas que tuvieron que adelantarse para fomentar las compras, aún en temporada navideña, una de las que hace unos años mostraban las cifras más positivas del sector, no solo en Aragón, sino en toda España.

Aunque descuentos de todo tipo y grandes gangas son las que ofre-



Los descuentos o rebajas cada vez son mayores y se hacen antes.

temente le han transmitido los profesionales del sector al consejero de Economía del Gobierno de Aragón, Francisco Bono, con el objetivo de que desde la administración pública se puedan aplicar medidas para paliar la sangría de cierres que vive el pequeño comercio, sector que representa el 25% del total de las empresas de

EL PEQUEÑO COMERCIO, SECTOR QUE REPRESENTA EL 25% DEL TOTAL DE LAS EMPRESAS DE ESTA COMUNIDAD AUTÓNOMA

esta Comunidad Autónoma. Entre estas medidas se incluyen fomentar la inversión dirigida al ahorro energético, la optimización de la actividad comercial y potenciar iniciativas encaminadas a dinamizar el consumo en Aragón con la puesta en marcha de acciones que favorezcan la promoción y la publicidad del sector comercial. Ése que tenemos debajo de nuestras casas, el cercano, el de siempre, pero que sin ayudas e incentivos, quizá ya nunca vuelva a ser el mismo. ■

el detalle



Renovarse o morir

NURIA ASÍN GARCÍA

La crisis que azota al pequeño comercio está patente en nuestra ciudad. Muchos locales no han podido aguantar las pérdidas económicas y han tenido que echar la persiana. En ocasiones, son sagas familiares las que tienen que cerrar el que ha sido el trabajo de toda su vida. La libertad horaria, el descenso del consumo y la fuerte competencia de las grandes superficies han hecho el resto.

Sin embargo, en tiempos de crisis hay que intentar agudizar el ingenio, buscar oportunidades entre las cosas negativas. El pequeño comercio debe renovarse o morir. Si ahora hay más días festivos y más libertad horaria, aprovéchese en su beneficio. Si la competencia es dura, haga de ella un elemento que diferencie su negocio. Porque el pequeño comercio, el que atiende a las personas —no a un cliente sin cara ni rostro— tiene ventajas que no tienen los macro centros comerciales.

De este modo, si un establecimiento se queda obsoleto puede recuperarse diversificando sus productos, pero siempre sin perder la identidad con la que se abrió en su origen, y sin perder la calidad que siempre ha ofrecido, hecho que es santo y seña de este tipo de negocios. La ciudad no sería la misma sin el comercio de proximidad, el que da color a cada uno de los barrios zaragozanos. De ahí, que las instituciones públicas deben ayudar a este sector que, a pesar de las dificultades, debe aprovecharlas y adaptarse a los malos tiempos para poder sobrevivir.