

# TEMA DEL DÍA

## El impacto de la venta electrónica

Páginas 2 y 3

CRISIS DE UNA ACTIVIDAD CLAVE DE LA ECONOMÍA ARAGONESA

# La venta por internet acelera la sangría del comercio aragonés

En los últimos diez años han desaparecido 4.694 empresarios autónomos y el declive prosigue

El sector reclama un rescate para impulsar su digitalización y que se incentive el relevo generacional

JORGE HERAS / RUBÉN TRIGO  
[jheras@aragon.elperiodico.com](mailto:jheras@aragon.elperiodico.com)  
ZARAGOZA

El pequeño comercio se está desangrando en Aragón a marchas forzadas. Los negocios cuyos ingresos provienen fundamentalmente de las tiendas físicas se encuentran en una encrucijada de difícil salida debido a los cambios en los hábitos de consumo y, fundamentalmente, al auge de las ventas por internet. El sector ha perdido 499 comerciantes autónomos en el último año, lo que supone una caída del 2,3%, al pasar de los 21.402 profesionales que tenía en julio del 2018 a los 20.903 del pasado mes, según datos de la Seguridad Social. La hemorragia de esta actividad en la última década –desde marzo del 2008– asciende a un recorte de 4.694 efectivos. Y todo apunta a que el desplome va a continuar.

Basta con observar la estampa que presentan algunas de las calles de compras más importantes de Zaragoza para hacerse una idea de la magnitud del problema, sobre todo en los barrios más tradicionales. Abundan los locales vacíos y los carteles de *se alquila*, incluso en localizaciones privilegiadas. En algunos casos, la rotación de negocios es constante debido a la elevada mortalidad que registran las tiendas más nuevas, a las que les cuesta encontrar su nicho en un mercado cada vez más dominado por grandes plataformas digitales como Amazon o Aliexpress, que acaparan un porcentaje creciente de las compras.

Otras negocios son víctimas de modas de consumo, como los establecimientos de cigarrillos electrónicos o de compraventa de oro, cuyo éxito suele ser pasajero. El *boom* ahora son los salones de manicura o los establecimientos de accesorios para el móvil.

La crítica situación que vive el comercio minorista –también conocido como *retail*– es fruto de la concatenación de varias crisis. La primera fue consecuencia directa de la recesión económica que vivió España tras el fin de la Expo, que provocó una fuerte

contracción del consumo. Entre los años 2009 y 2015 desaparecieron 1.600 comercios en la capital aragonesa, un ajuste que redundó en la pérdida de 6.000 empleos (autónomos y asalariados). Las tiendas de proximidad redujeron su espacio en 250.000 metros cuadrados de venta.

Las 100 calles comerciales más importantes de la ciudad llegaron a tener 2.000 locales vacíos, una cifra que apenas se ha revertido, según los estudios que llevan a cabo periódicamente el ayuntamiento y la patronal del comercio Ecos. Aunque el trance

fue generalizado, afectó de manera más severa a los barrios de Delicias, San José y Las Fuentes.

Tampoco se salvaron de la quema algunas grandes superficies, debido también a la competencia de Puerto Venecia, lo que ha dejado huérfanos algunas centros comerciales como Plaza Imperial, cuya viabilidad está en entredicho, o Augusta, donde apenas quedan tiendas abiertas en la galería que da acceso al hipermercado Carrefour.

A pesar de la recuperación de la economía y el incremento del consumo, el comercio de proximidad ha seguido sin levantar cabeza en los últimos años por las nuevas tendencias de compra. «Una parte importante del consumo se está yendo al comercio electrónico», asegura Vicente Gracia, secretario general de Ecos Zaragoza.

### El precio de los locales cae a su nivel más bajo

► El mercado de locales comerciales no pasa por su mejor momento en Aragón y eso se refleja en los precios, que se sitúan en estos momentos en el nivel más bajo de la serie estadística. El metro cuadrado alcanzó un valor de 927 euros entre enero y marzo del 2019, lo que supone un descenso del 1,45% respecto al trimestre precedente, y del 1,84% en relación al mismo periodo del año anterior. Esta caída es especialmente acentuada en Zaragoza, con una bajada interanual del 10%, hasta 1.001 euros por metro cuadrado.

► El auge del comercio electrónico y la deslocalización de la oferta de compra explican este declive, según el director del grupo de análisis del mercado inmobiliario de la Universidad de Zaragoza (Game-rin), Luis Fabra. A pesar de esta tendencia, la compraventa de locales comerciales volvió a crecer en el tercer trimestre tras un largo periodo a la baja. En concreto, se registraron 394 operaciones, un 44,85% más que en el trimestre anterior y un 7,36% por encima de la cifra de hace un año.

ADAPTARSE A LOS CAMBIOS // Paralelamente, apunta, se ha reducido la afluencia a las tienda físicas, a las que acuden cada vez más consumidores que antes se han informado por internet sobre los que van a comprar y dónde hacerlo. La digitalización del sector por tanto un reto del que nadie se libra. «El comercio de proximidad se tiene que adaptar a los cambios, que se están produciendo muy rápidamente. Estamos obligados a adaptarse a las nuevas circunstancias, que es lo que ha hecho el comercio toda la vida», recalca.

Ante este panorama, Ecos está tratando de actuar con una estrategia doble. Por un lado, poner en valor la tienda física, en cuestiones como la experiencia de compra y la prestación de servicios. Y por otra parte, ayudar a los profesionales del sector a dar el salto a la digitalización. «Internet es una amenaza pero puede suponer una gran oportunidad y hay múltiples casos de éxito de pequeñas tiendas que así lo demuestran», explica Gracia.

Al margen del impacto del comercio electrónico, desde Ecos lamentan que existe en estos momentos un «ambiente hostil» para los pequeños empresarios del



La mítica juguetería Trenexpres cerró recientemente.



Locales totalmente cerrados en la primera planta del Augusta.

comercio debido a un cúmulo de problemas, como son el encarecimiento de los costes de consumo (energía, telecomunicaciones...), el incremento de las cotizaciones sociales de las contrataciones, una «mayor presión fiscal que otras comunidades vecinas», recargo de equivalencia en el IVA en autónomos (pagan más que las grandes superficies) o la competencia desleal con la venta ilegal en la calle (top manta). «O las administraciones toman cartas en el asunto o este sector irá desapareciendo», sentencia Gracia.

POCO MARGEN DE MANIOBRA // «Con las grandes superficies y los gigantes de la venta por internet, el pequeño comercio tiene poco margen de maniobra. La competencia es atroz», remarca Álvaro Bajén, presidente de la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA) de Aragón. «Tras la crisis, los tipos actuales de comercios tienen poco valor añadido», lamenta, al tiempo que hace

hincapié en la falta de relevo generacional que se da con frecuencia. Este declive, advierte, está poniendo «en riesgo el tejido económico de los barrios de Zaragoza», donde la proliferación de locales vacíos «genera focos de marginación». Por todo ello, Bajén considera imprescindible una modernización del comercio tradicional, pero cree que va a ser «muy difícil si no se aplican las políticas concretas».

En este sentido, apuesta por que las tiendas físicas vendan sus productos en internet pero a través de «plataformas descentralizadas», como ocurre con Frescos Zaragoza, donde los propios detallistas controlan la aplicación sin que tengan que ceder su clientela a terceros.

También reclama al Gobierno que propicie las jubilaciones parciales de los comerciantes autónomos con un sistema similar al del contrato relevo para favorecer la sucesión empresarial de los negocios.

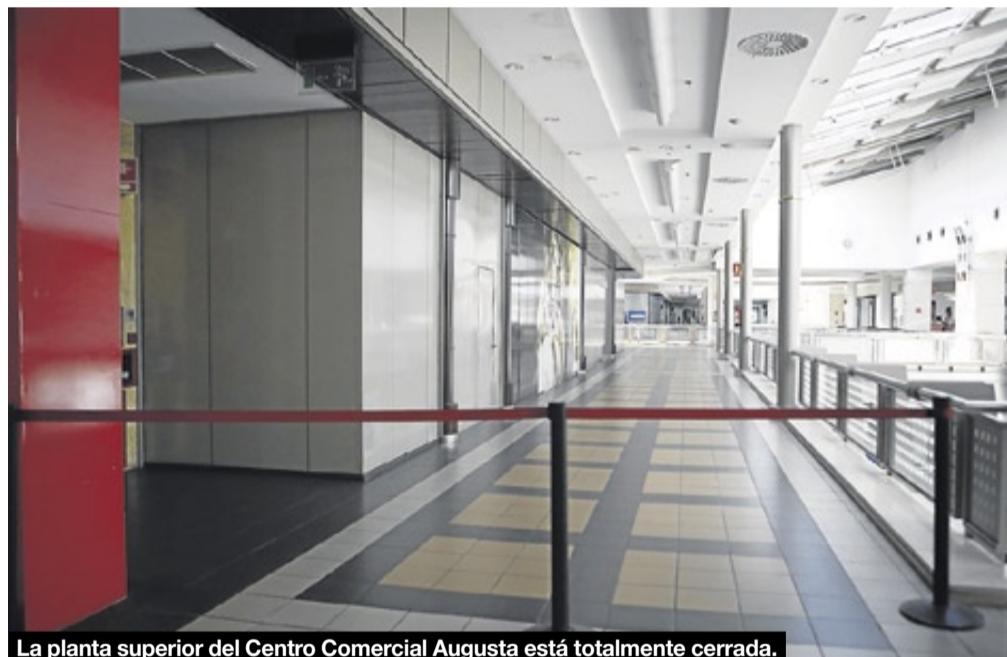


Ya puede instalar la APP de  
**El Periódico de Aragón**  
GRATIS EN APPLE STORE Y PLAY STORE



NURIA SOLER

María, empleada de la joyería Martin's, que atendió a este diario.



La planta superior del Centro Comercial Augusta está totalmente cerrada.

## la plataforma Zerca!

# El 'Amazon' local suma 500 tiendas adheridas

Para hacer del comercio electrónico una oportunidad en Aragón, ha surgido Zerca!, una nueva plataforma de venta *on line* centrada en la oferta de productos de comercios de proximidad en Zaragoza. Este proyecto, definido como el *Amazon* aragonés, está promovida por el centro de innovación en *retail* de Zaragoza (T-ZIR, entidad impulsada por Torre Village). En solo tres meses, desde su presentación en sociedad el pasado mayo, ha logrado la adhesión de alrededor de 500 establecimientos de la ciudad.

La iniciativa, pionera en la comunidad, ofrece al comercio tradicional la posibilidad de di-

gitalizar sus tiendas físicas, sin ningún tipo de inversión económica y de forma personalizada. El objetivo de la plataforma es lograr un comercio más competitivo, incentivando así la economía local. Zerca! prevé lanzarse al cliente final a finales de año, de forma que podrá visualizar el catálogo de productos de todos los establecimientos, realizar sus compras *on line* y recibir las en su domicilio o recogerlas en el propio comercio. La Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de Zaragoza y Provincia (Ecos) ha firmado recientemente un convenio de colaboración con la plataforma para su desarrollo.

La crisis del comercio minorista está siendo especialmente grave en el medio rural, donde el ocaso de esta actividad está siendo más acelerado si cabe. «Este sector es vital para luchar contra la despoblación. Es estratégico para la comunidad autónoma», destaca. La ley aragonesa del Trabajo Autónomo, que ha entrado en vigor recientemente, contempla medidas para paliar este desplome y el acuerdo cuatripartito firmado para la formación del nuevo Gobierno automático recoge el compromiso de dotar presuntamente dicha norma para ayudar al *retail* local.

Desde la federación nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA), su vicepresidente, Celia Ferrero, reclama un «rescate del comercio tradicional para ayudar a que se transforme», lo que pasaría por impulsar servicios de apoyo para ayudar a su digitalización y reconversión y planes para incentivar el relevo generacional. ≡

## OLEADAS DE CIERRES

# El 'retail' teme el hundimiento

Los pequeños comercios y algunas grandes superficies sufren por las compras por la red

R. TRIGO / J. H. P.  
eparagon@aragon.elperiodico.com  
ZARAGOZA

A muchos no les sonará el término *retail*, o les sonará a chino, pero no es una palabra procedente del léxico asiático, sino de los Estados Unidos. *Retail* significa pequeño comercio, y el resto del titular, pues ya lo intuyen. La venta *on line*, entre otros elementos, se ha convertido en uno de los grandes peligros para los pequeños comercios de las localidades, y ha provocado que muchos cierren. También, por supuesto, la aparición de los grandes centros comerciales acelera esta situación, sumando así un factor más a la encrucijada.

En el centro de Zaragoza es habitual encontrarse con pequeños comercios, pero en los últimos años hay que añadir a esa sintagma un participio: pequeños comercios cerrados. Así es el caso, entre otros muchos más, de la juguetería Trenexpreso, que estaba ubicada en la avenida de Fernando el Católico (aunque esta cerró por jubilación), la tienda de la cadena de ropa de la marca británica Superdry, situada en Paseo de la Constitución, y también el caso de la joyería Pérez de Mezquita, que se podía localizar en la calle Don Jaime I. Además de zapaterías como Querol o algunas tiendas de Disney.

Los mencionados establecimientos cierran no solo por el auge y la influencia de la venta *on line*, o de tiendas como Amazon o AliExpress, en las que se puede acceder a todo tipo de productos.

### El epicentro

Cuando se habla de tiendas cerradas en Zaragoza, a cualquier vecino se le viene en mente el centro comercial Augusta. En su día, el epicentro de las ventas comerciales en la capital aragonesa, eclipsado con el paso del tiempo por otros grandes centros comerciales como Plaza (también ha reducido su actividad), Intu Puerto Venecia, y ahora también el de GranCasa, en el Actur zaragozano.

La afluencia de clientes se ha reducido en gran cantidad, y los que acuden a este centro,

lo hacen para comprar en el Carrefour. «Los peores meses son febrero, agosto y noviembre, aunque a finales de agosto suele venir más gente por la vuelta al cole», manifestó la comerciante de la tienda de ropa infantil Mayoral. Además, añadió que pasa muy poca gente y que cuando se tiene todo hecho «te aburres». Continuó: «Con el cierre de los cines, el McDonald's y la planta de arriba, empezó el caos», y también afirmó que tuvo mucha influencia la llegada de los «monstruos de Plaza y Puerto Venecia».

### Las ventas 'on line'

«Las ventas *on line* afectan totalmente. Este año las navidades han sido de pena», expresó María, empleada de la joyería Martin's. Asimismo, señaló que la situación de falta de clientes se estaba notando más este año y que de normal en su tienda venden, y más sus productos,

## La oleada de cierres se produce tanto en tiendas tradicionales como en franquicias

«el oro quizás menos», pero últimamente, «la plata que se vendía, ahora cuesta un montón», subrayó María.

Además, la empleada de esta joyería que lleva muchos años en el Augusta lamentó que la situación se estaba notando «cada día más» y que como siga así el centro comercial «no podremos estar porque esto no da».

La ropa siempre es uno de los productos más demandados en estos grandes recintos, pero también se trata de una de las necesidades que los clientes pueden satisfacer a través de Internet, o bien en la propia tienda online de la cadena, o bien en las tiendas que se mencionaban anteriormente.

Y ahora, en el Augusta, estas tiendas son limitadas: «La gente pregunta por tiendas de ropa y, por ejemplo, para mujeres mayores no hay. Solo quedan para más jóvenes», remarcó María. ≡