



COMERCIO DE PROXIMIDAD Y EL OUTLET PIKOLÍN.

Desde la **FABZ** entendemos la promoción del comercio de proximidad imprescindible para los barrios de Zaragoza. Apostamos por un modelo de ciudad consolidada donde los usos de suelo no se reducen al residencial y que conlleven a barrios dormitorio. Apostamos por la multiplicidad de usos y, por tanto, también el comercial. El desarrollo del comercio de proximidad lleva aparejadas bondades medioambientales, al limitar largos desplazamientos que representan una fuerte carga contaminante y una mayor congestión del tráfico rodado. También fortalece la cohesión social y las buenas prácticas, frente a otras que enfatizan la cultura consumista. Y además ayuda al mantenimiento de la calle como espacio público, dotándole de seguridad.

En los barrios populares según el estudio municipal para el **Plan de apoyo al comercio de proximidad** la mayoría de su comercio presenta una forma jurídica de persona física, el régimen de tenencia más habitual del local es en alquiler, la superficie de venta resulta inferior a 75 m², el sistema de venta se centra en mostrador y cuenta con uno o dos trabajadores (incluido el titular) por negocio.

Tras la crisis económica de los últimos años, gran parte de los comerciantes no ha realizado inversiones y tampoco presentan intención de invertir en el futuro próximo. Y la mitad ha disminuido el personal contratado. Por tanto las medidas que desarrollarán a corto y medio plazo pasarán por el mantenimiento del establecimiento en circunstancias similares a las actuales. La edad media del colectivo en los barrios supera los 45 años y un porcentaje importante, el 15%, tienen intención de jubilarse. Casi el 80% de los comercios abrieron entre 1980- 1999 y únicamente una exigua cantidad desde 2010. Además el 99% de los comerciantes declaran una disminución de su facturación desde el inicio de la crisis. Lamentablemente desde 2009 cerraron más del 20% de los establecimientos.

En Zaragoza la ratio de superficie de grandes centros comerciales supera la media española (630m² por cada 1.000 habitantes), a lo que se añade que varios de dichos centros están en la actualidad en franco declive o con un gran porcentaje de su superficie desocupada.

Pese a todo lo expuesto algunos pretenden impulsar las grandes superficies comerciales en la periferia de la ciudad, vinculadas en muchas ocasiones a la insostenible cultura del ocio consumista. De hecho casi el 50% de los comerciantes de barrio han catalogado a este tipo de equipamientos la mayor amenaza para su supervivencia.

Por todo lo anterior, adoptamos las siguientes **RESOLUCIONES:**

- 1.-** Demandar al Gobierno de la Ciudad y a los grupos municipales medidas de apoyo al comercio de proximidad, a sus entidades asociativas y al movimiento vecinal que trabaja por unos barrios vivos.
- 2.-** Requerir al Gobierno de la Ciudad y a los grupos parlamentarios de las Cortes de Aragón para que adopten las medidas oportunas que imposibiliten la instalación de nuevas grandes superficies.
- 3.-** Instar al Gobierno de la Ciudad, de la Comunidad Autónoma y de la Nación la oposición a que con presupuestos públicos se financien infraestructuras y equipamientos ferroviarios, y de transporte público que beneficien directamente a una iniciativa privada como el posible outlet en los terrenos de la antigua fábrica de Pikolín.
- 4.-** Trasladar a los grupos municipales del Ayuntamiento de Zaragoza, a los grupos parlamentarios de la Cortes de Aragón y a la Diputación General de Aragón, la repulsa y oposición del movimiento vecinal a la instalación de un macrocentro comercial en los terrenos de la antigua fábrica de Pikolín, en tanto ataque al modelo de ciudad consolidada, a unos barrios vivos y al comercio de proximidad, y ser a su vez insostenible medioambientalmente.