



JOSE MARCO
Presidente del Gobierno de Aragón

DISTRIBUCION COMERCIAL EN ARAGON

El comercio en Aragón presenta unas cifras que obligan a la Administración autonómica a velar por él, tanto por la riqueza que genera como por las carencias detectadas en el Plan de Equipamiento Comercial, que sienta las bases para actuaciones futuras.

Zaragoza capital también ejerce en materia de comercio y distribución de polo de atracción para el resto de aragoneses. Según los últimos datos, 250.000 aragoneses se desplazan anualmente hasta la capital de la Comunidad para comprar bienes de consumo. El comercio mueve actualmente más de 100.000 millones de pesetas, lo que representa el 10% del valor añadido

bruto y una fuerza laboral de más de 40.000 personas, que inducen entre 80.000 y 100.000 empleos más.

La radiografía comercial de Aragón detecta la "macrocefalia" de Zaragoza ciudad, que dispone del 72% de la superficie comercial de la Comunidad en la oferta, mientras que el 28% restante se distribuye en el resto de los núcleos.

En total, Aragón tiene casi 30.000 establecimientos comerciales y 20.000 comerciantes. La casi totalidad de los comercios -el 95%- es de tipo tradicional. Casi la mitad no disponen de máquina registradora, tienen una antigüedad superior a los 15 años y desarrollan su actividad en establecimientos con una superficie inferior a los 25 m². En Aragón "tocamos" a 15 establecimientos por cada 1.000 habitantes, cifra superior a la media europea.

Todas estas cifras y referencias obligan, como indicaba al principio, a que la Administración se plantee una serie de acciones encaminadas, por una parte, a modernizar el sector para que su aportación a la riqueza regional aumente y, por otra, a ordenarlo para que todos tengan su oportunidad.

Un claro ejemplo de que la crisis también ha pasado factura en el sector ha sido la delicada situación arrastrada por DIGSA, una empresa de distribución nacional pero con especial incidencia en su base de operaciones, Zaragoza. Desde el Gobierno regional se han promovido las reuniones, encuentros y negociaciones necesarias para resolver el problema, e incluso se ha puesto sobre la mesa un aval de 1.000 millones de pesetas que, sin duda, fomentará una rápida solución.

En los últimos años, el sector comercial en Aragón ha registrado una pluralidad de actuaciones no coordinadas, y en cuanto a las materias relativas al consumo, la falta de un desarrollo normativo en defensa de los consumidores y usuarios aragoneses.

El Gobierno que me honro en presidir abordará, en el área de comercio, la promoción comercial de los productos aragoneses bajo un programa integrador de las actuaciones de la administración autonómica coordinado con el resto de las administraciones públicas, y en la ordenación del comercio interior el desarrollo de las actuaciones necesarias para modernizar las estructuras comerciales existentes en nuestra región e incentivar la formación e información de nuestros comerciantes aragoneses.

En el área del consumo y en defensa de los consumidores y usuarios aragoneses se trabaja en el desarrollo normativo necesario para ordenar la participación de asociaciones y consumidores mediante la Ley sobre el Estatuto del Consumidor de Aragón, sin olvidar aquellas actuaciones administrativas de inspección y control del mercado y formación e información a los consumidores.

Aragón afrontará en los próximos meses una serie de importantes acciones en materia de comercio. Pretendemos la reestructuración del sector mayorista de alimentación para alcanzar un nivel adecuado de competitividad y mantener la cuota de mercado de MERCAZARAGOZA, a cuyo fin está previsto convenir con dicha empresa y el Ayuntamiento de Zaragoza el correspondiente plan de reestructuración.

También aspiramos a desarrollar un programa de modernización y adecuación del comercio aragonés impulsando la reforma de los establecimientos comerciales tradicionales, por el incremento de superficies de venta, introducción de nuevas tecnologías que mejoren el servicio de los establecimientos, especialización en surtidos y desarrollo de los servicios añadidos, etc..., así como impulsar el asociacionismo comercial.

Otro proyecto importante es desarrollar un programa por el que adecuar los equipamientos de dotación comercial a las necesidades de la población con el apoyo e incentivación de nuevos establecimientos en zonas infradotadas, que el Plan General de Equipamientos Comerciales ha detectado como zonas de actuación pública comercial y municipios con incentivos al comercio local. Finalmente, se desarrollará un programa para incentivar en las zonas tradicionales de las ciudades, cascos antiguos, la apertura de establecimientos comerciales y la modernización de los ya existentes.

Para la puesta en marcha de estos proyectos está previsto el apoyo técnico y financiero mediante subvenciones no reintegrables y subsidiación de puntos de interés, así como establecer convenios de colaboración con las Corporaciones Locales para la realización de actuaciones conjuntas de urbanismo comercial. □