

La tienda y la amabilidad echan el cierre

La crisis ha destruido 40.000 comercios y avanza a un ritmo de 100 cierres de tiendas cada día. Semejante exterminio no sólo está dejando una estela considerable de paro y dificultades, sino que amenaza también un modelo de vida más social, más integrado con el vecindario y muy valioso sobre todo para los mayores.

La familia de Benita Galindo tenía dos colmados en Guadalajara. Han tenido que cerrar uno de los establecimientos y el otro lo mantienen abierto no porque sea rentable sino para poder pagar las deudas contraídas. “La gente no tiene dinero. Compra lo mínimo y cuando lo hace prefiere las grandes superficies por su mayor oferta”, se lamenta. Antonio Huerta tiene un pequeño local dedicado al material de oficina en la localidad sevillana de Marchena. Si las cosas no cambian calcula que su margen de aguante es de tan sólo seis meses más. “El consumidor ha dejado la tienda de barrio para los imprevistos”, explica.

Los problemas de Benita y Antonio no son casos aislados. Son dos ejemplos de un sector que atraviesa graves dificultades. (...). Consciente de esta situación, el Consejo de Ministros aprobó ayer un real decreto por el que se regula el apoyo financiero a la modernización y mejora del comercio interior, y que tendrá una dotación de 15 millones de euros en 2009 y 2010.

Los edificios que se levantan en los nuevos barrios de la periferia adolecen en la mayoría de los casos de espacios reservados en su planta baja para locales comerciales. Por su parte, en el centro de las ciudades la crisis ha empujado al cierre a establecimientos con gran solera. El comercio minorista todavía goza de una arraigada presencia en España, pero en las últimas décadas ha perdido peso en favor de las grandes superficies, situadas habitualmente en el extrarradio. Esta tendencia tiene consecuencias que trascienden lo económico y alcanzan aspectos sociológicos, urbanísticos o medioambientales. El pulso entre las tiendas de proximidad y los centros comerciales remite en definitiva a una pregunta de mayor calado: ¿qué modelo de sociedad queremos?

Uno de los impactos más evidentes de las transformaciones que está viviendo el consumo tiene que ver con las relaciones sociales que ha tejido el pequeño comercio en aquellos entornos donde se ha desarrollado. Si la presencia de estas tiendas se debilita se resentiría su capacidad vertebradora. “Estos establecimientos ejercen de lugar de encuentro. La ruta que se hace desde casa a la tienda sirve para encontrarnos con gente y contribuye a extender el concepto de hogar más allá de la propia vivienda”, según Paloma Gómez Crespo, profesora de Antropología de la Autónoma de Madrid. La prolongación de las jornadas de trabajo, el descenso de la natalidad, el aumento de los *singles* y la incorporación de la mujer al mundo laboral, entre otros aspectos, han obligado a buscar alternativas al concepto tradicional de ir de compras. Si a esto se le añade la proliferación de las grandes superficies y su presión para que los gobiernos y los ayuntamientos flexibilicen los horarios comerciales, el resultado es una transformación en los hábitos de consumo de los ciudadanos.

(...)Uno de los colectivos más perjudicados por esta situación es el de los ancianos. “Una sociedad más vieja necesita más comercios a pie de calle. Para las personas mayores es importante tener esas tiendas de proximidad, ya no sólo por sus problemas de movilidad, sino por su necesidad de conservar cierta vida social”, argumenta Paloma Gómez Crespo. Esta antropóloga destaca que es cada vez más común ver a ancianos en tiendas regentadas por inmigrantes, una tendencia que en su opinión aumentará. “El relevo generacional es un aspecto muy importante para los pequeños comercios, muchos de los cuales son negocios familiares. Esta actividad ya no resulta tan atractiva para las nuevas generaciones porque requiere dedicarle muchas horas de trabajo. Como sucede en otros sectores, allí donde los españoles dejan de cubrir una actividad se va abriendo hueco la población inmigrante, algo que, por otra parte, es muy enriquecedor”, explica.

DAVID FERNÁNDEZ | *El País* - 21/11/2009

Posibilidad de presentación oral

INTRODUCCIÓN

Artículo del diario español *El País* 21 de noviembre de 2009 – tema = los problemas del comercio minorista de proximidad con las consecuencias en el modo de vida de los urbanos.

SÍNTESIS

1) **¿Qué?** Muchos cierres de tiendas (100 al día) lo que provoca un cambio en la vida cotidiana de los ciudadanos

2) **¿causas?** Comercio minorista todavía muy arraigado en España, pero pierde terreno ante la gran distribución- Crisis económica – gente tiene menos dinero, privilegia las grandes superficies – dos ejemplos de comerciantes afectados. – nuevos edificios de los nuevos barrios carecen de planta baja comercial - prolongación de las jornadas de trabajo, el descenso de la natalidad, el aumento de los solteros y la incorporación de la mujer al mundo laboral, → buscar alternativas al comercio tradicional - proliferación de las grandes superficies - presión para que gobiernos y ayuntamientos flexibilicen los horarios comerciales (abrir el domingo)

3) **¿consecuencias?** Consejo de Ministros → apoyo financiero a la modernización y mejora del comercio interior (15 millones de euros en 2009 y 2010) - pequeño comercio en pérdida → relaciones sociales de barrio también - cambio de modelo de sociedad – colectivo más afectado (movilidad + relaciones sociales) : los ancianos—ser comerciante de proximidad menos interesante → no hay relevo generacional : inmigrantes recuperan estos comercios.

Pistas de COMENTARIO

1. **Una evolución de la sociedad española:** pequeño comercio todavía mucho más implantado que en Francia, implantación de super e hipermercados entre 15 y 20 años más tardío que en Francia – Grupo Carrefour en posición dominante, pionero de la gran distribución en España ya en los años 60 – 1968 : quiebra en dos meses del primer hipermercado español, muy poco popular en la época – España : país “exótico” hasta los 90, donde dominaban los pequeños autoservicios familiares y las pequeñas tiendas, luego evolución muy rápida – Hoy, los hipermercados Carrefour de España no difieren en nada de los de Francia (decoración, organización, productos).

2. **Los inmigrantes :** trabajos abandonados por los españoles cuando poco rentables o penosos → recuperados por magrebíes o latinoamericanos – introducción de nuevos productos, de nuevas costumbres vehiculados tanto por los trabajadores como por los comerciantes extranjeros – introducción del cuscús, del tajín etc. en la alimentación española -

Pistas de CONCLUSIÓN

Fenómeno actual : reconquista de los centros urbanos por los grupos de gran distribución bajo la forma de pequeños autoservicios de proximidad.

E.Besnard-Javaudin, lycée Chateaubriand, Rennes