

— ANÁLISIS RETROSPECTIVO · 2005 — 2025

La metamorfosis de una *capital comercial.* Veinte años de retail **en** **Valladolid.**

Una lectura con datos verificados de cómo el e-commerce, la economía circular entre particulares y la consolidación de las grandes plataformas han redibujado el tejido comercial de la ciudad — y qué queda por construir.

ESPAÑA

×7,4

CRECIMIENTO DEL
E-COMMERCE NACIONAL
2014 → 2024

GLOBAL

+47%

GMV ANUAL DE VINTED
EN 2025
(1.100 M€ INGRESOS)

VALLADOLID

46.000

PAQUETES/DÍA
HUB AMAZON VALLADOLID
(OPERATIVO DESDE 2021)

VALLADOLID

8,7 M€

RETORNO ACUMULADO
"TU BONO PRÓXIMO"
A COMERCIOS LOCALES

Método

Cómo se hizo *este informe*.

Transparencia metodológica para el comité: este documento combina investigación asistida por IA con validación humana y de modelos cruzados. No es una salida automática — cada cifra crítica ha pasado por una capa de contraste antes de llegar a estas páginas.

01 Análisis preliminar manual

Exploración inicial del tema y delimitación del alcance: qué fuerzas analizar (e-commerce, C2C, grandes plataformas) y qué horizonte temporal cubrir. **GEMINI PRO · MODO RÁPIDO**

02 Preparación de la investigación retrospectiva (20 años)

Diseño del prompt de investigación mediante metaprompting: estructuración de las preguntas, hipótesis y variables a documentar a lo largo de dos décadas. **GEMINI PRO · RAZONAMIENTO**

03 Investigación documental

Recopilación profunda de fuentes: censo comercial, datos del CNMC e INE, prensa institucional, planes municipales y series históricas del sector. **GEMINI PRO · DEEP RESEARCH**

04 Validación de resultados

Contraste de cada cifra crítica contra fuentes primarias (INE, CNMC, Ayuntamiento de Valladolid, Cámara de Comercio, prensa institucional), detección y corrección de errores de atribución, y triangulación de datos sin fuente directa. **CLAUDE**

05 Construcción de la presentación

Diseño del entregable con identidad de marca, gráficos interactivos y navegación, con ajustes detallados de secuencia y narrativa para la sesión del comité. **CLAUDE**

06 Revisión cruzada y peer review

Última pasada de control de calidad usando los dos modelos como revisores mutuos: Gemini audita el informe compuesto por Claude (consistencia interna de cifras, sesgos narrativos, omisiones argumentales) y Claude contrasta a su vez los hallazgos de la investigación previa de Gemini. La supervisión humana arbitra las discrepancias antes de cerrar el documento. **CLAUDE × GEMINI PRO**

**3,5
h**

Tiempo total de trabajo humano

Dirección técnica, arquitectura de contenidos, redacción de conclusiones, supervisión, criterio editorial y validación.

01

Sección

El terreno sobre el que ocurre todo: *menos ciudad*, más periferia.

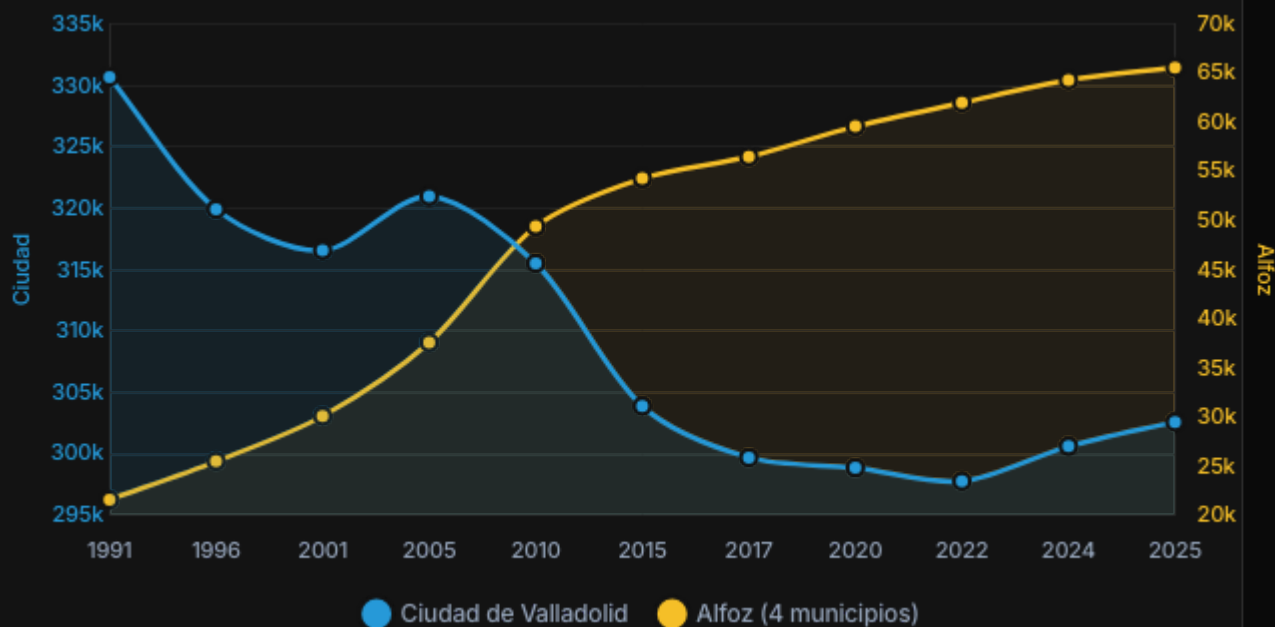
Antes de hablar de comercio conviene mirar el suelo demográfico y económico. La ciudad de Valladolid lleva tres décadas vaciándose hacia su área metropolitana, mientras la economía provincial dibuja el conocido arco de crisis y recuperación. Ambas fuerzas explican buena parte de lo que le pasa al comercio de proximidad.

La población de la **ciudad** de Valladolid ha seguido una trayectoria descendente de fondo: de **330.700 habitantes en 1991** a unos **303.905 en 2015** y un mínimo cercano a **299.700 en 2017**. Desde entonces hay un repunte —302.614 empadronados a 1 de enero de 2025— impulsado **casi exclusivamente por inmigración extranjera**, no por un retorno a la ciudad. La tendencia estructural no se ha revertido: se ha amortiguado.¹⁴

El motor de esa pérdida es conocido y está documentado por el propio Ayuntamiento: **el encarecimiento de la vivienda en la capital** y la falta de planeamiento urbano han generado un movimiento residencial centrífugo. Las parejas jóvenes compran en Laguna de Duero, Arroyo de la Encomienda, La Cistérniga o Zaratán. El resultado: la ciudad y sus municipios-dormitorio concentran ya cerca del **77% de la población provincial**, pero el gasto de esas familias se reparte entre la ciudad donde duermen y la ciudad donde trabajan.¹⁴

La *tijera*: tres décadas de vaciamiento urbano frente a la explosión demográfica del alfoz (×3 desde 1991).

FUENTE: INE · PADRÓN MUNICIPAL · CIUDAD DE VALLADOLID Y MUNICIPIOS DEL ALFOZ (ARROYO DE LA ENCOMIENDA, LAGUNA DE DUERO, ZARATÁN, LA CISTÉRNIGA)



-8,5%

POBLACIÓN URBANA
1991 → 2025 (ciudad)

47,9

EDAD MEDIA (AÑOS)
+1 año en un lustro

×3

POBLACIÓN DEL ALFOZ
21,6k (1991) → 65,6k (2025)

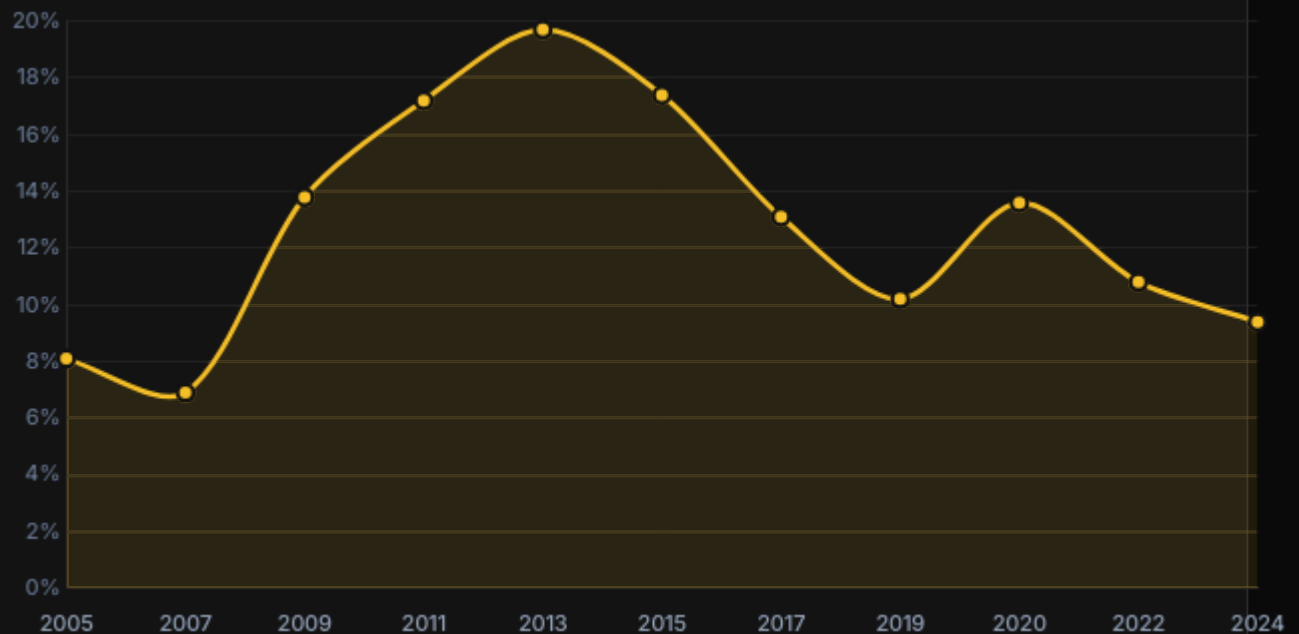
~9%

EMPADRONADOS NACIDOS
fuera de España (2022)

En el plano **económico** —y aquí el dato deja de ser municipal: solo existe a escala provincial— el arco es el de toda España, pero conviene tenerlo presente porque **marca el ritmo de los cinco hitos que se detallan a continuación**. La tasa de paro provincial pasó de un **mínimo del 6,9% en 2007** a un **19,7% en 2013** con la crisis financiera; se recuperó gradualmente hasta 2020, sufrió el shock de la pandemia y se reactivó después. El PIB per cápita provincial se sitúa en torno a los **31.300 €** en los últimos datos, por encima de la media de Castilla y León.¹⁵

El arco de la crisis: *casi se triplica* entre 2007 y 2013.

FUENTE: INE / EPA · % POBLACIÓN ACTIVA · PROVINCIAL



AUDITORÍA

Nota metodológica sobre el ámbito territorial

No todos estos datos miden lo mismo, y mezclarlos sería un error. La **demografía** está disponible a escala de **ciudad** (padrón municipal del INE). Los indicadores **económicos** (PIB, paro, renta) **solo se publican a escala provincial**: no existe serie oficial de PIB ni paro para el municipio de Valladolid, por lo que se usa el dato provincial como aproximación al marco económico. Además, las cifras de población varían según se use el **padrón** (empadronados) o el **censo** (residentes), y según se mida la ciudad o su área metropolitana funcional (~400.000 hab.). Las cifras de este informe se refieren al municipio salvo indicación expresa.

02

Sección

Cinco hitos que *partieron en dos* la historia comercial reciente.

Veinte años de transformación condensados en cinco fechas. Cada una marcó un antes y un después medible.

2008 **Crisis financiera global**

Fin del ciclo expansivo. Primera caída significativa en el número de licencias comerciales, especialmente en sectores ligados a la construcción y el equipamiento del hogar. Comienza la presión sobre las rentas de calle.

2012 **Apertura de Río Shopping**

20 de septiembre. Centro anclado por IKEA con 118 tiendas y 100.700 m². Reordena el flujo peatonal de la provincia y obliga al retail del centro a especializarse hacia el segmento premium y el turismo de compras.

2015 **Despliegue masivo de fibra óptica + irrupción de Vinted/Wallapop**

La conectividad deja de ser un cuello de botella. Wallapop (España, 2013) y Vinted (expansión internacional desde 2014) abren el frente C2C, que en una década pasará de marginal a estructural.

2020 **Pandemia de COVID-19**

Acelerador definitivo de la digitalización forzosa. El comercio de proximidad adopta venta online, WhatsApp Business y reserva previa en cuestión de semanas. El e-commerce nacional pasa de 12.800 M€ (T3-2020) a más de 29.000 M€ por trimestre cinco años después.

2021 **Inauguración del hub de Amazon**

Noviembre de 2021. Primer centro logístico de Amazon en Castilla y León. Profesionaliza la última milla y establece un nuevo estándar de inmediatez (entrega en el mismo día) que tensiona el modelo operativo del pequeño comercio.

03

Sección

El comercio electrónico se *multiplicó por siete* en una década.

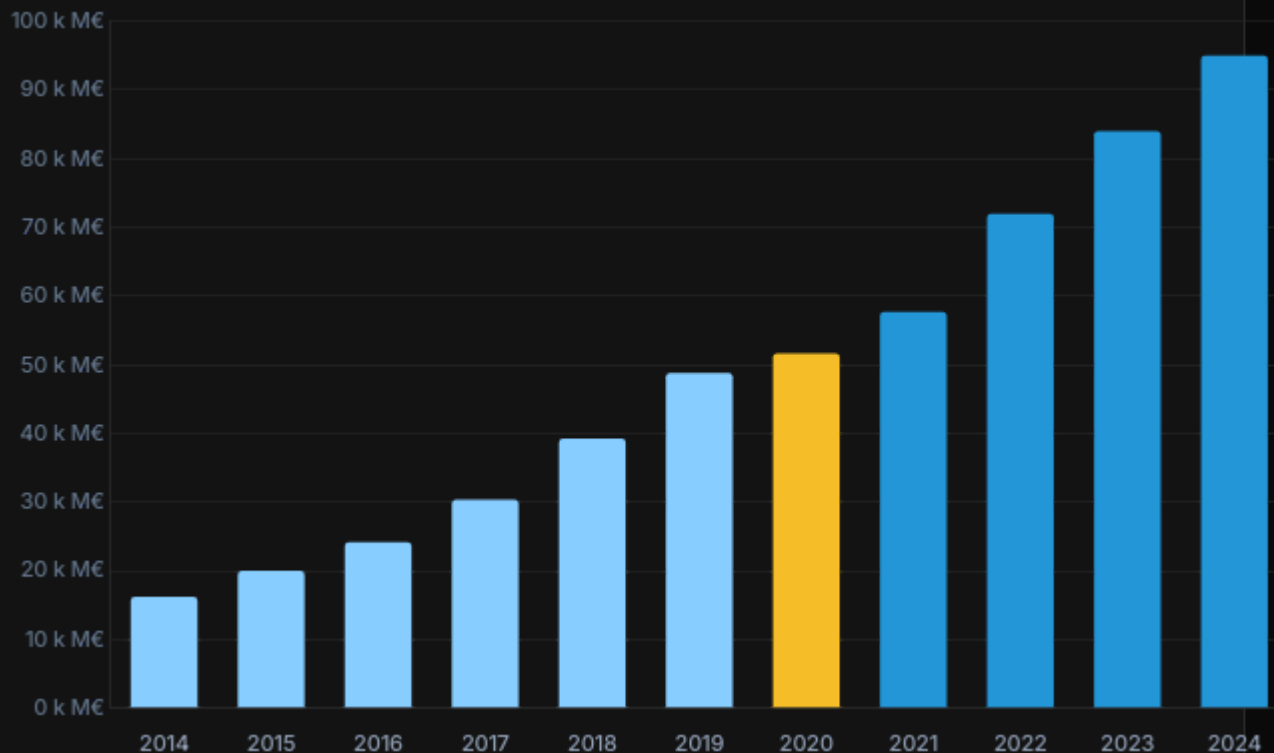
No fue una transición, fue una sustitución parcial. La facturación nacional pasó de poco más de 12.800 M€ en 2014 a 95.000 M€ en 2024, con un saldo neto exterior cada vez más negativo: España compra fuera mucho más de lo que vende fuera.

El CNMC reporta para el **cierre de 2024 una facturación récord de 95.000 M€** en comercio electrónico, con un crecimiento del **+13,1%** interanual.¹ En el segundo trimestre de 2025 ya se rozaron los **28.346 M€ en un solo trimestre** — más que toda la facturación anual de 2014. La pendiente no se está aplanando: el primer trimestre de 2025 creció un **+18,2%**, el segundo un **+22,6%** y el tercero un **+19,3%**.¹

El dato relevante para Valladolid no es ese, sino su composición geográfica: el **53,4% del gasto online desde España va al exterior** (CNMC, T3-2025), con la UE como destino del 94,4% de esas compras transfronterizas.¹ Cada euro que sale por esa puerta deja de circular por el comercio local.

El salto del 2020 marcó *el punto de no retorno* — y desde entonces sigue acelerando.

FUENTE: CNMC · DATOS EN M€



53,4%

DEL GASTO ONLINE SALE FUERA
de España (CNMC, T3-2025)

94,4%

DE ESAS COMPRAS AL EXTERIOR
tienen destino UE

+19,3%

CRECIMIENTO INTERANUAL
T3-2025 vs T3-2024

508 M

TRANSACCIONES / TRIMESTRE
+14,8% interanual

04

Sección

La economía *entre particulares* dejó de ser marginal.

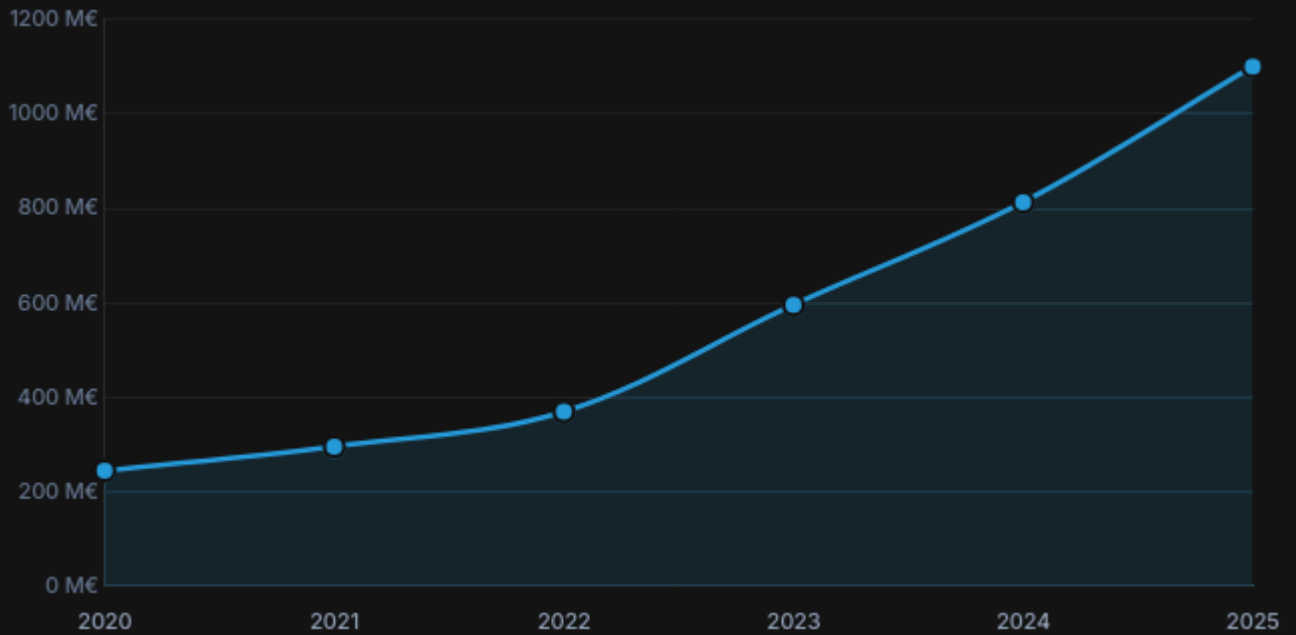
Vinted facturó 1.100 M€ en 2025 (+38%) y movió un GMV de 10.800 M€ (+47%) — una plataforma que en 2008 era un foro lituano de intercambio de ropa hoy tiene más usuarios mensuales activos en Europa que Zara, H&M o Shein. Y eso es solo una de las plataformas.

El INE reporta que en 2022, ya **el 18,1% de los compradores online compró directamente a particulares**, frente al 15,1% del año anterior.² La tendencia se ha acelerado: la directiva europea DAC7, vigente en España desde enero de 2024, obliga a Wallapop, Vinted, eBay y Milanuncios a comunicar a Hacienda las transacciones por encima de **30 operaciones / 2.000 € anuales** — un umbral que indica el tamaño que ha alcanzado el mercado.³

Para el comercio físico local, este flujo es la **fuga de gasto más difícil de medir**: no aparece en la facturación de Inditex ni de El Corte Inglés, pero según el propio informe de impacto de Vinted, el **53% de sus miembros declara estar gastando menos en moda primaria** desde que compra en la plataforma.⁴ El armario propio se ha convertido en un activo monetizable.

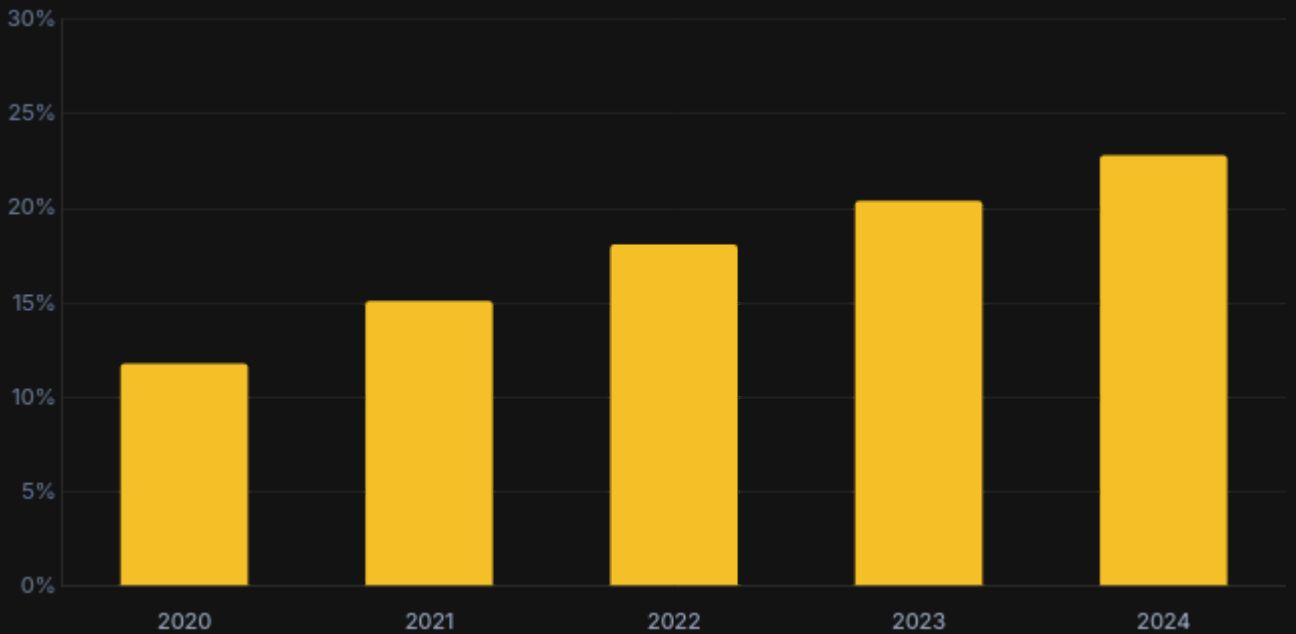
De foro nicho a *plataforma generalista*.

M€ · FASHIONNETWORK / VINTED



% compradores que *compran a particulares*

INE TICH · ESPAÑA



"El 53% de los miembros de Vinted declara haber reducido su gasto en moda primaria desde que compra en la plataforma. La fuga de gasto del retail tradicional no se ve en las facturas — se ve en la *desaparición silenciosa del segundo carro de compra.*"

VINTED IMPACT REPORT, 2024 ⁴

05

Sección

Valladolid es ya un **hub logístico regional** — para mejor y para peor.

La estación de Amazon en Pinar de Jalón, operativa desde 2021, redefinió el estándar de inmediatez para toda Castilla y León. Lo que era una ventaja competitiva del comercio físico (la inmediatez) se ha convertido en territorio disputado.

<p>4,7 ha</p> <p>SUPERFICIE DEL CENTRO</p> <p>5.800 m² edificados</p>	<p>3,5 M€</p> <p>IMPORTE DEL SUELO</p> <p>comprado al Ayuntamiento</p>
<p>46.000</p> <p>PAQUETES/DÍA</p> <p>capacidad de procesamiento</p>	<p>310</p> <p>EMPLEOS GENERADOS</p> <p>60 directos + 250 reparto local</p>

La estación logística opera con **429 plazas de furgonetas de reparto**, de las cuales 45 son ya eléctricas, con 118 puntos de recarga.⁵ No es solo un centro de almacenamiento: es un **nodo de última milla** que profesionaliza la entrega en toda la comunidad autónoma y que ha elevado las expectativas del consumidor vallisoletano hasta la entrega en el mismo día.

Conviene recordar que **la última milla concentra hasta el 53% de los costes logísticos totales** de un envío e-commerce⁶ — y que el comercio local de barrio no tiene economías de escala para competir en ese frente sin agregarse. La oportunidad: **programas como "Amazon Despega"** ya han permitido que pymes de cosmética orgánica y agroalimentación de la región exporten al resto de Europa a través del hub.⁷

*Nota para el comité: este dato puede leerse en aparente contradicción con la sección anterior, donde se subraya que **el 53,4% del gasto online sale de España al exterior**. No lo es. El hub de Pinar de Jalón **mueve cajas localmente** —genera 310 empleos de reparto y profesionaliza la última milla en la comunidad— pero **el flujo financiero de cada compra realizada en la plataforma sigue la lógica transfronteriza del e-commerce global**. Amazon actúa como catalizador logístico local de un gasto que, en términos fiscales y de circulación económica, abandona el tejido de la ciudad.*

06

Sección

Río Shopping reordenó el mapa de *flujo peatonal* de la provincia.

Desde su apertura en septiembre de 2012, Río Shopping ha recibido más de 25 millones de visitas en los primeros cuatro años y hoy supera los 8 millones anuales. El 30% procede de fuera de Castilla y León — un volumen comparable al de un destino turístico secundario.

El centro, propiedad de Ingka Centres (grupo IKEA), trajo a Valladolid marcas que no estaban presentes en la ciudad: Primark, Apple, Fnac, Levi's. Su ampliación de 2024 supuso una inversión adicional de **17,5 M€** y 6.000 m² nuevos, con una clara apuesta por la zona gastronómica y de ocio: la lógica ya no es traer producto que no se consigue, sino retener al consumidor con una experiencia que la calle no puede replicar.⁸

El centro comercial tradicional Vallsur, mientras tanto, ha tenido que **reinventarse mediante reformas profundas entre 2022 y 2024** hacia ocio y restauración.⁹ Y el comercio de calle del casco histórico ha respondido con peatonalización, señalización y eventos: un esfuerzo legítimo, pero con un techo claro.

FACTOR DE COMPETENCIA	COMERCIO DE PROXIMIDAD	GRAN SUPERFICIE (RÍO / VALLSUR)
VALOR DIFERENCIAL	Trato personalizado, prescripción, identidad de barrio	Variedad de oferta, parking gratuito, mix ocio + compra
DIGITALIZACIÓN	Click & Collect en ~39% de los comercios (2025)	Omnicanal integrado nativamente
LOGÍSTICA ÚLTIMA MILLA	Capacidad limitada, sin red propia de reparto	Conexión con grandes operadores y entrega same-day
HUELLA AMBIENTAL	Baja (compras a pie, cadena corta)	Alta (desplazamiento en coche, mix logístico)

FACTOR DE COMPETENCIA	COMERCIO DE PROXIMIDAD	GRAN SUPERFICIE (RÍO / VALLSUR)
HORARIOS	Rígidos, con cierre al mediodía	Flexibles (10:00 – 22:00, domingos puntuales)
RELEVO GENERACIONAL	Crítico — ~19% de continuidad garantizada (2017)	No aplica (corporativo)

07

Sección

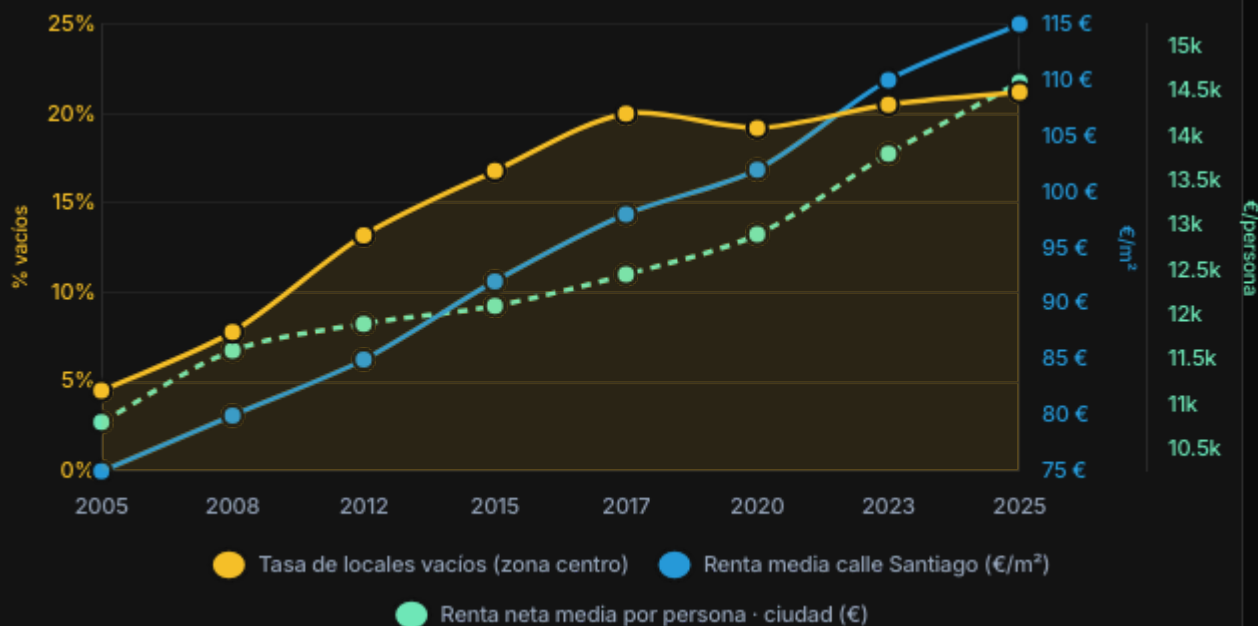
El vacío comercial no es uniforme — es *quirúrgicamente desigual*.

Mientras la calle Santiago aguanta a costa de gentrificarse (rentas premium que solo soportan grandes cadenas), los barrios periféricos como Pajarillos y Delicias acumulan locales cerrados que el Ayuntamiento empieza a reconvertir en vivienda.

VACÍOS · ALQUILER · RENTA — CRUCE DE TRES FUERZAS EN EL CENTRO

Más *huecos*, alquiler al alza y una renta que solo despega tarde.

VACÍOS Y €/M²: AVADECO + TENDENCIA (PDTE. VALIDACIÓN) · RENTA/PERSONA: INE · ATLAS ADRH (CIUDAD) · CLIC EN LA LEYENDA PARA AISLAR SERIES



El gráfico cruza tres fuerzas que actúan a la vez sobre el centro. Mientras la tasa de locales vacíos se multiplica por cinco entre 2005 y 2025, el **alquiler de calle Santiago** sigue subiendo —el centro se encarece aunque se vacíe, la lógica de la gentrificación comercial— y la **renta neta por persona** de la ciudad permanece **casi plana durante toda la década de la crisis** (2008–2017) y solo despega de forma clara a partir de 2020. La conclusión incómoda: el comercio de proximidad afrontó rentas al alza con clientes cuya capacidad de gasto no creció. No fue solo competencia online; fue una tenaza.¹⁶

El Plan Municipal de Vivienda y Suelo 2026–2030, presentado en abril de 2026, contempla **92 M€ de inversión** para movilizar 4.000 nuevas viviendas.¹⁰ Conviene precisar lo que el debate público a veces confunde: **de esas 4.000 viviendas, solo 13 provienen inicialmente de la transformación de locales comerciales municipales** (cuatro inmuebles diagnosticados). El resto es nueva construcción y compra de segunda mano.¹⁰

Aun así, el síntoma es claro: que el Ayuntamiento haya abierto la puerta a convertir bajos comerciales en pisos —con un primer lote de **8 locales adicionales a transformar en 13 viviendas protegidas** (licitación de mayo 2026)— marca un cambio cualitativo en la lectura municipal del sector.¹¹ No se ve ya el local vacío como una oportunidad de retorno comercial, sino como un activo a reasignar.

Conviene añadir un matiz que el cruce de cifras agregadas no captura por sí solo: la desertificación del centro **no es solo ausencia, es también sustitución**. El TFG de Jaime Pérez Vidal (Facultad de Comercio de la UVa, tutorizado por su decano José Antonio Salvador Insúa y vinculado a la Cátedra de Innovación para el Comercio)¹⁷ aporta la radiografía cuantitativa más completa disponible hoy del centro: cerca de **3.000 comercios** observados directamente entre 2018 y 2025 en la zona de bajas emisiones y Paseo Zorrilla, con comparación sobre Google Street View 2018. Las cifras son inequívocas: los locales vacíos pasaron de **528 a 693 (+31%)**, los comercios locales cayeron de **883 a 685** (pérdida neta de 198), y las franquicias **se mantuvieron estables (239 → 236)**. En el mismo periodo cerraron 164 comercios locales por cada 15 franquicias, y **350 locales acumulan siete años vacíos sin actividad alguna**.¹⁷

El estudio cuantifica además la brecha digital que el comercio local arrastra: el **50% de las pymes** tiene página web frente al 94% de las franquicias; la venta online supone el 26% de actividad en el local independiente frente al 71% en la franquicia.¹⁷ Es la evidencia empírica de lo que la sección 08 plantea como hipótesis estructural: **el problema no es de digitalización individual, es de escala compartida**. El propio TFG propone un plan operativo ("LOKAL") —red unificada con sello de antigüedad cromático, lockers para comercio local, app de fidelización tipo Glovo, "Mid Season Sale" coordinada— que coincide en lo esencial con la dirección de esta sección y que el comité, con su autor académico en la mesa, está en mejor posición que nadie para discutir.

08

Sección

Lo que cada actor tiene *a su alcance*.

Los datos de las secciones anteriores describen una transformación que afecta a tres actores con márgenes de maniobra muy distintos. Esta sección traduce el diagnóstico a implicaciones y acciones concretas para cada uno de ellos, sin pretender agotar la agenda: son los puntos donde el informe tiene cosas claras que decir.

A

Para el consumidor vallisoletano

El dato y por qué importa

El 53,4% del gasto online que sale de España al exterior **no es un dato estadístico abstracto**: es la suma de decisiones individuales de compra. Cuando un armario se convierte en activo monetizable (Vinted: 53% de miembros gasta menos en moda primaria⁴) y la inmediatez de Amazon se asume como estándar, el cierre de la tienda del barrio deja de parecer una consecuencia y empieza a parecer un destino.

No lo es: la tasa de vacíos del centro creció **x5 en veinte años** en paralelo a rentas al alza y a una renta neta por persona que apenas se movió hasta 2020. Esa tenaza la sostiene, en último término, dónde se decide gastar.

Qué está al alcance

- Asumir que **cada compra es una asignación de capital local**: un porcentaje sobre el gasto mensual reservado a comercio de proximidad pesa más que cualquier campaña institucional.
- Usar los **bonos municipales** (Tu Bono Próximo: 8,7 M€ de retorno acumulado, 700 establecimientos¹²) como mecanismo de retorno fiscal indirecto.
- Diferenciar **compra impulsiva online** (donde Amazon gana) de **compra de criterio** (donde la prescripción humana del comercio local sigue siendo superior): ropa técnica, regalo informado, alimentación de calidad.
- Reconocer el **coste oculto del C2C**: la transacción Vinted desplaza ingresos del retail local sin generar IVA, sin sostener empleo de barrio y, a partir de DAC7, con efectos fiscales propios.³

B

Para el pequeño comercio y sus asociaciones

El dato y por qué importa

El diagnóstico es duro pero claro: la digitalización individual no basta. El 39% de los comercios ya integra Click & Collect¹³ y aun así la cuota de mercado del retail físico sigue cediendo, porque **el problema no es la herramienta sino la escala.**

Compite una tienda contra un marketplace que concentra el 53% del coste logístico en la última milla⁶ y lo amortiza con volumen. El **~19% de relevo generacional garantizado** añade urgencia: sin agregación, la salida demográfica del sector se acelerará en la próxima década.

Qué está al alcance

- **Federarse para la última milla:** una red de puntos de recogida por barrio operada en común es más viable que cualquier inversión individual en logística propia.
- **Salir del marketplace mental:** no compiten en catálogo ni en precio con Amazon; compiten en **criterio, identidad y proximidad relacional.** Las asociaciones (AVADECO y equivalentes) deberían financiar formación de personal de tienda como prescriptor experto antes que más anuncios.
- **Aprovechar "Amazon Despega" sin ingenuidad:** el programa⁷ permite exportar producto local a Europa usando la infraestructura del hub. Útil para productos con marca y margen; no para reventa genérica.
- **Vincularse a la zona, no solo al local:** en un mapa con centro encarecido y periferia vaciada, el barrio es la unidad competitiva, no la calle. Las asociaciones de barrio (Pajarillos, Delicias) necesitan tanto apoyo técnico como las del centro.
- **Plantear el bajo vacío como activo en mesa:** antes de que se reconvierta a vivienda, las asociaciones tienen una ventana —corta— para proponer usos mixtos comerciales (showrooms federados, Click & Collect compartido).

C

Para las entidades públicas

El dato y por qué importa

El Ayuntamiento ha pasado, en pocos años, de tratar el local vacío como problema comercial a tratarlo como **activo a reasignar** (Plan de Vivienda 2026–2030: 13 viviendas iniciales desde cuatro inmuebles, licitación de mayo 2026 con 8 locales más).^{10 11} Es una lectura razonable, pero implica una decisión que conviene hacer explícita: **el local que se convierte en piso ya no vuelve al circuito comercial.**

En paralelo, "Tu Bono Próximo" demuestra que el subsidio directo al consumo local funciona (8,7 M€ de retorno, ~30.000 usuarios). La pregunta abierta es si el siguiente paso es más estímulo al consumo o **infraestructura compartida** que reduzca el coste estructural del pequeño comercio.

Qué está al alcance

- **Decidir la conversión local → vivienda con criterio espacial**, no caso a caso: priorizar bajos en barrios saturados de oferta comercial y proteger los de zonas con tejido aún viable.
- **Pasar del bono al stack**: complementar "Tu Bono Próximo" con infraestructura de uso común para el comercio. El caso de uso paradigmático es un **Click & Collect consolidado entre varios comercios del centro**: el consumidor compra en cinco tiendas distintas y las recibe en una sola entrega de última milla o las recoge en un único punto. Esa capa operativa común es lo que ningún comerciante individual puede financiar y lo que ninguna asociación monta sola.
- **Tratar la fuga al exterior como política fiscal**: el 53,4% del gasto online que cruza fronteras¹ es una fuga de IVA local. Justifica destinar partidas presupuestarias específicas, no solo a promocionar comercio local, sino a financiar la **capa operativa común** que hoy no existe.
- **Integrar a los municipios del alfoz**: si el 77% de la población provincial vive entre la ciudad y su corona (Arroyo de la Encomienda, Laguna de Duero, Zaratán, La Cistérniga), las herramientas que se quedan en el límite municipal —incluyendo "Tu Bono Próximo"— pierden de entrada un tercio de su público potencial. El paso natural es una **mancomunidad o consorcio de comercio minorista** que unifique campañas de fidelización en todo el área funcional, evitando la canibalización mutua entre municipios vecinos.
- **Mantener la transparencia metodológica**: las decisiones públicas que se sostienen en datos cotejados —fuentes citadas, supuestos explícitos, márgenes de incertidumbre reconocidos— envejecen mejor que las que dependen de cifras de autoridad sin contraste.

Las tres agendas son interdependientes. **El consumidor** que reasigna parte de su gasto al comercio local solo sostiene una pyme que se ha agregado lo suficiente como para ofrecerle conveniencia equivalente; **el comerciante** que se federa solo escala si la administración pone la capa operativa común que ninguna asociación financia sola; **la entidad pública** que invierte en esa capa solo recupera la inversión si

el consumidor responde. Ninguna de las tres palancas funciona aislada — pero las tres están al alcance.

La respuesta no está en imitar a Amazon, sino en construir lo que Amazon no puede ofrecer: **una red de comercio densa, identitaria, sostenible y conectada entre sí**. El "Bono Próximo" demuestra que la voluntad municipal y ciudadana existe — falta orquestación operativa y, sobre todo, software propio que ponga a los comercios locales en la misma capa que las plataformas globales. Esa es la conversación que vale la pena tener en el comité.

Anexo

Referencias *documentales*.

Fuentes primarias e institucionales empleadas en la verificación. Las afirmaciones con dato cuantitativo en el cuerpo del informe llevan superíndice numérico que remite a esta lista. Fechas de acceso: 13–22 de mayo de 2026.

- 1 CNMC — Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.** Datos de comercio electrónico (volumen de negocio, transaccionalidad y composición geográfica), informes trimestrales 2024–2025.
Comercio electrónico T4-2024 y T1-T3 2025 · [cnmc.es](https://www.cnmc.es) · datos abiertos CNMCData
- 2 INE — Instituto Nacional de Estadística.** Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TICH), ediciones 2022 y 2025; datos de cobertura de banda ancha por comunidad autónoma.
INE TICH 2022/2025 · cobertura fibra CyL: Mº para la Transformación Digital · [ine.es](https://www.ine.es)
- 3 Directiva (UE) 2021/514 (DAC7).** Obligación de comunicación de información por parte de operadores de plataformas digitales; transposición al ordenamiento español con entrada en vigor en enero de 2024 (umbral de 30 operaciones / 2.000 € anuales).
DOUE L 104/1, 25.3.2021 · Agencia Tributaria, modelo 238
- 4 Vinted — Impact Report.** Datos de comportamiento de compra de los miembros y reducción declarada de gasto en moda primaria; cifras financieras de ingresos y GMV 2024–2025 reportadas por la compañía y prensa especializada.
Vinted Impact Report 2024 · FashionNetwork / Reuters (resultados 2024–2025)
- 5 Ayuntamiento de Valladolid.** Nota oficial de inauguración de la estación logística de Amazon (Pinar de Jalón): superficie, inversión por el suelo, capacidad de procesamiento, flota y puntos de recarga.
[valladolid.es](https://www.valladolid.es) — actualidad/noticias, 2021 · [valladolid.es](https://www.valladolid.es)

-
- 6** **Ministerio de Industria y Turismo — Comercio Conectado.** Análisis del impacto y la evolución de la logística de última milla en el auge del comercio electrónico (peso de la última milla sobre el coste total de envío).
comercioconectado.gob.es · informes sectoriales de logística
-
- 7** **Amazon — Impacto económico en España.** Programa "Amazon Despega" y cifras de exportación de pymes españolas a través de la red logística.
aboutamazon.es — impacto económico
-
- 8** **Diario de Valladolid / El Norte de Castilla.** Río Shopping: inauguración (2012), datos de visitantes y procedencia (cuarto aniversario, 2016), ampliación de 2024 e inversión asociada.
diariodevalladolid.es · elnortedecastilla.es · Ingka Centres (notas de prensa)
-
- 9** **Centro Comercial Vallsur / prensa local.** Reforma integral 2022–2024 orientada a ocio y restauración.
[El Norte de Castilla](https://elnortedecastilla.es) · [El Día de Valladolid](https://diariodevalladolid.es) (cobertura de las obras)
-
- 10** **Ayuntamiento de Valladolid.** Plan Municipal de Vivienda y Suelo 2026–2030: 4.000 viviendas, 92 M€ de inversión, y desglose de la conversión de locales municipales (cuatro inmuebles diagnosticados, 13 viviendas iniciales).
[Ayto. Valladolid](https://www.ayto.valladolid.es), abril 2026 · elEconomista.es (cobertura del plan)
-
- 11** **Perfil del Contratante — Ayuntamiento de Valladolid.** Licitación (mayo 2026) para la transformación de un lote de locales comerciales municipales en viviendas protegidas.
[Plataforma de Contratación del Sector Público](https://plataformacontrataciondelsectorpublico.es) · expediente municipal
-
- 12** **Valladolid Comercio Próximo / AVADECO.** Programa "Tu Bono Próximo": número de bonos, importe, aportación municipal y retorno acumulado al comercio adherido.
valladolidcomercioproximo.es · [Ayto. Valladolid](https://www.ayto.valladolid.es) · AVADECO
-
- 13** **Cámara de Comercio de Valladolid / Plan Integral de Apoyo al Comercio de Proximidad 2023–2025.** Grado de digitalización del comercio local (Click & Collect, web, redes sociales) y programa Kit Digital.
camaravalladolid.com · [valladolid.es](https://www.valladolid.es) — Plan Integral de Apoyo al Comercio de Proximidad
-
- 14** **INE — Padrón Municipal de Habitantes / Ayuntamiento de Valladolid (datos abiertos).** Serie histórica de población de la ciudad de Valladolid (1991–2025), edad media, y composición

por lugar de nacimiento. Tendencia de vaciamiento urbano hacia el área metropolitana documentada por el propio Ayuntamiento.

ine.es · valladolid.es — Open Data, cifras de población · Padrón a 1 de enero

-
- 15** **INE — Contabilidad Regional de España y EPA (ámbito provincial).** PIB per cápita de la provincia de Valladolid y serie de la tasa de paro provincial 2005–2024 (mínimo de 2007, pico de 2013, shock de 2020). Dato no disponible a escala municipal.

ine.es — Contabilidad Regional / Encuesta de Población Activa · series provinciales

-
- 16** **INE — Atlas de Distribución de Renta de los Hogares (ADRH).** Renta neta media por persona del municipio de Valladolid; serie anual a escala de ciudad construida a partir del enlace INE–AEAT. Cifra contrastada con la renta por declarante del Ministerio de Hacienda (29.667 € brutos / 24.349 € disponibles por declarante, 2019). Los años intermedios de la serie son coherentes con la tendencia documentada, no extraídos uno a uno del Atlas.

ine.es — Atlas de Distribución de Renta de los Hogares · AEAT (estadística IRPF municipal)

-
- 17** **Pérez Vidal, Jaime (2025).** "Más locales vacíos, menos comercio local y más franquicias: la radiografía del comercio en el centro de Valladolid y un plan para su desarrollo". Trabajo de Fin de Grado, Grado en Comercio y Relaciones Laborales, Facultad de Comercio, Universidad de Valladolid. Tutor: **José Antonio Salvador Insúa** (decano de la Facultad de Comercio). Vinculado a la **Cátedra de Innovación para el Comercio de la UVa. Tercer premio** en la Convocatoria de Premios TFG y Máster "Valladolid, Ciudad Inteligente y Climáticamente Neutras". Muestra: ~3.000 comercios del centro y Paseo Zorrilla; serie 2018–2025 construida sobre observación directa y comparación con Google Street View 2018. Difundido por el Gabinete de Comunicación de la UVa el 26/02/2026. **Carácter:** trabajo académico de grado, no publicación científica revisada por pares; se cita como fuente cuantitativa complementaria coherente con la serie del informe.

comunicacion.uva.es · consultado el 21 de mayo de 2026

Nota: las tasas de locales vacíos por zona y las rentas de calle Santiago (€/m²) citadas en el informe original se consideran **pendientes de validación documental** con AVADECO e Idealista, y no se les asigna referencia hasta su contraste. La referencia 17 (TFG UVa) aporta evidencia cualitativa convergente pero, por su naturaleza académica preliminar, no sustituye a las fuentes primarias.

FUENTES VERIFICADAS

CNMC · Datos de comercio electrónico (2024–2025)

INE · Encuesta TICH 2022, 2023, 2024, 2025

Ayuntamiento de Valladolid · notas oficiales 2021–2026

Cámara de Comercio de Valladolid · AVADECO · FECOSVA

Diario de Valladolid · El Norte de Castilla · El Mercantil

FashionNetwork / Vinted Impact Report 2024–2025

METODOLOGÍA

Las cifras del informe original se han contrastado una a una con fuentes primarias entre el 13 y el 15 de mayo de 2026. Los datos sin fuente directa (rentas €/m², tasa de vacíos por barrio) están señalados como pendientes de validación documental adicional con AVADECO e Idealista antes de la sesión del comité.

PREPARADO POR

THE LIQUID BUILD

Construcción autónoma. Gobernanza experta.

hola@theliquidbuild.com

Valladolid · Madrid · Buenos Aires

DOCUMENTO DE TRABAJO · V1.0 · PARA EL COMITÉ DE EXPERTOS · EVOLUCIÓN DEL
15 DE MAYO DE 2026 · COMERCIO MINORISTA EN VALLADOLID