

GEOGRAFIA COMERCIAL DE ESPAÑA

ASTURIAS

■ JOSE MANUEL VEGA



Todas las fotos que ilustran los trabajos sobre DISTRIBUCION COMERCIAL EN ASTURIAS están realizadas en Oviedo y Gijón.

Para una mejor comprensión de la problemática del sector comercial asturiano, se hace necesario realizar un diagnóstico previo que, identificando los principales rasgos que lo caracterizan, nos aproxime a su realidad.

Atendiendo a este objetivo, la Universidad de Oviedo, con el patrocinio de la Consejería de Industria, Turismo y Empleo del Principado de Asturias, ha realizado un estudio partiendo de un sondeo estadístico a una muestra aleatoria integrada por 805 establecimientos minoristas, representativa de la tipología de la actividad comercial llevada a cabo en las diversas comarcas repartidas

en las tres áreas convencionales del Principado de Asturias: central, occidental y oriental.

En orden a configurar la situación del pequeño comercio en Asturias se han considerado como más relevantes los siguientes aspectos:

- Distribución de los distintos tipos de establecimientos por grupos de actividad comercial.

- Ubicación del establecimiento. Su situación, aislado o dentro de centros comerciales, galerías comerciales, mercados o plazas de abastos.

- Propiedad del establecimiento. Si se trata de una persona física o de una sociedad mercantil.

- Antigüedad del establecimiento.
- Desarrollo de la actividad comercial, diferenciando entre independencia o vinculación a cadenas de comercio asociado o integrado.

- Régimen de tenencia de los locales, en propiedad o en alquiler.

- Superficie de venta de los establecimientos.

- El empleo en el comercio minorista de Asturias, distinguiendo entre asalariados y no asalariados.

- Área de influencia de los establecimientos detallistas.

Conforme a todo ello, el diagnóstico realizado del sector comercial asturiano es el siguiente:

CUADRO N° 1

ACTIVIDAD DE COMERCIO REALIZADA EN CADA AREA

| ACTIVIDAD | TOTAL ASTURIAS % | AREA CENTRAL % | AREA OCCIDENTAL % | AREA ORIENTAL % |
|--------------------------|---------------------|-------------------|----------------------|--------------------|
| ALIMENTAC. EN GENERAL | 14,5 | 11,6 | 25,0 | 16,4 |
| ALIMENTAC. ESPECIALIZADA | 15,8 | 15,7 | 15,6 | 16,4 |
| FARMACIA Y DROGUERIA | 6,2 | 6,0 | 6,2 | 8,2 |
| TEXTIL Y CALZADO | 18,9 | 19,3 | 20,8 | 11,5 |
| EQUIPAMIENTO HOGAR | 12,3 | 12,8 | 9,4 | 11,5 |
| VEHICULOS Y ACCESORIOS | 3,1 | 3,4 | 2,1 | 1,6 |
| OTROS COMERCIOS | 25,0 | 26,5 | 19,0 | 16,4 |
| AUTOSERVICIOS | 2,6 | 2,6 | 1,0 | 4,9 |
| SUPERMERCADOS | 0,7 | 0,9 | 0,0 | 0,0 |
| HIPERMERCADOS | 0,4 | 0,5 | 0,0 | 0,0 |
| GRANDES ALMACENES | 0,2 | 0,3 | 0,0 | 0,0 |
| ECONOMATOS | 0,2 | 0,3 | 0,0 | 0,0 |
| TOTAL | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

FUENTE: Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias. Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

CUADRO N° 2

Nº DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN ASTURIAS (1993)

| | |
|------------------------|---------------|
| TIENDA CLASICA | 3.471 |
| ALIMENT. ESPECIALIZADA | 2.676 |
| FARMACIA Y DROGUERIA | 1.221 |
| CALZADO | 530 |
| TEXTIL | 2.581 |
| HOGAR | 2.371 |
| VEHICULO | 761 |
| OTROS | 3.419 |
| AUTOSERVICIOS | 220 |
| SUPERMERCADOS | 209 |
| HIPERMERCADOS | 5 |
| GRANDES ALMACENES | 5 |
| ECONOMATOS | 63 |
| VENTA AMBULANTE | 821 |
| EXPOSITORES | 8 |
| VENTA POR CATALOGO | 7 |
| TOTAL | 18.368 |

FUENTE: Análisis comparativo de la evolución del comercio mayorista y minorista en Asturias: 1992-1993. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Oviedo y Universidad de Oviedo. 1993.

ACTIVIDADES COMERCIALES

En el cuadro n° 1 se observa el número de establecimientos representados en la muestra por grupos de actividad comercial. El más representado es el capítulo de "otros comercios" con numerosos puntos de venta, seguido del grupo textil y los de alimentación. En el cuadro n° 2 se recoge el número de unidades de cada tipo de establecimiento comercial en Asturias.

En cuanto a la ubicación de los establecimientos, del estudio de esta variable la única información que se extrae es que la mayor parte de los establecimientos asturianos están aislados (88,7%). Al cruzar la variable ubicación del establecimiento con la de áreas de Asturias se observa como la mayoría de los establecimientos están ubicados en el área central (80,5%), perteneciendo en su totalidad a esta área los centros comerciales y galerías comerciales.

La mayoría de los establecimientos son propiedad de una persona física

(85%). Avilés tiene el mayor porcentaje relativo de sociedades mercantiles, siguiéndole Oviedo y Pravia. Es, pues, en el área central donde se concentran las sociedades mercantiles (el 89,3% del total), lo que supone un 16,7% del área central. En el cuadro n° 3 se observa como la diferencia porcentual entre propietarios personas físicas y sociedades mercantiles es menor en el área central.

Comparando la forma de propiedad con el tipo de actividad (cuadro n° 4) se observan grandes diferencias: la sociedad mercantil está mucho más presente en grandes almacenes (100%), hipermercados (100%), supermercados (66,7%) y vehículos y accesorios (52%).

Si el propietario del negocio es una persona física, el objetivo prioritario parece ser mantener el negocio y, en segundo lugar, mejorarlo (objetivo muy por debajo del anterior). Si se trata de una sociedad mercantil, junto al objetivo prioritario de mantener el negocio, alcanza también mucha importancia el de abrir nuevas tiendas y, muy por debajo, el de mejorar el negocio.

Es significativo que las personas físicas estén mucho más dispuestas a cambiar de actividad o a traspasar el negocio que las sociedades mercantiles.

Una información de interés para comprender la situación de los establecimientos comerciales es su antigüedad, que puede dar una buena idea de la implantación de nuevos comercios. En primera instancia se agruparon los años de antigüedad en intervalos a fin de lograr de un golpe de vista una primera aproximación a la realidad. Los resultados aparecen en el cuadro n° 5 con las frecuencias y porcentajes correspondientes. Lo más relevante a destacar es el hecho de que en torno a un 13% son comercios recientes y casi la mitad tienen menos de diez años. Esta relativa juventud del comercio asturiano, más que indicar un incremento en el número de establecimien-



CUADRO N°3

PROPIEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (% POR ÁREAS DE ASTURIAS)

| PROPIETARIO DEL NEGOCIO | ÁREA CENTRAL | ÁREA OCCIDENTAL | ÁREA ORIENTAL |
|-------------------------|--------------|-----------------|---------------|
| PERSONA FÍSICA | 83,3 | 90,6 | 93,4 |
| SOCIEDAD MERCANTIL | 16,7 | 9,4 | 6,6 |
| TOTAL | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

FUENTE: *Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias.*

Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

CUADRO N°4

PROPIEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (% POR ACTIVIDADES)

| ACTIVIDAD | PERSONA FÍSICA | SOCIEDAD MERCANTIL | TOTAL |
|----------------------------|----------------|--------------------|-------|
| ALIMENTACION EN GENERAL | 99,1 | 0,9 | 100,0 |
| ALIMENTACION ESPECIALIZADA | 85,8 | 14,2 | 100,0 |
| FARMACIA Y DROGUERIA | 92,0 | 8,0 | 100,0 |
| TEXTIL Y CALZADO | 83,6 | 16,4 | 100,0 |
| EQUIPAMIENTO HOGAR | 69,7 | 30,3 | 100,0 |
| VEHICULOS Y ACCESORIOS | 48,0 | 52,0 | 100,0 |
| OTROS COMERCIOS | 90,5 | 9,5 | 100,0 |
| AUTOSERVICIOS | 95,2 | 4,8 | 100,0 |
| SUPERMERCADOS | 33,3 | 66,7 | 100,0 |
| HIPERMERCADOS | 0,0 | 100,0 | 100,0 |
| GRANDES ALMACENES | 0,0 | 100,0 | 100,0 |
| ECONOMATOS | 50,0 | 50,0 | 100,0 |

FUENTE: *Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias.*

Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

tos con nueva apertura, significa renovación, frecuentes cierres y aperturas de establecimientos con, posiblemente, un elevado índice de fracasos. No obstante, la información exacta habría que buscarla en la evolución del censo de establecimientos no disponible en la actualidad.

La media de edad de los establecimientos según el tipo de actividad comercial refleja que los más antiguos corresponden al grupo farmacia y droguería, alimentación general y autoservicio; los más recientes, por término medio, son los supermercados e hiper-

mercados. Se observa, asimismo, que los comercios con menos tiempo de apertura tienden a tener objetivos relativamente más ambiciosos en forma de ampliar/mejorar el establecimiento o nuevas aperturas de puntos de venta, porcentajes que disminuyen según avanza la edad de la tienda. El objetivo predominante es el de mantenimiento, que se hace más acusado a más tiempo de apertura.

Una amplia mayoría de comerciantes asturianos lleva a cabo su actividad de forma independiente. Tan sólo el 9,7% afirman estar vinculados con

alguna de las modalidades analizadas de asociación o integración. Tomando como referencia dicho porcentaje cabe destacar la presencia del comercio integrado y de la cadena voluntaria.

Los sectores de actividad donde más proliferan formas de asociación o integración son el de aparatos y material para el equipo del hogar, así como el ya tradicional comercio que funciona en régimen de autoservicio, supermercado, hipermercado y grandes almacenes (cuadro nº 6). Un análisis detallado de las alternativas de asociación e integración permite resaltar los siguientes aspectos:

- La agrupación de compras es típica en los comerciantes dedicados a la venta de aparatos y equipo hogar.

- El comercio integrado en cadenas, como es la fórmula adoptada por los hipermercados y la forma más relevante de expresión para los autoservicios y supermercados.

- La cooperativa de detallistas constituye una alternativa escasamente utilizada por los comerciantes asturianos.

- La franquicia predomina en las actividades de textil y confección, así como empresas integradas en la rúbrica "otros comercios".

- La cadena voluntaria es representativa en los sectores de aparatos y equipamiento para el hogar y en alimentación en general.

LOCALES COMERCIALES

De otro lado, por lo que respecta al régimen de tenencia de los locales comerciales en Asturias, la mayor parte de los locales están en régimen de alquiler (60,2%). Un porcentaje medio que varía según sea la actividad del comercio. Así, textil, calzado, y supermercados son los que mayor porcentaje de alquileres tienen, siendo los hipermercados y los autoservicios los que destacan en propiedad del local.

Los establecimientos de menos de 20 m² de superficie de venta, mayoritariamente, están en régimen de alquiler, siendo los de más de 400 m² en mayor medida propiedad del comerciante.

Asturias

CUADRO N° 5

ANTIGÜEDAD DEL ESTABLECIMIENTO SEGUN LA ACTIVIDAD (%)

| ACTIVIDAD | MENOS DE 2 AÑOS | ENTRE 3 Y 5 AÑOS | ENTRE 6 Y 10 AÑOS | ENTRE 11 Y 20 AÑOS | ENTRE 21 Y 40 AÑOS | MAS DE 40 AÑOS | TOTAL |
|----------------------------|-----------------|------------------|-------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|
| ALIMENTACION EN GENERAL | 5,1 | 7,7 | 15,4 | 21,4 | 29,1 | 21,4 | 100,0 |
| ALIMENTACION ESPECIALIZADA | 11,1 | 18,2 | 23,8 | 16,7 | 21,4 | 8,7 | 100,0 |
| FARMACIA Y DROGUERIA | 8,0 | 6,0 | 10,0 | 24,0 | 30,0 | 22,0 | 100,0 |
| TEXTIL Y CALZADO | 17,1 | 23,0 | 11,8 | 22,4 | 18,4 | 7,2 | 100,0 |
| EQUIPAMIENTO HOGAR | 8,1 | 20,2 | 13,1 | 27,3 | 25,2 | 6,1 | 100,0 |
| VEHICULOS Y ACCESORIOS | 24,0 | 4,0 | 28,0 | 28,0 | 16,0 | 0,0 | 100,0 |
| OTROS COMERCIOS | 16,4 | 20,9 | 21,4 | 18,4 | 12,4 | 10,4 | 100,0 |
| AUTOSERVICIOS | 4,8 | 9,6 | 14,3 | 19,0 | 42,9 | 9,6 | 100,0 |
| SUPERMERCADOS | 33,3 | 33,3 | 16,7 | 16,7 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| HIPERMERCADOS | 33,3 | 0,0 | 33,3 | 33,3 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| GRANDES ALMACENES | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 |
| ECONOMATOS | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 0,0 | 100,0 |
| TOTAL | 12,7 | 17,1 | 17,3 | 21,2 | 20,9 | 10,8 | 100,0 |

FUENTE: Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias. Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

CUADRO N° 6

PROPIEDAD DEL ESTABLECIMIENTO SEGUN LA ACTIVIDAD (%)

| ACTIVIDAD | AGRUP. DE COMPRAS | ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD | | | | | | TOTAL |
|----------------------------|-------------------|----------------------------|------------------------|-------------------|---------------|------------|-------|-------|
| | | COMERCIO INTEGRADO | COOPERATIVA DETALLISTA | CADENA FRANQUICIA | INDEPENDIENTE | VOLUNTARIA | | |
| ALIMENTACION EN GENERAL | 0,0 | 1,7 | 0,9 | 1,7 | 90,6 | 5,1 | 100,0 | |
| ALIMENTACION ESPECIALIZADA | 1,6 | 0,0 | 0,8 | 0,8 | 96,1 | 0,8 | 100,0 | |
| FARMACIA Y DROGUERIA | 2,0 | 2,0 | 0,0 | 0,0 | 94,0 | 2,0 | 100,0 | |
| TEXTIL Y CALZADO | 1,3 | 1,3 | 0,0 | 2,6 | 94,1 | 0,7 | 100,0 | |
| EQUIPAMIENTO HOGAR | 5,1 | 3,0 | 2,0 | 0,0 | 83,8 | 6,1 | 100,0 | |
| VEHICULOS Y ACCESORIOS | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 4,0 | 92,0 | 4,0 | 100,0 | |
| OTROS COMERCIOS | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 2,0 | 95,5 | 1,0 | 100,0 | |
| AUTOSERVICIOS | 4,8 | 28,6 | 4,8 | 4,8 | 38,1 | 19,0 | 100,0 | |
| SUPERMERCADOS | 16,7 | 66,7 | 0,0 | 0,0 | 16,7 | 0,0 | 100,0 | |
| HIPERMERCADOS | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | |
| GRANDES ALMACENES | 0,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 0,0 | 100,0 | |
| ECONOMATOS | 0,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 0,0 | 100,0 | |

FUENTE: Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias. Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

Asturias

CUADRO N°7

SUPERFICIE DE VENTA SEGUN LA ACTIVIDAD REALIZADA (%) (SUPERFICIE EN M2)

| ACTIVIDAD | MENOS DE 20 | ENTRE 21 Y 40 | ENTRE 41 Y 80 | ENTRE 81 Y 120 | ENTRE 121 Y 400 | MAS DE 400 | TOTAL |
|------------------------|-------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|------------|-------|
| ALIMENT. EN GENERAL | 26,5 | 36,8 | 29,9 | 4,3 | 2,6 | 0,0 | 100,0 |
| ALIMENT. ESPECIALIZADA | 38,6 | 35,4 | 19,7 | 3,9 | 2,4 | 0,0 | 100,0 |
| FARMACIA Y DROGUERIA | 26,0 | 38,0 | 20,0 | 14,0 | 2,0 | 0,0 | 100,0 |
| TEXTIL Y CALZADO | 13,2 | 30,3 | 38,8 | 8,6 | 9,2 | 0,0 | 100,0 |
| EQUIPAMIENTO HOGAR | 1,0 | 17,2 | 29,3 | 28,3 | 16,2 | 8,1 | 100,0 |
| VEHICULOS Y ACCESORIOS | 16,0 | 8,0 | 16,0 | 24,0 | 24,0 | 12,0 | 100,0 |
| OTROS COMERCIOS | 26,9 | 33,8 | 23,9 | 9,0 | 6,5 | 0,0 | 100,0 |
| AUTOSERVICIOS | 0,0 | 14,3 | 47,6 | 33,3 | 4,8 | 0,0 | 100,0 |
| SUPERMERCADOS | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 20,0 | 0,0 | 80,0 | 100,0 |
| HIPERMERCADOS | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 100,0 |
| GRANDES ALMACENES | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 100,0 | 100,0 |
| ECONOMATOS | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 50,0 | 50,0 | 100,0 |

FUENTE: Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias.

Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

CUADRO N°8

SUPERFICIE DE VENTA SEGUN EL NUMERO DE ASALARIADOS A JORNADA COMPLETA (%) (SUPERFICIE EN M2)

| ASALARIADOS A TIEMPO TOTAL | SUPERFICIE DE VENTA (M2) | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|------------|--------------|
| | MENOS DE 20 | ENTRE 21 Y 40 | ENTRE 41 Y 80 | ENTRE 81 Y 120 | ENTRE 121 Y 400 | MAS DE 400 | TOTAL |
| SIN ASALARIADOS | 27,5 | 36,7 | 25,0 | 7,1 | 3,8 | 0,0 | 100,0 |
| UN ASALARIADO | 17,8 | 28,8 | 33,6 | 14,4 | 4,8 | 7,0 | 100,0 |
| DOS ASALARIADOS | 15,8 | 14,5 | 35,5 | 18,4 | 15,8 | 0,0 | 100,0 |
| ENTRE 3 Y 5 | 3,0 | 19,7 | 31,8 | 27,3 | 15,2 | 3,0 | 100,0 |
| ENTRE 6 Y 10 | 0,0 | 0,0 | 11,1 | 11,1 | 44,4 | 33,3 | 100,0 |
| MAS DE 10 | 0,0 | 5,6 | 5,6 | 5,6 | 16,7 | 66,7 | 100,0 |
| TOTAL | 21,4 | 30,2 | 27,4 | 11,2 | 7,2 | 2,6 | 100,0 |

FUENTE: Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias.

Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

En cuanto a la superficie de los locales comerciales, predominan, fundamentalmente, los establecimientos con una superficie de venta inferior a 80 m², con un 79% de los casos (ver cuadro n° 7). Los de menor dimensión son aquéllos donde se realizan activi-

dades de venta de productos de alimentación especializada, alimentación en general, farmacia y droguería, mientras que los de mayor superficie son los dedicados a vehículos y accesorios, aparatos y equipo hogar, así como hipermercados y grandes almacenes.

Cuanto menor es la superficie de venta existe una tendencia a contratar poco personal asalariado, atendiendo el negocio el propietario o sus familiares (cuadro n° 8).

El desarrollo de la actividad comercial de forma independiente es característico de pequeños negocios con una superficie de venta inferior a los 40 m², mientras que la adopción de alternativas de competencia, con vinculación a algún tipo de asociación o cadenas, empieza a adquirir importancia cuando la superficie del local supera los 40 m².

EMPLEO EN EL COMERCIO MINORISTA

En este apartado se distinguen dos categorías de empleo en el comercio: asalariado y no asalariado. A su vez, dentro de cada uno se diferencia entre trabajo a jornada completa y a tiempo parcial (ver cuadro n° 9).

En cuanto al empleo asalariado en jornada completa, se observa que la mayoría de los establecimientos no disponen de empleados asalariados a tiempo total, y sólo un 18% dispone de un asalariado.

Por su parte, el empleo asalariado a tiempo parcial es una forma de empleo con muy poca relevancia según contestación de las encuestas, ya que sólo un 5% afirma tener asalariados a tiempo parcial.

La mayoría de los comerciantes asturianos afirman, asimismo, tener una persona no asalariada a jornada completa que coincide con el propietario del negocio.

Y, por último, en cuanto a los no asalariados a tiempo parcial, esta figura apenas tiene relevancia, puesto que el 97% no contemplan esta forma de empleo.

AREA DE INFLUENCIA

La clientela habitual de los establecimientos donde se realizaron las encuestas procede de un área de residencia más amplia que la calle donde se ubica el negocio, aunque cercana a éste: el barrio, otros lugares, la ciudad (cuadro n° 10).

CUADRO N° 9

EL EMPLEO EN EL COMERCIO MINORISTA DE ASTURIAS (%)

| ASALARIADOS A TIEMPO TOTAL | | NO ASALARIADOS A TIEMPO TOTAL | |
|-------------------------------------|--------------|--|--------------|
| SIN ASALARIADOS | 59,6 | NINGUNO | 28,8 |
| UN ASALARIADO | 18,1 | UNO | 58,9 |
| DOS ASALARIADOS | 9,4 | DOS | 11,6 |
| ENTRE 3 Y 5 ASALARIADOS | 8,2 | TRES | 0,7 |
| ENTRE 6 Y 10 ASALARIADOS | 2,4 | TOTAL | 100,0 |
| MAS DE 10 ASALARIADOS | 2,2 | | |
| TOTAL | 100,0 | NO ASALARIADOS A TIEMPO PARCIAL | |
| | | NINGUNO | 96,8 |
| ASALARIADOS A TIEMPO PARCIAL | | UNO | 1,9 |
| SIN ASALARIADOS | 94,8 | DOS | 1,1 |
| UN ASALARIADO | 4,1 | TRES | 0,2 |
| MAS DE DOS ASALARIADOS | 1,1 | TOTAL | 100,0 |
| TOTAL | 100,0 | | |

FUENTE: Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias. Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

CUADRO N° 10

CLIENTELA HABITUAL SEGUN LA ZONA DE ASTURIAS (%)

| BARRIO | CALLE | RESIDENCIA DE LA CLIENTELA HABITUAL | | | | TOTAL |
|------------------|-------------|-------------------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| | | LUGARES PROXIMOS | POBLACION | REGION | | |
| AVILES | 26,3 | 7,1 | 39,4 | 17,2 | 10,1 | 100,0 |
| CANGAS DE NARCEA | 12,5 | 4,2 | 70,8 | 12,5 | 0,0 | 100,0 |
| CANGAS DE ONIS | 6,7 | 6,7 | 46,7 | 26,7 | 13,3 | 100,0 |
| GIJON | 40,4 | 11,0 | 15,6 | 28,4 | 4,6 | 100,0 |
| GRADO | 0,0 | 5,6 | 77,8 | 5,6 | 11,1 | 100,0 |
| LANGREO | 13,3 | 8,9 | 51,1 | 22,2 | 4,4 | 100,0 |
| LLANES | 4,5 | 4,5 | 50,0 | 36,4 | 4,5 | 100,0 |
| LUARCA | 0,0 | 0,0 | 92,9 | 3,6 | 3,6 | 100,0 |
| MIERES | 20,7 | 3,4 | 22,4 | 48,3 | 5,2 | 100,0 |
| OVIEDO | 25,9 | 17,2 | 10,3 | 19,0 | 27,6 | 100,0 |
| PILOÑA | 0,0 | 10,0 | 70,0 | 20,0 | 0,0 | 100,0 |
| PRAVIA | 0,0 | 0,0 | 68,8 | 25,0 | 6,3 | 100,0 |
| POLA DE SIERO | 13,0 | 11,1 | 59,3 | 5,6 | 11,1 | 100,0 |
| VEGADEO | 0,0 | 0,0 | 90,0 | 10,0 | 0,0 | 100,0 |
| VILLAVICIOSA | 0,0 | 0,0 | 64,3 | 21,4 | 14,3 | 100,0 |
| TOTAL | 23,5 | 9,7 | 33,5 | 22,4 | 10,9 | 100,0 |

FUENTE: Estudio del Sector Comercial Minorista en el Principado de Asturias. Cámaras de Comercio de Asturias, Consejería de Industria, Turismo y Empleo y Universidad de Oviedo. 1992.

Los grandes núcleos urbanos –como Gijón, Oviedo y, en menor medida, Avilés– disponen de comercios que atraen a clientes cuyo domicilio está muy próximo a su lugar de localización. En las restantes comarcas y municipios del Principado de Asturias la clientela habitual proviene de zonas más alejadas, la ciudad y otras poblaciones próximas. Ello se debe a una menor densidad de comercios con la correspondiente tendencia al desplazamiento de la clientela. Hay que subrayar el grado de atracción que ejerce la actividad comercial de Oviedo sobre los habitantes de toda la provincia.

Son los comercios dedicados a actividades que hemos catalogado como de alimentación en general, alimentación especializada, "otros comercios" y los autoservicios quienes, en mayor medida, admiten tener clientes de zonas de residencia muy próximas (la misma calle o el barrio). Actividades como las de vehículos y accesorios, equipamiento del hogar, textil y confección, junto con los hipermercados y grandes almacenes, son las que permiten a los comerciantes ejercer una mayor cobertura geográfica en lo que a atracción de clientes se refiere (la ciudad, poblaciones próximas, la región). Destacar, finalmente, la observación, estadísticamente significativa, de que a menor superficie de venta del establecimiento los clientes que acuden a los mismos proceden de una zona de residencia más próxima: el barrio, la calle.

PROBLEMATICA DEL COMERCIO ASTURIANO

A partir de la realidad reflejada en los datos anteriores, podemos avanzar ya en la definición de la problemática actual del comercio asturiano, comenzando por señalar que al igual que el del resto de España, presenta una serie de problemas estructurales que se han visto acentuados por la especial incidencia que la crisis económica ha tenido en el sector. Ello se debe a que los problemas derivados de su estructura tradicional se han visto acentuados por las transformaciones cualitativas que

han tenido lugar en el sector, y que son consecuencia de la creciente penetración en el mercado de las grandes superficies comerciales, que incorporan sistemas organizativos, promocionales y de gestión más racionales y eficaces que permiten conseguir importantes economías de escala. De esta manera se está produciendo un proceso de transformación en la actividad en el que el pequeño y mediano comercio pierde peso en el mercado viendo su supervivencia seriamente comprometida por su insuficiente competitividad frente a los grandes establecimientos.

Las deficiencias estructurales que presenta el comercio asturiano son las siguientes:

1. Desigual localización espacial de los equipamientos comerciales, insuficientes en algunas áreas y muy concentradas en otras. El 80,5% de los establecimientos están ubicados en el área central.

2. Excesivo número de establecimientos para el volumen de gasto comercial de los hogares de la región, caracterizándose su organización por la dispersión, la atomización, y el individualismo, lo que comporta una inefficiencia en la distribución. De esta forma, resulta escaso el comercio asociado en centrales de compra, cadenas comerciales o franquicias, que permiten lograr mejores condiciones de aprovisionamiento, crear una imagen común, una mayor facilidad para obtener financiación, más posibilidades de formación, etc., si bien ello conlleva otra serie de cuestiones, como puede ser en el caso de la franquicia la pérdida de autonomía que muchos pequeños comerciantes no están dispuestos a admitir.

3. Predominio de las fórmulas empresariales vinculadas a la persona física, practicándose sistemas de gestión ineficaces, condicionados por la insuficiente cualificación del empresario. La falta de formación y conocimiento de las nuevas técnicas de gestión, comercio, organización, etc. redonda en una escasa rentabilidad y falta de competitividad frente a los grandes establecimientos.



4. Establecimientos de reducido tamaño, lo que está relacionado con el nivel de independencia predominante y su carácter familiar. En Europa se tiende hacia un establecimiento más amplio y en cantidad inferior en relación a los habitantes. Aquí podría encontrarse una de las razones de la crisis del sector, el denominado minifundismo comercial. No obstante hay que precisar que un establecimiento pequeño no significa automáticamente que sea ineficiente ni mucho menos, ello depende de otras múltiples variables como son el tipo de actividad comercial, los servicios que ofrece al consumidor, la ubicación o la habilidad del comerciante o empleados para mantener una clientela fiel.

5. Sector intensivo en mano de obra no suficientemente cualificada lo que, unido a los factores anteriores, implica una inferior productividad en relación con otros sectores. Por otra parte, conviene resaltar que el encarecimiento del factor trabajo ha estimulado la creciente introducción y aceptación de los autoservicios, basados en el uso intensivo del espacio y del capital físico y que requieren de una organización, gestión y control inexistente en los pequeños establecimientos tradicionales.

6. Fuerte presión de la demanda ante una oferta inadecuada, debido al rápido cambio que se ha experimentado en los hábitos de consumo a medida que aumentaba el nivel de renta del país. Así la demanda en grandes centros comerciales, y en particular en los hipermercados se ha visto estimulada al disponer, la práctica totalidad de los consumidores, de frigoríficos y congeladores, que posibilitan la compra a gran escala. También, la posesión generalizada del automóvil ha hecho posible el desplazamiento a tales comercios, generalmente ubicados fuera del centro urbano, en los que la repercusión del precio del suelo es menor, permitiendo al mismo tiempo transportar grandes cantidades de bienes. De este modo, se han distanciado los actos de compra y se ha reducido la dependencia de las compras fraccionadas casi diarias.

7. Desventaja frente a las grandes superficies. Los grandes conglomerados de distribución disfrutan de una mejor posición frente a los fabricantes que se refleja en el logro de unas condiciones de compra y aprovisionamiento muy ventajosas. Esto les permite ofrecer mejores precios al consumidor, sin que el pequeño comercio pueda hacer nada

CUADRO N° 11

PRESUPUESTO PARA AYUDAS AL COMERCIO ASTURIANO (CONSEJERIA DE INDUSTRIA, TURISMO Y EMPLEO) (CIFRAS EN PESETAS)

| CONCEPTO | 1993 | 1994 |
|---|--------------------|--------------------|
| 1.- ESTUDIOS Y ASISTENCIA TECNICA | 1.000.000 | 1.000.000 |
| 2.- APOYO FINANCIERO A PYMES COMERCIALES | 120.883.000 | 130.500.000 |
| 3.- FORMACION PROFESIONAL Y ORIENTACION | 35.000.000 | 35.000.000 |
| 4.- EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE CARACTER SOCIAL | 20.000.000 | 20.000.000 |
| 5.- EJES COMERCIALES | 25.000.000 | 30.000.000 |
| 6.- PROYECTOS DE PROMOCION, FOMENTO Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL | 15.000.000 | 13.500.000 |
| 7.- SUBVENCIONES A AYUNTAMIENTOS PARA FERIAS COMERCIALES | 11.500.000 | 13.000.000 |
| TOTAL | 228.383.000 | 243.000.000 |

al respecto. A ello se une la oferta masiva de artículos que permite la compra única del consumidor con el consiguiente ahorro de tiempo.

8. El pequeño comercio sufre, además, de forma indirecta la crisis industrial y minera que padece Asturias.

En conclusión, puede afirmarse que la evolución económica del país ha provocado la aparición de nuevas formas de comercio, que han acentuado la crisis de las estructuras comerciales tradicionales, como consecuencia de la falta de adecuación a las nuevas condiciones de la demanda, la baja productividad, y las dificultades de adaptación a una estructura de precios relativos a los factores y tecnología distintos.

APOYOS Y ACTUACIONES PUBLICAS

1. Los programas de apoyo al comercio que están en vigor a nivel autonómico son, fundamentalmente, los siguientes:

- Subvenciones a los intereses de préstamos a las pequeñas y medianas empresas (créditos blandos) a través del SAYPE (Servicio de Asesoramiento y Promoción Empresarial).

- Subvenciones a las asociaciones de comerciantes para realizar proyectos de promoción, fomento y desarrollo comercial.

– Subvenciones para la construcción y modernización de equipamientos comerciales en los ayuntamientos.

– Subvenciones para cursos de formación y divulgación del sector de distribución comercial (Agencia Regional de Empleo).

- Subvenciones a ejes comerciales.
- Becas de comercio exterior.
- Realización de actividades de promoción y coordinación de misiones comerciales en el exterior.

Los recursos económicos destinados a dichos programas son los que se reflejan en el cuadro nº 11.

2. Programas que están en vigor y promocionados por la Administración Local, entre otros:

- Plan de dinamización del comercio y de la hostelería (Gijón).

- Plan estratégico para el desarrollo comercial de la Comarca de Avilés (Proyecto Avilés 2.000)

3. Sobre los programas y las medidas de apoyo ya en marcha, cabe plantear también que otras actuaciones podrían ponerse en marcha a nivel autonómico, entre las que deberían incluirse:

- Mayor facilidad en trámites para abrir un nuevo establecimiento.

- Asesoría en la gestión del negocio e información.

- Realización de estudios que permitan un mayor acercamiento a la realidad en la que queremos intervenir.

- Elaboración y actualización del Censo de Establecimientos Comerciales, tarea de carácter continuado y fundamental para mantener actualizado el conocimiento de las deficiencias y problemas del sector.

JOSE MANUEL VEGA

Director Regional de Industria y Comercio.

Principado de Asturias.

