

Terciarización y nuevas formas de comercio en Asturias

Paz Benito del Pozo

Alejandro López González

Universidad de León. Departamento de Geografía

Campus de Vegaraza. 24071 León. Spain

dgepbp@unileon.es

Data de recepció: 2 de juny del 2003

Data d'acceptació definitiva: 16 de febrer del 2004

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar el reciente fenómeno de terciarización de una economía y un espacio regional de fuerte tradición industrial como es Asturias en relación con el proceso de reestructuración de su base productiva. Dicho proceso de cambio tiene origen en la crisis del modelo industrial de tipo fordista, dominante hasta la década de los años ochenta, y en los efectos inducidos por el avance del capitalismo global, entre los que se cuenta la importancia creciente de las actividades comerciales y de las nuevas formas de comercio minorista, en particular las grandes superficies, cuyo impacto interesa en términos de organización y dinamismo territorial.

Palabras clave: terciarización, comercio, grandes superficies, Asturias.

Resum. *Terciarització i noves formes de comerç a Astúries*

L'objectiu d'aquest article és analitzar el fenomen recent de la terciarització d'una economia i un espai regional de forta tradició industrial com és Astúries en relació amb el procés de reestructuració de la seva base productiva. Aquest procés de canvi té el seu origen en la crisi del model industrial de tipus fordista, dominant fins a la dècada dels anys vuitanta, i en els efectes induïts per l'avanç del capitalisme global, entre els quals cal tenir present la importància creixent de les activitats comercials i de les noves formes de comerç a la menuda, en particular les grans superfícies, l'impacte de les quals interessa en termes d'organització i dinamisme territorial.

Paraules clau: terciarització, comerç, grans superfícies, Astúries.

Résumé. *Tertiarisation et nouvelles formes du commerce à Asturias*

Cet article a comme objectif d'analyser le phénomène récent de troisième labour d'une économie et d'un espace régional à forte tradition industrielle comme c'est le cas des Asturies par rapport au processus de restructuration de la base de production régionale. Ce processus de changement découle de la crise du modèle industriel de type fordiste, modèle dominant jusqu'aux années quatre-vingts et dans les effets induits (amenés) par l'avance du capitalisme global. L'intérêt se centre sur l'étude de l'importance croissante des activités commerciales et les nouvelles formes de commerce au détail, avec une attention spé-

ciale sur l'impact des grandes superficies en termes d'organisation et de dynamique territoriale.

Mots clé: troisième labour, commerce, grandes superficies, Asturias.

Abstract. *Tertiarization and new forms of trade in Asturias*

This paper intends to analyse the recent phenomenon of tertiarisation in the traditionally industrial region of Asturias (Spain) in connection with the restructuring process of the economic base of this region. This process of change originated as a result both of the crisis of the Fordist industrial model, prevailing until the 1980's, and of the effects of the rise of global capitalism. We focus on the study of the growing importance of retail activities and the new forms of retail commerce, paying attention to the impact of shopping malls in terms of organisation and territorial dynamics.

Key words: tertiarisation, commerce, shopping malls, Asturias.

Sumario

| | |
|---|---|
| Introducción | La expansión de las grandes superficies comerciales |
| Reestructuración económica y terciarización | Conclusiones |
| Características del comercio en la región | Bibliografía |

Introducción

El presente trabajo se plantea como una aproximación a los rasgos específicos del proceso de terciarización en una región de tradición industrial, Asturias, sometida en las últimas décadas a duros ajustes en la producción y el empleo por imperativo del cambio de modelo productivo en el tránsito del capitalismo fordista al capitalismo global. Como se intentará demostrar aquí, el sector terciario asturiano no sólo ofrece un ritmo de expansión que difiere de la pauta nacional, sino que estructuralmente se muestra muy desequilibrado, en favor, entre otras, de la rama del comercio, actividad con un notable impacto en el territorio.

En efecto, tras la crisis industrial de la región, especialmente aguda en los años ochenta y principios de los noventa, las actividades motoras de su economía se han ido vinculando de manera creciente al sector terciario, siendo el comercio, como se ha dicho, una de las ramas más dinámicas. Las estrategias y pautas de localización de esta actividad se traducen en una elevada densidad de centros comerciales en el área central, atraídos por las ventajas que se derivan del mayor desarrollo urbano e infraestructural de esta zona, donde tienen asiento las principales ciudades: Oviedo, Gijón, Avilés, Langreo y Mieres, y donde se concentra más del 80% de la población regional. El predominio de

las grandes superficies comerciales y de ocio, con tendencia a situarse a las afueras de los citados núcleos para dar servicio a un vasto espacio urbanizado (en total 20 municipios incluidos en un radio de 35 kilómetros desde el centro de la capital y unos 860.000 habitantes) es, a su vez, revelador del proceso lento pero inexorable de *metropolización* que distingue al área central, un espacio urbano polinuclear con hábitos de consumo típicos de gran ciudad heredados de la etapa de apogeo industrial y bonanza económica (Benito del Pozo, 1994; Vázquez y otros, 2000).

Tomando como referencia tales coordenadas, en lo que sigue se analizan los aspectos generales y más singulares del terciario asturiano, la particular situación del comercio minorista y las características que reviste el fenómeno de las grandes superficies comerciales y de ocio. Con respecto a la metodología y a las fuentes aplicadas, se combinan el análisis empírico y estadístico con la reflexión crítica; los datos y las cifras proporcionados por la Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales (SADEI) se completan con la información que aporta el Anuario Económico de España publicado por "La Caixa", la bibliografía disponible sobre el tema y, por último, la información obtenida a través del trabajo de campo realizado por los autores.

Reestructuración económica y terciarización

El proceso general de terciarización de las economías avanzadas, y por ende de los espacios regionales en ellas contenidos, ofrece ciertas particularidades cuando se trata de ámbitos territoriales cuya trayectoria productiva ha estado marcada por un modelo de industrialización de raíz decimonónica basado en la gran empresa y la formación de complejos productivos fuertemente integrados y especializados en industrias pesadas e intensivas en mano de obra, motor a su vez del desarrollo de manufacturas muy dependientes de esas producciones básicas y acaparadoras, unas y otras, del grueso del empleo y el valor de la producción durante largo tiempo, como es el caso de Asturias.

En esta región, la preeminencia del sector industrial se ha mantenido hasta que la transformación general del sistema productivo hacia una economía global regida por nuevas pautas de producción, intercambios y consumo, y la crisis consiguiente de las actividades tradicionales obligaron a aplicar desde principios de la década de 1980 severas medidas de reestructuración —sobre todo en la minería del carbón, la construcción naval y la siderurgia— que derivaron en un retroceso generalizado del sector industrial en beneficio del sector servicios. A esto hay que añadir, en la experiencia que nos ocupa, una fuerte dependencia del capital público, lo que explica que desde los años sesenta la principal empresa fuese el Estado, factor a su vez propiciatorio de las condiciones favorables para que el discurso político de la reindustrialización prevaleciese más allá del tiempo razonable sobre la urgente necesidad de renovar la estructura productiva regional mediante actividades alternativas, capaces de regenerar el tejido económico, estimular la creación de empleo y fijar capitales (Castells, 1994; Alcaide y otros, 1999; Benito del Pozo, 2001).

Algunas cifras sirven para ilustrar este complejo proceso por el que las actividades terciarias o de servicios toman el relevo de la industria, si bien el sector secundario todavía manifiesta un peso relevante en el conjunto de la economía asturiana. Según se refleja en el cuadro 1, en el año 1978 el empleo industrial representaba el 31,57% del total regional, frente al 37% de los servicios, porcentajes que en 1990 eran el 22,37% y el 51,74% respectivamente, y en el año 2000, el 16,50% y el 61,10% en el mismo orden sectorial. Por su parte, el valor de la producción aportado por la industria en 1978 se elevaba al 57,98%, mientras que los servicios contribuían con el 28,55%, valores que para el año 2000 son del 26,60% y del 60,80% respectivamente (cuadro 2).

Como numerosos estudios han puesto de relieve, este aumento de la participación de las actividades terciarias en la ocupación total de los asturianos no sólo obedece a una imagen estadística en la que el empleo en los servicios crece como consecuencia de la reducción de los ocupados en el resto de los sectores, sino que ese incremento del empleo terciario «responde a un proceso combinado de disminución de la ocupación en el resto de la economía y de incremento en términos absolutos del número de ocupados en las actividades terciarias» (Cuadrado y Martínez, 1999, p. 264). Puede afirmarse, pues, que la desindustrialización ha favorecido la terciarización asturiana, aunque el avance de las actividades de servicios tiene resortes propios que son inherentes a la

Cuadro 1. Evolución del empleo por sectores económicos en Asturias, 1978-2000 (valores relativos de %).

| | 1978 | 1985 | 1990 | 2000 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|
| Agricultura y pesca | 22,48 | 21,33 | 16,50 | 10,18 |
| Industria | 31,57 | 26,51 | 22,37 | 16,50 |
| Construcción | 8,90 | 6,93 | 9,39 | 11,82 |
| Servicios | 37,05 | 42,23 | 51,74 | 61,14 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: SADEI y elaboración propia.

Cuadro 2. Evolución sectorial del VAB al precio de los factores, 1978-2000 (valores relativos de %).

| | 1978 | 1985 | 1990 | 2000 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|
| Agricultura y pesca | 7,17 | 4,70 | 4,19 | 2,90 |
| Industria | 57,98 | 57,64 | 48,28 | 26,60 |
| Construcción | 6,30 | 4,71 | 7,31 | 9,80 |
| Servicios | 28,55 | 32,95 | 40,22 | 60,80 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: SADEI y elaboración propia.

Cuadro 3. Participación de los sectores en el PIB de Asturias y España, 1978-2000.

| | 1978 | | 1985 | | 1990 | | 2000 | |
|--------------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|
| | Asturias | España | Asturias | España | Asturias | España | Asturias | España |
| Primario | 7 | 8,90 | 5,20 | 6,90 | 3,90 | 5,20 | 2,90 | 4,70 |
| Industria | 43,80 | 29,30 | 40,80 | 28,80 | 38,90 | 25,90 | 26,60 | 22,60 |
| Construcción | 6,30 | 7,80 | 5,60 | 6,50 | 7,30 | 9,70 | 9,80 | 8,30 |
| Servicios | 42,90 | 54 | 48,40 | 57,80 | 49,90 | 59,20 | 60,80 | 63,40 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: SADEI y elaboración propia.

dinámica del sector en el conjunto del sistema económico y en las distintas escalas (Vázquez y otros, 2000).

Por otra parte, el análisis comparado de la evolución del sector servicios en Asturias y en España evidencia una menor y más lenta terciarización en el primer caso, aunque se trata, sin duda, de una economía plenamente terciaria. En efecto, si atendemos a la evolución de la participación de los distintos sectores económicos en el PIB (cuadro 3), resulta que, en el año 1978, el sector servicios asturiano arrojaba un porcentaje sobre el total del PIB regional del 42,90%, mientras que el indicador nacional se elevaba al 54%. En el año 1990 esa participación se había incrementado de forma notable en los dos ámbitos, aunque el porcentaje de Asturias se mantenía muy por debajo del que corresponde a España: el 49,90% y el 59,20% respectivamente. La información disponible para el año 2000 sigue siendo expresiva de la menor importancia económica del sector en Asturias, donde su contribución es del 60,80% frente al 63,40% del país. No obstante, cabe destacar el sensible acortamiento de la divergencia en la última década, debido, en parte, a la expansión del comercio, aunque no hay que desdeñar el *tirón* de los servicios a las empresas, una rama en expansión, debido a que el sector industrial tiende a diversificarse hacia producciones más competitivas en las que cobran protagonismo las empresas proclives a *externalizar* tareas y adquirir servicios avanzados (véase SADEI, varios años; Martínez, 2002).

Por último, la composición del empleo por ramas en los servicios, un sector por definición muy heterogéneo y cambiante en lo que respecta a las actividades que lo integran, manifiesta una clara polarización hacia las actividades de comercio. Así, como se aprecia en el cuadro 4, el mayor volumen de empleo corresponde al renglón del «Comercio», 28% del total del terciario, seguido a distancia por la rama de «Alquiler y servicios a las empresas», 12,70%, y después, por dos actividades muy distintas entre sí: «Hoteles y restaurantes», 10,10% y «Educación», 10%. El resto de las ramas tienen una modesta participación.

La importancia absoluta y relativa del comercio, sobre todo minorista, ha ido en aumento a lo largo del último decenio, hecho aparentemente paradójico por tratarse la nuestra de una región en crisis: la tasa de paro se cifra en el 17%,

Cuadro 4. Estructura del empleo por ramas de servicios en Asturias, 2000.

| | Empleos | % |
|-------------------------------------|---------|-------|
| Comercio | 62.943 | 28,11 |
| Hoteles y restaurantes | 22.761 | 10,17 |
| Transportes y comunicaciones | 19.665 | 8,78 |
| Actividades financieras | 7.194 | 3,21 |
| Alquiler y servicios a las empresas | 28.434 | 12,70 |
| Administración pública | 20.707 | 9,25 |
| Educación | 22.577 | 10,08 |
| Sanidad y asistencia social | 21.552 | 9,63 |
| Servicios sociales y personales | 14.709 | 6,57 |
| Servicios domésticos | 3.353 | 1,50 |
| Actividades extraterritoriales | 2 | — |
| Total | 223.897 | 100 |

Fuente: SADEI, *Datos y cifras... 2000*.

una de las más altas del país, y el ritmo de crecimiento del empleo está por debajo de la media nacional, menos del 3,30% en el año 2000. Sin embargo, el positivo efecto que sobre el nivel de renta de los asturianos tienen las pre-jubilaciones en la industria y la minería se traduce en una renta familiar disponible per cápita que, a título de ejemplo, en 1998 se situaba en el 91,56 de la nacional. Sin duda, dichas prejubilaciones actúan como un colchón que permite gastar por encima de lo que sería normal de no concurrir tal circunstancia. Asimismo, los hábitos de consumo de la mayoría de la población concentrada en el área central son característicos de gran ciudad, lo que favorece la proliferación de centros comerciales y explica su éxito entre los consumidores.

Características del comercio en la región

Asturias, gracias a ese acelerado proceso de terciarización de los últimos años, cuenta hoy con un tejido comercial equiparable al español. Así, las 26.938 actividades comerciales de la región representan un 2,62% de las más de un millón registradas en España, porcentaje idéntico a la representatividad de su población (cuadro 5). Pero algunos datos se convierten en fuente de preocupación. Es el caso, en primer lugar, del peso relativo de la primera distribución: si en Asturias suma el 13,21% de las actividades comerciales, el mayorismo en el conjunto del país se eleva al 16,46%. De esto se colige que Asturias cuenta con una primera distribución restringida al espacio regional y, por tanto, con una capacidad limitada de articular el territorio menos inmediato, a la vez que es tributaria de grandes distribuidores foráneos. En segundo lugar, llama la atención la importancia del detallismo: en España, la densidad minorista es

Cuadro 5. Comercio mayorista y detallista en Asturias y España (en n.º de actividades).

| | Mayorismo | Detallismo | Total |
|----------|-----------|------------|-----------|
| Asturias | 3.559 | 23.379 | 26.938 |
| España | 19.297 | 859.432 | 1.028.729 |

Fuente: La Caixa, 2002, *Anuario Económico de España*.

del orden de las 20,90 actividades por cada 1.000 habitantes, mientras que en Asturias ese índice se eleva a 21,70, lo que trasluce una hipertrofia de la distribución final, fenómeno en el que interviene la particular situación socio-económica asturiana, que conjuga un alto nivel de renta familiar y unos hábitos de consumo orientados hacia los bienes perecederos y de rápida sustitución.

Los cuadros 6 y 7 permiten matizar las diferencias entre la distribución final asturiana y española. Atendiendo a las actividades por grandes grupos detallistas, el predominio corresponde a la No alimentación, cuyo peso es mayor en el conjunto nacional que en nuestra región; el segundo puesto corresponde a la Alimentación, con una representatividad superior en Asturias, situación que se repite en la categoría de Comercio mixto, hechos unos y otros expresivos de que el comercio asturiano está menos especializado que el nacional y de que en él conviven comercios tradicionales, grandes superficies y algunas iniciativas innovadoras (tiendas de conveniencia, puntos de ventas en estaciones de servicio, etc.). Si a esto unimos la constatación de que a cada asturiano le corresponden 1,75 metros cuadrados de superficie de venta, siendo la media nacional de 2,13, las diferencias entre ambas escalas de la actividad comercial se amplían, caracterizándose la asturiana por una mayor atomización en todos los órdenes, lo que denota, en términos generales, un menor desarrollo del tejido mercantil regional.

Cuadro 6. El comercio detallista asturiano y español por sectores (en n.º de actividades).

| | Alimentación | No alimentación | Mixto | Total |
|----------|--------------|-----------------|--------|---------|
| Asturias | 9.172 | 11.906 | 2.301 | 23.379 |
| España | 315.290 | 472.699 | 71.442 | 859.432 |

Fuente: La Caixa, 2002, *Anuario Económico de España*.

Cuadro 7. El comercio detallista asturiano y español por sectores (en superficie de venta).

| | Alimentación | No alimentación | Mixto | Total |
|----------|--------------|-----------------|------------|------------|
| Asturias | 303.067 | 1.204.119 | 372.114 | 1.879.300 |
| España | 15.800.811 | 59.160.459 | 12.634.474 | 87.595.745 |

Fuente: La Caixa, 2002, *Anuario Económico de España*.

Cuadro 8. Mayorismo y detallismo en las distintas unidades territoriales asturianas (en n.º de actividades).

| | Comercio mayorista | Comercio detallista |
|-------------------|--------------------|---------------------|
| Área central | 2.770 | 16.794 |
| Resto de Asturias | 789 | 6.585 |
| Asturias | 3.559 | 23.379 |

Fuente: La Caixa, 2002, *Anuario Económico de España*.

A escala intrarregional se impone otra evidencia: los 18 municipios del área central concentran el grueso de la actividad comercial, en lógica correspondencia con su importancia económica y demográfica. En términos de actividades, esta zona acumula el 77,83% del comercio mayorista y el 71,83% del comercio al detalle, destacando su papel como centro de redistribución de mercancías, en contraste con una relativa infrarepresentación en la distribución final (cuadro 8). No obstante, hay que subrayar el aún estimable peso del comercio rural en las comarcas periféricas, si bien es incontestable la configuración del área central como el espacio comercial por excelencia, relegando a una función subsidiaria al resto del Principado.

Las particularidades del área central son evidentes, tanto si nos referimos a las actividades (cuadro 9) como a las superficies de venta detallistas (cuadro 10). En el primer caso se comprueba el predominio de la «No alimentación» frente al equilibrio de la «No alimentación» y la «Alimentación» en el resto de la región, mientras que la categoría de «Comercio mixto» es notablemente más importante fuera del área central que en ésta. En términos de superficie de venta, el ratio entre superficie y población queda fijado para el área central en 1,81 metros cuadrados por habitante, aún por debajo del promedio estatal pero bastante por encima del resto de la región (1,55). En ello influye la extrema atomización de los establecimientos tradicionales, tal y como muestran los ratios entre superficie y actividad: 87,10 metros cuadrados en el área central y tan sólo 63,20 en el resto de la región.

Cuadro 9. Comercio detallista en las unidades territoriales asturianas (en n.º de actividades).

| | Área central | Resto región | Asturias |
|-----------------|--------------|--------------|----------|
| Alimentación | 6.372 | 2.800 | 9.172 |
| No alimentación | 9.112 | 2.794 | 11.906 |
| Mixto | 1.310 | 991 | 2.301 |
| Total | 16.794 | 6.585 | 23.379 |

Fuente: La Caixa, 2002, *Anuario Económico de España*.

Cuadro 10. Comercio detallista en las unidades territoriales asturianas (en superficie de venta).

| | Área central | Resto región | Asturias |
|-----------------|--------------|--------------|-----------|
| Alimentación | 216.731 | 86.336 | 303.067 |
| No alimentación | 949.346 | 254.773 | 1.204.119 |
| Mixto | 298.726 | 73.388 | 372.114 |
| Total | 1.463.212 | 416.088 | 1.879.300 |

Fuente: La Caixa, 2002, *Anuario Económico de España*.

Las consecuencias que se pueden extraer de los datos combinados de las tablas 9 y 10 son, en primer lugar, el notable atraso y fuerte ruralismo del comercio externo al área central, caracterizado por la escasa relevancia de la primera distribución, el acusado minifundismo del detallismo, el peso excesivo del segmento de venta de bienes de primera necesidad, su débil especialización y la existencia de un comercio mixto con abundancia de pequeños establecimientos. En cambio, el comercio asentado en el centro manifiesta los rasgos propios de un sector modernizado y acorde con la innovación que preside los procesos en el conjunto de la distribución comercial: el peso de la primera distribución se aproxima a los valores nacionales, la atomización y la importancia de la alimentación tienden a reducirse dentro del *minorismo*, y la especialización va en aumento.

La expansión de las grandes superficies comerciales

El fenómeno comercial más destacado de los últimos años en Asturias es la irrupción y expansión de las grandes superficies de comercio y ocio. En efecto, a partir de 1982, año de apertura del centro comercial Las Salesas, en Oviedo, se desencadenó una dinámica de proliferación de espacios comerciales de nuevo cuño que se ha acelerado a partir del 2000, cuando en un breve lapso de tiempo se inauguraron tres importantes establecimientos: Parque Astur, Parque Principado y Los Prados, símbolos de una cultura del consumo que no conoce fronteras y de un estilo de vida que exige nuevas formas de comercio basadas en una oferta amplia, en continua transformación, que úna los conceptos de compra y ocio y a la cual se accede mediante atractivos centros y espacios concebidos como verdaderos *parques de entretenimiento*, según el ineludible modelo norteamericano vigente desde los años treinta.

En el caso asturiano, el ritmo seguido por las aperturas de este tipo de establecimientos fue moderado; a lo largo de la década de 1980 y principios de la de 1990 (véase *Anuario de la distribución*, varios años) la mayoría de las iniciativas se concentraba en las ciudades de Gijón y Oviedo, amén de algún centro en la periferia ovetense (progresiva conformación del complejo Azabache, que aprovecha el fuerte tráfico en la confluencia de la autopista Oviedo-Avilés-Gijón con las otras carreteras que articulan el triángulo urbano). En el

período 1993-1999 hubo un estancamiento del proceso, tendencia que se rompe con las inauguraciones sucedidas a partir del año 2000.

Según se concluye de SADEI, *Datos y cifras...* (2000), Asturias es una región pionera y comparativamente bien equipada en centros comerciales y así lo demuestra el hecho de arrojar un índice de 22,8 metros cuadrados de superficie comercial por cada 100 habitantes, valor sólo superado por la Comunidad de Madrid (más de 30 m²/100 hab.) y seguido por el correspondiente a Canarias (algo más de 20 m²/100 hab.). Además, los centros comerciales y los hipermercados arrastran hacia sí a un conjunto de pequeños establecimientos minoristas que se implantan en su entorno, lo que propicia otro llamativo fenómeno: entre 1997 y 2000 el número de establecimientos se triplicó y la superficie de los mismos creció en un 255%, tendencia que se mantendrá a corto plazo.

Elementos favorables al crecimiento de las grandes superficies

Un factor de gran importancia para explicar el proceso de expansión y modernización del tejido comercial asturiano son, insistimos en ello, las rentas derivadas de las prejubilaciones asociadas a la reconversión industrial y minera, cuantiosas por tratarse de empresas públicas (Ensidesa, Hunosa) y responsables de la capacidad de compra en la región, presa de una ilusión adquisitiva: gran volumen de gastos vinculados a un fenómeno difícilmente prolongable en el tiempo, al no proseguir las compensaciones y pagas fruto de las regulaciones de empleo más allá del período vital del perceptor. Procede recordar aquí, a título ilustrativo, que en 1998 Asturias poseía una renta familiar bruta disponible superior a las rentas directas generadas (Fundación BBV, 1999; SADEI, 1998), en lo que influye, sin duda alguna, su condición de perceptora neta de transferencias: en aquel año se mantenía en el sexto lugar tras Andalucía, Galicia, Castilla y León, Extremadura y Castilla-La Mancha. El efecto beneficioso de la renta de las familias sobre el comercio está potenciado por la notable concentración espacial de la población, que genera un área urbana de rasgos metropolitanos en la zona central que cumple holgadamente los mínimos de mercado buscados por las grandes superficies (Molinillo, 2002; De Juan Vigaray, 1998).

Un segundo factor, de carácter institucional y explicativo en buena medida del rápido crecimiento que en los últimos años han experimentado las grandes superficies, está vinculado a la escasa regulación autonómica del comercio minorista asturiano, en contraste con otras comunidades autónomas del país (García-Durán, 2001; Ballesteros, 1999). Esta cuestión tiene su importancia, pues la regulación del comercio interior es de competencia autonómica y los modelos de regulación de cada región son bastante dispares, tal y como señala Arribas (2001), a la par que generadores de cierta ventaja comparativa.

La parquedad del marco jurídico del comercio asturiano no se verá subsanada hasta finales del año 2002, cuando se aprueba la Ley del Principado de Asturias 10/2002, de 19 de noviembre, de Comercio Interior (BOPA n.º 278, de 30 de noviembre de 2002). Hasta ese momento, el procedimiento previs-

to para las grandes superficies era en extremo simple y se basaba en cuatro requisitos: presentación por parte del promotor de una serie de documentos (informes de impacto ambiental y de seguridad, de impacto económico sobre la economía del municipio, de viabilidad y de repercusión sobre las comunicaciones viarias); informe favorable del Ayuntamiento receptor del establecimiento comercial; audiencia a los agentes económicos y sociales implicados en el sector comercial, y, por último, el informe del Tribunal Económico de la Competencia. En suma, unas exigencias elementales que han facilitado la promoción de centros comerciales en cualquier punto de la región, situación, empero, que se endurece con la nueva ley antes citada y cuyo impacto, sin duda, será visible en breve plazo de tiempo.

Asimismo, el comportamiento de los agentes económicos e institucionales fue y sigue siendo propicio al fenómeno que aquí nos ocupa. Las elevadas rentas y la concentración demográfica atrajeron a las grandes empresas de distribución nacionales y extranjeras, deseosas de expandirse y controlar nuevos mercados a costa del pequeño comercio, a su vez muy dividido entre un segmento más especializado y seducido por la posibilidad de abrir sucursales en los centros comerciales, y un segundo segmento más tradicional anclado en el tramo de venta de bienes de consumo frecuente, incapaz de competir con los hipermercados o las medianas superficies. Por su parte, los ayuntamientos se mostraron muy receptivos a las nuevas iniciativas comerciales, empujados por la necesidad de captar inversiones y dar facilidades a cualquier iniciativa empresarial que suponga creación de empleo e impulso para la economía local, así como réditos para las arcas municipales.

En resumen, los factores objetivos (amplias rentas, concentración demográfica y normativa permisiva) y los subjetivos (comportamiento de los agentes económicos y de las instancias de poder locales) han contribuido a que actualmente Asturias esté al borde de la saturación comercial, hecho que admite una doble lectura de signo contrario: se acumulan más incertidumbres a la compleja y crítica coyuntura regional; se favorece la reactivación de la economía y la modernización del tejido productivo, a la vez que se fortalece el proceso de articulación e integración territorial del área central.

Localización y tipología de las grandes superficies

La totalidad de las grandes superficies consolidadas en la región se concentra en el área central, dotada de una densa y eficiente red de comunicaciones, tanto ferroviarias como viarias, que facilita los desplazamientos en su seno y desde el exterior: RENFE y FEVE poseen una red tupida y de frecuentes servicios de cercanías que aseguran los flujos entre las principales urbes, así como con las cuencas mineras; en el caso de las vías de alta capacidad, éstas se articulan mediante la autopista conocida como la «Y asturiana», prolongada hacia el sur por la A-66 y hacia el este por la A-8; por su parte, la recién estrenada «autovía minera» (As-1) garantiza una comunicación ágil entre las cuencas del Caudal y Nalón con el litoral gracias al eje Mieres-Langreo-Gijón, que, además,

aporta cohesión al entramado viario central y refuerza la integración territorial de las zonas mineras con el resto del área (figura 1).

Esa red de comunicaciones, unida a las cortas distancias entre los principales núcleos de población citados y las entidades secundarias de sus respectivas áreas de influencia, atenúa el efecto de los factores de localización vinculados al transporte. En principio, cualquier localización sobre una autovía y en las proximidades de una estación de ferrocarril es favorable para la implantación de una gran superficie o centro comercial, lo que explica la elasticidad espacial de las implantaciones interurbanas, esquema que parecen seguir las más recientes iniciativas comerciales asturianas y que no excluye los emplazamientos en el interior de la ciudad, según una estrategia bastante extendida entre los centros comerciales en áreas urbanas (Molinillo, 2002).

Considerando lo apuntado, podemos distinguir dos categorías básicas de grandes superficies en el área central: los *centros comerciales intraurbanos* y los *establecimientos periféricos*. El primer tipo es característico de la etapa inicial de expansión de las nuevas fórmulas comerciales en la región, y su desarrollo está condicionado por la disponibilidad de suelo urbano (con frecuencia procedente de recalificaciones de usos extinguidos) y por el escaso recurso al automóvil por parte del comprador, aunque ciertas iniciativas sí se ven beneficiadas por la accesibilidad que aportan las vías de comunicación de alta capacidad, prueba de ello es que se instalan en la primera corona de barrios periféricos (es el caso del complejo La Calzada-Ocimax, en Gijón; C. C. Los Prados, en Oviedo, y del centro promovido por el Grupo El Corte Inglés, en Avilés). El segundo tipo de asentamiento comercial busca maximizar las ventajas derivadas de dicha red central de comunicaciones y la amplia disponibilidad de suelo a buen precio, optando por localizarse en la corona exterior de las principales ciudades (figura 1). Otro rasgo diferenciador de uno y otro tipo de gran superficie es que las urbanas, al margen de eventuales consumidores procedentes de ciudades vecinas, captan la clientela entre los residentes de la propia ciudad, mientras que las extraurbanas o periurbanas nacen con una vocación comarcal, cuando no regional, y arrastran a compradores de las más diversas procedencias, induciendo con ello flujos nuevos e intensos.

También es interesante observar la variedad de combinaciones que se dan entre formas comerciales y usos del suelo. Destaca la asociación, planificada o espontánea, de modalidades comerciales muy diferentes: entre las planificadas, que etiquetamos como *parques comerciales*, sobresalen Parque Astur (Corvera) y Parque Principado (Siero); entre las de carácter espontáneo, fruto de la asociación entre grandes superficies muy próximas entre sí y que se refuerzan mutuamente, que denominamos complejos comerciales, hay que destacar Azabache (Llanera-Siero) y La Calzada-Ocimax (Gijón), la primera resultado de la agrupación de iniciativas independientes que no entran en competencia (un hipermercado con su correspondiente galería comercial y dos grandes superficies especializadas en bricolaje y juguetes), y la segunda fruto de la vecindad de dos centros comerciales urbanos de vocación dispar: comercial La Calzada y de ocio Ocimax (figura 1).

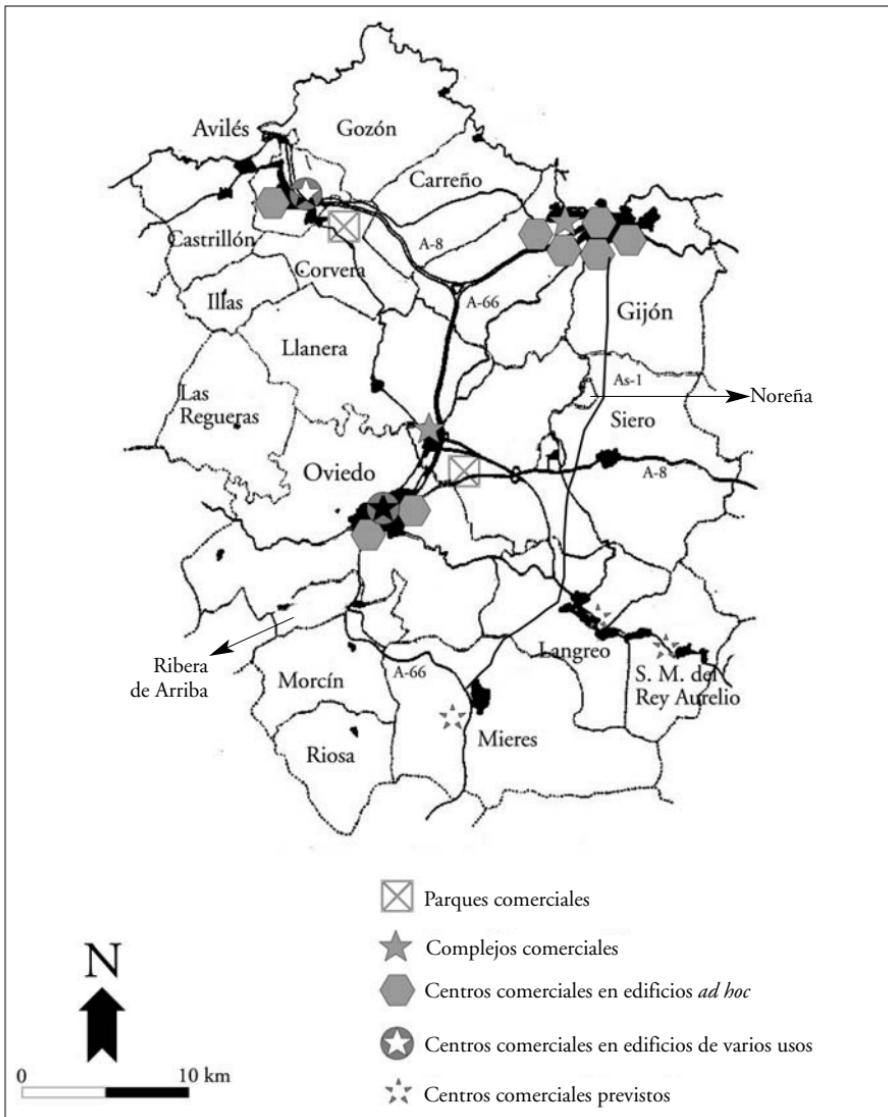


Figura 1. Distribución de las grandes superficies asturianas.

Estos ejemplos representativos del gigantismo comercial se contraponen al resto de las grandes superficies asturianas, que responden a esquemas más clásicos y que, matizados, nos dan algunas categorías contrastadas: algunos centros comerciales ocupan edificios *ad hoc*, como Los Prados, Alcampo, Costa Verde, San Agustín, El Coto, Los Fresnos y el Centro Cívico Comercial; otros

Cuadro 11. Grandes superficies comerciales en Asturias.

| Denominación | Municipio | Hipermercado | Cines | N.º tiendas |
|----------------------------|---------------|--------------|-----------------------------|-------------|
| Centro Cívico Comercial | Oviedo | – | – | 50 |
| C. C. Las Salesas | Oviedo | Hipercor | – | 94 |
| C. C. Los Prados | Oviedo | Carrefour | Yelmo (14 salas) | 100 |
| Alcampo | Gijón | Alcampo | – | 20 |
| C. C. Costa Verde | Gijón | Hipercor | – | 38 |
| Complejo Ocimax-La Calzada | Gijón | Carrefour | Yelmo (13 salas) | 42 |
| C.C. El Coto | Gijón | – | – | 47 |
| C.C. Los Fresnos | Gijón | Carrefour | Cinenor (7 salas) | 95 |
| C.C. San Agustín | Gijón | – | Centro (5 salas) | 30 |
| C. C. Atrio | Avilés | – | – | 68 |
| Hipercor | Avilés | Hipercor | – | – |
| Parque Principado | Siero | Eroski | Warner Lusomundo (17 salas) | 128 |
| Complejo Azabache | Siero-Llanera | Carrefour | – | 41 |
| Parque Astur | Corvera | Carrefour | Box (10 salas) | 125 |

Fuente: Asociación Española de Centros Comerciales y elaboración propia.

combinan usos comerciales y/o de ocio con usos residenciales, tal y como ocurre en Las Salesas y Atrio. En definitiva, una notable variedad tipológica que reproduce el mismo fenómeno ya observado en espacios con superior potencial comercial, como Madrid (García Escalona, 2000) o Barcelona (Carreras y Romero, 2000).

Otro hecho constatado es la creciente importancia del ocio en la configuración de los grandes centros del consumo asturiano (cuadro 11). Si en las primeras iniciativas el papel del comercio era fundamental y se limitaba al mínimo indispensable la presencia de usos hosteler y recreativo, en las más recientes actuaciones la importancia de lo lúdico va en aumento. Se asume que las locomotoras de los centros comerciales no son sólo los hipermercados o los grandes supermercados, sino que la exhibición cinematográfica y otras actividades de diversión (las boleras) pueden complementar, a veces monopolizar, este rol de arrastre, habida cuenta del abultado negocio que generan. Un ejemplo precoz es el C. C. San Agustín, en Gijón, que tiene como principal atractivo sus multicines; en los más recientes (Parque Astur, Parque Principado y Los Prados) la combinación entre multicines e hipermercado los convierte en significados espacios de compra pero también de entretenimiento, como lo demuestra el hecho de que uno de cada tres habitantes de la región pasa la tarde del sábado en este tipo de establecimientos (*La Nueva España*, 16/3/03, p. 36).

Parque Principado y Parque Astur: dos caras de una misma moneda

El complejo de Parque Principado, con 128 tiendas, es por el momento la iniciativa más ambiciosa y de mayor alcance en la región. Inaugurado en el año 2001, está gestionado por Lar Grosvenor, que, conjuntamente con Sonae (multinacional maderera portuguesa pero con una importante actividad en la promoción de centros comerciales), Whitehall (fondo de inversión inmobiliaria propiedad del banco de inversiones norteamericano Goldman Sachs) y Eroski, es el propietario de esta gran superficie comercial y de ocio que ha revolucionado los hábitos de los asturianos. Su extensión total asciende a 67.268 metros cuadrados y cuenta, además, con aparcamiento exterior y cubierto de 5.000 plazas de capacidad. El establecimiento está vertebrado por un gran edificio de tres módulos y llamativa arquitectura: uno, situado en el extremo norte, corresponde al hipermercado Eroski; otro central se destina a superficies comerciales medianas y pequeñas (FNAC, Zara, Cortefiel y otras marcas, muchas de ellas franquicias), mientras que el edificio sur está especializado en la oferta de ocio: un multicine con diecisiete salas propiedad de la Warner Lusomundo, la bolera Planet Bowling y un amplio número de locales de restauración. En el exterior, una media superficie se dedica a la venta de electrodomésticos, Media Markt, y un autocentro y una estación de servicio propiedad de Eroski completan el espacio consolidado.

Con respecto a su situación geográfica, puede afirmarse que es acertada y sin duda estratégica: ubicado a las afueras de Oviedo, en terrenos pertenecientes al municipio de Siero, entre las localidades de Colloto y Lugones, y en el corazón del espacio metropolitano, es accesible en menos de 30 minutos a una población superior a 800.000 personas. La proximidad y conexión directa con la autopista «Y» y sus derivaciones optimizan la accesibilidad desde cualquier punto del centro de la región (figura 1). Además, coincidiendo con su apertura, la empresa de ferrocarriles FEVE construyó en las inmediaciones del centro comercial un apeadero, a lo que se ha unido en fecha reciente la decisión del Ayuntamiento ovetense de prolongar una línea de sus servicios de autobús urbano para atender la demanda de los ovetenses que optan por prescindir del automóvil para desplazarse hasta Parque Principado, decisiones ambas que refuerzan la inicial ventaja de posición.

Los factores antes señalados permiten comprender la progresión de esta gran superficie, que, gracias al efecto de atracción combinado del hipermercado, los multicines, las tiendas especializadas y los locales de recreo, ha logrado una fórmula de éxito que arrastra a miles de consumidores al día y cuya capacidad se ve desbordada los fines de semana, un fenómeno que lo consagra como el único centro comercial de la región con una vocación claramente metropolitana y supracomarcal, aspecto que tiene su correlato en la intencionalidad expresa de los promotores y en el tamaño del establecimiento, gigante para los estándares del espacio al que sirve.

La otra cara de la moneda del destino o la fortuna que puede acompañar a las grandes superficies en su faceta de negocio con mayor o menor éxito está

representada por Parque Astur, iniciativa promovida con participación del capital regional y puesta en marcha en el año 2000, antes que la experiencia de Siero. También esta oferta combina ocio con tiendas, incluyendo un hipermercado y un multicines de la cadena Box, y con una capacidad de aparcamiento cifrada en 3.000 plazas. Sin embargo, su localización excéntrica en el área central y vinculada a la ciudad de Avilés, especialmente castigada por la crisis y la pérdida de población, de empleo y de inversiones en todos los sectores productivos, ha dado como resultado que su área de influencia o de alcance comercial quede reducida a la comarca avilesina y a la franja litoral de la Marina occidental. Se trata de un espacio económico menos dinámico que el anterior, tanto por tamaño como por volumen de consumidores y de gasto, que no logra extenderse al mercado de las comarcas de Gijón y Oviedo, servidas por Parque Principado. El relativo fracaso de esta gran superficie, que nació sin rival y con las más halagüeñas perspectivas, se refleja en la gran cantidad de locales vacíos en sus instalaciones y en el limitado flujo de consumidores. Asimismo, la apertura en Avilés de un centro comercial propiedad del Grupo El Corte Inglés agrava aún más la situación de Parque Astur, cuyas expectativas de negocio y expansión se han visto notablemente mermadas en el último año.

Conclusiones

Las regiones de tradición industrial como Asturias, largo tiempo dependientes en términos productivos y laborales del sector secundario, han sido finalmente alcanzadas por el proceso creciente e inexorable de terciarización que caracteriza a los territorios y a las sociedades más avanzadas, de tal suerte que sus economías actuales muestran un notable sesgo terciario. En el caso de Asturias, la riqueza generada por los servicios fue en aumento en las dos últimas décadas hasta representar en el año 2000 el 60,8% del PIB y el 61,1% del empleo regional, valores que apuntan hacia una rápida convergencia con el resto del país y con la Unión Europea y que permiten afirmar su carácter de economía terciaria, que se verá reforzado a tenor de la tendencia que se vislumbra a corto y medio plazo.

Sin embargo, este sesgo terciario, lejos de ser uniforme en su materialización, acusa rasgos singulares que lo alejan de la pauta nacional, como se ha intentado demostrar. Una especificidad detectada en Asturias es la sobresaliente expansión del comercio minorista, una rama muy dinámica con capacidad para generar empleos y contribuir a superar los efectos de la reestructuración industrial, aunque con un impacto desigual sobre el territorio: genera concentración, efectos de aglomeración y ventajas comparativas que favorecen la integración del área central y su consolidación como *espacio metropolitano polinuclear* y motor económico regional, en detrimento de las *alas*, las comarcas oriental y occidental, donde predomina un comercio tradicional que tiende a debilitarse y es expresivo de la atonía económica y la escasa articulación territorial de estos espacios de dominante rural y con rasgos claros de periferia.

En el contexto de crecimiento y modernización del tejido comercial, cobran una presencia protagonista en el área central las grandes superficies o centros comerciales, cuya importancia relativa se deduce de la elevada proporción entre metros cuadrados y población, lo que coloca a la región en una posición destacada, sólo superada por la Comunidad de Madrid, y muy por encima de la media nacional. Dichos centros comerciales tienen su origen dentro de la ciudad, es decir, nacen con vocación urbana pero no tardan en consolidarse como fenómeno extraurbano, incluso periurbano, dentro del triángulo con vertiente litoral Oviedo-Gijón-Avilés y de su complementario territorial, el espacio interior Oviedo-Langreo-Mieres, ampliables ambos a Siero y Llanera. Ello es consecuencia del fenómeno que asocia comercio y ocio y da origen a colosales organismos, muy exigentes en suelo y accesibilidad, tipificados aquí como parques comerciales, que funcionalmente se comportan como espacios de entretenimiento, en la medida que comprar es hoy una actividad vinculada al tiempo libre y de recreo.

En los nuevos parques y centros comerciales ni siquiera es necesario hacer compras: son de acceso libre e indiscriminado y a ellos se puede ir, simplemente, a pasar el tiempo, lo que les confiere la condición de privilegiados lugares de relación de colectivos dispares (jóvenes, adultos desocupados, ancianos) y de procedencia mayoritariamente urbana. En tal sentido, cabe pensar que estamos ante un fenómeno territorial y sociológico sin precedentes que lleva, entre otros efectos, la prolongación de ciertas funciones urbanas hacia espacios alejados de la ciudad pero en estrecha conexión con ésta.

Por último, la suerte desigual de las dos grandes superficies más importantes de la región, Parque Astur y Parque Principado, es demostrativa de la influencia de los factores de localización geográfica, del peso de la lógica que rige la competencia dentro del sector y del coste de una intervención planificada bajo una perspectiva miope (los intereses de Avilés y su comarca) que no parece haber tomado en consideración el contexto espacial dado: un territorio formal y funcionalmente articulado como área metropolitana sujeto a dinámicas de escala regional más que comarcales, algo que los promotores de Parque Principado asumieron como premisa y aplicaron con éxito en la elección del emplazamiento de este centro comercial.

Bibliografía

- ALCAIDE, J. y otros (1999). *Asturias: de una economía de transferencias a una economía productiva*. Madrid: Instituto de Estudios Económicos.
- Anuario de la distribución (varios años). Madrid: Distribución Anual.
- ARRIBAS, L.E. (2001). «La regulación de grandes superficies comerciales en España: Transplantes y políticas territoriales inexistentes». *Ciudad y Territorio, Estudios Territoriales*, 130, p. 687-706.
- BALLESTEROS, C. (1999). *La imagen de los hipermercados en la Comunidad Autónoma de Madrid*. Publicaciones Universidad Pontificia de Comillas.
- BENITO DEL POZO, P. (1994). «Metrópoli e industria en Asturias». En AA.VV. *Economía y empresa en Asturias*. Madrid: Civitas.

- (2001). «Obstáculos y estímulos a la integración de las regiones atlánticas regresivas». *Investigaciones Geográficas*, 26, p. 121-134.
- CARRERAS, C.; ROMERO, J. (2000). «Cambios en las formas del comercio y del consumo en Barcelona». *Estudios Geográficos*, 238, p. 103-123.
- CASTELLS, M. (dir.) (1994). *Estrategias para la reindustrialización de Asturias*. Madrid: Civitas.
- CUADRADO, J.R.; MARTÍNEZ, S. (1999). «Situación actual y perspectivas de los servicios en Asturias». En ALCAIDE, J. y otros. *Asturias: de una economía de transferencias a una economía productiva*. Madrid: Instituto de Estudios Económicos, p. 259-324.
- DE JUAN VIGARAY, M.D. (1998). *La atracción que ejercen los centros comerciales sobre los consumidores*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- FUNDACIÓN BBV (1999). *Renta Nacional de España y su distribución provincial. Serie homogénea, años 1955 a 1993 y avances 1994 a 1998*. Bilbao: Fundación BBV.
- GARCÍA-DURÁN, J. (2001). *La regulación del comercio minorista en las comunidades autónomas españolas*. Madrid: Instituto de Empresa-Instituto de Estudios Económicos-Instituto de Estudios del Libre Comercio.
- GARCÍA, E. (2000) «Cambios en las formas y lugares de consumo en Madrid». *Estudios Geográficos*, 238, p. 73-102.
- GONZÁLEZ, M.; DEL RÍO, C. (1997). «Los servicios y el desarrollo económico: nuevos retos y oportunidades para las regiones». *Ponencias XXII Reunión de Estudios Regionales*. Pamplona: AECR.
- LA CAIXA (2002). *Anuario Económico de España*. Barcelona: La Caixa.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, A. (2003). «Estructura y dinámica del comercio en Cuenca». *Investigaciones Geográficas*, 32, p. 137-154.
- MARTÍNEZ, S.R. (1996a). *Cambio sectorial y desarrollo de los servicios en la economía asturiana*. Oviedo: Junta General del Principado.
- (1996b). «Análisis comparado del grado de terciarización de la economía asturiana y la española». *XXII Reunión de Estudios Regionales*. Pamplona: AECR.
- (dir.) (2002). *El sector de servicios avanzados a las empresas en Asturias*. Universidad de Oviedo, IDEPA.
- MOLINILLO, S. (2002). *Centros comerciales de área urbana*. Madrid: ESIC Editorial.
- SADEI. *Datos y cifras de la economía asturiana* (varios años). Oviedo.
- *Reseña estadística de los municipios asturianos* (varios años). Oviedo.
- *La renta de los municipios asturianos* (varios años). Oviedo.
- (1990). *Ánalisis de los servicios en Asturias 1978-1990*. Oviedo.
- TRESPALACIOS, J. y otros (1992). *Estudio del sector comercial minorista en Asturias*. Oviedo: Cámaras de Comercio y Principado de Asturias.
- (2001). *Comprar en Europa. Distribución comercial y conducta de los consumidores*. Madrid: Síntesis.
- VÁZQUEZ, R. (1994). «Estrategias de la empresa detallista en el sector de la distribución comercial». En AA.VV. *Economía y empresa en Asturias*. Madrid: Civitas, p. 605-634.
- VÁZQUEZ, R.; TRESPALACIOS, J. (1997). *Distribución comercial. Estrategias de fabricantes y detallistas*. Madrid: Civitas.
- VÁZQUEZ, R. y otros (2000). «Asturias: la distribución acelera su proceso de modernización», *Distribución y Consumo*, n.º 52, p. 101-119.