



Pepe Monteserín

Jerónimo Arango Díaz, nacido en Salas en 1898, de apellido praviano, que emigró a América, donde hizo fortuna, fue el promotor en los años 60 del edificio de los Alsas, de Oviedo, obra del mejor arquitecto asturiano de entonces, Ignacio Álvarez Castela (Cangas del Narcea, 1910-Oviedo, 1984), y en los años 70

encargó, como chalet de fin de semana, la famosísima Casa Arango, en Guerro, México, proyecto de uno de los mejores arquitectos del mundo, John Lautner (Michigan, 1911-California, 1994). El estilo "era espacial", de Lautner, cautivó al mundo y ahí brota la casa, en una ladera de la bahía de Acapulco, con esas

piscinas de visión de horizonte, que desbordan la terraza y se confunde su cloro con el Pacífico y con el cielo. Piedra, hormigón pretensado y vidrio, eran los materiales de Lautner, muy acorde con los que utilizó Castela en sus obras en Oviedo. Jerónimo, Ignacio, John..., en el buen gusto residió su fuerza.

El comercio afronta la campaña navideña "más ilusionante" de los últimos años

Los pequeños establecimientos aplauden al Ayuntamiento por potenciar la oferta lúdica en el Antiguo y el Campo: "Hay intención de ayudarnos"

Lucas BLANCO
Los pequeños comerciantes de Oviedo aseguran que hay mimbres para que la inminente campaña navideña sea la más exitosa de los últimos años. El colectivo Comercio de Oviedo considera que se encuentran ante la temporada "más ilusionante" en mucho tiempo. Y señalan al Ayuntamiento entre quienes han facilitado este clima de optimismo. Los profesionales del sector consideran un acierto la apuesta por un mercadillo de ambiente nórdico en la plaza de la Catedral y en Porlier. Y la idea de potenciar la oferta lúdica del Campo San Francisco y del centro de la ciudad les parece que aportará vida a las calles durante la campaña navideña.

"Se ve que hay intención de ayudarnos y noto a los compañeros del sector con mucha ilusión y muchas ganas", explica el presidente de la asociación Comercio de Oviedo, Ignacio del Río, quien destaca especialmente la apuesta por el mercadillo nórdico en detrimento del celebrado hasta el año pasado en La Escandalera. "Se trata de un formato más moderno y sobre todo con temática navideña, pues lo que había hasta ahora era más bien marroquinería", defiende el representante del colectivo de comerciantes integrado en la Federación Asturiana de Empresarios.

El sector aplaude el mercadillo de estilo nórdico que se instalará ante la Catedral y en Porlier

El colectivo que preside Ignacio del Río ofrece su colaboración al Ayuntamiento. "Existen muchos comercios dispuestos a arrimar el hombro para intensificar la decoración y la iluminación si hace falta", destaca Ignacio del Río, plenamente satisfecho con los planes municipales para potenciar la temática navideña. "Veo un esfuerzo por recuperar lo tradicional, es decir, los belenes y que se escuchen villancicos por la calle", añade.

De todos modos, el comerciante admite que no solo hará falta la pre-

disposición del Ayuntamiento para cerrar una buena campaña. "El tiempo y la coyuntura económica también influirán, pero al menos la predisposición es la de hacer las cosas mejor que hasta ahora", indica.

Los titulares de los pequeños negocios aseguran que durante el pasado mandato se descuidó la campaña navideña por parte de la administración. "El éxito o no de la campaña dependía únicamente

de los propios comerciantes", indican en referencia al perjuicio que les causaba la falta de una ausencia de una programación municipal ambiciosa en torno a la Navidad.

La colaboración entre este nuevo colectivo de comerciantes, que cuenta ya con más de 120 asociados, y el Ayuntamiento ayuda a implicar a los pequeños empresarios en las actividades de la ciudad. "En las próximas fechas veremos que se llevarán a cabo iniciativas novedosas con la intención de recuperar la imagen de Oviedo como capital asturiana de las compras", afirma Ignacio del Río. Levantar la imagen y devolver la prosperidad al comercio de proximidad ovetense es uno de los motivos del nacimiento de una asociación que, hasta la fecha, encuentra un buen aliado en el equipo de gobierno.

MARTA MAGADÁN | Economista, profesora de la Universidad de La Rioja (Unir) y coautora del libro "Turismo de shopping"

"Oviedo está bajo una tormenta perfecta de cierres de tiendas"

"La inversión de la pirámide demográfica y la falta de relevo generacional han ido marchitando la red comercial de la ciudad"

E. VÉLEZ
Marta Magadán (Oviedo, 1969) es experta en análisis comercial y empresarial. Doctora en Administración de Empresas y licenciada en Económicas, actualmente es profesora en la Universidad de La Rioja (Unir) y dirige una editorial. Junto a Jesús Rivas, ha escrito el libro "Turismo de shopping" (Turismo de tiendas).

—¿Existe en Oviedo el turismo de "shopping"?

—No. Para que Oviedo articule una estrategia en torno al turismo de "shopping" se hace necesaria una apuesta explícita tanto por parte de la Administración como por parte del propio sector comercial.

—¿Cuál es la situación del pequeño comercio en la ciudad?

—Preocupante, porque las tiendas se han tenido que enfrentar a grandes cambios en poco tiempo asociados a fenómenos como la globalización, el desarrollo del comercio por Internet, la inversión de la pirámide demográfica y su impacto sobre los cambios en las pautas de consumo a lo que se añade, entre otros factores, una crisis que minora la confianza entre los consumidores e impulsa el miedo en las decisiones de compra.

—¿Cuáles son las causas de la situación actual?

—En el último lustro, se viene observando, primero en EEUU y después en Europa, lo que se llama "Apocalipsis retail" con más cierres que aperturas. Estamos ante un cambio en el modelo de negocio que lleva aparejado un descenso de ventas en las tiendas físicas, y una disminución de la facturación. Esto implica que, en un primer momento, se opte por el recorte en los empleos y luego que el negocio cierre. Si al cambio se le suman las características de una ciudad, podemos decir que Oviedo sufre la tormenta perfecta de cierres de tiendas.

—¿El cierre de persianas es un



Marta Magadán, en la calle Milicias Nacionales. | Irma Collín

mal generalizado?

—Efectivamente. La crisis financiera aceleró, desde 2008, la desaparición de cientos de establecimientos con una estructura económica débil, y que no podían garantizar su continuidad sin unas líneas de crédito que la banca había empezado a retirar. En segundo lugar, la falta de relevo generacional ha ido marchitando la red comercial

de muchas ciudades. En tercer lugar, el avance de las ventas online abre un nuevo escenario en el que el sector se plantea si seguirán haciendo falta tiendas y, si es así, cómo serán y cómo se medirá su eficiencia.

—¿La competencia "on line" juega un factor decisivo en la crisis de las tiendas físicas?

—No se puede hablar de culpas sino de falta de visión estratégica ante los cambios que se avecinaban o de ausencia de medios para conjurarlos.

—¿Funcionan las tiendas mixtas como una librería-café?

—Con carácter general, todo aquello que permita al comercio ser diferente, es un paso adelante en favor de su supervivencia. Las grandes firmas internacionales ya están en ello. H&M, Primark o Nike están introduciendo en sus establecimientos desde gimnasios hasta cafeterías, o centros de estética, convirtiendo la tienda en un lugar más experiencial que transaccional.

—¿Y las tiendas efímeras llamadas "pop up"?

—Fueron una fórmula inteligente para ocupar, aunque fuera temporalmente, locales vacíos.

—¿Y los mercadillos?

—Son un reclamo y una atracción turística que pueden proporcionar experiencias significativas a sus visitantes.

¿QUIERES VIAJAR?
antes de elegir tu destino
¡VEN A VERNOS!
el dinero* es cosa nuestra

Unión Financiera Asturiana
Desde 1984

TLF. 985 277 427 WWW.UNIONFINANCIERA.ES

*Una vez aprobada tu solicitud