

El comercio cántabro aparece como una estructura dual en la que conviven rasgos propios de un sistema tradicional con otros expresivos de la reciente modernización emprendida, que si bien no ha sido muy acusada, sí ha registrado importantes cambios.

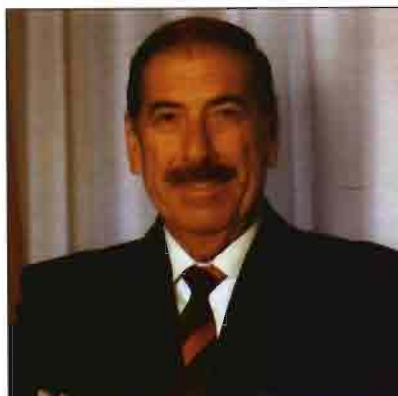
Su actual estructura es el resultado de una serie de procesos que han transformado dicho sistema tradicional, no sólo por un gran crecimiento sino también por una interesante mutación de su composición interna. Si hasta 1960 el sector se desarrollaba lentamente, a partir de esa fecha sufre una aceleración que le hace aparecer como una actividad muy dinámica.

Respecto a su papel en el conjunto del sistema económico de la región, hay que señalar que representa el 11% del valor añadido bruto total y el 10,5% del empleo. En cuanto a su distribución espacial, hay dos núcleos, Santander y Torrelavega, con alto nivel de equipamiento y especialización, otros 14 de nivel medio y el resto, que comprende el 84% de los municipios y el 29% de la población, deficientemente dotados comercialmente.

En cuanto a la problemática comercial general, no difiere en Cantabria de la del resto del país, reproduciéndose aquí la misma dialéctica que a nivel nacional entre la postura liberal, partidaria de que no haya limitaciones a la actividad comercial y que sea el principio de libertad el que establezca la pauta de cada comercio, con libertad, por tanto, de horarios comerciales, apertura de grandes superficies, etcétera; y la postura contraria, que defiende las limitaciones de horario y otras muchas como una conquista social de los comerciantes, sobre todo de los pequeños, que son los que mayoritariamente se encuadran en esta línea, y por lo tanto desean una Ley General del Comercio que regule detalladamente todo el proceso comercial desde los horarios hasta las rebajas, liquidaciones, promociones, etcétera, así como la instalación de grandes superficies.

De hecho, en una región como Cantabria parece posible, dadas las diferencias tan enormes de su estructura y de su hábitat (urbano, rural, turístico, ...), la subsistencia equilibrada de todas las formas comerciales (las conocidas y las que puedan aparecer).

La experiencia indica que la implantación de una nueva forma comercial no ha hecho desaparecer las anteriores, aunque haya influido cuantitativamente en ellas. Sin embargo, en una región de 540.000 habitantes, con tres grandes superficies en funcionamiento y ante los intentos de instalación de otras dos, una en la



JESUS DE LAS CUEVAS POMBO
Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cantabria

DISTRIBUCION COMERCIAL EN CANTABRIA

zona de Santander y otra en la de Torrelavega, es preciso que, a semejanza de Francia, haya una reglamentación también en Cantabria que controle, muy rigurosamente, cada nueva instalación, pues por su enorme repercusión en el tejido empresarial sobrepasa las condiciones de libertad de mercado, para convertirse en tema de política económica regional.

Esto no significa que haya que estar siempre en contra de los hipermercados, que en ocasiones y lugares sí tienen su razón de ser, pero en armónico equilibrio con las demás formas comerciales, no avasallándolas. Quien no tiene tantas oportunidades urbanísticas es el pequeño comercio. Como ejemplo, hay que señalar que se padece en Cantabria un urbanismo que hace que en barrios enteros de reciente creación, véase Valdeñoja, no haya ni una tienda, con todas las plantas bajas diáfanas y ha agotado todo el

volumen en vivienda. No hay razón para que esos barrios no puedan disponer de pequeños comercios y robustecer así el tejido comercial de la ciudad.

Debe mencionarse también el hecho de que las oficinas de las instituciones de Crédito, Bancos y Cajas de Ahorros en Cantabria lleguen a parecer bazares, dada la variedad de la mercancía que exponen.

Las deficiencias básicas del sector comercio en Cantabria, como en toda España, son principalmente el difícil acceso a recursos financieros importantes, la escasez de planes eficaces de formación de equipos humanos, la casi total inexistencia de logística empresarial, un desarrollo tecnológico insuficiente y una considerable pobreza del espíritu asociativo. Con ello se acusa también un bajo nivel de dotación, con una concentración del comercio en Santander, en los principales Ayuntamientos y en la costa, un bajo nivel de especialización y una gran atomización del comercio tradicional con poca capacidad de respuesta ante la modernización.

A la vista de estas deficiencias, las soluciones más urgentes e imprescindibles pasan por la necesidad de una reconversión en el sector, de una modernización de las estructuras de ventas, y de una transformación a través de la integración y de la asociación (horizontal o vertical) comercial. Parece necesario un contexto legal que coordine las actuaciones y palíe los efectos de la reestructuración y una actuación de las Administraciones para establecer planes de desarrollo del comercio que especifiquen, entre otras cosas, la oferta necesaria para una futura demanda y una mayor racionalización espacial de la oferta comercial.