

# EL COMERCIO MINORISTA Y SU ACCIÓN TRANSFORMADORA DE LA GEOGRAFÍA ESPAÑOLA \*

*Juan Velarde Fuertes*

Impresiona el cambio que, en el porcentaje de la composición sectorial del PIB español, ha pasado a tener el sector Servicios. En 1850 suponía un 45%, pero desde inicios del siglo XXI el porcentaje ha subido a más del 70%. Uno de sus sectores importantes es el correspondiente al comercio minorista, constituido esencialmente por todo un amplio conjunto de actividades crónicamente situadas en ámbitos superpoblados. Por cierto que no es necesariamente lo que ofrecen al economista las «actividades en competencia perfecta», aunque lo sean en ocasiones muy concretas, por ejemplo en ciertos productos agrícolas, y solo en algunos otros casos. La existencia de demasiadas empresas en una actividad, o sea con una gran concurrencia, se califica como una mala cosa, por implicar un derroche de recursos y de pérdida; pero, por lo menos, cuando se mantienen actividades muy concurrentes, se cree siempre que el consumidor gana, en parte, por medio de baja de precios, con lo que estos empresarios pierden; pero normalmente, en la mayoría de las actividades económicamente superpobladas, como ocurre con el comercio minorista, su mercado de alta concurrencia es completamente imperfecto. La abundancia de pequeños establecimientos, como los productores de esos servicios comerciales minoristas, no venden muy barato, pese a ser poco eficientes, y en lugar de competir a base de precios, intentan que estos alcancen los niveles más altos posible, para revitalizar así sencillamente el negocio. Se intenta de esta forma la existencia de la llamada competencia monopolística, cuyo resultado es una situación econó-

---

\* El presente artículo fue entregado para su publicación en el número ordinario de nuestro Boletín correspondiente al año 2023 (Tomo CLX). Al producirse el fallecimiento de su autor poco antes de entrar en imprenta, el Consejo de Redacción del BRSG ha pensado que sería preferible publicar dicho artículo, seguramente el último escrito por nuestro presidente, en este número extraordinario dedicado a su memoria.

mica quizá peor que en el monopolio total, pues no solo son excesivos los precios, sino que, además se derrochan valiosos recursos, ya que cada empresa concreta de este tipo tiene detenidas parte de sus instalaciones y de la mano de obra. La situación pasa a ser mala por partida triple: los empresarios pierden, los recursos se desaprovechan, y los precios que tiene que pagar el consumidor son excesivamente altos, pero por motivos sociales procura actuar la política económica en favor de estos pequeños negocios, considerando que crean trabajo, aunque los empleos a que dan lugar son, en gran parte, una ilusión en cuanto al pago se refiere, representando algo aparentemente innecesario, como por ejemplo lo serían proyectos de obras públicas consistentes, únicamente, en abrir zanjas y volverlas a rellenar. Un complemento a la crítica al pequeño comercio, como la iniciada por Marshall y, prácticamente, popularizada por Samuelson, es bien patente. Entre nosotros, Valentín Andrés Álvarez subrayó que el fenómeno concreto de ese subsector del comercio minorista está vinculado a mucha concurrencia, pero siempre a través de mil procedimientos de escasa competencia. Por lo que se refiere al caso de España ¿no tendríamos que señalar forzosamente que por sus amplias consecuencias sociales existe un enlace de persistencia de esa amplitud de concurrencia? Al observar nuestra historia económica, la distribución comercial pasó siempre a tener un papel impulsor de la actividad, por supuesto encarecedor, pero que exige edificios, localizaciones, complementos relacionados con el transporte, situaciones variadísimas de urbanización, y esto, incluso, a lo largo ya de siglos. En el caso de España, con una magnitud complementaria que origina la aparición de lugares de habitación, en edificaciones para el almacenamiento, para el acceso de clientes, para enlazar con el mundo de los transportes, del crédito y de multitud de otros servicios que, por su cuantía se ligan inmediatamente a planteamientos políticos, esto perdura.

En este sentido conviene comenzar por indicar, concretamente en el caso de España, por qué las realidades de los comerciantes han tenido consecuencias políticas muy importantes, por haber sido fundamentales respecto a la caída del Antiguo Régimen. De ahí, que el análisis que sigue tiene que efectuarse, únicamente, desde el siglo XIX a la actualidad.

En este sentido es evidente que uno de los factores de la consolidación en España del comercio minorista fue la Milicia Nacional, realmente un brazo armado revolucionario muy afín al mundo comercial. Evidentemente, sus actuales antecedentes aparecen en novelistas. Es aleccionador el caso de Galdós. En su novela *7 de julio*, se lee esto sobre Primitivo Cordero, comerciante y capitán de una de las bases políticamente fundamentales, en relación con el triunfo político de ideas liberales, la citada Milicia Nacional: «Era el tal Cordero un capitán con figura grande y luminosa en el cuadro de los sucesos de

1822 para que le dejemos pasar como una simple mención. Fue su cuna la calle de Toledo y un comercio de hierro muy acreditado que heredó de su honradísimo padre, y que beneficiado también por él pudo transmitir a sus honradísimos hijos y a sus honradísimos nietos, que fueron, años en adelante, tan comerciantes y milicianos nacionales como él». Simultáneamente, en Barcelona, también en torno a la Milicia Nacional, surgen entonces con la polémica librecambio-proteccionismo y con los otros planteamientos mencionados, el panorama que vemos en *L'auca del senyor Esteve*, de Santiago Rusiñol, una obra que considero especialmente significativa. Tanto en relación con lo señalado, al hablar de Primitivo Cordero, como al tener que hacerlo en relación con Barcelona, ciudad donde existe el barrio en el que actuaba el señor Esteve, y que señala estas características: «... El ramo de graneros de la calle del Rec para abajo...; los drogueros de toda la calle Moncada... los tratantes de gallinas y conejos del Borne y sus alrededores;... el comercio de mantequería, los pañeros, los comerciantes del ramo del vidrio, del ramo de la sal; ... la mercería, los fabricantes de tejidos, los tintoreros, los peleteros y blanqueadores, y en fin... los de la profesión, los que cumplen, los que firman, los prudentes, los morigerados, los que sirven de hombre bueno cuando hay querellas, los que cierran la tienda apenas pasa un perro con cara de hambre, los que nunca se comprometen». Todo esto había surgido en busca de dar salida a productos por el comercio minorista que precisaba construcciones para albergarse y vías de comunicación, todo lo cual conducía a posturas concretas en política, como en Madrid se ha indicado al referirse a la Milicia Nacional, y por supuesto, sobre todo, a lo que en política económica pasa a vincularse inmediatamente, con los partidarios de que, siendo una realidad nueva, actúe en «defensa de la libertad, pero sólo mientras redunde en incremento de la riqueza y en protección, cuando no se origine este fenómeno, y a que se provoque sencillamente más libertad». En ese sentido, y agregando la búsqueda simultánea de otros objetivos, como prueba del apoyo que entonces se inició, y que llega hasta ahora, con el fin de que la política de obras públicas facilite la construcción, e incluso la refuerce, necesita el apoyo de la citada Milicia Nacional. Se crearon debates que se exponen así en esta obra de Rusiñol:

*«—Decidme hombres exaltados si dejamos subir el trigo, ¿a cuánto subirán las gallinas?—. Y decía el suegro de Estevet:*

*—¿Y si suben los consumos y se encarece la vida, ¿cómo podemos comer gallina?—, lo subrayaba el concejal, con gran aplomo.*

*—¿Acaso el ramo del algodón no cuenta? ¿Acaso paga igual una madeja que un conejo o una caja de pasas? —observaba el señor Ramón.*

*En lo que hace a la madeja o al ovillo contestaba el concejal: –Tenemos que pasar por los aranceles, y los aranceles, señores míos, son la balanza económica que gradúa las industrias y crea e impulsa el comercio. Sin aranceles, muere la mercería e industrias adherentes y adheridas, así como todo el comercio de la Ribera–.*

Estevet y Tomás, con la boca abierta ante aquel torrente de elocuencia, estuvieron desde aquel momento pendientes de los aranceles, cuestión política fundamental para el mundo catalán, lo que causa que se dijese:

*–Yo me pronuncio por la libertad–, gritó entonces el veterano miliciano nacional.*

*–¿Por la libertad de los aranceles?–, saltó el concejal.*

*–¡Por todas! Yo soy liberal, llevo insignias y me pronuncio por la libertad–, dijo el veterano cívico haciendo temblar las charreteras.*

*–¡Alto, alto!– dijo el señor Esteve, que esperaba hablar el último para pronunciar un discurso de resumen: –¡Alto, digo yo! Alto y seamos prácticos. La única libertad y las bases arancelarias que nos convienen a todos es que el pan no se encarezca y que suba la mercería, y aprovecho este momento tan serio, tan profundo, tan adecuado y oportuno, para pedir esto al Todopoderoso: que suba la mercería ...»–.*

Así surgieron dos focos generadores de actividad comercial inicial, ambos de acuerdo en tener instalaciones urbanísticas nuevas, aunque con bases dispares, mucho más partidarios de la libertad en Madrid y, procurando que ésta se moderase con barreras arancelarias, en Barcelona. Los economistas respectivos que amparaban ambas propuestas eran, en Madrid, Flórez Estrada, que lo dejaría definitivamente claro en sus palabras de homenaje al discípulo y divulgador de David Ricardo, Cobden, con motivo de la visita, –«el viaje triunfal» como lo tituló en un ensayo delicioso Ernest Lluch–, de éste a Madrid en 1846. Por su parte, en Barcelona, Eudaldo Jaumeandreu, con su *Curso elemental de economía política con aplicación a la legislación económica de España*, en dos volúmenes publicados en Barcelona en 1838, mantenía la postura contraria. Naturalmente de ahí se derivaron los inicios de cinco consecuencias.

La primera, al ser España entonces esencialmente una economía rural, basada en la mejora de la cotización de los precios agrarios, porque en ellos surgía seguridad, y también por recuerdos familiares de procedencia, creaban por eso un fenómeno ligado a las migraciones interiores, con consecuencias sobre la especulación en solares urbanos y una realidad, como la anterior, favorecida por la Desamortización. ¿Recordamos las denominadas «Casas de

Cordero», ese bloque que aún existe en la Puerta del Sol en Madrid con vuelta a la calle Mayor y a la calle Arenal, edificadas por un traficante maragato, Cordero, sobre el solar de un edificio del Templo de San Felipe? En sus famosas gradas tenía lugar de reunión del literatos, unidas por ello a la historia de nuestro Siglo de Oro. La segunda, dedicarse a la compraventa de artículos de lujo, que con sus clientes, como resultado de dispendios excesivos, se diesen fenómenos de ruina y también de enriquecimiento. La tercera, relaciones con altos políticos, lo que provocaba forzosamente grados de corrupción notables. La cuarta, la usura, más o menos importante, unida por un lado, tras la revolución europea de 1848, a la aparición de los «comerciantes banqueros» analizados en primer lugar por el profesor José Ramón García López. La quinta, al disponer de fondos, iniciar la participación en nacies mercados de valores, comenzando en Madrid con la compraventa de fondos públicos en la esquina de la calle Carretas y la Puerta del Sol, primer paso para que se iniciase, por un lado, la creación de la Bolsa de Madrid y, por otro, la aparición clarísima de la Banca privada. El mundo financiero español, desde el siglo XIX, por lo dicho, tiene unas raíces muy claras en las consecuencias finales de los inicios de esta actividad comercial minorista.

Como hemos señalado, en la actualidad el peso económico de este mundo minorista está muy relacionado con la densidad de población de los municipios españoles donde se localizan. De ahí que, como consecuencia de los impactos que procedían de la simultánea difusión de planteamientos liberales, surgieran toda una serie de novedades en la economía española, y precisamente, como consecuencia de ellas, el comercio minorista está a su vez relacionado con la densidad de la población urbana. Por eso, muy recientemente, se ha glosado en el valioso artículo de Eduardo Bandrés Moliné y Vanessa Azón Puértolas, «La España despoblada: similitudes y diferencias territoriales», publicado en *Información Comercial Española*, número monográfico *El reto de concentración urbana y la despoblación rural*, septiembre-octubre 2022, n.º 928, que en la pág. 29 muestra un significativo mapa de España donde se señalan, medidas por los habitantes en km<sup>2</sup>, las *Densidades de población de los municipios españoles en 2021*. Como el comercio minorista está vinculado precisamente a esa localización, nos encontramos con que, a la altura de 2021, «la densidad de población presenta enormes diferencias en el territorio. Por una parte, áreas con importante concentración de la población son: Madrid, el arco mediterráneo, los archipiélagos, el País Vasco, las cornisas cantábrica y atlántica, el eje del Ebro y buena parte de Andalucía. Por otra, contemplamos la España interior, con muy bajas tasas de densidad poblacional, principalmente las dos Castillas, Aragón, el interior de Asturias y de Galicia, Andalucía

Oriental y parte de Extremadura. Aun cuando algunas zonas de despoblación se remontan a decenios anteriores, la evolución demográfica, desde mediados del siglo xx hasta comienzos de los años 90, ha sido determinante de la situación actual. Y, si pasamos a la distribución de la población por provincias, nos encontramos en el interior de la Península, la reproducción de las dos Españas que pasaron a ser famosas después de la aportación de Perpiñá Grau en 1935, donde mostraba la existencia de una «España periférica» y la provincia de Madrid, y otra «España interior», con cinco provincias especialmente despobladas: Palencia, Soria, Huesca, Teruel y Cuenca. El impacto, sobre la base natural de la actividad del comercio al por menor en la España interior, forzosamente es minúsculo, por estar en esa España despoblada, y, en cambio, mayúsculo en la periférica.

Esa realidad española procede de lo sucesivamente provocado por los modelos económicos existentes debidos, en primer lugar, al modelo proteccionista iniciado a partir del Arancel Mon, de 1849, que se prolongó hasta 1959, y en la actualidad también por el cambio radical existente desde el llamado Plan de Estabilización de 1959.

Las consecuencias de esto, sobre todo a causa de los recursos naturales –podemos ya prescindir en adelante de ellos en la minería, salvo en algunos casos minúsculos en nuestra geografía–, movieron a no ignorar el impacto derivado de enlaces del comercio minorista en el pasado con el contrabando, prácticamente esfumado. El otro país ibérico, Portugal, ingresó, simultáneamente con España, en la Unión Europea; pero, desde el siglo xix, a causa del enlace económico lusitano con Inglaterra –en lo comercial–, generó la base entonces de la actividad de Luis Candelas, para el comercio minorista madrileño. Posteriormente, en ese sentido, se debe tener presente el papel de Gibraltar, creador de una realidad vinculada con la financiación del bandolerismo andaluz, como se desprende de la investigación efectuada por Zugasti, que explica realidades comerciales minoristas.

Pero, todo eso fue sustituido, para mejorar los rendimientos del comercio minorista, por una creciente alianza con instituciones creadoras de ámbitos corporativos, como ocurrió con el nacimiento de las Cámaras de Comercio, acaudilladas para tener esa influencia imaginada por Prats, en acuerdo con los regeneracionistas y el movimiento catalanista del *entancament de caixes*, y contra las medidas impositivas reforzadas por Raimundo Fernández Villaverde.

No se debe olvidar que de pronto surgió sobre la actividad comercial la aparición de un freno intervencionista, a causa del proceso de fuerte encarecimiento provocado por la I Guerra Mundial. La inflación entonces aparecida se unió a un notable incremento de tensiones sociales, que pasaron incluso a

ser francamente revolucionarias; recordemos los sucesos de 1917 que provocaron la intervención del Estado sobre el sector comercial, incluso creando en el Gobierno Maura de 1918 la aparición del Ministerio de Abastecimientos, que fue desempeñado por Juan Ventosa y Calvell a partir del 3 de septiembre de 1918, y cuyo cargo fue continuado por personajes tan famosos, muchos de ellos en el mundo comercial y financiero, como Pablo Garnica, Baldomero Argente, Leonardo Rodríguez-Díaz, José Maestre, el Marqués de Mochales Carlos Cañal, Fernando Sartorius (conde de Sartorius), Francisco Terán, hasta desaparecer esa realidad política por el R.D. de 8 de marzo de 1921, desempeñándolo en su última etapa de modo interino, Luis Rodríguez de Viguri. A esta novedad se había añadido la figura de «precios de tasa» y el establecimiento de cupos para la venta de muchas mercancías, tanto en mercados mayores como en comercios minoristas. Fue el momento en que cristalizó una idea que, popularmente, aún continúa: la de que a causa de ciertas instituciones comerciales nos encontramos con actividades que repercuten en los intercambios, generando mecanismos perturbadores. Apareció así para la opinión pública la imagen del «intermediario», como alguien que, por su sola presencia, frena la actividad económica y la prosperidad. Se le atribuyó, por políticos, consumidores y productores primeros de bienes, la causa esencial de las subidas de precios. Se había olvidado durante mucho tiempo aquello que William Stanley Jevons escribió en el capítulo IV de su obra *The Theory of Political Economy*, publicada en 1871: «La utilidad surge del hecho de que las mercancías sean puestas en cantidades adecuadas y en el tiempo apropiado, en posesión de las personas que las necesitan. Y es a través del intercambio comercial, más que ningún otro medio, como esto se efectúa», y por la intermediación de fuertes empresas comerciales, hacia el comercio minorista surge oposición social.

Lo destaco, porque, tras esto, tienen lugar dos cambios importantes en la estructura comercial española. La distribución comercial que se crea en el mercado interior, al que se dirigen en virtud de situaciones proteccionistas, cantidades muy amplias procedentes de la producción industrial y la agropecuaria, que se encuentran reforzadas por la simultánea aparición de organizaciones crediticias privadas, que generan igualmente una amplia red de sucursales para facilitar la financiación del tráfico comercial. A causa de ello, además del impacto que sobre el medio ambiente generan, tanto las propias instalaciones comerciales como las vías de transporte, el papel de las entidades crediticias al fomentar simultáneamente actividades industriales y aumentar la población, alteran la realidad geográfica previa, simultáneamente impulsando, por la necesidad que surge de la existencia de más población activa, de

que nazca, no sólo otro cambio de la geografía, sino también un forzoso crecimiento del consumo de productos suministrados por el comercio minorista, lo que da lugar a otro mecanismo productor y distribuidor, afianzado, a causa de los que suelen denominarse «Almacenes» muy ligados financieramente a empresas concretas, históricamente vinculadas en principio a la industria textil catalana. Estos Almacenes, sobre todo se situaban en el ámbito de grandes áreas bien conectadas con el comercio minorista; esto muy especialmente, como es lógico, es lo que sucedía en Madrid, de acuerdo con lo que han señalado Javier Casares Ripoll y Víctor J. Martín Cerdeño, en su trabajo *La actividad comercial*, en el libro dirigido por el profesor García Delgado, *Estructura económica de Madrid*. En él se exponía la que se puede denominar la «ciudad comercial». Ésta «se basa en el orden y la elegancia. La calidad urbana de una ciudad se mide por el esplendor de calles comerciales». No otra cosa dice Galbraith en *The Age of Uncertainty* (1977): «Cuando las tiendas del centro comercial llevan una vida lánguida y tienen que cerrar, se dice que toda la ciudad está en decadencia, aunque las sucursales florezcan, simultáneamente, en las encrucijadas del tráfico o en los suburbios de la ciudad».

Todo esto en España se ligó con dos factores adicionales. La influencia de Estados Unidos fue uno. Se observó esto ampliamente a partir de la evolución de la tienda de La Habana denominada «El encanto». Sobre esto se debe señalar que un dependiente de ella, en 1898, adquirió este establecimiento al liquidar su dueño sus negocios en Cuba por haber perdido España la Guerra con Estados Unidos. La sucesión se financió gracias al crédito, y a partir de ahí, sus sucesivas ampliaciones se verificaron pensando en el modelo de los grandes almacenes norteamericanos, porque el nuevo dueño pasó a orientar su negocio hacia las esposas de los oficiales del ejército norteamericano, allí establecidos por haber triunfado en la guerra. André Siegfried fue el que nos hizo ver la profunda diferencia que existía respecto al talante de los comercios europeos, señalando este autor que era norteamericana la idea de que la actividad comercial debe concebirse, no sólo como un mecanismo de ganancias, sino también como un servicio al cliente, porque «existe, en todo esto, un verdadero sustituto de la moral, una mezcla de civismo protestante, de utilitarismo benthamiano y de amor al progreso». En efecto, añadía Sigfried en su argumentación, que este *service* (servicio) —empleando por eso la palabra en inglés, ya que no es algo vinculado a nociones derivadas del Derecho Romano y de la noción católica, propia de la Europa latina y mediterránea—, ni una concepción de intelectuales o artistas relacionados con el trabajo industrial, sino que es de comerciantes que conocen el valor del crédito, y que saben que la mejor manera de conservar al cliente, para que el futuro les sea favorable,



es «servirle concienzudamente para que renueve sus pedidos». Ello se concreta, por ejemplo, en que se acepta la palabra del cliente, una vez perfeccionada una compraventa para poderla deshacer. Esta irrupción progresiva de tal filosofía en España, vía «El Encanto», fue a través, en principio, de «Galerías Preciados», con Pepín Fernández; y de «El Corte Inglés», con Ramón Areces.

Se ligó, al mismo tiempo, este tipo de alteraciones de origen norteamericano con una consecuencia de la economía de guerra, cuando la cuestión del abastecimiento alimenticio pasó a constituir un problema esencial y, tras el fracaso de los precios de tasa y las tensiones derivadas del racionamiento, se mostró por un gran economista español, Manuel de Torres, cómo todo esto repercutía en los costes de oportunidad y empeoraba las cosas. Por eso, poco a poco, el Sector Público decidió actuar a través de mercados, con presencia directa en ellos. Lo hizo alterando con fuerza el entorno geográfico con la Red del Frío, con instalaciones dependientes del Instituto Nacional de Industria y de la Comisaria General de Abastecimientos y Transportes, las cuales hicieron surgir una serie de construcciones y empresas derivadas, destinadas al abaratamiento de los productos alimenticios en el mercado minorista. Así, surgió, en España, un amplio conjunto de establecimientos comerciales, denominados «autoservicios». Simultáneamente, se actuó para alterar aspectos tradicionales de los «mercados mayoristas», como en relación con los llamados «asentadores» a través de los centros denominados «Merca», vinculados sobre todo al abastecimiento de las grandes ciudades. Por ello incluso se decidió que, en ocasiones, era preciso actuar en los mercados de origen, lo cual ampliaba más allá de las zonas urbanas el impacto geográfico. Recordemos la aparición de la cadena relacionada con el nombre de «Mercorsa».

Existía, también, un complemento, por causa de Larraz: el nacimiento del Servicio Nacional del Trigo, para borrar el caos en el importante mercado triguero español, provocado por las disposiciones de la II República, sobre todo desde 1932-1933. Recordemos que, derivado de planteamientos previos de la CEDA y de José Larraz en 1935, nació en 1937 el citado Servicio Nacional del Trigo, ampliándose después al denominado Servicio Nacional de Cereales, y más adelante, Servicio Nacional de Productos Agrarios, con el complemento del Fondo de Orientación y Garantía Agrícola (FEOGA), todo lo cual, a partir de 1956 se fusionó, dentro de las normas de la Política Agrícola Común en el FEGA. Multitud de perspectivas de paisajes de la geografía española, con alteraciones debidas a necesidades del comercio minorista, cambiaron, evidentemente, la geografía y dieron lugar a impactos importantes del comercio minorista.

Recordemos que todo esto creó novedades procedentes de modelos variadísimos, como los mencionados con complicaciones adicionales derivadas de

novedades legislativas que afectan al comercio al por menor, las cuales acabaron por provocar una alteración medioambiental con consecuencias radicales, incluyendo alteraciones en el contexto geográfico del comercio minorista que afectó a buena parte de los mercados de productos alimenticios minoristas que eran conocidos con el nombre de «ultramarininos», designación ligada por la anterior adquisición de productos procedentes en España del mundo Iberoamericano. Otro nombre que se expansionó mucho fue el de «mantequerías». Estos establecimientos estuvieron ligados a la Fundación Sierra Plambey, con enlace a la Institución Libre de Enseñanza. Pero, no sólo de las «mantequerías» proceden impactos minoristas: por ejemplo, en Madrid surgió el caso de perfumerías con ciertos enlaces con la masonería. La conjunción de todo esto generó una auténtica revolución, un cambio social en el comercio minorista. Un ejemplo, entre otros muchos, será siempre la marcha desde una pequeña tienda inicial en la calle madrileña de Rompelanzas, heredera de otra denominada *El modus vivendi*, que tras sus ampliaciones y fusiones acabó recibiendo el nombre de «El Corte Inglés».

La dinámica de las grandes superficies pasa a relacionarse con otro hecho: el de si eran o no capaces de captar los mensajes derivados de acontecimientos nuevos, no ya en la economía española, sino en los mundiales a causa del rapidísimo crecimiento que en ciertos momentos pasó a tener España, con lo que se vinculaba cada vez más fuertemente con la economía mundial, y de ahí que, hasta para el comercio minorista, tenga consecuencias este cambio vinculado, incluso, a la geopolítica y, repito, a nuestro desarrollo. En este sentido téngase en cuenta que después de lograrse un PIB por habitante exactamente igual al español en 1959, ¿cuántos años tardaron los países más ricos actuales en alcanzar partiendo de la cifra de 1959, la magnitud del PIB por habitante español del año 2001? Estados Unidos, 87 años; Alemania, 66; Francia, 75; Reino Unido, 121; Canadá, 78; Italia, 59; en cambio España lo había logrado en 42. Solo en el grupo indicado del G-7 en rapidez de crecimiento superó a España Japón, que lo logró en 28 años. Y hasta 2008 esa rapidez se mantuvo. Vamos con este límite temporal a comprender que pasó a ser realmente considerable el impacto del sector de la distribución comercial, en todos sus conjuntos y en mil aspectos de la geografía nacional. Por ello, es obligado señalar que tal ocurre además por las condiciones medioambientales, también por necesarios mantenimientos de nuestra geografía, acentuados, por ejemplo, por su impacto en el turismo. Estas cuestiones no pueden dejar de tenerse en cuenta, y en ese sentido, debe observarse que en el sector comercial minorista es preciso distinguir planteamientos obligados en su enlace con instituciones que diríamos se corresponden exclusivamente al ámbito mayorista, como es el de las

Ferias Internacionales y Nacionales, o en el sector del automóvil donde aparecen también, con ámbitos especiales de venta, organizaciones derivadas, así como las ya citadas situaciones agropecuarias vinculadas de manera importante a la evolución de la citada Política Agrícola Común; todo esto enlaza de manera especial con situaciones normalmente mayoristas, y también respecto a lo que se ha señalado sobre la estructura del comercio minorista. Pero es imposible no tener en cuenta que la expansión minorista marcha de acuerdo con el desarrollo económico y con nuestra vinculación a obligaciones internacionales y al avance de la urbanización. Será forzoso observar en adelante, o sea a lo largo del siglo XXI, ese cambio en nuestra geografía.

No olvidemos que en el comercio minorista se encuentra, como resultado de todo lo expuesto, la evolución de los supermercados, de los grupos denominados de establecimientos de descuento que así intentan, con un surtido limitado, una gran rotación de existencias, que están, a veces, vinculadas a cadenas, así como los hipermercados que frecuentemente acaban rodeados –sobre todo, desde finales de los años 80–, de pequeñas tiendas que, desde la periferia de las ciudades, pasan progresivamente a integrarse en el interior del casco urbano, por el crecimiento de éste. También abundan en evidente proceso de decadencia los almacenes populares, que nacen en ámbitos geográficos especiales y con conductas que imitan el comercio minorista, por pasar progresivamente a sufrir la consecuencia de que la periferia de las grandes ciudades pasa a tener grandes superficies especializadas, por ejemplo en electrodomésticos, o en juguetes, así como debido a los «parques de fabricantes», o *factory outlets*, donde los industriales ofrecen restos de, a veces marcas muy prestigiosas, porque no se han vendido y las devuelven los distribuidores, o bien son restos de temporada; todo ello creando, como ocurre en las cercanías de la capital de España, centros de este tipo que acaban teniendo consecuencias que afectan a la geografía.

He efectuado esa especie de disección anatómica del sector de los servicios comerciales para que, no sólo se comprenda su heterogeneidad y que, dentro de ella, se crea un enlace incluso íntimo en ocasiones de sus sectores, incluyendo los relacionados con la realidad minorista. También procurando que surjan instalaciones derivadas mil veces originales, en el marco de la existencia de la economía de mercado libre, fundamental para que la del conjunto nacional pueda funcionar. Es este choque y mutua influencia algo que se deriva, y que parece ser muy ventajoso, de la abundancia de minoristas, pero no queda claro hasta qué punto el enlace con otros aspectos comerciales no puede, precisamente por los actuales problemas medioambientales, crear dudas

en defensa del mantenimiento de la geografía nacional, tal como la hemos percibido no hace mucho tiempo.

El mencionado economista Valentín Andrés Álvarez, indicó de qué modo, afortunadamente para comprender esta realidad, conviene diferenciar algo que en español, como ya hemos insinuado, no es similar: la diferencia entre la «concurrencia» y la «competencia», aunque no es así en inglés, por lo que más de una vez surgen dificultades para comprender en esta cuestión los puntos de vista de grandes economistas sobre estos fenómenos. Por ejemplo, Chamberlain nos informó de que la libre entrada de muchos competidores, incluso imperfectos, hace que reduzcan el precio de sus artículos al nivel del coste marginal que, sin embargo, es el que únicamente genera la competencia perfecta. ¿Abre eso la puerta a frenar la abundancia del comercio minorista? Por eso crea consecuencias jurídicas muy importantes, derivadas del antecedente más remoto que sobre ello conozco, de lo que hallé en el trabajo de E. Gómez-Reino, *Libertad de empresa y horarios comerciales (Jornadas sobre la Ley de Ordenación del Comercio Minorista)* (Xunta de Galicia, 1996) y en el ensayo de Helena Villarejo y Antonio Calonge, *Unidad de Mercado y comercio interior* en el volumen de Lorenzo Bernardo de Quirós *et al. La unidad de mercado en la España actual*.

Y todo lo señalado también es muestra del peso radical de lo expuesto en la geografía española. Por eso, es curioso consultar el libro de Juan Pérez de Tudela-Bueso y Tomás Pérez Sáez, *Geografía económica de España. Analítica y estadística* (Ediciones Atrás, 1962), que se basa en una afirmación de la OECE, que indica (pág. 559) que se trata de una cuestión que no está realmente estudiada de un modo serio. Y se señala que son contados en España los centros de consumo cuya influencia tengan «alcance nacional», salvo Madrid, Barcelona y Bilbao. Lo más frecuente es que «los núcleos urbanos estén abastecidos por el entorno propio». Se añade que «dentro del propio sector agrario, es su falta de homogeneidad de los precios así como la fuerte oscilación estacional de los mismos (su característica)» agregando que esa falta de homogeneidad se da incluso en relación con zonas próximas, con la topografía, con la deficiencia de la red de transportes, con el sistema radial de la misma, con el bajo nivel del agro español, todo lo cual contribuye a dificultar las relaciones interregionales e intercomarcales y determina una polarización de los centros de producción hacia mercados exclusivos y lejanos. Y en esta obra no se señala ni una palabra más dentro de un volumen, por otra parte, muy amplio y trabajado.

Y en ese mismo sentido, relacionado con la cuestión del incremento de ciertos productos alimenticios conforme aumenta la renta por habitante —cosa

que ocurrió en España–, y muy vinculado con el incremento de multitud de zonas urbanas, crea una realidad especial en el comercio minorista que por lo que se refiere a la industria alimentaria ha sido expuesto en esa parte precisamente industrial en el valioso libro de María Luisa Peinado Gracia, *El consumo y la industria alimentaria en España. Evolución, problemática y penetración del capital extranjero a partir de 1960* (Instituto de Estudios Agrarios, Pesqueros y Alimentarios), Madrid, 1985. Pero en cambio sobre el servicio que atiende al consumo, los datos que se contienen son escasísimos, y ese es un problema considerable que debería abordarse de alguna manera, como en el fondo desde este planteamiento se trata de iniciar un análisis de localización, o sea de su realidad en la geografía de España.

Precisamente, para evitar que exista, en el ámbito científico de la geografía, esa situación concreta, consideré obligado, desde ámbitos siempre oportunos, señalar un conjunto de características parcialmente conocidas sobre algo que, como sucede con el comercio minorista afecta fuertemente a la economía española y por ello a nuestra geografía. De aquí que comenzar a plantear críticamente esa cuestión, creo es obligado.