

¿Necesita Córdoba más superficies?



A.I. OZOMEK Sábado, 18-10-08

A- A+

Existe en marketing una poderosa premisa: «El cliente siempre tiene la razón». Es por esto que la respuesta a la pregunta inicial es afirmativa, pues además de las tiendas tradicionales, a los consumidores les gusta visitar las Grandes Superficies Comerciales (GSC) y prueba de ello es que las existentes en Córdoba ya poseen una clientela más o menos numerosa.

Según datos del Instituto de Estadística de Andalucía (IEA), en 2007 existían en Córdoba 4.443 comercios con menos de seis empleados (frente a 43 establecimientos que empleaban veinte o más trabajadores), de modo que la oferta es amplia a la vez que, en proporción demográfica, similar a la de ciudades como Almería, Jaén, Málaga o Sevilla.

No se puede entonces hablar de «demanda cautiva», pues si cierto número de cordobeses elige comprar en las GSC, no se ven en modo alguno obligados: lo hacen voluntariamente.

Más estadísticas oficiales confirman también que en Córdoba no existe «saturación», al menos en sectores como bricolaje, mobiliario, cultura, deporte o juguetes. De hecho es la propia Consejería de Comercio, a través del Plan Andaluz de Orientación Comercial, quien admite que aún existe «hueco de mercado» para estos formatos.

Puestas en relación población total y superficie comercial en las GSC, Córdoba ocupa la penúltima posición, sólo superando ligeramente a Jaén, frente al resto de capitales y áreas metropolitanas de Andalucía (datos Geoconyca 2007), con una ratio casi un 45 por ciento inferior que Huelva o el eje Cádiz-Jerez.

Incluso con las actuaciones previstas en la Carretera de Palma del Río y el nuevo parque industrial-comercial, aún en trámite de obtención de licencia, no se alcanzaría el promedio regional.

Esta situación tiene lugar porque en Córdoba no están representadas ciertas enseñanzas comerciales, y lo más probable es que, si logran instalarse en este territorio, captarán una parte de los consumidores porque éstos, insistimos, elegirán libremente ir a comprar a esos nuevos establecimientos.

Se confirma pues, por diversas vías, que sí es necesaria la apertura en Córdoba de nuevos comercios, sean «grandes» o «pequeños». Serán los consumidores quienes finalmente decidan cuáles prefieren para realizar sus compras.