

Esencias comerciales junto al Bósforo

Algo más sutil y menos habitual notábamos, semanas atrás, paseando y recorriendo con fruición centros comerciales como Akmerkez, Metro City, Carousel, o Galleria. Estábamos en Estambul, con motivo de la última Conferencia Europea del ICSC, y, como tantas otras veces, visitábamos centros comerciales. Aquí veíamos también espléndidos ejemplos. Realizados en su gran mayoría en estos últimos diez años, muestran en su concepción, en su arquitectura y en su gestión, el fruto de una industria local joven, ávida de conocimientos, que ha sabido importar las últimas técnicas y experiencias de la industria mundial.

Pero, además de ver, sentíamos algo distinto. En los escaparates, en la decoración de locales, en la presentación de productos, pero también en los ojos, en el lenguaje y en la actitud de los dependientes y comerciantes. Y sentíamos una vibración diferente, una sensación impregnante de comercio total. El atávico y profundo sentimiento comercial de un pueblo como el turco, volcado desde tiempos históricos en el intercambio comercial, se asoma detrás de cada mostrador y en la disposición de cada vendedor.

En los centros comerciales turcos podíamos percibir la esencia misma del comercio. Que es también, claro, la que se percibe en la ciudad, bajando por la Avenida Istiklal desde Taksim, o atravesando el Cuerno de Oro bajo el puente Gál-gata. Y que sin ninguna duda es la esencia misma del Gran Bazaar, el antecedente por antonomasia de nuestros actuales centros comerciales, con sus 4.500 locales exhibiendo mercancía y desbordando instinto a estrechos pasillos y calles cubiertas.

Grupos de profesionales siguen hoy viniendo a España para ver unas realizaciones que son inspiración en toda Europa. De la misma manera, a Turquía deberíamos ir todos para experimentar cómo la pasión por el comercio, la milenaria herencia vital de un pueblo que ha vivido y crecido con y para el comercio, se ha sabido combinar magistralmente con las modernas técnicas inmobiliarias. Que influencias como ésta permitan que todos los comercios de nuestros centros luzcan un día la sutileza y el instinto comercial que impregna y se siente en esas fascinantes experiencias que son los centros comerciales turcos en la actualidad.



Arcadio Gil
Consejero
delegado de LASBA

Empresas familiares

En los últimos meses no dejo de leer noticias sobre empresas de capital riesgo que compran empresas en peligro o con difícil sucesión por ser familiares. Este es mi caso. Regento una pequeña cadena de tiendas de deportes, muy tradicionales hace años pero que con el esfuerzo de algunos familiares hemos modernizado bastante. Y no nos podemos quejar. Funcionan bastante bien. Pero al leer en su revista que nada menos que Cortefiel o Zara se plantean la sucesión, con directivos todavía jóvenes (yo tengo 78 años y mis hijos andan por otros caminos) me ha quedado la duda de si también a mí se me pueden ir todos los esfuerzos al traste por no haber podido actuar a tiempo. Les sugiero que dedicaran un espacio en su revista a explicar cómo funciona la inversión de capital riesgo y si también hay posibilidades para los más pequeños. También sería muy útil algún trabajo sobre los problemas de sucesión en las empresas comerciales.

(Antonio Domínguez, Zaragoza)