

EL COMERCIO MINORISTA COMO PRODUCTO TURÍSTICO

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos"

1 de octubre de 2025



40 AÑOS DE ASTURIAS COMO PARAÍSO NATURAL

Lara Martínez Fernández

Viceconsejera de turismo del Principado de Asturias

Lara Martínez comenzó su intervención recordando que la marca "Asturias, Paraíso Natural" nació en 1985, impulsada por el entonces presidente autonómico Pedro de Silva y su equipo. Su apuesta fue clara: no seguir el modelo de destinos centrados en el sol y playa o en el crecimiento urbanístico, sino apostar por un camino más sólido y a largo plazo. Desde sus inicios, se puso en valor la riqueza natural, cultural y paisajística de Asturias como eje de desarrollo.

Un aspecto destacado de su intervención fue la referencia a la sostenibilidad. Aunque en los años ochenta el término apenas se utilizaba, la marca asturiana se adelantó a debates que hoy ocupan un lugar central.

Durante estas cuatro décadas, el turismo se ha consolidado como un motor económico fundamental para Asturias. Al mismo tiempo, el logotipo y la imagen de

Ciclo Retail Abierto 2026-2027



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

“Paraíso Natural” se han convertido en un símbolo de orgullo para la ciudadanía, reforzando la autoestima colectiva e incrementando el reconocimiento internacional de la región.

En cuanto al futuro, señaló dos retos clave: la desestacionalización y la internacionalización. Respecto al primero, se busca un reparto más equilibrado de visitantes a lo largo del año, con campañas orientadas a promover los recursos y experiencias más allá de los meses de verano. El objetivo es garantizar la viabilidad y sostenibilidad económica de las empresas turísticas durante todo el ejercicio. En cuanto al segundo, la internacionalización, el esfuerzo se centra en destacar la autenticidad de Asturias, un valor muy apreciado por los visitantes extranjeros. La naturaleza, los bosques, la gastronomía, la cultura y las fiestas tradicionales son los elementos diferenciales.

Lara Martínez adelantó que la próxima campaña promocional pondrá el acento en valores como el compromiso, el respeto, la cercanía y la autenticidad, reafirmando la esencia de lo que Asturias ofrece al mundo.

En definitiva, la ponencia subrayó que “Asturias, Paraíso Natural” no solo es un lema publicitario, sino un proyecto colectivo que durante 40 años ha sabido conjugar desarrollo, identidad y sostenibilidad, consolidándose como una referencia en el panorama turístico internacional.

EL RELEVO GENERACIONAL EN LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS RURALES

Belén Liste Menéndez

Gerente del GDR Alto Narcea Muniellos



Belén Liste, gerente del Grupo de Desarrollo Rural Alto Narcea Muniellos, presentó los ejes fundamentales del proyecto de relevo generacional en los pequeños negocios rurales. En su intervención puso de relieve la importancia de garantizar la continuidad de actividades económicas en los territorios rurales como herramienta para mantener la vida y la identidad de las comunidades.

Uno de los mensajes centrales fue que cada negocio que cierra supone mucho más que la pérdida de una actividad económica: significa un servicio menos, un espacio vacío en las calles y un deterioro de la vida cotidiana en pueblos y barrios. Apostar por el relevo es, por lo tanto, apostar por mantener abiertos comercios, talleres, bares, explotaciones agrícolas o alojamientos que sostienen la calidad de vida.

Destacó además que el relevo permite a los nuevos emprendedores no empezar de cero. Heredar un negocio ya en funcionamiento implica contar con una clientela consolidada, una reputación y unas infraestructuras que reducen riesgos y facilitan la viabilidad económica.

El proceso de relevo también se concibe como un espacio de innovación con raíces. Quienes ceden aportan experiencia y saber hacer acumulados durante años,

Ciclo Retail Abierto 2026-2027



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

mientras que quienes toman el relevo suman energía, creatividad y nuevas herramientas. De esta fusión nace una renovación que respeta la esencia del negocio, pero al mismo tiempo lo proyecta hacia el futuro.

Otro de los aspectos destacados fue el impacto del relevo en la dinamización social y económica. Mantener negocios abiertos supone conservar empleos, retener riqueza en el territorio y contribuir a frenar la despoblación.

Por último, Liste subrayó la dimensión simbólica del relevo: un legado y orgullo compartido. Más allá de los resultados económicos, se trata de preservar proyectos familiares, culturales y comunitarios que forman parte de la identidad del territorio.

La ponencia concluyó con una llamada a comprender el relevo generacional como una necesidad económica y como un compromiso con el futuro del mundo rural.

Mesa redonda "EXPERIENCIAS DE RELEVO EN EL COMERCIO Y TURISMO"

Modera: Carmen Moreno Llaneza

Gerente Unión de Comerciantes Principado de Asturias

Paloma de Blas Diéguez

Camilo de Blas

Inés González García

Stress Moda

Jesús Mier Barrenechea

Hotel La Rectoral de Taramundi

0



Ponentes de la mesa redonda. De izquierda a derecha: Belén Liste Moreno, Paloma de Blas Diéguez, Carmen Moreno Llaneza, Inés González García y Jesús Mier Barrenechea.

Las intervenciones en la mesa redonda moderada por Carmen Moreno pusieron de relieve una idea central: el relevo generacional debe ser un proceso planificado y consciente, en el que se tengan en cuenta las perspectivas tanto de quien deja el negocio como de quien lo asume.

Los ponentes coincidieron en que la experiencia acumulada por la persona que se jubila constituye un valor fundamental. No se trata únicamente de un traspaso administrativo, sino de una transmisión de saberes, contactos y relaciones que garantizan la continuidad del proyecto. Por ello, se subrayó que el relevo no debe realizarse de manera precipitada, sino prepararse con un horizonte temporal de uno o dos años.



Universidad de Oviedo

CÁTEDRA FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES
DE DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL



FUNDACIÓN
RAMÓN ARECES

En este sentido, se compartieron distintas experiencias que ilustran la diversidad de situaciones. En el caso de una tienda de ropa, Stress, Inés González destacó el papel de la antigua propietaria presentando al nuevo titular a los proveedores y clientes, así como transmitiéndole el conocimiento de la gestión diaria. El testimonio de Paloma de Blas recordó que, cuando el relevo se produce dentro de una misma familia, aunque pueda parecer más sencillo, también conviene contar con un protocolo de relevo generacional que ordene los pasos y evite posibles tensiones. Finalmente, desde el sector del turismo rural, Jesús Mier, próximo a su jubilación, subrayó su disposición a formar a personas interesadas en continuar con su actividad, para asegurar que el conocimiento adquirido no se pierda y que el negocio siga siendo un recurso vivo para el territorio.

A lo largo del debate también se destacó la importancia de conocer y aprovechar las ayudas disponibles para este tránsito. Existen mecanismos de apoyo desde distintas que acompañan a los comerciantes y emprendedores, evitando que afronten el proceso en soledad.

La mesa redonda concluyó poniendo en valor que cada relevo bien gestionado, sea en el comercio textil, en negocios familiares o en el turismo rural, supone mantener viva una parte esencial de la vida económica y social de nuestras ciudades, y constituye un compromiso con el futuro.