



## CONSELLO EDITOR:

**Xoaquín Alvarez Corbacho,**  
Economía Aplicada. UC;  
**Manuel Antelo Suárez,**  
Fundamentos da Análise Económica. USC;  
**Xesús Leopoldo Balboa López,**  
Historia Contemporánea. USC;  
**Xosé Manuel Beiras Torrado,**  
Economía Aplicada. USC;  
**Joam Carmona Badía,**  
Historia e Institucións Económicas. USC;  
**Xoaquín Fernández Leiceaga,**  
Economía Aplicada. USC;  
**Lourenzo Fernández Prieto,**  
Historia Contemporánea. USC;  
**Ignacio García Jurado,**  
Estatística e Investigación Operativa. USC;  
**Mª do Carmo García Negro,**  
Economía Aplicada. USC;  
**Xesús Giraldez Rivero,**  
Historia e Institucións Económicas. USC.  
**Wenceslao González Manteiga,**  
Estatística e Investigación Operativa. USC;  
**Manuel Jordán Rodríguez,**  
Economía Aplicada. USC;  
**Rubén C. Lois González,**  
Xeografía. USC;  
**Edelmiro López Iglesias,**  
Economía Aplicada. USC;  
**José A. López Taboada,**  
Historia e Institucións Económicas. USC.  
**Alberto Meixide Vecino,**  
Fundamentos da Análise Económica. USC;  
**Emilio Pérez Touriño,**  
Economía Aplicada. USC;  
**Albino Prada Blanco,**  
Economía Aplicada. UV;  
**Carlos Ricoy Riego,**  
Fundamentos da Análise Económica. USC;  
**José Mª da Rocha Alvarez,**  
Fundamentos da Análise Económica. UV;  
**Xavier Rojo Sánchez,**  
Economía Aplicada. USC;  
**José Santos Solla,**  
Xeografía. USC;  
**Juan Surís Regueiro,**  
Economía Aplicada. UV;  
**Manuel Varela Lafuente,**  
Economía Aplicada. UV;  
**COORDENADORES DA EDICIÓN:**

**- Área de Análise Económica**  
Carlos Ricoy Riego

**- Área de Economía Aplicada**  
Manuel Jordán Rodríguez

**- Área de Historia**  
Lourenzo Fernández Prieto

**- Área de Xeografía**  
Rubén C. Lois González,

## ENTIDADES COLABORADORES

Fundación Caixa Galicia  
Consello Económico e Social de Galicia  
Fundación Feiraco  
Instituto de Estudos Económicos de  
Galicia Pedro Barrié de la Maza

**Edita:** Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago de Compostela  
**ISSN:** 1138-2708  
**D.L.G.:** C-1687-97

**Resume.**

O comercio é unha actividade de singular importancia en vilas nas que o papel de artelladoras do espacio circundante é fundamental. Este é o caso das cabeceiras do interior de Galicia –O Barco, Chantada, Monforte, Póboa de Trives, Quiroga, Sarria e Viana do Bolo-, que rexen extensas comarcas e serven de asentamento para multitude de comerciantes que posúen como mercado non só a demanda propia do núcleo no que se asentan senón procedente do espacio en torno seu.

Estes centros non só atraen ós residentes na súa área de influencia en función do seu equipamento comercial, senón por servir de sede a servizos públicos –administrativos ou sociais- de alcance comarcal o que os consolida en maior medida como centros de intercambios. Como consecuencia a densidade comercial e a estrutura son sensiblemente diferentes ás existentes no rural; mentres no último o número de establecementos por mil habitantes é moi baixa e o predominio corresponde á distribución de produtos de consumo frecuente (alimentación, comercio mixto), nas vilas a densidade é ostensiblemente superior e o predominio corresponde á venda de bens de consumo esporádico.

Pero o comercio nestas vilas non só se deixa sentir na dialéctica entre a cabeceira e o seu espacio tributario. Tamén ten unha tradución no seu plano, individualizando unha serie de áreas onde o comercio ten un gran protagonismo derivadas, fundamentalmente, da súa accesibilidade; en contraste, a maior parte do núcleo caracterízase por unha drástica redución do número de establecementos.

**Abstract.**

The trade is a activity of singular importance in villages in those which the paper of articulating of the bystander space is fundamental. This is the case os central towns of the interior of Galicia -O Barco, Chantada, Monforte, Póboa de Trives, Quiroga, Sarria e Viana do Bolo-, that they govern vast regions and serve as accession for multitude as merchants that possess as market not only to own demand of the kernel in the one which are seated but originating from the space in his wheel.

These centers not only attract the residents in their influence area on function of your commercial equipment, but by serving as headquarters to public service -administrative or social- as scope comarcal what consolidates them in greater measure as exchange centers. As consequence the commercial density and the structure are sensibly different from the existing in the rural; while in the rural the number of

establishments by thousand inhabitants is very decrease and the predominance corresponds to the frequent consumer products distribution (nourishment, mixed trade), in the villages the density is ostensibly superior and the predominance corresponds to the sale of sporadic consumption goods.

But the trade in these villages not only is let to feel in the dialectical between the central town and your tax space. Also it has a translation in their flat, individualizing a series of areas where the trade has a great protagonism derivatives, fundamentally, of their accessibility; in contrast, the lion's share of the kernel is characterized by a drastic reduction of the number of establishments.

**Palabras clave.**

Comercio; equipamiento comercial; modernización comercial; estructura comercial; cabeceira comercial; área de influencia; localización.

**Keywords.**

Trade; commercial equipment; commercial modernization; Commercial structure; central town; influence area; location.

## INDICE

1. INTRODUCCIÓN.	7
1.1 Algunhas consideracións sobre as fontes e sobre a base conceptual.	10
1.2 A problemática dos conceptos cabeceira comarcal e comarca.	12
1.3 Determinación das cabeceiras comarcais: a confluencia do grao de sobreequipamento e a tradición.	13
1.3.1 A dinámica cabeceira-comarca.	14
2. AS CABECEIRAS E O COMERCIO.	16
3. ESTRUCTURAS COMERCIAIS.	22
4. A MODERNIZACIÓN DO COMERCIO: O CASO PARTICULAR DA DIFUSIÓN DO AUTOSERVICIO.	32
5. ATRACCIÓN COMERCIAL E ÁREAS DE INFLUENCIA.	35
6. ESQUEMAS DE LOCALIZACIÓN ESPACIAL	44
6.1 As cabeceiras comarcais de estrutura complexa	45
6.1.1 O Barco de Valdeorras	45
6.1.2 Chantada	48
6.1.3 Monforte	51
6.1.4 Sarria	55
6.2 As pequenas cabeceiras e subcabeceiras comarcais	57
7. BIBLIOGRAFÍA.	59



# O COMERCIO NAS CABECEIRAS COMARCAIS NO INTERIOR DE GALICIA.

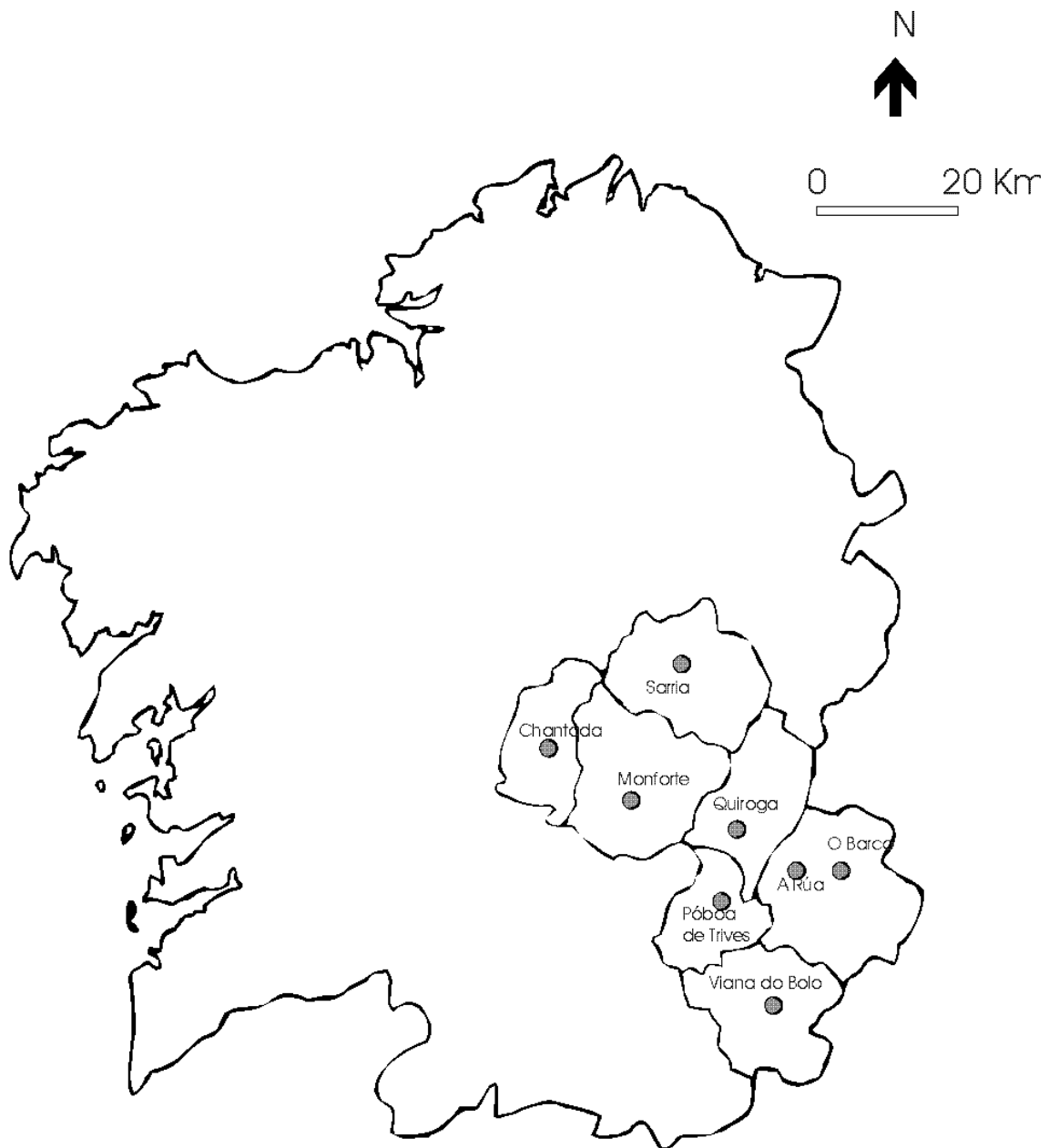
## 1. Introducción.

Dentro da estrutura económica dun territorio un sector pouco rechamante é o comercio, actividade que cumpre dentro do ciclo económico o papel de ponte entre a produción e o consumo (Casares, J. et al., 1987, p. 17). A pesares da pouca atención prestada tradicionalmente polos investigadores a esta actividade económica (salvo os especialistas en Marketing, mais sempre limitados a aspectos relacionados coa comercialización de produtos ou coa imaxe corporativa das grandes empresas de distribución), ten unha relevancia máis aló do que se podería pensar vista desde afora.

En primeiro lugar, o seu papel é esencial para que funcione o circuíto económico. Se non existisen os intercambios comerciais simplemente non funcionaría por que a produción non podería colocar no mercado as mercadorías nen os consumidores atoparían os bens que precisan. É máis, non basta coa existencia dunha serie de mecanismos de intercambio comercial, estes teñen que ser eficientes xa que en caso contrario poderían xurdir fenómenos de esclerose comercial e desasbatecemento.

En segundo lugar, en termos cuantitativos o comercio representa unha porción nada despreziable na xeración de riqueza. En 1992 a participación sobre a formación do PIB español estaba en torno ó 12 %, que se elevaba ó 21,3 % se tomamos somentes o PIB do sector servicios estatal (INE, 1997). Polo tanto, non estamos diante, nen moito menos, dunha actividade marxinal.

Pero non só ten importancia en termos económicos, senón tamén sociais como fonte de emprego ó dar lugar a un sistema de relacións nada desdeñable. Atendendo á proporción de ocupados, a Enquisa de Poboación Activa reflexa que o comercio máis os servicios de reparación daban ocupación no ano 1992 ó 16,9 % do emprego total e o 29,1 % do sector terciario –tanto o comercio como tales servicios representaban ó 14,2 % e o 24,9 % do PIB total e do terciario respectivamente-, o que amosa que ten unha gran importancia como creador de postos de traballo.



**Mapa 1: Localización das comarcas do interior de Galicia obxecto de este estudio.**

Polo tanto, partimos de dúas premisas clave: debe existir dentro da economía un segmento adicado a distribuír os bens producidos, xa que de non acontecer isto o funcionamento mesmo dunha economía minimamente especializada sería na práctica imposible – quedaría reducida a un estadio de autosubsistencia onde os intercambios estarían limitados o troco dos escasos excedentes de cada persoa ou unidade productiva-, e este segmento debe estar o suficientemente desenvolvido como para dar lugar a un correcto abastecemento dos consumidores.



A complexidade do aparello de intercambios varía segundo o grao de desenvolvemento dunha de cada economía. Nunha economía simple éste é bastante sinxelo, rudimentario, e as posibilidades de especialización inexistentes. Pola contra, segundo crece e se fai máis complexa as necesidades da sociedade fanse maiores e plurais, asoman as posibilidades de especialización comercial e, segundo avanza o proceso, incrementanse e o modelo de intercambio evoluciona, tal como se pode observar na actualidade no que o tradicional pequeno comercio enfrontase coa aparición das grandes superficies que supoñen a resposta da distribución cara a eclosión do consumo de masas da derradeira metade de século.

Unha vez sentada a importancia da actividade comercial dentro do entramado socioeconómico temos que introducir a finalidade do noso traballo. Debemos seleccionar cal será a nosa liña argumental e cales os temas fundamentais que abordaremos de xeito específico.

O punto de partida será a delimitación dun concepto operativo de cabeceira comarcal, diferenciado do que consideraban como comarca as diferentes correntes de pensamento xeográfico –fundamentalmente rexionalistas e os cuantitativos, que ben os poderíamos denominar como funcionalistas- partindo das ideas de H. Richardson sobre o particular.

Seguidamente delimitaremos o espacio de estudio, para logo identificar as cabeceiras comarcais. Logo centrarémonos en dous temas de importancia, dunha parte tentaremos elaborar un esquema explicativo sobre o por qué da conformación da cabeceira como un centro comercial dunha área determinada e, seguidamente, analizaremos de xeito empírico cal é a importancia do comercio.

Outro importante aspecto será o estudio das estruturas comerciais. Necesario para identificar cal é a tipoloxía comercial dominante e cales son as características sociolóxicas do comerciante. Isto dará pe a definición da centralidade comercial en función das carencias das áreas rurais dependentes e do sobreequipamento dos centros comarcais que, por concatenación lóxica, permitirá definir os sectores de influencia de cada un dos centros definidos.

Finalmente o espacio comercial dentro de cada cabeceira será o último aspecto a ter en conta. No interior dun núcleo o espacio non ten o mesmo valor, compre considerar unha serie de factores que dan lugar a que haxa unha forte diferenciación dentro do espacio intraurbano. Loxicamente o comercio, en función do distinto valor do solo, non ten unha distribución regular senón que a mesma está sometida a forzas que xustifica unha distribución que privilexia certos espazos e discrimina a outros.

### 1.1 Algunhas consideracións sobre as fontes e sobre a base conceptual.

Neste apartado introduciremos certas precisións sobre as fontes e os conceptos empregados como base para a análise comercial, xa sexa para a determinación de estruturas como para as centralidades, ou das áreas comerciais.

As fontes que serven de base a este traballo son os listados do Imposto de Actividades Económicas (IAE) obtidos nas Cámaras de Comercio de Lugo e Ourense correspondentes ó ano 1995. Estes listados veñen a substituír á antiga licenzia fiscal fonte tradicional dos estudos comerciais anteriores a 1992, e supoñen unha certa mellora na racionalización dos censos fiscais relativos as actividades económicas.

Apesar de conseguir unha maior racionalidade no proceso fiscal teñen certas deficiencias que poden dar lugar a dificultades para a detección da dimensión real do equipamento comercial. Adoecen, fundamentalmente, de certa confusión na clasificación que lle serve de base. De xeito que con frecuencia hai unha simplificación extrema na clasificación das actividades económicas –baixo certas epígrafes ben poden esconderse actividades moi variadas- que se mesturan, ás veces, co fenómeno contrario.

Este defecto da lugar a que non sexa unha fonte excesivamente fiable como medio para determinar o grao de especialización comercial, polo que debe tomarse con algunhas cautelas no seu tratamento e elaborar unha metodoloxía acorde coas eivas rexistradas na base de traballo.

No referido ó emprego dos conceptos optouse por seguir a xa tradicional teoría do lugar central adaptada as nosas necesidades. Desde os xa coñecidos termos umbral e alcance ou centralidade ata as adaptacións derivadas do cambio na fonte empregada –o clásico termo de licenzia substitúese polo máis aséptico de unidade funcional que pasa a

relacionarse co de establecemento- ou outros termos tomados da análise económica –elasticidade ou propensión a consumir- contamos cunha ampla mostra de conceptos que serviran de eixo e linguaxe básico para a nosa exposición.

Desde o punto de vista das estruturas o fundamental é coñecer o significado de certos termos como son función –sinónimo de actividade-, unidade funcional que ven ser cada un dos puntos de venda dunha función determinada, e establecemento que é o lugar físico onde se intercambian os produtos polo que pode conter dentro de sí tantas unidades funcionais como actividades realice.

Pero tamén contamos con certas aportacións da análise económica ou do marketing. Ás veces temos que recorrer a conceptos tales como elasticidade –sensibilidade do volume de vendas dun produto de acordo cos cambios de precio-, propensión a consumir –inclinación do individuo a dirixir unha porción variable dos seus ingresos á adquisición de bens-, mercado potencial -entendido como as posibilidades que ofrece un mercado para un vendedor- ou os clásicos de oferta e demanda de significados ben coñecidos.

Na relación entre comercio e espacia xa entran en xogo outros conceptos na súa meirande parte procedentes da Teoría do Lugar Central. O umbral, ou mercado entendido como masa crítica ou mínimo que faga rendible a implantación dun establecemento determinado, e o alcance, ou distancia máxima que está disposto a percorrer un consumidor para adquirir un produto determinado. Os dous xogan un papel importante na explicación racional da localización dos establecementos e centros comerciais tanto no espacia intraurbano como interurbano. A centralidade, termo que mide a atractividade dun núcleo, e a área comercial (ou de influencia) que fai referencia ó espacia do que proceden os compradores non residentes no núcleo, adquiren carta de natureza para amosar a distribución no espacia dos núcleos competidores e as relacións entre ambos e os seus espacia tributarios.

En resumo, estes conceptos convértense, complementados con outros non tan transcendentales, na guía explicativa deste traballo.

## 1.2 A problemática dos conceptos cabeceira comarcal e comarca.

Para enforzar esta discusión podemos partir das acepcións de rexión presentadas por H. Richardson (1986). Distinguía entre rexión homoxénea –onde o que primaba son as características uniformadoras do conxunto-, nodal –caracterizada por que o que daba cohesión ó conxunto son os fenómenos de interdependencia que, usualmente, se plas-maban na dependencia respecto dun centro ou nodo que irradiaba a súa influencia sobre o conxunto- e de planificación –definida pola actuación dos poderes públicos-. Mentres que as rexións naturais, tal como a entendían os xeógrafos da corrente rexionalista, equi-valían ás homoxéneas, e as unidades administrativas ou as areas de actuación pública identificábanse coas de planificación; a comarca, tal como a entendemos neste traballo, equivalen ás nodais.

Respecto á idea de comarca en Galicia hai multitude de traballos, pertencentes tanto á corrente rexional como á funcionalista (López González, A e Rodríguez González, R., 1993). Todos estes traballos levan implícitos un concepto de comarca totalmente diferente, desde aqueles que centran a súa preocupación na procura de carac-terísticas unificadoras –usualmente trazos físicos ou agrarios (Véxase, Río Barja, F., 1958 ou Torres Luna, M<sup>a</sup>.P., 1985)- ata outros que as definen en torno a un núcleo urba-no –X. Mella Márquez (1980) considerabaas como “o espacio territorial definido pola área de influencia dunha aglomeración urbana que, como centro de área, produce as decisións fundamentais para a vida ordinaria daquel espacio”.

Mentres nos primeiros, nos que domina o concepto de rexión homoxénea, a cabe-ceira non ten un papel claro dentro da comarca; nos segundos adopta un papel capital. A conformación da comarca nestes autores, tal como puidemos apreciar na definición ela-borada por Mella Márquez, está en función do núcleo rector propio das rexións nodais. A comarca non é estática, tal como sería se aplicasemos criterios rexionalistas, senón diná-mica, xa que non posúe límites ríxidos podendo modificarse co paso do tempo e que se caracterizan por estar difuminados orixinando unha serie de territorios de máis ou menos extensión caracterizados pola indiferencia fronte a dous centros comarcais veciños.

Polo tanto o papel protagonista na conformación das comarcas pasa a ser ocupa-do polos seus centros ou cabeceiras: constitúen a súa razón de ser e o elemento agluti-

nante que da cohesión ó conxunto. Do seu dinamismo dependerá a extensión da mesma e do seu equipamento a maior ou menor frecuentación por parte dos residentes no espazo dependente.

A cabeceira comarcal presenta unha serie de funcións que cubren a demanda da poboación do seu entorno, a excepción das máis específicas, o que implica unha forte vinculación co entorno que organiza (Rodríguez González, R., 1996, p. 55). Desde este punto de vista unha cabeceira comarcal é unha vila, cunha determinada dimensión que conta cunha serie de funcións, cun grao de especialización ata certo punto –cando teñen un grao de cualificación superior estamos diante de cidades-, que lle permite artellar un espazo máis ou menos grande en torno a ela.

A vila cabeceira conta cunha serie de servizos, tanto públicos –que dan lugar á conformación dunha rexión planificada- como privados –que orixinan unha rexión nodal, a comarca desde o noso punto de vista-, que atenden tanto á propia poboación como da súa área de influencia. Este espazo, de xénese semellante ó polarizado, representa á comarca que atopa nas vilas a oferta que non ten nos seus lugares de residencia.

Polo tanto existe unha contraposición entre un núcleo cunha dotación terciaria sobredimensionada en relación co seu tamaño demográfico e un amplo espazo en torno as mesmas cunha escaseza de servizos crónica. A dependencia dos servizos respecto á localización do mercado, no caso dos privados, e a lóxica territorial dos de titularidade pública son os responsables da súa localización.

### 1.3 Determinación das cabeceiras comarcais: a confluencia do grao de sobreequipamento e a tradición.

Nun traballo recente, R. Rodríguez González (1996) definiu o que consideraba como cabeceiras comarcais do interior de Galicia, en esencia eran todos aqueles núcleos que, sen pertencer ó sistema de cidades –as sete xa de sobra coñecidas-, non estaban localizados no litoral. Seguindo este criterio detectou un total de trinta vilas que centralizaban a vida de outras tantas comarcas. Neste traballo non imos ser tan exhaustivos, senón que concentrámo-los nosos esforzos nun reducido número de exemplos situados na cunca media do río Miño e na porción correspondente á parte galega da cunca do río Sil.

Neste espacio identificamos unha serie de vilas que centralizan a vida dunhas comarcas con características ben distintas. Así temos núcleos como Sarria e Chantada que rexen comarcas cunha forte compoñente agrogandeira, Monforte que centraliza a vida dun territorio cunha base agraria en decadencia, A Rúa e O Barco que comparten a centralidade de forma desigual nunha comarca en forte expansión, e, por último, Póboa de Trives, Quiroga e Viana do Bolo que polarizan áreas de montaña aínda que no caso da vila quiroguesa o crecemento derivado da explotación da pizarra altera de xeito decisivo a vida económica comarcal.

A situación socioeconómica da comarca condiciona a evolución subseguinte das vilas rectoras. A intervención de factores esóxenos é ben escasa neste espacio –a única excepción representouna Monforte, na que ata ben pouco o ferrocarril compensou as carencias da súa comarca-, polo que os factores de crecemento soen ser endóxenos. Así o crecemento das vilas nos últimos anos ten moito que ver co aproveitamento das potencialidades comarcais o que representou en casos puntuais a substitución dun núcleo por outro no referente á centralidade comarcal –caso de O Barco, que debido ó crecemento de Valdeorras oriental gracias á pizarra sobrepasou en relevancia á Rúa-.

### 1.3.1 A dinámica cabeceira-comarca.

Como ben podemos apreciar o tamaño diferencial dos diferentes núcleos obedece a factores endóxenos, coa salvedade de Monforte que acumula unha serie de efectivos por riba do que sería a súa evolución se non se constituíse como un nó ferroviario-. En termos demográficos o tamaño das cabeceiras é o seguinte:

**Táboa 1: A poboación de cada núcleo cabeceira.**

<b>Cabeceira</b>	<b>1991</b>
Monforte de Lemos	15.907
Barco de Valdeorras, O	8.277
Sarria	6.202
Rúa de Valdeorras, A	4.840
Chantada	4.024
Quiroga	1.682
Póboa de Trives	1.557
Viana do Bolo	1.528

Fonte: Censo de poboación de 1991.

Dos datos demográficos, bó reflexo da puxanza económica dun centro comarcal, podemos nunha primeira aproximación distinguir catro grupos. Grandes cabeceiras, entre as que tan só situamos a Monforte, medias nas que temos O Barco e Sarria, de tamaño medio-pequeno como Chantada e A Rúa, e de pequena dimensión que abrangue o resto das vilas estudadas.

Máis ilustrativo é cotexar a súa poboación coas da súas comarcas respectivas en relación coa situación reflexada en 1960, tendo sempre presente que tanto O Barco como A Rúa teñen o carácter de cabeceiras dunha soa comarca policéntrica:

**Táboa 2: A relevancia demográfica de cada cabeceira dentro da súa comarca.**

<b>Cabeceira</b>	<b>1960</b>	<b>1991</b>
Monforte de Lemos	23,5	40,2
Barco de Valdeorras, O	9,7	30,4
Sarria	8,4	22,7
Rúa de Valdeorras, A	10,7	17,8
Chantada	11,1	21,5
Quiroga	7,7	20,8
Póboa de Trives	8,9	22,6
Viana do Bolo	12,9	28,6

Fonte: Elaboración propia a partir do Censo de poboación de 1991.

En todos os exemplos seleccionados observamos un incremento da importancia da poboación da cada núcleo dentro das súas comarcas, usualmente debido a un crecemento demográfico diferencial. En tódalas comarcas, especialmente nas de montaña,

atopamos perdas máis ou menos acusadas de poboación que se acompañan de incrementos desiguais das vilas que as centralizan.

**Táboa 3: Evolución comparada de núcleo e comarca.**

	<b>Comarca</b>	<b>Cabeceira</b>
Monforte de Lemos	-32,4	15,8
Barco de Valdeorras, O	-28,7	120,4
Sarria	-31,7	83,2
Rúa de Valdeorras, A	-28,7	14,2
Chantada	-37,5	20,3
Quiroga	-45,2	47,2
Póboa de Trives	-47,1	33,6
Viana do Bolo	-42,1	7,6

Fonte: Elaboración propia a partires do Censo de poboación de 1991.

## **2. As cabeceiras e o comercio.**

Nas vilas do interior o comercio xoga un papel de relación co seu entorno, convértese deste xeito nun elemento artellador do medio rural que as envolve pasando a tomar o papel dunha función básica. De feito, unha actividade que en calquera outro ámbito espacial –xa sexa nas grandes cidades ou mesmo no rural- atendía esencialmente á demanda propia, consegue captar unha parte substancial da súa clientela de espazos alleos ó mesmo asentamento.

Polo tanto, a demanda comercial nas vilas soe proceder tanto da poboación residente como de territorios máis ou menos próximos. Isto lévanos a unha pregunta, cal é a circunstancia que empuxa ós consumidores foráneos a efectuar as súas compras nas vilas. A resposta é dobre, dunha banda a falla dunha serie de núcleos cunha dimensión crítica como para dar lugar a un equipamento comercial autónomo e doutra o efecto atracción da presenza de servicios públicos de alcance comarcal nestas vilas.

Respecto ó primeiro aspecto temos que indicar que dentro de cada comarca os únicos núcleos con certa capacidade de atracción comercial a parte das cabeceiras soen ser as capitais municipais ou, nalgúns casos, certos núcleos ben comunicados xurdidos



xa como consecuencia de ser sedes de feiras con certo arraigo –exemplos serían Rubián ou Currelos-, xa por algún fenómeno de localización industrial de carácter puntual –caso de Oural-. O seu tamaño é reducido –dentro da área de estudio o mais grande non pasa dos mil habitantes- impedindo que se consolide unha masa crítica que garanta a cristalización dun aparello comercial relativamente complexo. En xeral contan con escasos establecementos comerciais, polo que posúen unha feble capacidade de atracción de consumidores do seu entorno e sofren continuas fugas de mercado.

Pola contra, a maior dimensión das cabeceiras permite o desenvolvemento comercial xa que parten dunha oferta-base –entendida como aquela que garante un mínimo de mercado, que ben podemos denominar umbral e, polo tanto, unhas vendas que fan rendible o seu negocio- moi superior ós dos núcleos antes abordados. Este mercado propio superior da lugar a un incremento do número de establecementos por cada función comercial e da complexidade da oferta.

En segundo lugar, as cabeceiras contan cunha serie de servicios de rango comarcal –tanto sanitarios como educativos e mesmo administrativos-, xa sexa privados ou públicos, que favorecen un incremento das compras ocasionais. Noutras palabras, un potencial consumidor procedente do medio rural que viaxa á vila para consumir este tipo de servicios –xa sexa por que ten que ir a un médico especialista ou ben para arranxar algún tramite en certas oficinas públicas- ben pode aproveitar e efectuar compras nesta cabeceira.

Como consecuencia existe unha dobre demanda, dunha banda a residente na vila, e doutra a que procede de fora da mesma –ben residente na parte rural do seu concello ou ben de orixe extramunicipal-. Esta circunstancia explica que o comercio tenda a protagonizar certo desenvolvemento engadido o que tería se tan só contase coa demanda que lle é propia. A presenza deste marxe por riba da demanda teórica normal –aquela que contabilizaría se só se contentase coa residente- provoca un incremento dos ingresos normais de cada establecemento, o que da lugar nas condicións de competencia existentes –en certo modo poderíamos consideralas como case perfectas con certas matizacións que non veñen ó caso- á presenza de beneficios por riba dos normais.

A existencia deste beneficio incentiva a entrada de novos comerciantes, repercutindo na apertura doutros establecementos que cesará cando se volte ós beneficios normais. Noutras palabras, a existencia dunha demanda engadida á residente altera as condicións do mercado de xeito que se retornará a un equilibrio cando o equipamento comercial estea de novo acompasado coa dimensión do mercado real da cabeceira.

Como consecuencia deste proceso o peso da actividade comercial debe ser superior á existente noutros entornos nos que a demanda engadida ten menos importancia, ben por inexistente como sería no rural ou ben por escasamente relevante como é o caso das cidades onde a gran dimensión do seu mercado interior relativiza a demanda engadida –proporcionalmente menor e, na súa meirande parte, atraída por certas funcións moi especializadas e case exclusivas dos mercados urbanos máis desenvolvidos-.

**Táboa 4: Ocupados no comercio.**

<b>Cabeceira</b>	<b>Ocupados</b>	<b>Porcentaxe</b>
Barco de Valdeorras, O	381	11,16
Chantada	334	8,50
Monforte de Lemos	808	14,21
Póboa de Trives	----	----
Quiroga	114	6,90
Rúa de Valdeorras, A	213	15,11
Sarria	579	13,21
Viana do Bolo	----	----

Fonte: Elaboración propia a partires dos datos aportados pola Xunta de Galicia.

Se atendemos ó peso do comercio como fonte de ocupación podemos observar, salvo no caso de Póboa de Trives e Viana do Bolo onde non atopamos os datos precisos, como se rexistra un protagonismo da actividade comercial case sempre superior ó dez por cento dos ocupados –a excepción constituena Chantada e Quiroga.

Salvo no caso de Quiroga as porcentaxes son superiores ás que presentan as súas provincias respectivas (Lugo, 8,24 % e Ourense, 9,92 %), e a media galega (10,22 %), exceptuando Chantada. Isto exemplarízase no feito de que as súas taxas de ocupación son sempre máis elevadas que as rexistradas en concellos que non teñen a condición de

centros comarcais. Así por poñer algúns exemplos O Saviñao e Taboada tan só contaban, respectivamente, cun 3,97 % e cun 4,57 % de ocupados no comercio. Pola contra soen presentar unhas proporcións inferiores ás capitais provinciais (Lugo, 14,15 % e Ourense, 15,04 %) e tan só A Rúa, vila en exceso dependente da súa función comercial, supera eses valores, quedando Monforte próximo ós mesmos.

Como consecuencia estas vilas ocupan, desde o punto de vista dos efectivos comerciais, un punto intermedio entre os núcleos netamente urbanos e os territorios rurais, o que se traduce en taxas inferiores ás presentadas polos primeiros e superiores ós segundos. Dado o peso do medio rural dentro das provincias interiores, e mesmo no conxunto de Galicia, tal circunstancia explica que teñan, polo xeral, unha proporción de ocupados superiores ós conxuntos provinciais e rexional.

Un segundo criterio, bastante pouco elaborado, sería calcular a taxa de cobertura ou proporción de unidades comerciais localizadas na comarca contidas en cada cabeceira en relación coa súa relevancia demográfica –en termos de concello, tanto por razóns operativas como pola escasa participación dos espazos rurais dos municipios de cada cabeceira na conformación do seu equipamento comercial-.

**Táboa 5: Relevancia comercial e demográfica.**

<b>Cabeceira</b>	<b>Comercio</b>	<b>Poboación</b>
Barco de Valdeorras, O	54,3	37,2
Chantada	64,7	52,0
Monforte de Lemos	67,9	51,9
Póboa de Trives	68,8	44,7
Quiroga	60,2	57,6
Rúa de Valdeorras, A	22,6	17,7
Sarria	68,9	45,4
Viana do Bolo	48,2	48,3

Fonte: Elaboración propia a partires dos datos aportados pola Xunta de Galicia.

Na táboa precedente obsérvase como, xeneralmente, a contribución de cada concello cabeceira ó entramado comercial comarcal é sempre superior a súa relevancia demográfica, sendo Quiroga a única cabeceira excedentaria onde hai unha maior proxi-

midade entre ambos valores debido a existencia dun núcleo de poboación próximo relativamente grande cumprindo unha función complementaria á vila quiroguesa. Tamén observamos que a diferenza entre relevancia comarcal e demográfica é bastante pequena no caso da Rúa, debido a bicefalia que mantén co Barco aínda que con bastante maior protagonismo barquense reflexado nun desequilibrio máis alto entre ambas variables –posiblemente fose maior se non existise esa bipolaridade na comarca Valdeorresa-. No polo oposto atópanse Póboa de Trives e Sarria, onde a diferenza entre ambos referentes supera os vinte puntos, debemos atopar as causas que explican a gran diferenza no subequipamento extremo dos concellos rurais da comarca de Trives, todos de montaña e con efectivos de poboación moi reducidos e envellecidos. No caso de Sarria a vocación case absoluta cara a gandería da poboación rural pode ser unha interpretación axeitada dun gran desequilibrio plasmado nunha escasa dimensión comercial de concellos altamente especializados, o que repercute na concentración da oferta en Sarria que, ante a gran demanda potencial da súa comarca, consolidou un elevado nivel de equipamento.

Como única excepción temos o caso de Viana do Bolo, a causa está na elevada dotación comercial nos municipios de A Gudiña e A Mezquita. Estes, tanto por estar atravesada por unha vía comunicación de elevada capacidade como por situarse a carón da fronteira portuguesa, contan cun equipamento moi alto en relación con outros concellos rurais do oriente ourensán.

Unha última perspectiva para medir a incidencia da actividade comercial son as densidades, entendidas como a relación entre os efectivos demográficos e o equipamento comercial correspondente, expresadas en unidades comerciais por cada mil habitantes.

**Táboa 6: Densidades comerciais a nivel cabeceira e comarca.**

	<b>Cabeceira</b>	<b>Comarca</b>
Barco de Valdeorras, O	28,7	19,7
Chantada	23,5	18,9
Monforte de Lemos	27,7	21,2
Póboa de Trives	25,0	16,3
Quiroga	17,2	16,4
Rúa de Valdeorras, A	25,1	19,7
Sarria	25,5	16,8
Viana do Bolo	18,1	18,1

Fonte: Elaboración propia a partir de datos das Cámaras de Comercio.

Como era de esperar as densidades son máis altas nos concellos cabeceira que nas súas respectivas comarcas, observándose a menor diferenza no caso de Quiroga por razóns apuntadas anteriormente e Viana do Bolo, onde volta a ter significación a importancia comercial dos concellos meridionais que se traduce nunha case igualdade entre ámbalas dúas variables. En case todos os casos as densidades das cabeceiras superan as 20 unidades por mil habitantes, sendo as únicas excepcións Quiroga e Viana do Bolo, centros de comarcas de montaña e con escaso peso demográfico. Pola contra, as densidades a nivel comarcal raramente superan os 20 por cada mil; a única excepción é o Val de Lemos pola desmedida dimensión do concello capitalino con respecto a súa comarca.

Máis aclaratorio sería analizar as densidades do conxunto dos espazos rurais de cada comarca. De feito estas son moi baixas, o que nos amosa o efecto distorsionador de cada cabeceira no conxunto comarcal. Salvo o caso da de Quiroga, pola elevada contribución de Ribas de Sil, non pasan de 15 unidades por mil habitantes e, en moitos casos, non superan as 10.

Polo xeral o rural comarcal está máis aqueixado polo subequipamento na provincia de Ourense que na de Lugo, aínda que existen algunha excepción. No caso de Ourense existe unha forte homoxeneidade, agás o exemplo da de Viana onde os efectos derivados das superiores densidades da Gudiña e a Mezquita xustifican os seus valores tan altos, manténdose sempre en torno as 0-10 unidades non habendo moitas diferenzas entre elas; en Lugo semella que existe unha coincidencia en niveis máis altos (13-15),

coa significativa excepción de Sarria onde, seguramente as causas comentadas anteriormente explican un valor equiparable co rural ourensán.

**Táboa 7: Densidades do rural de cada comarca.**

<b>Comarca</b>	<b>Densidade</b>
Chantada	13,9
Quiroga	15,4
Sarria	9,6
Trives	9,2
Val de Lemos	14,1
Valdeorras	10,1
Viana	18,4

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

### **3. Estructuras comerciais.**

Un aspecto de interese é a composición interna da actividade comercial tendo en conta a gran heteroxeneidade existente na oferta de bens. Tal oferta abrangue desde produtos de uso frecuente –un exemplo paradigmático son os de alimentación- e, polo tanto, dun escaso valor engadido e amplia difusión no espacio, ata os de consumo esporádico –temos exemplos sobrados en establecementos adicados a venda de alta cosmética, xoiería, antigüidades só por poñer tres exemplos- de precios altos e cunha tendencia a procurar mercados ben dimensionados. Entre ambos extremos existe unha ampla gama de posibilidades que responde a diferentes necesidades de mercado e localización.

Neste apartado non nos interesa tanto a localización nen as necesidades de mercado como a identificación do distinto peso dos distintos tipos de bens ofertados. Obviamente non podemos analizar a estrutura en función de ofertas específicas, a existencia de establecementos que ofertan bens de distinta natureza a a clasificación empregada para elaboralo IAE preséntanse como atrancos a un obxectivo xa difícil de por si.

Dadas estas dificultades e o noso interese por efectuar tan só un breve repaso sobre as estruturas comparadas entre as cabeceiras e o rural das súas comarcas, recurriremos a unha clasificación simplificada en extremo que reflexa os seguintes grupos:

- a) Alimentación, como mostra da oferta de bens correntes.
- b) Comercio de bens téxtis e de equipamento de fogar, que representan gastos elevados para as familias o que se traduce na presenza dunha importante oferta deste tipo.
- c) Venda de bens de consumo individual, exemplo de oferta de productos de alto valor engadido –a pesar de que conviven con ofertas de productos de baixo precio, caso da dos quioscos de prensa- e representativos dunha oferta xa evolucionada.
- d) Comercio mixto, caracterizado pola combinación dunha oferta plural. A súa aparición na maior parte dos casos responde a existencia dunha demanda inconsistente e con baixa capacidade de compra ou escasa propensión a consumir.
- e) Outro comercio, gran caixón de xastre aínda que a súa maior (ou menor) proporción pode interpretarse como un indicador dunha estrutura máis (ou menos) complexa.

Se partimos da base que a calidade e a diversidade da oferta, o equipamento en suma, difire se nos referimos ás vilas ou o seu espacio tributario debemos determinar cal é a composición de cada un dos medios sinalados para confirmar ou refugar este punto de partida. En principio unha vila supón unha concentración de poboación nun espacio reducido, ou sexa un mercado de maiores ou menores dimensión moi accesible. Pola contra, dada a dispersión en pequenas aldeas da poboación rural teriamos unha poboación maior ou menor pero non tan accesible.

Consecuentemente, dada a superior accesibilidade do mercado das vilas este serve de base á consolidación dun equipamento comercial sensiblemente máis denso e completo do que podería xurdir nun espacio cunha poboación en extremo dispersa tal e como é o medio rural. Ademais, os comercios vilegos aproveitarán a afluencia dos habitantes do rural que acusan o subequipamento do seu lugar de residencia habitual o cal non fará máis que acrecenta-las diferencias entre ambos ámbitos.

Dado este esquema teórico teríamos que confirma-lo recurrido ás series de datos do rural e do medio urbano. Como punto de partida ben podemos coller as series referidas ó maiorismo e o detallismo, nas táboas seguintes podemos observar que, salvo nas comarcas de montaña, hai unha proporción de unidades funcionais máis elevada no rural que nos municipios cabeceira o cal hai que poñer en relación non cunha presunta propensión a localizarse nestes concellos –as súas necesidades de solo a precios baixos poderían ser un aliciente, pero dado que os negocios de distribución ó por maior son, xeneralmente, de cativa dimensión éste non sería o caso-. Fronte a explicacións deste tipo nós preferimos apuntar dúas liñas argumentais:

-Dunha banda, a importancia dos establecementos maioristas adicados a distribución de insumos agrarios a labregos, constatada en moitos concellos agrogandeiros na comarca sarriana e chantadina, e certa presenza, aínda que matizada, de maioristas en orixe. A presenza destes tipos particulares de redistribución relativizan unhas porcentaxes seguramente diferentes se tan só rexistrasemos a existencia de distribuidores en destino de bens de consumo.

-Doutra, certamente máis transcendente, a debilidade da oferta detallista nos concellos rurais que repercute nunha comparativa maior importancia do maiorismo nestes territorios.

A única excepción, xa apuntada, son as comarcas de montaña –especialmente Quiroga e Viana e, moi matizadamente, Trives- onde a desarticulación social trasládase ó comercio que se concentra case totalmente nas cabeceiras comarcais.



**Táboa 8: Composición global do comercio.**

<b>Cabeceira</b>	<b>Maiorismo</b>	<b>Detallismo</b>
Barco de Valdeorras, O	17,7	82,3
Chantada	15,2	84,8
Monforte de Lemos	16,7	83,3
Póboa de Trives	6,1	93,9
Quiroga	14,9	85,1
Rúa de Valdeorras, A	19,4	80,6
Sarria	21,3	78,7
Viana do Bolo	5,6	94,4

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

**Táboa 9: Grandes grupos no rural de cada comarca.**

<b>Comarca</b>	<b>Maiorismo</b>	<b>Detallismo</b>
Chantada	17,2	83,8
Quiroga	0,0	100,0
Sarria	28,7	72,3
Trives	4,5	95,5
Val de Lemos	20,4	79,6
Valdeorras	22,6	77,4
Viana	7,4	92,6

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

**Táboa 10: Repercusión do comercio de cada cabeceira sobre a súa comarca.**

<b>Comarca</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Chantada	61,2	64,7
Quiroga	100,0	60,2
Sarria	59,7	68,8
Trives	55,6	68,8
Val de Lemos	62,3	67,9
Valdeorras	78,8	76,9
Viana	48,2	90,9

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

Nota: 1, Comercio maiorista; 2, Comercio detallista.

Como colofón neste primeiro achegamento temos que fixarnos na repercusión do comercio de cada centro sobre a súa comarca. De feito, salvo onde a actividade maiorista se concentra na súa totalidade nas cabeceiras –Quiroga- o valor sempre é máis

baixo no comercio maiorista que no detallista. Un caso particular é o representado por Trives, aínda que segue a regra xeral a porcentaxe do maiorismo no seu rural é inferior a presentada pola cabeceira.

Deixando de lado o comercio de redistribución temos que pasar a analiza-lo detallista que, dada a súa maior dependencia do mercado final, ten unha tendencia acusada a concentrarse nas vilas. Para seguir unha orde estudiaremos en primeiro lugar os sectores cun grao de cualificación menor tanto pola maior frecuencia de consumo dos bens ofertados –alimentación- como polo arcaísmo de moitos establecementos que o compoñen –mixto-.

No relativo ó comercio de productos alimenticios temos que resaltar algúns feitos relevantes. En primeiro lugar no medio rural as porcentaxes acadadas son moi superiores -oscilan entre o 32 % do rural sarriano e o 50 % do concello de Vilariño de Consoás acadadas nas cabeceiras –oscilan entre o mínimo de Chantada, cun 23,14 %, e o máximo de Viana do Bolo, que cun 33,75 % presenta unhas porcentaxes moi parecidas a dun concello rural moderadamente especializado-. A causa desta diferenciación deriva da inelasticidade da demanda dos productos alimenticios, dado que se trata de productos de primeira necesidade pouco sensibles a variacións na demanda o que repercute nunha vinculación moi estreita coa poboación de xeito que en lugares onde existe un mercado escasamente dimensionado atoparemos pouco comercio non alimenticio –cunha elasticidade maior- e sempre un equipamento alimenticio proporcional ós seus efectivos demográficos.

Un segundo aspecto relevante e a diferenciación entre as distintas cabeceiras en función da importancia acadada polo comercio de alimentación. Por unha parte temos as cabeceiras de montaña que posúen uns valores superiores ó trinta por cento, logo temos a unha serie de cabeceiras onde o comercio alimentario non chega ó trinta por cen pero non baixa do 25, como son Monforte, Sarria e A Rúa. Pór último quedan dúas cabeceiras onde o este tipo de oferta mercantil non acada unha gran relevancia –O Barco e Chantada-. Destes datos non se pode tirar unha correlación apreciable entre poboación e porcentaxe do comercio alimentario, só un esquema baseado nestes parámetros seria aplicable o primeiro grupo, pero racharíase ó toparse cunha vila do tamaño de Monforte

que posúe unha porcentaxe tan elevada onde non se podería invocar o efecto distorsionante de contabilizar as licencias dun rural pouco significativo, o mesmo que no caso da Rúa. Pola contra este recurso de aludir o desmesurado peso do rural –ó presuporse unha gran importancia deste tipo de comercio no detallismo localizado nas aldeas- si sería valido para Sarria pero non valería para Chantada, nas mesmas circunstancias pero cunhas porcentaxes representativas da alimentación moi baixa.

Noutras palabras, a importancia do comercio alimentario nas cabeceiras seleccionadas é dificilmente explicable pola dimensión en termos absolutos do mercado –argumento lóxicos se temos en conta a maior dependencia deste tipo de comercio respecto ó mercado local-. Na explicación das irregularidades observadas non podemos pensar na distorsión introducida pola presenza de amplos sectores rurais en cada concello cabeceira, a análise das diferentes cabeceiras en relación coa dimensión do seu rural rompe con este argumento.

Só restaría pensar na estrutura de consumo existente e o efecto de certas distorsións a nivel local.

**Táboa 11: O Detallismo por sectores nas cabeceiras.**

Cabeceira	Aliment.		Téxtil-Fogar		Uso persoal		Mixto		Outro	
	U	%	U	%	U	%	U	%	U	%
Barco, O	73	24,5	127	42,6	41	13,7	11	3,69	46	15,4
Chantada	53	23,1	101	44,1	16	6,9	5	2,2	54	23,5
Monforte de Lemos	167	29,3	226	39,7	45	7,9	17	3,0	114	20,0
Póboa de Trives	25	32,5	27	35,1	10	13,0	2	2,6	13	16,9
Quiroga	25	31,3	18	22,5	6	7,5	13	16,3	18	22,5
Rúa, A	35	28,2	53	42,7	12	9,7	2	1,6	22	17,7
Sarria	87	27,4	129	40,7	34	10,7	7	2,2	60	18,9
Viana do Bolo	27	33,8	22	27,5	5	6,3	8	10,0	18	22,5

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

**Táboa 12: O Detallismo por sectores no espacio rural de cada comarca.**

Comarca	Alimentación		Téxtil-Fogar		Uso persoal		Mixto		Outro	
	U	%	U	%	U	%	U	%	U	%
Chantada	45	36,0	25	20,0	6	4,8	22	17,6	27	21,6
Quiroga	19	35,9	11	20,8	0	0,0	17	32,1	6	11,3
Sarria	47	32,9	26	18,2	4	2,8	34	23,8	32	22,4
Trives	14	40,0	7	20,0	0	0,0	8	22,9	6	17,1
Val de Lemos	98	36,4	60	22,3	9	3,4	70	26,0	32	11,9
Valdeorras	55	43,3	22	17,3	6	4,7	24	18,9	20	15,8
Viana	39	45,4	4	4,7	0	0,0	27	31,4	16	18,6

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

No comercio mixto observamos unha forte diferenciación segundo esteamos diante de concellos rurais ou de vilas. Nos primeiros non é raro que sobrepasen o 20% e nalgún exemplo, como son os territorios rurais da comarca de Quiroga, rebanan o 30%. Pola contra a súa presenza é escasa nos municipios cabeceira, as excepcións represéntanas Quiroga e Viana que contan cunha proporción do comercio mixto superior o 10%, contrastando co resto das cabeceiras que en ningún caso se aproximan nen ó cinco por cento.

Este tipo de actividade mercantil, facilmente identificable cunha tipoloxía comercial particular como é a rural, representa en gran medida unha modalidade arcaica en vías de progresiva substitución aínda que con forte resistencia nos espazos de menor capacidade adquisitiva como os rurais. De aí que acade porcentaxes tan elevados nestes territorios onde a estrutura comercial pode caracterizarse como debilmente desenvolvida. Esta circunstancia da lugar a unha feble especialización que cristaliza nun amplo sector caracterizado pola diversificación da súa actividade nunha oferta referida a vendas unitarias de pouco valor que se distribúen nunha serie de produtos moi diferentes entre sí é que veñen satisfacer certas necesidades urxentes que non poden cubrirse en establecementos especializados, por outra parte inexistentes.

Este comercio mixto responde nunha maioría das ocasións a este esquema –as excepcións veñen dadas por certos establecementos particulares caso das grandes superficies non especializadas, inexistentes no noso espazo, ou modalidades específicas como son os establecementos que aparecen engadidos a moitas gasoleiras-. Como con-

secuencia nas vilas non teñen a relevancia do medio rural, a especialización da oferta e a existencia dunha maior capacidade de compra do mercado potencial reducen a súa importancia a niveis testemuñais ante unha competencia que responde sobradamente desde unha maior especialización ás necesidades da demanda existente.

Unha vez analisada a oferta de produtos de consumo frecuente e a menos especializada resta entrar a rastrexar a de bens de consumo esporádicos e especializados, comercio usualmente cunha forte tendencia á localización naqueles espazos que sexan accesibles a un mercado o máis grande posible en gran medida pola maior elasticidade da súa oferta. Hai unha amplísima gama de produtos que se caracterizan por un consumo máis ou menos duradeiro o que da lugar a que o espaciamento no tempo da súas adquisicións sucesivas ou reposición se demore. Fronte a alimentación que da lugar, usualmente, a compras diarias ou semanais preséntase unha amplísima gama de produtos que seguen un ritmo de substitución moito máis lento –unha excepción, por poñer un exemplo, serían os xornais-, desde a compra mensual ou de tempada de certos produtos textis pasaríamos a ritmos superiores ó ano como son certos bens de equipamento do fogar, o automóbil, a vivenda... que representan unha amplísima variedade de bens cunhas esixencias de mercado diferentes –superiores de xeito inversamente proporcional ó ritmo de reposición, xa que a menor ritmo se precisa un umbral e un alcance de demanda maior-.

Este sería o esquema aplicable ó consumo tipo, so modificable en función de certos factores derivados da condición social ou persoal do consumidor -o ritmo de adquisicións soe acelerarse dacordo coa maior capacidade adquisitiva do consumidor e o seu status social, sen ter en conta as diferencias individuais na propensión ó consumo-. Canto maior sexa o espaciamento por parte do consumidor nas compras dun produto determinado o comerciante procurará localizarse nun mercado coa superior dimensión posible é no lugar máis accesible dentro del.

O primeiro grupo a considerar é o de venda de produtos textis e de artigos para o fogar. Trátase dunha gama de produtos que non posúen a frecuencia de venda dos anteriores pero que posúen un consumo moi extendido.

Se nos fixamos na relación existente entre a magnitude que acadan nos rurais comarcais e nas cabeceiras observamos como en tódolos casos é superior nos centros que

nas súas áreas tributarias. Somentes no caso de Quiroga hai certa aproximación entre ambas magnitudes pola escasa especialización relativa da actividade mercantil quirogesa.

Dentro das cabeceiras este grupo é o que abrangue un maior número de unidades, por riba da alimentación que é a dominante nos concellos rurais. Tan só en Quiroga e Viana non é o principal substituído polo comercio alimentario. De feito, agás as vilas anteditas, o comercio téxtil e para o fogar rebasa facilmente o 35 %, destacando O Barco, Chantada, A Rúa e Viana con porcentaxes superiores ó 40 % .

Este é o típico comercio de vila xa que posúe un grao de especialización que restrinxe a súa localización nos centros rurais pero non ata tal punto de facelos case exclusivos das cidades –o que si ocorre con certas ofertas, como o téxtil de luxo ou o moble de deseño-. Dentro das cabeceiras temos que sinalar dúas polo seu nivel de especialización en tramos concretos deste grupo de actividades comerciais, dunha banda, Sarria cun grao forte de especialización no moble e na venda de antigüidade beneficiándose dunha forte tradición na fabricación de mobles, e, doutra, Chantada que volcou a súa especialización no téxtil configurándose como unha cabeceira de transición con outras nas que tal oferta non posúe a importancia acadada nesta vila.

O comercio de uso individual xa non é tan propio deste tipo de centro comercial dada a existencia dentro del de actividades tremendamente especializadas e asociadas con gustos plenamente urbanos. A pesar da maior vocación urbana dese tipo de oferta a estandarización dos patróns de consumo e a difusión dos modos de vida urbana dan lugar a que a súa presenza non sexa desdeñable nestas vilas aínda que case inexistente no rural. Polo tanto estamos diante dun comercio fortemente influído pola dimensión do mercado, precisando de grandes cantidades de consumidores potenciais e de gustos predominantemente urbanos.

De feito é raro que no rural aparezan establecementos adicados a venda deste tipo de produtos. Así as maiores porcentaxes acádanse no industrializado Valdeorras e no rural Chantadino aínda que non chegan ó cinco por cento da oferta detallista global. Desde logo nos rurais máis illados a súa presenza é nula, nas comarcas de Quiroga, Trives e Viana fóra do municipio capitalino non atopamos nin unha soa unidade funcio-

nal que se adique a satisfacer de xeito específico demandas desta natureza. O illamento e os retardos na difusión dos valores e modos de vida urbanos semellan uns engadidos á existencia dunha demanda escasa e envellecida.

Nas cabeceiras este tipo de comercio ten escaso relevo, e voltan a aparecer Quiroga e Viana entre os concellos capitalinos con menos transcendencia desde este punto de vista reproducindo de xeito atenuado as eivas que afectan os seus rurais respectivos. Pero tamén outras cabeceiras a priori con maiores posibilidades para este tipo de comercio aparecen dentro deste grupo, Chantada e Monforte presentan uns valores moi baixos que reflexan a existencia dun mercado inconsistente onde se combinan efectivos de poboación con gustos máis urbanizados con outros que non abandoaron de todo os modos de vida rural. Na banda contraria temos O Barco, onde a rápida industrialización derivada da pizarra incrementou de xeito moi rápido a capacidade adquisitiva e deu lugar a un cambio moi acelerado dos comportamentos de consumo dos seus habitantes; un caso singular é Póboa de Trives onde se debería esperar unhas porcentaxes próximas a outras cabeceiras de semellantes características –Quiroga e Viana-, pero este tipo de comercio posiblemente está sobredimensionado para as posibilidades reais da súa poboación –unha explicación consistente sería supor que está nun período previo a unha readaptación: incremento súbito de establecementos dunha mesma actividade por novas aperturas ou cambios de negocio ó que lle segue outro de adaptación que se plasma en peches ou novos cambios que levarán a unha posible redución do sectores comerciais saturados-.

O comercio restante –automoción, químico de consumo, ...- representa a diversidade comercial existente. Se o comercio de alimentación e mixto son representativos do comercio frecuente e altamente inelástico, o téxtil e do fogar podíamo-lo calificar como o máis emblemático dunha cabeceira e o de produtos individuais é o exemplo máis significativo de comercio raro e de demanda altamente elástica, o que calificamos como outro comercio non é máis cunha medida da diversidade comercial que acolle unha cabeceira.

Se nos fixamos na comparación do peso específico de tales actividade nas cabeceiras e nas súas comarcas respectivas non podemos inferir nada en especial. O que

domina é unha forte indiferencia que se plasma en situacións contradictorias: ou ben no rural acada unha dimensión superior que na cabeceira, ou viceversa, cando non valores equiparables –caso de O Barco-.

Se unicamente nos atemos ás cabeceiras teremos que as vilas onde este grupo ten maior dimensión son Chantada, Quiroga e Viana, dúas de escaso tamaño e outra non tan pequena pero cun certo grao de desenvolvemento comercial –lembremos a súa escasa proporción de ocupados comerciais-, tendendo a contabilizarse porcentaxes cada vez menores naquelas que teñen unha importancia comercial maior salvo certas excepcións –Póboa de Trives-.

#### **4. A modernización do comercio: o caso particular da difusión do autoservicio.**

Nos últimos decenios viviuse unha modernización acelerada das formas comerciais. Esta transformación foi moi profunda e afectou tanto o xeito de entender esta actividade como o seu aspecto externo. Na primeira cuestión está superándose a tradicional concepción do pequeno comerciante, deshumanizándose ata certo punto as practicas comerciais, na segunda as grandes superficies están desprazando aceleradamente ó pequeno comercio ata entón dominante.

Non imos entrar nas causas de deron lugar a esta revolución comercial aínda en curso, nen nos fixaremos nos seus establecementos máis característicos, senón que centrarémola nosa atención nun aspecto concreto: a expansión do autoservicio. As razóns desta limitación atópanse en dous causas ben concretas:

-A ausencia, por razóns de mercado, da tipoloxía emblemática dos cambios comerciais: os hipermercados.

-O escaso peso, por razóns análogas, das franquicias que tamén soen precisar dun mercado máis desenvolvido.

O autoservicio supón unha racionalización do comercio en todos os seus aspectos e, aínda que presente en moitas facetas do comercio, ten o seu verdadeiro desenvolvemento na venda de produtos de alimentación. Isto da lugar a que a súa difusión sexa doada, xa que é este tipo de comercio, dada a alta frecuencia de consumo, onde a presenza das novas formas de comercio é maior e acada unha maior extensión no espacio.



Polo tanto temos dúas coordenadas, dunha banda o tempo dada a súa rapidez de difusión, doutra, o espacio, consecuencia da primeira o que da lugar a que de entre todas as modalidades de renovación comercial sexa a máis extendida.

Pero non só o ben comercializado é o responsable da súa difusión, tamén os intereses das principais empresas de distribución no seu afán de gañar cuotas de mercado impulsaron a extensión desta modalidade ben mediante o emprego de establecementos propios ben asociándose a comerciantes locais. Estes movementos expansivos da gran distribución animaron á moitos tendeiros tradicionais independentes a adoptar algunhas das innovacións suxeridas polo autoservicio, alomenos as máis superficiais e que requirían menos esforzos.

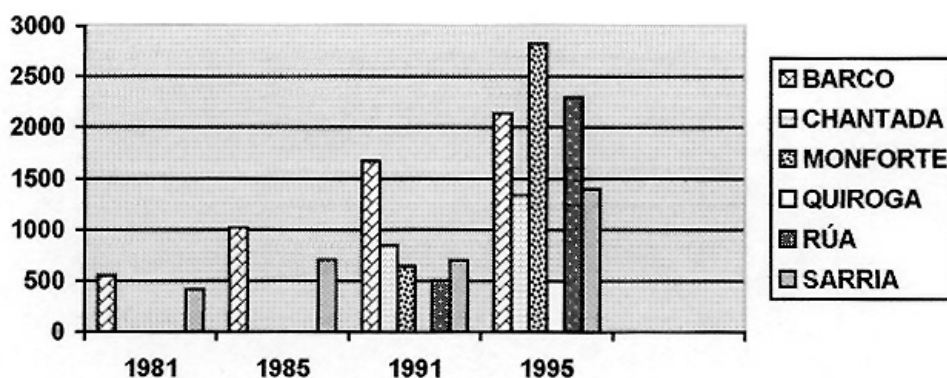
Esta modalidade de expansión poderíase sintetizar nas seguintes liñas:

-Expansión directa dos grandes distribuidores –Gadisa, Claudio, Cenco...- mediante cadeas sucursalistas. Son os establecementos que se localizan nos espazos máis accesibles das vilas, extendéndose progresivamente cara as entidades de menor tamaño.

-Expansión indirecta, os distribuidores entran en contacto con minoristas tradicionais que transforman os seus establecementos conformándose cadeas por asociación uniformadas por políticas de merchandising impostas polos distribuidores e, usualmente, adoptan a insignia e a imaxe que uniforma todos os establecementos asociados. Aparecen tamén nas vilas, usualmente a nivel de barriada, e nas cabeceiras municipais.

-Expansión do autoservicio por adaptación (Gómez Mendoza, J., 1893, p. 9). Neste caso son minoristas tradicionais independentes que ante o empuxe das novas formas comerciais deciden adoptar algúns aspectos do autoservicio modernizando nos seus establecementos pero mantendo a súa independencia –o máis que chegan e a entrar en cooperativas de detallistas nas que non hai unha sumisión a unha empresa allea ós seus intereses-. Actualmente dada a gran forza dos grandes distribuidores teñen unha presenza marxinal, localizándose esencialmente naqueles lugares máis remotos e con menos atractivo para a penetración destas grandes empresas aínda que debemos sinalar exemplos illados de empresas que acadaron a suficiente dimensión empresarial como para manterse independentes en localizacións favorables.

Gracias os datos dos anuarios de distribución (Anuario de la distribución, 1995) contamos con suficientes elementos de xuízo para tentar averiguar o ritmo de expansión desta forma comercial no espacio, así como por aproximación no tempo. Desgraciadamente non temos a información referida á apertura da totalidade dos autoservicios, aínda que sí os pertencentes a cadeas sucursalistas o cal serve para determinar a evolución cronolóxica das implantacións deste tipo –en moitas ocasións non son as pioneiras, pero si as que dan lugar ó verdadeiro crecemento desta modalidade dada a súa elevada capacidade de presión sobre o resto dos detallistas–.



**Gráfico 1: Evolución da superficie de vendas das cadeas sucursalistas.**

No gráfico precedente observamos o constante crecemento das superficies de autoservicios titularidade de cadeas sucursalistas. Esta expansión é acelerada nos derradeiros anos nos que xa se estende ás cabeceiras de menor tamaño o cal é exemplificador dun modelo de difusión do tipo centro-periferia que ilustra un proceso caracterizado pola captación en primeiro lugar dos mercados máis interesantes, entrándose sucesivamente nos menos apetecibles segundo se van saturando os primeiros. Un proceso no que intervéñ, de xeito engadido, a distancia desde o centro de difusión das innovacións como un elemento de retardo.

Dada a situación periférica e a escasa dimensión dos mercados do interior galego a aparición deste tipo de establecementos é relativamente tardía: a apertura do pri-

meiro autoservicio pertencente a unha cadea sucursalista non aconteceu ata o ano 1981 –en Lugo xa temos exemplos de autoservicios deste tipo a finais dos sesenta, aínda que no caso de Ourense non observamos a súa presenza ata datas tardías tanto polo retraso na aparición de cadeas sucursalisas locais, aínda que o ritmo de crecemento desta modalidade é moi intenso ó longo da década dos oitenta (Anuario de la distribución, 1997)-. Podemos falar dunha evidente demora na súa implantación, independentemente de que existise algún exemplo illado de pequena superficie desta natureza. En primeiro lugar implantouse en Sarria, vila moi próxima a unha capital provincial o que acelerou a súa incorporación ó proceso de expansión, e igualmente de precoz foi no Barco onde resultou decisivo por ser sede dun dos maioristas que constituíron a súa propia rede de sucursais que confluiría na actual Gadisa.

Un segundo grupo de núcleos afectados por esta secuencia temporal, está conformado por Chantada e Monforte. No caso da segunda, a pesares do seu tamaño viuse negativamente afectada por certo illamento respecto ós principais centros de innovación do interior –Lugo é Ourense-, tanto pola distancia ós mesmos como pola deficiente rede de comunicacións existente ata hai ben pouco. En Chantada a súa localización estratéxica, intermedia entre Lugo e Ourense, deu lugar a que non se retardase en exceso a apertura sempre por parte de cadeas con sede nestas cidades –Tabarés e Cemar, en concreto-

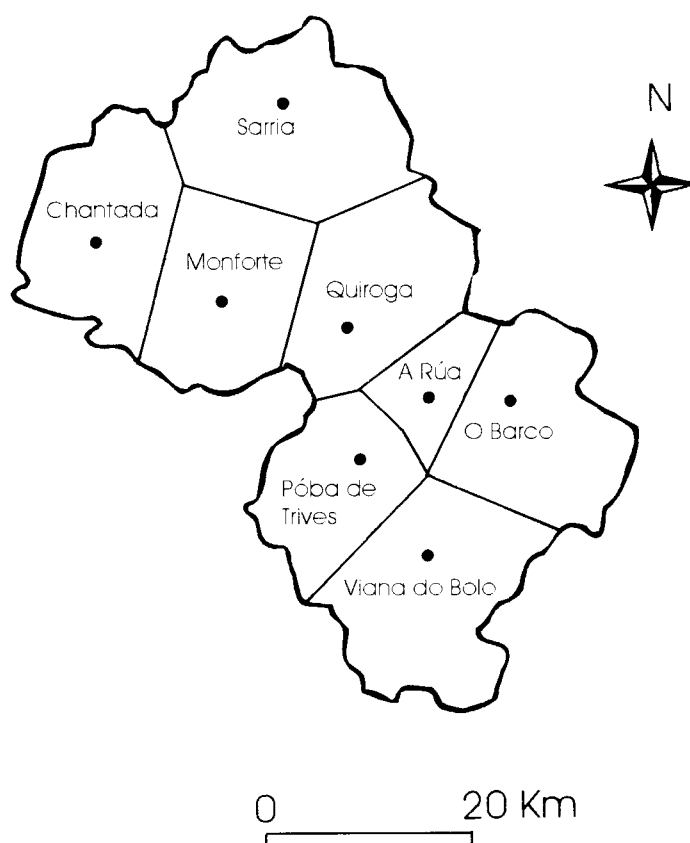
Nun terceiro están o resto das cabeceiras nos que a apertura deste tipo de establecementos produciuse nesta década. No caso da Rúa pola competencia a que se vía sometida pola próxima vila do Barco e, no resto, polo seu escaso tamaño e por un innegable illamento. Pero a saturación dos mercados das cabeceiras máis grandes unido á lóxica de expansión de certas distribuidoras –véxase o caso de Unigro ou Cenco- provocou a aparición desta modalidade comercial nas vilas máis pequenas.

## **5. Atracción comercial e áreas de influencia.**

A concentración do comercio nas cabeceiras comarcais deriva na existencia dunha área de influencia en torno de cada vila, o tamaño da mesma está condicionado por dous factores, dunha banda o exceso de oferta e da outra a accesibilidade a mesma. En principio as dúas variables están fortemente vinculadas, xa que canto máis accesible

sexa un núcleo superior dotación terá pola ampliación do seu mercado potencial a un maior número de consumidores foráneos.

Tendo presente estes dous factores imos tratar de determinar neste apartado as áreas de influencia do espacio obxecto de estudio seguindo unha serie de métodos diferentes. O primeiro resulta dun cálculo totalmente xeométrico baseado nos polígonos de Thiessen, método tremendamente sinxelo baseado no trazado de liñas que unen as cabeceiras veciñas, que a súa vez son cortadas perpendicularmente por outras no seu punto central. Estas últimas representan os limites das áreas de influencia de cada unha das vilas analizadas.



**Mapa 2: Áreas de influencia segundo o método dos polígonos de Thiessen.**

Como resultado temos unha serie de polígonos que delimitan áreas de influencia moi grandes para aquelas cabeceiras localizadas na periferia mentres aquelas que teñen unha localización central –nomeadamente Monforte e A Rúa- posúen espacios tributarios excesivamente cativos para o seu tamaño. En suma, trátase dun método pouco ela-

borado e de dubidosa validez para unha axeitada aproximación á determinación da área de influencia dunha cabeceira.

Outros procedimentos son os gravitatorios. Éstes baseábanse na consideración de que a capacidade de atracción dun centro de mercado calquera dependía, de xeito directamente proporcional, do seu tamaño e que tal capacidade diminúe coa distancia.

Un instrumento eficaz para a determinación das áreas de mercado segundo este método é o índice de Reilly-Converse. Para o seu calculo utilízase dúas variables, o tamaño ou masa de dous centros veciños e a súa distancia. A primeira mídese en función de calquera magnitude –poboación, número de establecementos comerciais, centralidade...- e a segunda é a distancia por estrada entre os dous centros en cuestión. De xeito que este índice calcula o punto, denominado de ruptura, a partir do cal os consumidores deixan de ir a un centro A para pasar a desprazarse o centro B mediante a fórmula seguinte:

$$P = \frac{D_{ab}}{1 + \sqrt{\frac{C_a}{C_b}}}$$

Onde P marca o punto de ruptura,  $D_{ab}$ , a distancia entre os centros A e B,  $C_a$  a centralidade de A e  $C_b$  a de B. Usualmente empregase a poboación como magnitude representativa da “masa” de cada cabeceira, pero persoalmente inclínome pola centralidade xa que o que nos interesa é determinar a área de mercado ou de influencia comercial.

Para calcular a centralidade real determinamos o número de funcións comerciais significativas –deixamos de lado aquelas que posúen un carácter marxinal e poden dar lugar a distorsións- e pasamos a averiguar a súa centralidade real mediante o índice de centralidade por rangos de Davies:

$$C = \frac{100}{uf}$$

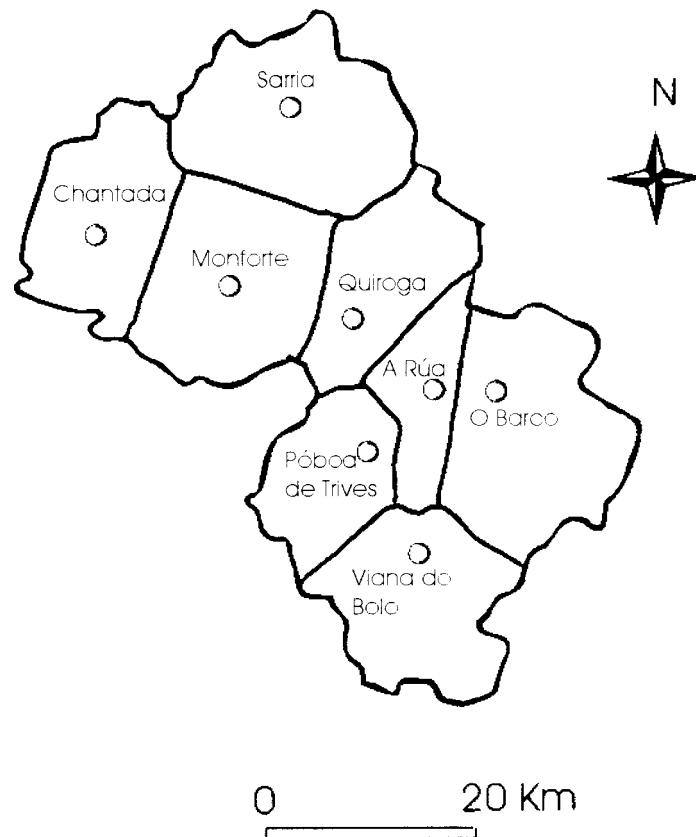
Onde C é a centralidade correspondente a cada función e uf as unidades funcionais de cada función para todo o territorio.

Seguidamente calculouse a centralidade de cada vila multiplicando a correspondente a cada función polas unidades da mesma albergada por cada unha das cabeceiras e, finalmente, agregando os resultados correspondentes a cada función para determinar a centralidade total.

**Táboa 13: Centralidade total das cabeceiras.**

<b>Cabeceira</b>	<b>Centralid.</b>
Barco de Valdeorras, O	427,2
Chantada	284,9
Monforte de Lemos	775,2
Póboa de Trives	85,8
Quiroga	89,1
Rúa de Valdeorras, A	149,0
Sarria	398,1
Viana do Bolo	87,6

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.



**Mapa 3: Áreas de mercado segundo o índice de Reilly-converse.**

Dos resultados da aplicación do método gravitatorio pódense deducir, en relación cos resultados segundo os polígonos de Thiessen, os seguintes aspectos:

-Os territorios tributarios das cabeceiras de menor tamaño –Póboa de Trives, Quiroga e Viana do Bolo- son máis pequenos que os resultantes da aplicación de espazos equivalentes –que é o que representan os polígonos conformados polo método anterior–.

-As áreas periféricas pertencentes a cabeceiras de superior tamaño ou ben retroceden levemente –caso de Chantada e Sarria- ou medran –como é o Caso do Barco que aínda que no suroeste perde terreo lixeiramente pola competencia de A Rúa medra polo sur a expensas de Viana e polo nordeste en detrimento da Rúa–.

-A área de influencia de Monforte medra principalmente a expensas de Chantada e Quiroga aínda que tamén levemente a costa de Sarria. Igualmente medra a da Rúa, principalmente a costa da de Póboa de Trives e Viana do Bolo.

En suma, o resultado de aplicar métodos gravitatorios supón un avance na delimitación das áreas de mercado no senso de introducir un aspecto non observado por Thiessen, a capacidade de atracción que deriva dunha influencia teórica equiparable a unha desigual en función do seu grao de equipamento comercial. Desde este punto de vista podemos considerar ós polígonos de Thiessen simplemente como un punto de partida, a xeito de hipótese que é preciso de cotexar mediante distintas probas.

Pero aparte dos métodos gravitatorios temos outros como son os probabilísticos e os empíricos –baseados en enquisas- que supoñen sendas aproximacións á realidade. No segundo caso non imos entrar polos medios que serían necesarios para levala a cabo e os riscos de sesgo derivados de mostras de reducido tamaño, pero sí determinaremos as áreas de influencia usando o primeiro enfoque.

Entre os instrumentos empregados para delimitar ás áreas de influencia desde un punto de vista probabilístico temos o índice de Huff. Ideado por un xeógrafo do marketing tentaba averiguar a probabilidade de que un consumidor nun espacio determinado acudiría a un lugar determinado para efectuar as súas compras, para o que ideou a seguinte fórmula:

$$P_{ij} = \frac{S_j^\alpha T_{ij}^{-\beta}}{\sum_{k=1}^n S_k^\alpha T_{ik}^{-\beta}}$$

Onde  $P_{ij}$  sería a probabilidade de que un consumidor residente en  $i$  acudise a  $j$ ,  $S_j$  a superficie de venda dun produto existente en  $j$ ,  $T_{ij}$  o tempo de desprazamento entre  $i$  e  $j$ ,  $S_k$  a superficie de venda do produto en cuestión en cada un dos centros comerciais,  $T_{ik}$  o tempo que tarda en chegar a cada un dos centros  $k$  e  $n$  representa o número de tendas. Por último  $\alpha$  e  $\beta$  son parámetros que actúan sobre as variables consideradas, representando o primeiro a sensibilidade do cliente ó tipo de tenda e o segundo a sensibilidade ó tempo de desprazamento.

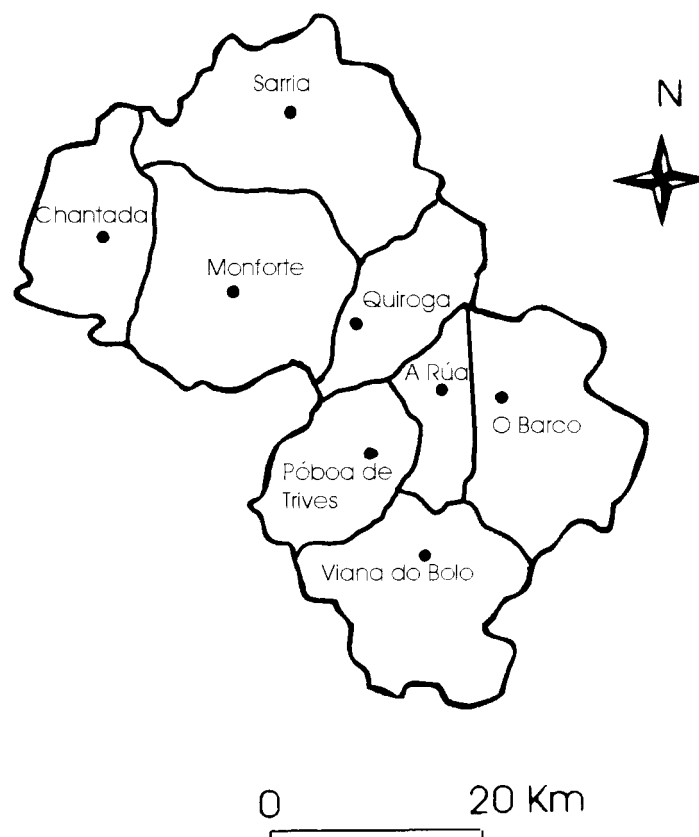
Dados os datos cos que se conta tivemos que facer algunhas modificacións sobre o modelo base de Huff. Esencialmente mudamos a variable superficie pola centralidade, e non só referida a un produto como suxire a formulación de Huff senón á totalidade



dos bens ofertados. Xa con menor transcendencia n non se refire ás tendas, senón á totalidade das funcións comerciais consideradas.

No referido ós parámetros, ó ter en conta a totalidade do comercio de cada vila deixa de ter senso, pasando a ter o valor de 1 co que a súa influencia é nula. Pola contra no caso de si que está moi presente, representa a accesibilidade de cada centro, dado que en todo caso se presenta como un elemento disuasorio no momento de elexir o centro onde desprazarse para efectua-las compras tomando  $-2$  como valor estándar.

Unha vez escollido o instrumento metodolóxico para determina-las áreas de influencia pasouse a dividir o espacio en cuadrículas e calcúla-las probabilidades de que os consumidores acudisen a un ou outro dos centros comerciais máis próximos. Como resultado temos o seguinte mapa no que eliminamos as áreas de indiferencia –espacios onde resulta indistinto para o consumidor desprazarse a unha ou outra cabeceira- como medio para simplificar os resultados.



**Mapa 4: Áreas de influencia segundo métodos probabilísticos.**

No mapa precedente refléxanse as áreas de influencia de cada un dos centros comarcais analisados que quedan do seguinte xeito:

-A área de influencia de Chantada queda limitada á súa comarca –municipios de Carballedo, Chantada, e Taboada- e abrangue as parroquias do Saviñao máis próximas ó río Miño.

-Monforte posúe unha área de influencia de gran tamaño, abrangue a totalidade dos concellos de Monforte, Pantón, Póboa de Brollón, a meirande parte dos de Bóveda e Saviñao, as parroquias máis occidentais dos concellos de Quiroga e Ribas de Sil e o extremo meridional do Incio.

-A de Sarria é unha área moi extensa que se estende pola totalidade dos concellos de Láncara, Paradela, Páramo, Samos, Sarria e Triacastela, norte de Incio, extremo septentrional do Saviñao, e deixa sentir a súa influencia mesmo nas parroquias do extremo noroccidental do Caurel.

-Quiroga ten unha área pequena extendida pola meirande parte do Caurel, Quiroga e Ribas de Sil e parte do concello de Río.

-A Rúa posúe un área de mercado orientada en senso norte-sur a través da estrada que a une con Viana do Bolo abranguíndo a totalidade do seu concello, do de Petín e O Bolo, ademais da meirande parte dos de Vilamartín e Larouco. Ó que se debe unir o extremo oriental dos de Quiroga e Manzaneda.

-Póboa de Trives estende a súa influencia polo seu concello, Chandrexa de Queixa e parte do de Larouco, Río e Manzaneda.

-O Barco ten como espacio de atracción ó seu concello, Carballeda, Rubiá e A Veiga ademais de parte do de Vilamartín.

-Por último queda Viana do Bolo que abrangue os catro municipios máis meridionais: A Gudiña, Mezquita, Viana do Bolo e Vilariño de Conso.

Desde a miña perspectiva o método máis completo para a delimitación os espazos comerciais tributarios de cada cabeceira é o probabilístico. Toma en conta tanto o

tamaño da cabeceira como a accesibilidade, entendida non só como a distancia senón introducindo parámetros que reflexan as restriccións ó movemento. Outra vantaxe engadida é que está en función do comprador que vive fora das cabeceiras consideradas non dos centros comerciais.

A pesares disto o mapa presentado é incompleto xa que non ten en conta ás exentas áreas de indiferencia existentes entre cabeceiras especialmente nos espazos de montaña, territorios illados caracterizados pola súa desarticulación onde a motivación principal dos desprazamentos soe estar motivada máis por outro tipo de razóns –administrativas, asistenciais...- aproveitando os mesmos para efectuar as compras precisas.

Este fenómeno é o rexistrado no Courel no que, segundo a aplicación do índice de Huff modificado, a influencia se repartiría entre Quiroga, no seu sector meridional e central, e Sarria, no máis septentrional. Dada a dependencia de Quiroga e Monforte no referido ós servizos públicos non sería de extrañar que a posible influencia sarriana se difumínase a favor destas dúas cabeceiras.

Outro factor que pode dar lugar a distorsións, tanto para este método como para o anterior, é a consideración do equipamento comercial como un todo. Non se teñen en conta áreas distintas para ofertas diferentes a pesares que si se introducen indirectamente mediante o agregado de magnitudes ponderadas, pero para obter unha imaxe completa teríamos que determinar as áreas correspondentes a cada produto ou para cada grupo homoxéneo de bens.

Por último, máis distorsionante é a consideración de tódalas cabeceiras en pe de igualdade cando existen fondas diferenzas en cada unha delas. Esta distorsión desaparecería se presentasemos as áreas para cada produto. Pero en termos de agregados provoca deformacións na realidade polo que quizais sería máis acertado deseñar unha xerarquía onde nun primeiro grupo estean as cabeceiras de rango superior –O Barco, Chantada, Monforte e Sarria- e no segundo as de nivel inferior –Póboa de Trives, Quiroga, A Rúa e Viana do Bolo-.

En suma, tres enfoques diferentes –un moi esquemático e alonxado da realidade, outro que supón un avance ó introducir a dimensión ou masa de cada cabeceira e a distancia como indicador indirecto da accesibilidade, e un terceiro que implica a introdución do tempo como medida máis acertada deste último factor- que dan lugar o deseño de áreas de diferente tamaño xeneralmente proporcionais a cada cabeceira salvo o caso de Viana do Bolo dada a súa excentricidade o que lle permite contar cunha extensa área de influencia.

## **6. Esquemas de localización espacial.**

O comercio non é unha actividade homoxénea, alberga unha pluralidade de puntos de venda especializados en bens diferentes. Dada esta ausencia de homoxeneidade trataremos a localización desde tres perspectivas; desde o punto de vista do comercio como un todo; como a contraposición entre detallismo e maiorismo e, dentro do minorismo, como a oposición entre a comercialización de bens de alimentación e o resto.

Tamén faremos a distinción entre dous grupos de cabeceiras, dunha banda estarían aquelas que centralizan a vida de importantes comarcas –O Barco, Chantada, Monforte e Sarria- o que repercute nunha estrutura comercial máis complexa e nun potencial de mercado superior. Doutra as que posúen un tamaño máis cativo –debido a que polarizan comarcas escasamente poboadas- ou que teñen un limitado papel –debido a competencia de núcleos próximos-, respondendo a este modelo as pequenas cabeceiras de montaña –Póboa de Trives, Quiroga e Viana do Bolo- e as subcabeceiras –A Rúa-

Esta distinción obedece non só ó diferente potencial das mesmas, senón á existencia de estruturas espaciais moito máis sinxelas e menos elaboradas nas cabeceiras que posúen un papel comercial máis reducido. En contraposición, as que centralizan comarcas máis grandes caracterízanse por esquemas espaciais un pouco máis complexos ó posuír un comercio máis desenvolvido ante a existencia dun mercado mellor dimensionado, tanto propio como procedente do rural.

## 6.1 As cabeceiras comarcais de estrutura complexa.

Aqueles centros que posúen un tamaño e un equipamento máis completo presentan espazos comerciais máis dotados e xerarquizados. A diferenciación no seu entramado urbano é máis forte, as desigualdades entre os diferentes sectores son máis acusados e o contraste centro-periferia faise máis diáfano. Nas páxinas seguintes analizaremos estas vilas, usualmente de tamaño demográfico medio salvo o caso de Chantada que ten unha poboación un pouco inferior en comparación co resto pero que conta cunha alta dotación comercial en consonancia coa importancia da súa comarca.

### 6.1.1 O Barco de Valdeorras.

Para analizar o espazo comercial do Barco fraccionamos a vila en seis sectores en función da división en seccións censais. Un é representativo do casco vello, outro do centro comercial, o terceiro é a expansión cara o oeste do núcleo seguindo a antiga N-120 (Avenida Conde de Fenosa) e os dous últimos son espazos periféricos: un que se desenvolve en torno a vivendas sociais no leste da vila e outro plenamente residencial, separado do centro pola vía de ferrocarril.

**Táboa 14: A dotación comercial do Barco.**

Sector	Dotación
Casco Vello	38,3
Centro	70,5
Conde de Fenosa	33,3
Periferia Leste	16,6
Periferia Norte	13,0
<i>Total</i>	<i>38,7</i>

Fonte: Elaboración propia a partir de datos das Cámaras de Comercio.

Atendendo á dotación, o sector con maior densidade comercial é o central con 70,5 unidades funcionais por cada 1.000 habitantes. En segundo lugar están o Casco Vello e o barrio en torno a Avenida Conde de Fenosa, que conxuntamente co primeiro representan os espazos comercialmente activos do Barco contratando coa periferia e, incluso, a veciña parroquia de Viloría verdadeira prolongación do casco urbano no outro lado do río Sil.

**Táboa 15: Taxa de cobertura de cada sector.**

<b>Sector</b>	<b>Pob.</b>	<b>May.</b>	<b>Alim.</b>	<b>N.Alim.</b>
Casco Vello	16,2	13,0	13,3	19,7
Centro	16,2	17,4	45,0	31,9
Conde de Fenosa	42,6	43,5	28,3	42,7
Periferia Leste	8,7	6,5	8,3	2,3
Periferia norte	16,3	19,6	5,0	3,3

Fonte: Elaboración propia a partir de datos das Cámaras de Comercio.

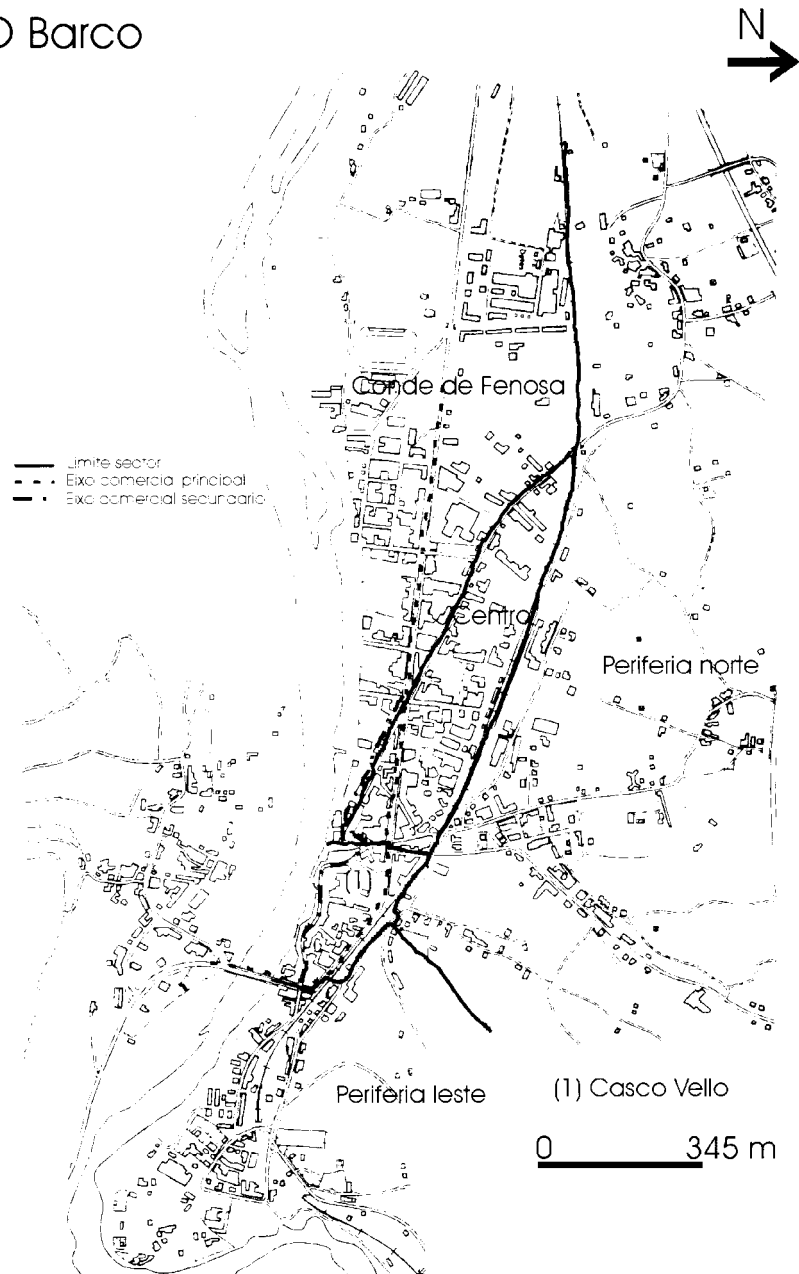
No relativo as taxas de cobertura –porcentaxes acadadas por cada sector sobre o total- os sectores cun equipamento superior o que lle correspondería a súa poboación e no relativo ó comercio maiorista son a periferia norte –o que resulta lóxico xa que é un territorio con bastantes dispoñibilidades de solo e que conta coas principais vías de acceso cara a actual estrada N-120-, o centro e o sector en torno a rúa Conde de Fenosa. A forte presenza do maiorismo nos barrios centrais ten unha explicación sinxela, xa que no Barco están localizadas o groso das oficinas de comercialización de pizarra de Valdeorras.

No relativo á alimentación destaca a concentración no centro, en gran medida debido á presenza do mercado de abastos –factor que usualmente é o responsable de que nos pequenos núcleos haxa sectores primados neste aspecto-. Dada esta polarización non existen espazos equilibrados en canto á distribución destes establecementos, tan só temos que mencionar que o resto dos barrios centrais posúen porcentaxes destacados para atender a demanda residente. Este último factor da lugar a que na periferia, aínda que con porcentaxes moi febles, os valores non sexan máis baixos que o detallismo non alimentario menos dependente da demanda interna.

Pola conta no detallismo non alimentario a tendencia á concentración nos espazos centrais e máis accesibles é superior –de feito as periferias só supoñen o 5,6 % contra o 13,3 % nos establecementos alimentarios-. Neste caso o principal espazo comercial segue a ser o centro, aínda que o grao de concentración é moito menor, tanto porque existe un fenómeno de desprazamento cara as novas áreas de expansión urbana a través da Avenida Conde de Fenosa que actúa de prolongación do centro como pola superior resistencia do comercio localizado no casco vello –rúas Real, San Mauro e San Roque-

Esquemáticamente o máis representativo do Barco e a sucesión de dúas arterias case paralelas. Unha, máis antiga, é unha herdanza do antigo camiño que atravesaba o casco vello polas das rúas Dr. Pérez Lista, praza Maior e as rúas Real, San Mauro e San Roque. Paralelamente desenvolveuse un eixo que segue o antigo trazado da N-120 polas avenidas Conde de Fenosa, Marcelino Suárez, Manuel Quiroga e, prolongado no outro lado do río, polas rúas Elena Quiroga e Sil que se consolidou como a auténtica arteria comercial da vila. Esta superposición de eixos reflexa a importancia das vías de comunicación na vida comercial dunha vila que ata ben pouco era un pequeno núcleo dunha das principais entradas a Galicia.

O Barco



**Mapa 5: O espacio comercial no Barco.**

### 6.1.2 Chantada.

Dos catro sectores en que dividimos esta vila, dous son periféricos e sitúanse no oeste (Avenida de Portugal) e norte (Lama das Quendas) e dous abranguen o corpo central da vila (Centro-leste e Casco Vello-Asma), o que provoca unha clara diferenciación entre os mesmos.



**Táboa 16: A dotación comercial chantadina.**

<b>Sector</b>	<b>Dotación</b>
Centro-leste	54,68
Lama das Quendas	30,67
Av. Portugal	28,62
Casco Vello-Asma	73,08
<i>Total</i>	<i>47,27</i>

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

Atendendo á dotación, como medida de intensidade comercial, debemos sinalar que o protagonismo corresponde ós sectores centro-leste e do Casco Vello-Asma que son os que abranguen a case totalidade do centro da vila. Destaca en especial o último, aínda que a súa elevada dotación obedece fundamentalmente á escasa poboación residente nun espacio urbano caracterizado pola súa elevada antigüidade o que da lugar a unha perda constante de residentes cara a outros territorios da vila de edificación recente. Ó resto do espacio chantadino posúe un marcado carácter periférico e predominantemente residencial, e tan só hai certa vida comercial nas rúas limítrofes co centro –José Antonio, Praza Santa Ana- ou que serven de conexión con este –Alfárez Baanante-.

Atendendo ós distintos grupos nos que dividimos o comercio temos as seguintes taxas de cobertura:

**Táboa 17: Taxa de cobertura de cada sector.**

<b>Sector</b>	<b>Pob.</b>	<b>May.</b>	<b>Alim.</b>	<b>N.Alim.</b>
Centro-Leste	35,7	25,9	68,6	38,2
Lama das Quendas	26,2	18,5	17,1	16,8
Av. Portugal	23,9	37,0	2,9	13,3
Casco Vello-Asma	14,2	18,6	11,4	31,7

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

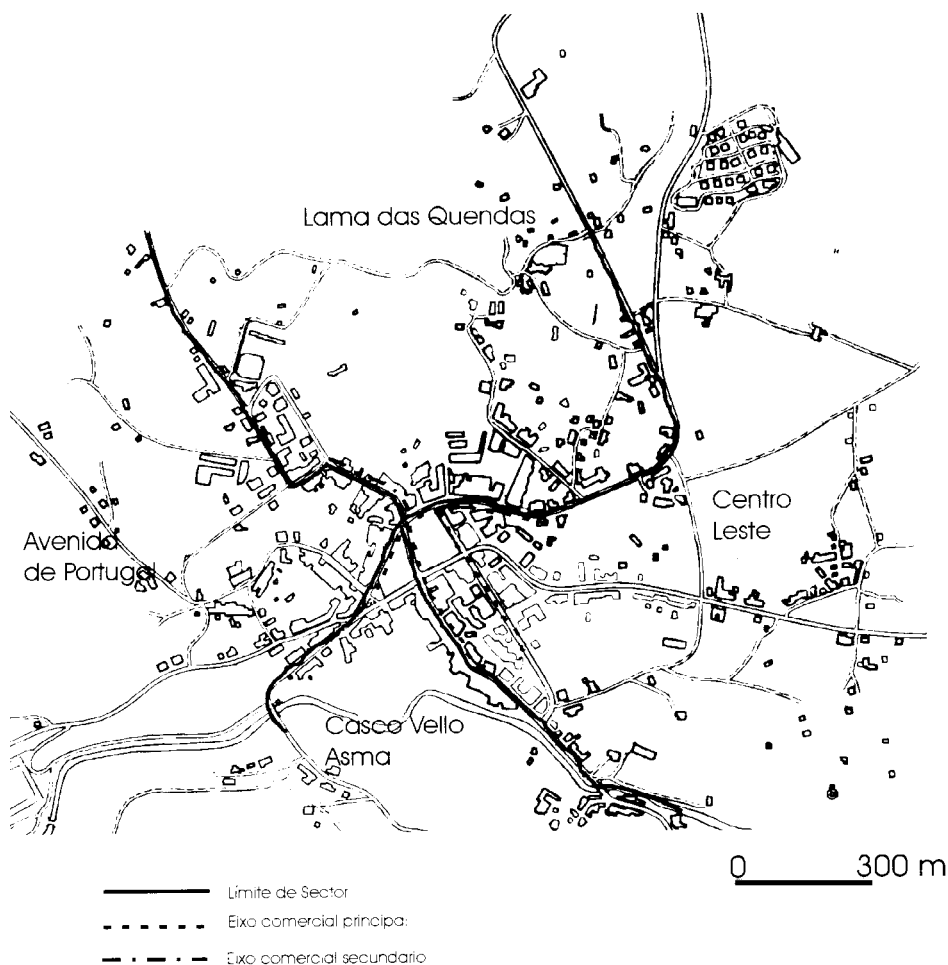
O sector que sobresaie sobre todos é o Centro-leste, tanto en poboación como no relativo ás distintas ramas comerciais –salvo a maiorista-. A cobertura que presenta é moi superior a súa relevancia demográfica no grupo do comercio de produtos alimenticios tanto pola localización da praza de abastos como pola gran concentración de establecementos deste tipo nas súas cercanías. No comercio non alimentario a súa relevancia está máis acorde co seu peso demográfico –tan só o supera en 2,5 puntos- e o seu maiorismo é feble en comparación co localizado no resto do núcleo.

Pero máis importancia ten o sector Casco Vello-Asma. Se o anterior albergaba o centro moderno da vila –Xoán XXIII- éste representa o groso do centro tradicional –Calvo Sotelo e Leonardo Rodríguez, alomenos na súa marxe esquerda- o que explica que a súa relevancia comercial sexa moi superior á que lle correspondería en función da súa poboación. Pero non sempre é así, pois o equipamento alimentario é insuficiente e o maiorismo supera por pouco a súa importancia en termos demográficos. Como consecuencia, tan só se pode considerar como un espacio central no referido o comercio non alimentario, de transcendencia en termos espacial ó ter unha capacidade de atracción de consumidores foráneos superior a outras facetas da actividade comercial.

O resto dos sectores posúen unha relevancia comercial acorde o seu papel residencial, quizais algo infraequipados no relativo o comercio alimentario –que ten, usualmente, unha tendencia á superior dispersión- explicable polo elevado grao de concentración no sector Centro-leste, o cal é excepcional en relación con outras cabeceiras. Tan só destacaremos o espacio centralizado pola Avenida de Portugal, tanto por ser o territorio primado no relativo ó maiorismo –explicable desde o punto de vista dunha localización periférica- e a infradotación excesivamente acusada en termos de detallismo alimentario.

Estructuralmente temos que facer mención a un centro comercial cun peso moi forte en relación co resto do núcleo e articulado por tres eixos viarios, un transversal que corresponde a travesía da estrada Lugo-Ourense (Xeneral Franco-Praza Santa Ana-Jose Antonio), cunha vida comercial determinada pola súa gran accesibilidade respecto ó exterior no núcleo urbano, no que desembocan outros dous orientados de noroeste a surlleste. O primeiro representa o centro comercial tradicional –Leonardo Rodríguez e Calvo Sotelo- e que tamén concentra unha área importante a nivel comercial. O segundo, definido pola Avenida Xoán XXIII contitúe o centro novo da vila posuíndo unha especialización máis elevada que o anterior –Praza de Abastos- aínda que a súa relevancia comercial sexa menor dando paso a localización doutro tipo de actividades terciarias –bancos, asesorías...-. Por último mencionar un eixo secundario, o tramo inicial da rúa Alférez Baanante, cunha relativa vida comercial mantida en función do seu papel de conexión co corpo central do barrio da Lama das Quendas.

# Chantada



**Mapa 6: Estructura comercial de Chantada.**

### 6.1.3 Monforte.

Dado o tamaño do seu casco urbano a complexidade espacial incrementase, e con ela o número de sectores nos que dividimos o núcleo. O centro da cidade o compartimentámo-lo en tres sectores, un deles o centro propiamente dito e os outros dous son prolongacións do mesmo cara o nordés (Os Chaos) e o norte (Casco Vello-A Pena). Rodeando este corpo central aparecen unha serie de sectores que se corresponden a barrios cunha gran personalidade como son Carude-A Compañía no sur, Estación no norte, San Antón no oeste e un confuso grupo de pequenas áreas no leste (Rioseco, As Cruces, Casas Baratas...) que agrupamos no sector denominado periferia leste.

**Táboa 18: A dotación comercial monfortina.**

<b>Sector</b>	<b>Dotación</b>
Casco vello-A Pena	60,70
Centro	203,33
Os Chaos	49,11
Periferia Leste	10,96
Estación	30,61
San Antón	31,95
Compañía-Carude	25,38
<i>Total</i>	<i>41,97</i>

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

Se atendemos o grao de dotación tan só os sectores centrais superan á correspondente ó conxunto do casco urbano, aínda que dun xeito desigual. De feito o contabilizado no centro é case cinco veces superior a do conxunto e máis de tres respecto os outros dous sectores centrais. Moita menor importancia comercial posúen os sectores periféricos, nos que tan só se achegan algo a media San Antón e A Estación en gran medida debido a que albergan continxentes demográficos relativamente elevados o que unido ó seu illamento permitelle certa vida comercial autónoma. No final do ranking atopamos a periferia leste do núcleo, espacio con escasa transcendencia no relativo ó comercio, posiblemente pola súa desarticulación interna presentándose como un conxunto de agrupacións de edificios mal comunicados entre sí e co resto do núcleo.

**Táboa 19: Taxa de cobertura de cada sector.**

<b>Sector</b>	<b>Pob.</b>	<b>May.</b>	<b>Alim.</b>	<b>N.Alim.</b>
Casco vello-A Pena	12,2	9,3	21,8	17,9
Centro	5,4	5,2	12,8	36,1
Os Chaos	9,4	7,2	12,2	11,3
Periferia Leste	14,0	13,4	2,6	2,2
Estación	19,6	15,5	19,2	12,0
San Antón	22,2	28,9	17,3	14,0
Compañía-Carude	17,1	20,6	14,1	6,4

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

O feito de contar cun casco de gran tamaño permite apreciar con claridade as pautas de localización comercial, tamén a existencia dun mercado interno máis dimensionado xustifica unha superior pluralidade que non existe en vilas de tamaño inferior.

Temos que diferenciar en principio os sectores centrais dos periféricos, os primeiros aparecen sobrerrepresentados no comercio detallista pero non no maiorista. De

feito para un 27 % da poboación posúen o 46,8 % do detallismo alimentario e o 65,3 % do non alimentario convertíndose no polo de atracción comercial máis importante de toda a cidade. Pero destaca a dualidade existente entre o centro propiamente dito, que xoga un protagonismo comercial especializado cun 36,1 % do detallismo non alimentario, e o sector do Casco Vello-A Pena que é onde se concentra o groso do comercio alimentario cun 21,8 % das unidades funcionais gracias á localización no mesmo da praza de abastos. En suma unha dualidade entre un espacio especializado no comercio máis sensible á demanda externa e outro orientado á procedente do propio núcleo.

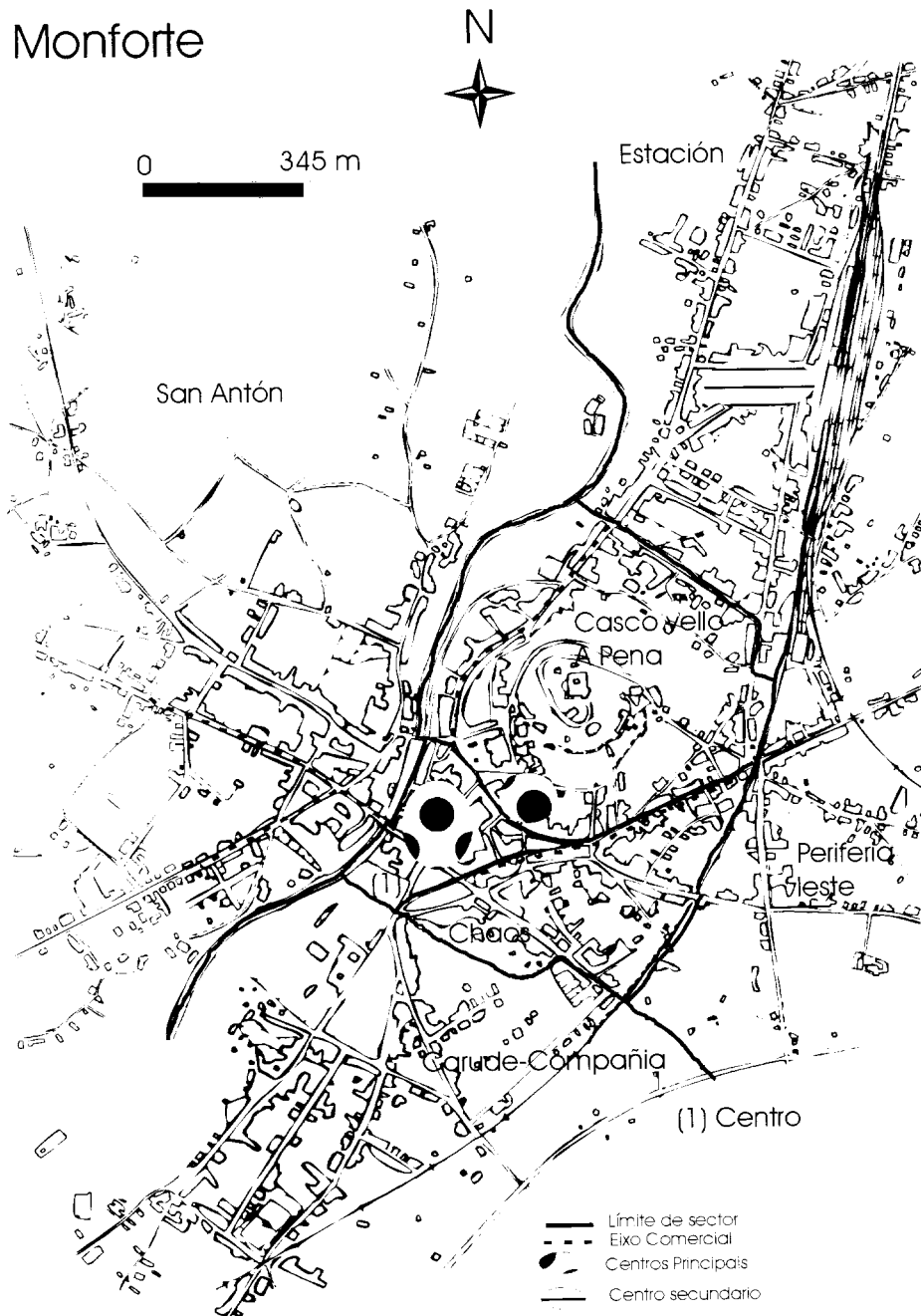
Pola contra, a periferia ten un grao de cobertura inferior á súa poboación no relativo ó detallismo pero non no relacionado co maiorismo, as maiores dispoñibilidades de solo a precios menos prohibitivos que no centro son os responsables de que este tipo de comercio elixa estes barrios para implantarse. Destacan neste aspecto San Antón e Carude-Compañía, o primeiro aproveitando as saídas cara Chantada e Ferreira de Pantón e o segundo a estradas que unen Monforte co Polígono Industrial do Reboredo e Sober.

No relativo ó detallismo hai que denotar de novo esa superior ligazón da alimentación co reparto da poboación. Apesar de que en todo caso se trata de espazos infradotados salvo na periferia leste a diferenza entre poboación residente e equipamento é bastante feble. Pola contra, estes sectores periféricos son cronicamente deficitarios no referido ó detallismo non alimentario e tan só San Antón e A Estación posúen un equipamento lixeiramente desenvolvido neste aspecto.

Resumindo, en Monforte existe un centro comercial complexo composto pola fusión de dous subcentros: o propiamente dito, definido pola rúa Cardenal, ó cal están adosados outro secundario con certa especialización na alimentación nas rúas Dr. Teixeiro e Comercio e unha prolongación cara o nordés a través da Rúa Roberto Baamonde.

Xa na periferia aparecen dous subcentros de alcance estrictamente sectorial. Dunha banda San Antón organizado en dúas franxas comerciais aproveitando a saída cara Ferreira -Rúa Ourense- e Chantada -Rúa Chantada- que en certo xeito son unha extensión do centro o cal se unen pola Avenida de Galicia. Doutra, A Estación atopa o

seu espacio comercial definido polas rúas Coruña e Concepción Arenal que se ven enlazadas co centro pola rúa Dr. Casares que no seu tramo inicial funciona como unha extensión do centro.



**Mapa 7: O espacio comercial en Monforte.**

#### 6.1.4 Sarria.

Trátase dunha vila de forte crecemento e de economía ben asentada, cabeceira dunha comarca semellante á chantadina presenta menos dependencia da clientela foránea e unha dimensión demográfica bastante superior o cal se traduce nunha estrutura intermedia entre a que posúe Chantada e a de Monforte.

Como no caso de Chantada distinguimos catro sectores. Un, no suroeste, abrangue o Casco Vello mentres que o resto repártese a área de expansión da vila durante este século: A Estación no oeste e as Insuas no norte que son o ámbito de crecemento da vila ata os anos setenta, e o sector Leste que é o espacio de expansión máis recente.

**Táboa 20: A dotación comercial Sarriana.**

<b>Sector</b>	<b>Dotación</b>
Casco Vello	31,73
A Estación	64,53
As Insuas	54,64
Leste	31,67
<i>Total</i>	<i>46,11</i>

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

As densidades rexistradas son bastante homoxéneas, o que explica que a xerarquía existente non sexa moi marcada debido a peculiar disposición do casco urbano sarriano caracterizado pola súa regularidade. Tan só destacan os sectores coincidentes coa expansión da vila durante as décadas deste século anteriores ós 1970 artelladas polos tramos inicial e medio da rúa Calvo Sotelo. Menos dotados están os demais sectores, aínda que as súas cifras non son excesivamente baixas.

**Táboa 21: Taxa de cobertura de cada sector.**

<b>Sector</b>	<b>Pob.</b>	<b>May.</b>	<b>Alim.</b>	<b>N.Alim.</b>
Casco Vello	16,9	10,2	15,8	10,7
A Estación	26,4	36,8	38,6	36,9
As Insuas	24,9	35,3	28,1	28,6
Leste	31,8	17,6	17,5	23,8

Fonte: Elaboración propia a partires de datos das Cámaras de Comercio.

Analizando as taxas de cobertura observamos como os espacios máis dotados son os da Estación e As Insuas, especialmente o primeiro. Para a metade da poboación contan co 72,1 % do maiorismo, o 66,7 % do detallismo alimentario e o 65,5 % do non alimentario. Isto deseña un centro comercial extenso pero pouco marcado, xa que os espacios máis periféricos están infraequipados pero en nengún caso atopamos parte algunha o déficit comercial rexistrado nalgúns espacios periféricos monfortinos. É máis, estes espacios centrais posúen a máxima cobertura nunha actividade tan pouco amante dos centros como é o maiorismo o que nos fai pensar que a distribución por seccións censais sarriana é pouco axeitada: deseña espacios de gran extensión nos que conviven rúas comerciais con outras nas que a actividade comercial está reducida a funcións maioristas ou detallistas de escasa especialización.

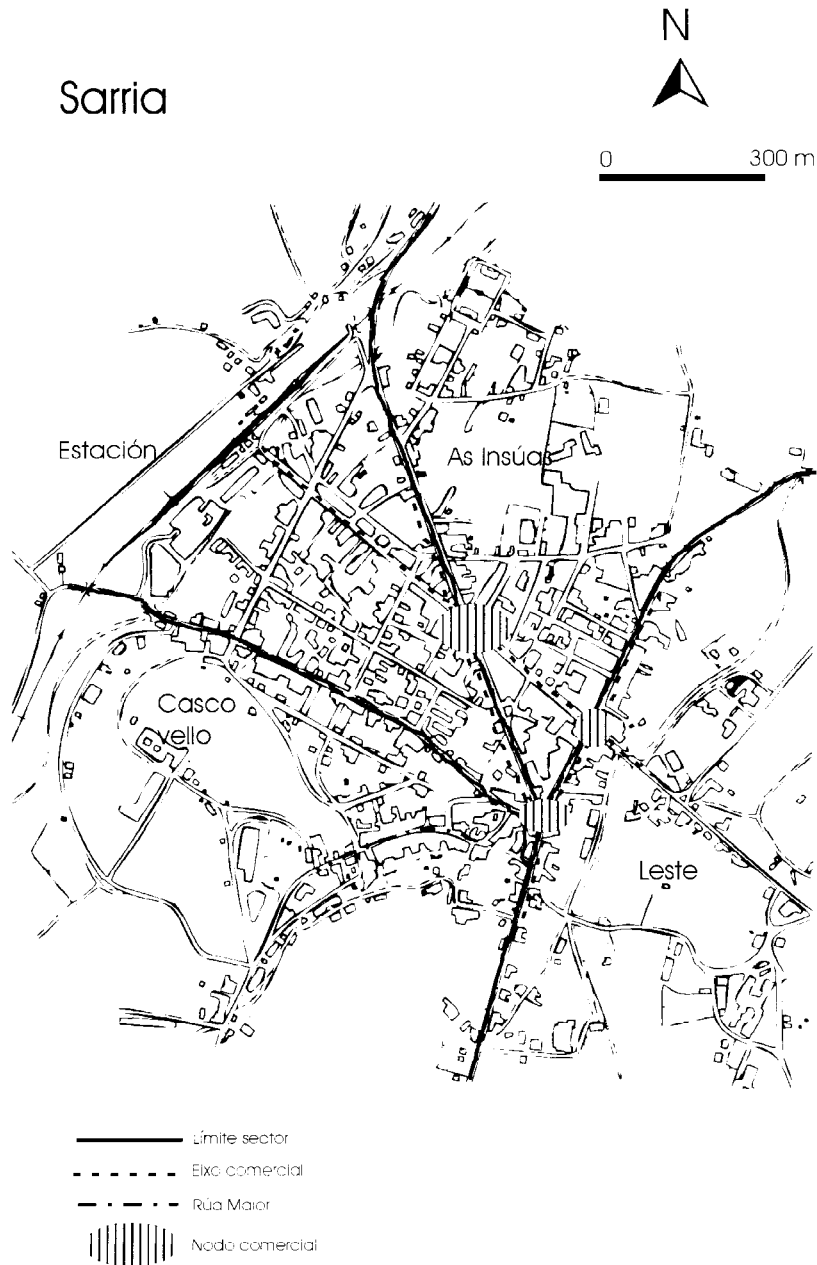
Dos restantes sectores destaca o situado no leste da vila, especialmente no referido ó detallismo non alimentario gracias á implantación neste espacio dos negocios máis innovadores da vila. O Casco Vello tan só destaca no comercio de uso máis frecuente, estando case en equilibrio no comercio alimentario, o que da lugar a un sector caracterizado polo comercio máis tradicional do núcleo.

Dada a gran regularidade do plano da vila o comercio localízase en rúas dispostas lonxitudinalmente que xogan o papel de vías de acceso ou de comunicación dentro do casco urbano. Estás rúas cando se cortan entre sí conforman os espacios máis apetecidos comercialmente: son os cruces en torno ós cales se concentra o groso da actividade comercial dada a súa gran accesibilidade. Así as principais rúas comerciais son Calvo Sotelo, Diego Pazos, Matías López e Benigno Quiroga. E os cruces principais son o de Catro Camiños na confluencia ente Calvo Sotelo e Matías López, Ciguñeira entre Calvo Sotelo e Diego Pazos e Avenida entre Benigno Quiroga e Matías López.

Xa marxinalmente tan só destacar a rúa Maior, no casco vello, que era a principal arteria comercial antes deste século e que coincide co Camiño de Santiago. Hoxe en día está en clara decadencia fronte a concentración do comercio na parte baixa da vila.



## Sarria



**Mapa 8: O comercio en Sarria.**

### 6.2 As pequenas cabeceiras e subcabeceiras comarcais.

No caso das vilas máis pequenas as pautas seguidas pola localización comercial simplifícanse. Non só polo menor tamaño dos cascos urbanos senón tamén pola redución en termos cuantitativos e cualitativos do seu equipamento comercial. Como consecuencia o valor do solo como diferenciador relativízase: a redución dos prezos dos bai-

xos para uso comercial coa distancia non é tan acusada e a competencia polas mellores localizacións é menos forte ante a escasa competencia.

Dada a superior simplicidade existente nestes cascos imos analizar a incidencia dun factor común en todos eles: o efecto das travesías como artelladoras do espazo comercial. En efecto, moitas destas cabeceiras creceron urbanisticamente seguindo unha estrada que as atravesa a mesma convertíndose no espazo máis valorado, dentro da escasa incidencia que teñen os precios diferenciais, o que da lugar a que se concentre unha boa parte do equipamento comercial. En tódalas vilas de pequeno tamaño detectamos este fenómeno, en Póboa de Trives é a estrada C-536 de Ourense á Rúa, en Quiroga a C-533 ó igual que en Viana do Bolo e, con certas diferencias respecto ás anteriores dado o seu maior tamaño, na Rúa a N-536 (antiga N-120).

**Táboa 22: O peso comercial das travesías.**

Sector	May.	Alim.	N.Alim.
Póboa de Trives	33,3	39,1	61,4
Quiroga	0,0	50,0	62,7
A Rúa de Valdeorras	20,0	32,4	46,6
Viana do Bolo	0,0	50,0	47,9

Fonte: Elaboración propia a partir de datos das Cámaras de Comercio.

Na Táboa 22 obsérvase claramente a gran incidencia deste tipo de arterias urbanas, especialmente no comercio máis susceptible de atraer clientes foráneos nos que a accesibilidade para os consumidores residentes fóra da vila acada unha gran importancia. De feito no detallismo non alimentario as travesías abranguen en todo caso máis do 45 % das unidades funcionais, especialmente en Póboa de Trives e Quiroga. Menos peso ten sobre o comercio menos vinculado ó mercado foráneo, o detallismo alimentario, aínda que segue a ter unha gran importancia. No caso do maiorismo non podemos dicir que actúe como un espazo privilexiado, aínda que, salvo na Rúa, este comercio ten unha importancia marxinal dentro dos totais de actividade.

Entre este grupo de vilas, por tamaño e por cualificación da súa estrutura comercial, destaca A Rúa. Esta vila se non estivese tan cercana a O Barco podería consolidar o seu papel de cabeceira comarcal, pero a puxanza da súa veciña relegouna ó papel de mera subcabeceira con certa atracción comercial sobre o tercio occidental da comarca valdeorresa. A pesares deste papel secundario a súa tradición comercial mantense, aínda

que en clara decadencia, e presenta unha estrutura do seu espacio comercial máis complexa que o resto das vilas analizadas neste apartado.

En efecto, tal como vimos o tramo urbano da N-536 (rúas Progreso e Campogrande) constitúe a principal arteria comercial do núcleo urbano do que parten unha serie de rúas secundarias. No tramo central da travesía estas rúas consolidan un pequeno centro comercial conformado, conxuntamente co tramo inicial da rúa Progreso, polas Dr. Vila, Benito Fernández Lor e Miguel de Cervantes que se localizan no sector urbano comprendido entre o Progreso e a estación de ferrocarril, e pola rúa Padre Feijoo que partindo do Progreso oriéntase en dirección contraria onde se localiza a pequena praza de abastos da localidade.

Máis simple é a estrutura no resto das pequenas cabeceiras, especialmente se consideramos a catividade do seu casco urbano. En Quiroga case se reduce á travesía identificada pola Rúa Xeneral Franco a que aparece adosado o casco vello no seu tramo inicial e a parte nova que a separa da estrada N-120. En Póboa de Trives repítese o esquema cun espacio comercial privilexiado seguindo a estrada principal –Marqués de Trives e Ourense- do que parten rúas secundarias das que tan só destaca a rúa San Martiño con certo movemento comercial en torno a praza de abastos. Por último, Viana do Bolo individualízase un pouco da pauta marcada polas anteriores vilas gracias a certo peso mercantil mantido polo casco vello en torno á Praza Maior.

## **7. Bibliografía.**

-Barke, M. y Morphet, C. (1994), **La modernización de la venta al por menor de la alimentación en la provincia de Málaga (Andalucía)**. En *Baetica*, N. 16, pp. 23-42. Málaga

-Distribución Anual S.L. (1995), **Anuario de la Distribución** 1995, Madrid.

-Gómez Mendoza, J. (1983), **Estructuras y estrategias comerciales urbanas en España**. en *Ciudad y Territorio*, nº 1/83, pp. 5-23, Madrid.

-Instituto Nacional de Estadística (1997), **Contabilidad Nacional de España. Base 1986. Serie contable 1990-95**. Madrid.

-López González, A. (1994), **As actividades terciarias nas cabeceiras do sur da provincia de Lugo**. Tese de licenciatura inédita.

-López González, A. e Rodríguez González, R. (1993), **La comarca como ámbito de estudio en la Geografía de Galicia**. En *Nuevos Procesos Territoriales, XIII Congreso Nacional de Geografía*. Sevilla.

-Mella Márquez, X. (1980). **Fundamentos teóricos para un ensaio de comarcalización de Galicia**. En *Revista de Estudios Agrarios*, nº 3.

-Miralbes Bedera, R. et al. (1985), **Galicia: unha división comarcal do seu espacio**. En *I Cuaderno de Xeografía. Sociedade Galega de Xeografía*. Edicións do Castro. Sada.

-Ortega Martínez, E. (1992), **Manual de investigación comercial**. Ed. Pirámide, Madrid.

-Río Barja, F. (1958), **Programa para el estudio de las comarcas naturales**. En *Revista de economía de Galicia*, nº 1.

-Rodríguez González, R. (1997), **La urbanización del espacio rural**. Oikos-Tau, Barcelona.

-Torres Luna, M<sup>a</sup> P. -dir.- (1986), **Geografía de Galicia**. Xuntanza Editorial. A Coruña.

**Imagen PostScript**

**Microsoft Word - NORMAS PARA A REMISIÃO DE ORIXINAIS.doc**