

## Transformacións comerciais recentes na cidade de Ourense

ALEJANDRO LÓPEZ GONZÁLEZ

Universidad de Castilla-La Mancha

### RESUMO

Neste artigo tentamos unha aproximación á evolución recente e a situación actual do comercio ourensán. Con este obxecto tomamos tres vías complementarias de análise, tendentes todas elas a constatar as mudanzas sufridas polo equipamento mercantil entre 1975 e 1999: en primeiro lugar estudiaremos as estruturas comerciais da cidade, en segundo lugar as formas comerciais imperantes e, sempre en conexión cos puntos anteriores, describiremo-la evolución da localización do comercio capitalino.

**Palabras clave:** estruturas, formas e localización comercial.

### ABSTRACT

In this article we attempt an approximation to the recent evolution and the current commercial situation in Ourense. With this objective in mind we follow three complementary paths of analysis, all of which tend to verify the changes suffered by the mercantile infrastructure between 1975 and 1999: in the first place we will study the commercial structures of the city, in second place the prevailing commercial forms and always in relation to the anterior points, we will discover the evolution of the location of commerce in the capital.

**Keywords:** structures, form and location of capital.

O comercio, tal como sinalan moitos autores (Piñeiro Peleteiro, R., 1987, p. 121), foi desde os seus comezos una actividade fundamentalmente urbana. As características do seu mercado, os consumidores finais, impulsaba a estes negocios a procurar establecerse nos lugares máis accesibles e onde contase cun maior número de consumidores na súa veciñanza. Estes eran, obviamente, as cidades, e canto maiores son estes núcleos

urbanos existe un superior número de establecementos comerciais caracterizados, a súa vez, por unha crecente diversidade e especialización. Isto non quere dicir que as áreas rurais non estean dotados de equipamentos comerciais, simplemente perviven en menor número e o seu grao de satisfacción do consumo dos seus moradores é menor sendo complementado en moitas ocasións polas feiras e mercados periódicos.

Esta pequena referencia ó carácter urbano do comercio permítenos introducir a Ourense, capital de provincia e terceiro núcleo urbano de Galicia pola súa poboación. As fondas raíces do comercio<sup>1</sup> na cidade de Ourense, engadido ó seu papel comercial actual plasmado na súa condición de único municipio con comercio altamente especializado da súa provincia (López González, A. e Rodríguez González, R., 1997, pp. 187-188), incide na visión de Ourense como centro de intercambios dotado dun equipamento comercial altamente cualificado que transcende os seus límites, atraindo consumidores procedentes do resto da provincia e de áreas extraprovinciais próximas.

Este papel deriva, parcialmente, da elevada concentración da actividade económica provincial nunha cidade que cumpre no contexto galego, conxuntamente con Lugo e Santiago de Compostela, un papel de cidade media (González Méndez, G. e outros, 1999, p. 18; Precedo Ledo, A., 1991, p. 31). Esta concentración económica non é máis co resultado da forte inmigración procedente dos municipios rurais do resto da provincia, impulsando o nacemento dun mercado o suficientemente dimensionado para a consolidación dun equipamento comercial abondoso e cualificado. Este feito tradúcese no crecemento mesmo dun número de actividades económicas, xa de por si elevado no ano inicial: de 1905 actividades mercantis detallistas computadas en 1975 pasamos a 2.437 na actualidade, significando un incremento do 27,9 % fronte a un crecemento demográfico cifrado nun 15,63 % para o período 1970-1999; do mesmo xeito, a densidade comercial ascende de 19,83 actividades por cada 1.000 habitantes a 21,94 na actualidade.

## 1. AS ESTRUCTURAS COMERCIAIS

Como primeiro paso tentaremos analizar as estruturas comerciais ó por menor correspondentes a 1975 e 1999, fitos temporais separados por un lapso de tempo o suficientemente longo para unha actividade sumida nun intenso proceso de cambio, e que abrangue un período no que aconteceron profundos cambios na orde socioeconómica. Estos cambios dan como resultado unha diferente progresión dos diferentes tipos de comercio: “unos han crecido más fuertemente que otros, y unos terceros han descendido

---

<sup>1</sup> Sobre o particular A. Precedo Ledo (1991) sinala como, fronte a solidez e tradición do comercio maiorista, a distribución detallista é de consolidación empresarial moi recente. Como causa fundamental da súa dimensión actual suxire ó efecto multiplicador do crecemento urbano nas estruturas do consumo local.

lo que ha ocasionado la recomposición del comercio que se traduce también en el paisaje” (Moreno Jiménez, A. e Escolano Utrilla, S., 1992, p. 155).

Ourense, cidade en expansión, máis forte nos setenta moderada no oitenta e noventa, non permanece ó marxe desta evolución xeral. Rexístranse mudanzas en consonancia co incremento do poder adquisitivo das familias e da diversificación duns gastos en consumo cada vez máis notables, sendo a estrutura comercial un fidel exponente destes cambios a pesar da súa superior ríxidez en relación coa variabilidade da composición do gasto.

Como variable básica empregaremos as actividades comerciais, coñecidas en 1975 baixo o termo de licencias fiscais, en detrimento dos establecementos a pesar de posuír éstos últimos unha notable transcendencia socioeconómica (Casares Ripol, J. e Rebollo Arévalo, A., 1996, p. 30). Os motivos desta elección están na maior utilidade como instrumento de investigacións da estrutura da oferta, así como pola posibilidade dun tratamento estatístico máis doado; razóns nadas da frecuente combinación de actividades máis ou menos heteroxéneas por un mesmo establecemento tal como tivemos ocasión de comprobar en investigacións anteriores (López González, A., 1998, pp. 434 e seg.), desaconsellando a utilización dos establecementos como criterio básico na estruturación do equipamento comercial.

Un segundo paso en termos metodolóxicos foi a elección dos grupos nos que dividimos as actividades comerciais: sete grupos atendendo á natureza dos bens ofertados (alimentación, tanto xeneralista como especializada; fogar, uso individual, automoción e maquinaria, frores e insumos agrarios, materiais de construción, bens usados, e outro comercio). Esta clasificación está condicionada en parte tanto pola presentación dos datos nos distintos listados correspondentes ós anos referenciais (detallada pero caótica en 1975, metódica e simple na actualidade), como pola existencia de certas funcións no ano base que podemos perfectamente calificar como residuais na actualidade (caso da case totalidade das incluídas no grupo referido ós bens usados).

Para simplificar o máis posible a exposición, optamos por empregar os grupos establecidos máis arriba ó ser bastante laborioso ó analizar a evolución de cada función comercial específica. A este respecto debemos ter sempre presente que esta metodoloxía supón unha esquematización, circunstancia que, na nosa opinión, non lle resta validez.

Observando as series contidas na táboa I, comprobamos unha serie de fondas diferenzas entre as mesmas, resultado da lóxica evolución socioeconómica durante os anos da transición e consolidación da estrutura sociopolítica actual. A primeira estriba na notable importancia do comercio de bens alimentarios en 1975, de feito os dous grupos destinados á alimentación supoñen un total de 787 actividades para ese ano inicial (un 41,31 %) contrastando coas 655 actuais (só o 26,87 %). Este feito exemplifica un forte devalo dun segmento da distribución final destinado á satisfacción de necesidades elementais e de consumo frecuente, resultando especialmente significativo nuns grupos no que a relevancia das compras de non residentes é moi escaso. Esta diminución, lóxica dada a forte mellora do poder adquisitivo e as mudanzas nos comportamentos comerciais

do último cuarto de século, acompáñase dunha modificación da relación entre os grupos representativos da alimentación especializada e a xeneralista: se en 1975 a primeira era minoritaria (365 actividades, o 19,16 % do conxunto mercantil ourensán) en 1999 rebasa, tanto en número de actividades como en representatividade, á segunda (391 actividades, o 16,04 %). Pola contra, a alimentación xeneralista de ser o primeiro grupo no comercio ourensán (422 actividades, un 22,15 %) pasa a unha posición bastante modesta (264 actividades, o 10,83 %).

TÁBOA I. Estructura comercial ourensán para os anos 1975 e 1999

|                            | 1975        |               | 1999         |               |
|----------------------------|-------------|---------------|--------------|---------------|
|                            | ACTIVIDADES | %             | ACTIVIDADES  | %             |
| Alimentación xeneralista   | 422         | 22,15         | 264          | 10,83         |
| Alimentación especializada | 365         | 19,16         | 391          | 16,04         |
| Textil e pel               | 348         | 18,27         | 600          | 24,62         |
| Fogar                      | 286         | 15,01         | 375          | 15,39         |
| Uso individual             | 278         | 14,59         | 512          | 21,01         |
| Automoción e maquinaria    | 79          | 4,15          | 144          | 5,91          |
| Frores e insumos agrarios  | 25          | 1,31          | 65           | 2,67          |
| Materiais de construción   | 9           | 0,47          | 22           | 0,90          |
| Bens usados                | 65          | 3,41          | 7            | 0,29          |
| Outro comercio             | 28          | 1,47          | 57           | 2,34          |
| <b>Total</b>               | <b>1905</b> | <b>100,00</b> | <b>2.437</b> | <b>100,00</b> |

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos da Cámara de Comercio de Ourense.

A alteración da relevancia dos distintos grupos de alimentación está en consonancia coas mudanzas nas pautas de consumo. En primeiro lugar, e tomando como referencia o comercio no seu conxunto, perden peso os dous débido a xa comentada mellora no nivel de vida e na diversificación nos gastos en consumo. En segundo lugar, a alimentación especializada retrocede en moita menor cuantía que a alimentación xeneralista debido a que esa mesma diversificación nos consumos xoga en contra dos produtos vendidos nos segundos e a favor dos primeiros: crece o consumo de produtos en fresco e de artigos antes máis escasos como, por poñer un exemplo, os derivados do pan. Por outra parte, a concentración empresarial é moi superior na distribución xeneralista gracias a aparición do autoservicio, contribuíndo a desaparición dos ultramarinos e pequenos comercios menos preparados para ó novo panorama comercial debuxado durante os anos oitenta e noventa.

Xa dentro dos bens non alimentarios, de consumo menos frecuente e de precios usualmente superiores ós alimentarios, debemos salientar en primeiro termo a forte expansión de aqueles grupos onde se localiza unha boa parte dos produtos de consumo

suntuario e/ou superfluo (os de venda de artigos textis e de pel e os de uso individual). No primeiro caso pasamos de 348 actividades (un 18,27 %, o terceiro grupo tras os dous de alimentación) a 600 (co 24,62 % é, con diferenza, o máis importante na actualidade). No segundo ó crecemento foi comparable e incluso superior, así a venda de bens de uso individual pasa de 278 actividades (un 14,59 %, quinto en importancia por debaixo do comercio do fogar) a 375 actividades (21,01 %, segundo tra-lo textil e pel).

En suma, a oferta destes bens en 1975 ocupaban un papel secundario (conxuntamente sumaban arrededor dun tercio da oferta comercial neses momentos), mentres na actualidade son os protagonistas do comercio ourensán (o 45 % das actividades están nestes dous grupos). Esta progresión obedece ás mesmas razóns xa enunciadas para explicar ó retroceso da alimentación: estes bens, onde só unha modesta parte dos artigos ofertados obedece ó calificativo de primeira necesidade (esencialmente nucleados no textil e pel), progresan segundo se incrementan as rendas dos consumidores, podendo estes últimos diversificar o seu consumo que progresivamente vai derivando cara ós produtos superfluos e suntuarios ó cubrir as súas necesidades máis perentorias.

Pero, ademais desta causalidade, asentada en postulados puramente económicos, podemos aludir as especiais condicións de Ourense como centro de intercambios para unha área comercial que rebase os límites da súa provincia e, incluso, se estende por algunhas comarcas do norte do veciño Portugal. Esta circunstancia permite a pervivencia dun tramo de oferta gracias a que abastece, descontada a demanda local, a clientes foráneos; estes últimos, ó non ver satisfeitas as súas necesidades de bens non frecuentes nos seus lugares de procedencia, optan en consecuencia por desplazarse a Ourense. Esta circunstancia permite, a súa vez, a existencia dun robusto segmento da oferta capitalina destinada á venda destes produtos. Por último, Ourense conta cun activo moi importante que impulsou notablemente o seu comercio textil, como é o prestixio das tendas deste ramo axudando ó afortalecemento deste grupo.

O outro gran grupo comercial, o fogar, caracterízase por un comportamento estable. Se en 1975 sumaba 286 actividades (un 15,01 %, cuarto grupo en importancia), en 1999 pasa a ter 375 licencias (só un 15,39 %, mantendo esa cuarta posición). Esta estabilidade, que non impide o seu crecemento en termos absolutos, indícanos un grupo onde a relación interna entre segmentos destinados a satisfacer necesidades perentorias e superfluas está moito máis equilibrada que nos grupos antes analizados. Esta situación permite que as alteracións na composición dos gastos non afecte de modo tan directo a súa repercusión sobre o conxunto do equipamento comercial, por outra parte a incidencia dos compradores foráneos non é tan notable como nos grupos de textil e pel ou no uso individual, ó existir certa presenza desta oferta nos lugares de procedencia destes consumidores.

Unha vez analizados os grupos máis importantes centrarémonos nos menos relevantes (aqueles por debaixo do 10 % da oferta comercial). Deles ó máis destacado é a automoción e a maquinaria (79 actividades en 1975, o 4,15 %; 144 en 1999, o 5,91 %), grupo en progresión debido fundamentalmente a vitalidade do mercado automobilístico

responsable do groso deste tipo de actividades comerciais. Grupos máis restrinxidos aínda, pero cun comportamento igualmente positivo, son a venda de frores e insumos agrarios (25 actividades en 1975, 1,31 %; 65 na actualidade, o 2,67 %) e os materiais de construción (9 actividades para o primeiro ano, o 0,47 %; 22 para o segundo, o 0,90 %); sendo o responsable da progresión do primeiro grupo as vendas máis vinculadas cos consumos urbanos en contraste co relativo esmorecemento das vinculadas co rural, mentras os materiais de construción levan unha progresión condicionada pola pervivencia de moitos almacenistas.

Os bens usados, tan abundantes nun primeiro momento polo evidente menor nivel de vida dos ourensáns dos setenta (en 1975 acadaban 65 actividades, o 3,41 %, repartidos entre chatarreiros, trapeiros, vendedores de libros e mobles usados...), pasan a unha situación case residual na actualidade (7 actividades, o 0,29 %). Esta circunstancia ten unha transcendencia que rebasa a puramente socioeconómica e, as veces, parece máis cercana á antropoloxía xa que este devalo levou por diante moitos oficios ó pechar as súas portas, feito motivado pola desaparición dese tramo da demanda de poder adquisitivo máis baixo que xustificaba a súa existencia. En troques, difúndense novos comerciantes que cubren este segmento de oferta, a consecuencia é a consolidación da figura do anticuario destinado a satisfacer a unha demanda de alto poder adquisitivo sendo hoxe en día o principal expoñente deste comercio, xunto a algún vendedor de libros de segunda man.

Por último, o outro comercio, verdadeiro caixón de xastre, progresa (28 actividades en 1975, 1,47 %; 57 na actualidade, 2,34 %), gracias á pervivencia de ofertas altamente especializadas e dificilmente encasillables e pola agregación do comercio mixto. Este último satisfai demandas moi variadas (nunhas veces son esablecementos integrados en gasolineiras, outras comercios rurais) que nos listados de 1999 ocupan unha categoría aparte e en 1975 non, aínda que parte dos establecementos de alimentación xeneralista do ano base ben poderían ser integrados neste grupo.

## 2. FORMAS COMERCIAIS

Neste apartado partimos da contatación da evidente modernización do comercio ourensán, comercio que só mantiña nos anos setenta certos rasgos innovadores nos barrios centrais da cidade (concretamente, nas rúas do ensanche máis cercanas ó casco vello), formas innovadoras entón pero hoxe amplamente superadas. Esta última circunstancia nace dun intenso proceso de renovación das tipoloxías comerciais (Lepoutre, F., 1994), como resultado o comercio tradicional foi progresivamente arrinconado polas novas formas comerciais. No caso de Ourense podemos falar dunha convivencia, máis ou menos conflictiva, entre un pequeno comercio aínda dominante e as novas modalidades comerciais nadas ó calor desta renovación. Moi posiblemente nesta situación inflúe o relativo retraso na apertura de grandes superficies se tomamos como referente outras

ciudades españolas (López González, A., 1995), tal como evidencia a data relativamente recente de inauguración do único hipermercado propiamente dito da cidade.

En primeiro lugar, debemos sinalar a forma máis típica da cidade de Ourense: as galerías comerciais e o seu epígono, os multicentros, resultado da agrupación de tendas especializadas logrando superar ás primeiras tanto en termos de calidade como pola consecución dun recinto físico máis atraiante (Casares, J. et al., 1987, p. 214). As galerías comerciais, en moitos casos resultado da edificación en profundidade imperante no centro aproveitando a totalidade dos baixo para uso comercial (Somoza Medina, J., 1996, p. 53), aparecen con especial profusión. O maior número delas se localiza nas inmediacións do Parque de San Lázaro (Rúas Valle Inclán, Paseo e Santo Domingo) e no Progreso (rúas Dr. Fleming e Progreso), supoñendo unha aproveitamento intensivo das localizacións comerciais máis favorables. En moitos casos, estas galerías están compostas por varias plantas aproveitando os desniveis entre os rasantes das rúas que unen, chegando nalgún caso ós tres niveis ó aproveitar o entrechan do edificio onde se localizan. A proporción de establecementos especializados nestas galerías é notable, sendo notoria a presenza dos locais destinado a venda de productos textis, deixando pouco espacio para instalacións non comerciais coa excepción dalgún establecemento hosteleiro. Nestas Galerías (caso do Centro Comercial Sol e Galerías Viacambre entre o Paseo e Santo Domingo; C.C. Proyflém, Roma e Multicentro Galicia entre o Progreso e Dr. Fleming; G. Miño entre o Progreso e Xoan XXIII; ou G. Valle Inclán entre o parque de San Lázaro e Valle Inclán) os locais baleiros son anecdóticos, véndose favorecidas polo intenso tráfico de transeuntes que aproveitan estes pasaxes para acortar o seu percorrido nun entorno urbano intensamente comercial, facéndoas especialmente atractivas para novas implantacións comerciais.

Pero tamén están presentes nos barrios, en moitos casos aproveitando a súa ubicación en centros locais, podendo sinalar algúns exemplos no Couto (C.C. O Couto), Mariñamansa (C.C. Avenida de Zámora, G. Posio) ou na Ponte (C.C. A Ponte, G. Mirador). Nestes casos o grao de especialización comercial é sensiblemente menor, predominando ofertas de bens de consumo frecuente ou establecementos que polas súas características nunca se ubicarian en localizacións centrais. Por outra parte, o grao de ocupación destes pasaxes comerciais é sensiblemente menor, abundan os locais baleiros e os procesos de sucesión de funcións (peches seguidos de aperturas de negocios distintos no mesmo local) son máis frecuentes.

Esta querencia polas galerías comerciais ou polos multicentros non se repite no resto das cidades galegas, onde a meirande parte, agás certas excepcións favorecidas por unha intensa frecuentación ante a súa localización en áreas extremadamente accesibles, esmorecen e se enchen de locais sen función algunha. Este éxito do pasaxe comercial responde, por tanto, a factores locais difíciles de explicar sen ter en conta os condicionantes históricos e socioeconómicos desta cidade.

Outra forma moi representativa son os dous mercados de abastos da cidade. Dunha banda o número un, situado nas inmediacións das Burgas xa no espacio central

artellado pola rúa Progreso pero veciño ó casco vello e non lonxe das rúas comerciais delimitadas polo Paseo e Santo Domingo. Este mercado de abastos é o máis importante da cidade e satisfai unha parte substancial da demanda de produtos alimenticios en fresco dos residentes na beira esquerda do Miño. Doutra banda, no barrio da Ponte, localízase o mercado de abastos número dous, moito máis pequeno e de menor relevancia herdanza da antiga condición de concello independente da marxe dereita do Miño (concello de Canedo), ubicado nas inmediacións da Ponte Vella (esquina Caldas-rúa Mercado) reforzou a antiga preeminencia comercial da rúa das Caldas neste barrio aínda que a súa importancia actual é cativa.

Máis aló das galerías comerciais e dos mercados de abastos a modalidade dominante, como no resto das cidades do país, é o pequeno comercio. Multitude de establecementos comerciais, agrupados formado os centros comerciais espontáneos de maior ou menor entidade ou en recintos pechados (nomeadamente, as xa mencionadas galerías comerciais), ou dispersos conformando as coñecidas como tendas de esquina distribúense por toda a cidade respondendo usualmente a mecánicas propias dos negocios máis tradicionais (carácter familiar, en réxime de autónomos, débil integración en canles comerciais, escasa capitalización). Esta situación, practicamente sen alternativas nos anos 1970, evolucionou tendo na actualidade unha implantación superior negocios que responden a unha concepción máis acompañada a estes tempos de acelerada innovación comercial. Así, nas áreas de superior relevancia comercial multiplícanse as franquicias, puntos de venda de cadeas sucursalistas, establecementos asociados a centrais de vendas ou formas peculiares dispostas a aproveitar as vantaxes de novas estratexias comercial (por poñer un exemplo os todocen e semellantes, baseados na minimización da variable prezo).

Non podemos deixar de lado as novas formas comerciais derivadas da progresión do autoservicio. En primeiro lugar debemos partir da idea de que en 1975 era practicamente inexistente, reflexándose só algunhas tímidas iniciativas do que viría en anos posteriores. En todo caso comerciantes independentes de reducida capacidade de financiamento e non integrados en canles comerciais, e só adoptando os aspectos máis elementais do que é o autoservicio (productos en estantes a libre disposición do usuario).

Hoxe en día gran parte do comercio de alimentación xeneralista está en máns de cadeas sucursalistas, responsables dunha parte substancial dos establecementos en réxime de autoservicio (supermercados e establecementos de desconto). Grupos como Gadisa, Froiz, Unigro, Eroski, Dia ou Champion (os dous últimos dependentes da multinacional Carrefour, sendo preciso sinalar a conversión do antigo almacén popular Simago nun maxisuper Champion ó ser adquirido a fins dos noventa por esta multinacional francesa) controlan unha boa porción das vendas en alimentación e droguería de consumo frecuente na capital ourensán, e só algún grupo local (como é Alimentación Celanova) conquire evitar o dominio total deste tramo do mercado por distribuidores foráneos.

Por último, e como máximo exponente da gran distribución está un establecemento sito no veciño concello de Barbadás: un hipermercado Continente, inaugurado a

mediados da década de 1990 e pertencente ó grupo Carrefour, que responde ás tradicionais pautas do hiper de primeira xeneración inspirado nos modelos franceses que, por outra parte, foi a nacionalidade do grupo promotor e propietario do mesmo. A súa localización, na estrada de Celanova pero non lonxe do trazado da N-525 e moi preto do casco urbán da cidade, facilita a súa capacidade de captar clientes residentes en calquera parte da área urbana polo debendo considera-lo como unha parte máis do equipamento mercantil da cidade a pesar de localizarse noutro concello que, por outra parte, esta totalmente integrado na área funcional da cidade. Esta gran superficie, amparada nun hipermercado que abrangue a maior parte da superficie comercial e flanqueado por unha galería comercial e superficies medias destinadas á restauración e ó automóvil, representa o polo comercial máis importante da perifería, contando asimesmo con grandes superficies reservadas a aparcamento para favorecer as compras dun cliente motorizado provinte da veciña Ourense e da súa área de atracción comercial.

A súa inauguración supuxo, simultaneámente, un reto e un pulo ó comercio capitalino. Un reto pola previsible forte competencia ó comercio xa asentado na cidade, especialmente ó de bens de consumo menos frecuente, e un pulo ó servir de acicate ós procesos de innovación comercial é un estímulo á implantación de novas formas comerciais na cidade, tal como se pode apreciar no forte crecemento na apertura de supermercados ou nas novas propostas mercantis de maior calado. Estas iniciativas ben poden ser debidas á acción de comerciantes independentes, a estratexias de revitalización urbana con implicacións sobre o comercio ou á entrada en escena de superficies comerciais alternativas (actualmente estase a construír o Centro Comercial Ponte Vella promovido polos responsables dos centros Cuatro Caminos en A Coruña e Camelias en Vigo, supoñendo creación dunha gran superficie comercial e de ocio en pleno centro da cidade).

As iniciativas dos pequenos comerciantes independentes, traducida na creación de asociacións comerciais (Área Comercial Centro) que procuran promover o comercio mediante promocións ou mediante a adopción de instrumentos conxuntos tendentes a mellorar a xestión dos seus negocios, asistidos en moitas ocasións pola intervención de entidades asociativas non vinculadas en exclusiva ó detallismo (Cámara de Comercio, Confederación de empresario, Caixa de Aforros de Ourense e Vigo), teñen como último obxectivo mellora-la competitividade do pequeno comercio e permiten incrementar as posibilidades de pervivencia destas formas comerciais.

Por outra parte, certas estratexias de revitalización nadas de institucións públicas posúen unha evidente pegada no comercio. Neste punto as medidas de peatonalización, con demostrada efectividade no tocante á reactivación comercial das áreas centrais sempre que a degradación das mesmas non sexa irreversible ou exista unha vontade de colaboración dos comerciantes (Bambrilla, R. e Longo, G., 1989, pp. 18 e seg.), tomadas polo concello para parte do casco vello e o tramo inicial do Paseo son vitais para a defensa do dos pequenos establecementos do centro fronte á competencia das grandes superficies como é o caso de Continente.

### 3. CAMBIOS NA LOCALIZACIÓN COMERCIAL

Este apartado está destinado a analizar as mudanzas na localización espacial das actividades comerciais. Para este propósito recurrimos a dividir o municipio en cinco sectores: dous de carácter central, como son o Centro (a groso modo abrangue o espacio comprendido entre Capitán Eloy, a avenida Bos Aires e o río Miño, así como os barrios en torno os tramos medio e final da rúa do Progreso) e o Casco Vello (a parte histórica da cidade e o primeiro ensanche); e cinco con presenza tanto na cidade como no espacio periurbano e, incluso, rural do concello, tal como son A Ponte (a totalidade da beira dereita do río Miño), As Lagoas (ocupando ese mesmo barrio, a saída de Ponferrada así como parroquias entre as que podemos citar Lonía ou Velle), Montealegre (os barrios orientais da cidade: concretamente Cruz Alta, Montealegre, San Francisco, Rairo ou a parroquia de Santa Mariña do Monte), Mariñamansa (o sur do municipio queda comprendido neste territorio, con sectores como as inmediacións do Posio, Mariñamansa ou Seixalvo), A Carballeira (abrange o sector suroeste con barriadas como Camelias, Pelamios, O Polvorín, avenida Portugal e Castelo Ramiro) e O Couto (área occidental, onde conxuntamente co barrio do mesmo nome incluímos outros espazos como o Seminario, Reza e Os Remedios).

Esta división por sectores, forzada pola disposición das seccións electorais tomadas como base na división da cidade, non é a máis axeitada ó incluír dentro dun mesmo sector espazos heteroxéneos. Pero a pesar desta circunstancia pensamos que poden ser un bó punto de partida para o estudo do espazo comercial ourensán tanto en 1975 como en 1999, non impedindo referencias máis detalladas a áreas concretas.

#### 3.1 A localización da actividade comercial

Atendendo á táboa II en 1975 máis da metade da oferta mercantil correspondía os dous sectores centrais, xa que o 52,55 % das actividades comerciais localizadas<sup>2</sup> estaban ubicadas neles. Pero a importancia destes dous sectores era practicamente equiparable, cunha lixeirísima preeminencia do Casco Vello sobre o Centro. Esta situación muda escasamente no substancial en 1999, ó seguir englobando o 51,70 % das actividades comerciais, pero hai unha sensible diferenza no tocante ó peso individual de cada sector. Efectivamente, en 1999 ráchase a igualdade entre estos dous sectores pasando o Centro do 25,70 % ó 32,22 % mentres o Casco Vello perde importancia de xeito

<sup>2</sup> Dada a existencia dalgunhas imprecisións nos datos de localización contidos nos listados de licencias e actividades, unha proporción variable dos negocios non puideron ser atribuídos a ningún sector en concreto. Este grao de incertumbre e maior nos listados de 1975, onde preto do 4 % das actividades non se puideron localizar con exactitude; pola contra, en 1999 esta porcentaxe limitouse a só un 2,1 %. Esta circunstancia forza a empregar un número menor de actividades no momento de analizar a localización comercial, reservándose a totalidade do equipamento comercial para ó análise do comercio a nivel concello.

acelerado ó pasar do 26,85 % ó 19,48 %. En suma, hai unha decadencia moi evidente dos territorios máis avellentados e regresivos demográficamente, faltos de locais axeitados e co trazado viario menos favorable da cidade para as novas necesidades comerciais. Pero aínda máis, se observamos a localización comercial no interior do casco vello comprobamos como hai unha traslación do comercio desde os sectores meridional e oriental ós septentrional e occidental, concretamente cara as rúas do primeiro ensanche veciñas do Centro exemplificando un proceso máis xeral (Federación Gallega de Comercio, 1996, p. 54).

**TÁBOA II. Representatividade comercial e demográfica de cada barrio**

|              | COMERCIO     |               |              |               | POBOACIÓN EN 1999 |               |              |
|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|-------------------|---------------|--------------|
|              | 1975         |               | 1999         |               | Hab.              | %             | D.C.         |
|              | Act.         | %             | Act.         | %             |                   |               |              |
| Centro       | 470          | 25,70         | 769          | 32,22         | 17.279            | 15,55         | 44,50        |
| Casco Vello  | 491          | 26,85         | 465          | 19,48         | 7.443             | 6,70          | 62,47        |
| A Ponte      | 323          | 17,66         | 377          | 15,79         | 27.914            | 25,13         | 13,51        |
| O Couto      | 77           | 4,21          | 172          | 7,21          | 10.783            | 9,71          | 15,95        |
| Carballeira  | 139          | 7,60          | 159          | 6,66          | 12.063            | 10,86         | 13,18        |
| Mariñamansa  | 111          | 6,07          | 225          | 9,43          | 13.458            | 12,11         | 16,72        |
| Montealegre  | 156          | 8,53          | 146          | 6,12          | 13.852            | 12,47         | 10,54        |
| As Lagoas    | 62           | 3,38          | 74           | 3,10          | 8.307             | 7,48          | 8,91         |
| <b>Total</b> | <b>1.829</b> | <b>100,00</b> | <b>2.387</b> | <b>100,01</b> | <b>111.099</b>    | <b>100,01</b> | <b>21,94</b> |

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos da Cámara de Comercio e do Concello de Ourense.

Nota: Os totais relativos ó comercio exclúen aquelas actividades non localizadas nun barrio concreto da cidade. Os datos de densidade comercial relativos ó conxunto do concello inclúen tanto as actividades distribuídas por barrios como as non localizadas.

A pesar disto, na actualidade o casco vello posúe a densidade comercial máis elevada: 62,47 actividades por cada 1.000 habitantes fronte as 44,50 do centro. Pero esta variable responde a unha situación ficticia derivada do despoboamento deste sector que hoxe en día só abrangue o 6,70 % da poboación ourensán. Aínda así, e vistos os datos, os territorios centrais son os que contan, con moito, co equipamento máis denso debido o forte desequilibrio entre dotación e poboación (estes dous sectores apenas superan a quinta parte dos efectivos demográficos municipais). Efectivamente, a densidade do Casco Vello practicamente multiplica por catro a do sector periférico comercialmente mellor situado e o Centro case a triplica; por outra parte, son os únicos que rebanan a media municipal (21,94 actividades por 1.000 habitantes).

No tocante a perifería, e dada a práctica inalterabilidade do reparto de actividades comerciais entre sectores céntricos e periféricos, centrarémonos na evolución individual dos seus integrantes. En 1975 ó máis importante era A Ponte, sumaba o 17,66 % das

actividades favorecida polo illamento respecto os sectores centrais, certa tradición e vida social propia a partir do seu crecemento en torno ó ferrocarril e o seu carácter de antigo municipio absorvido moi recentemente por Ourense (anos 1940). Esta importancia diminuíu lixeiramente na actualidade, cando pasa a contabilizar o 15,79 %, máis que nada polo crecemento relativamente superior dos demais sectores da cidade ó seguir sendo un importante polo na vida ourensá. De tódolos xeitos, hoxe en día é un espacio subequipado ó contar cunha densidade de 13,51 actividades por 1.000 habitantes.

Dos demais sectores, todos eles cun peso que en ningún momento rebasa ó 10 % das actividades comerciais ourensás, podemos diferenciar entre territorios comercialmente expansivos e regresivos. Entre os primeiros só podemos citar O Couto e Mariñamansa, casualmente os espazos periféricos mellor equipados (respectivamente contan cunha densidade de 15,95 e 16,72), pasando de supoñer o primeiro un 4,21 % e o segúndo un 6,07 % do equipamento comercial ourensán a representar, respectivamente, un 7,21 % e un 9,43 %. A expansividade destes territorios obedece ó seu crecemento urbanístico nestes últimos anos, nucleando en torno ó Ervedelo no Couto e á avenida Zámora en Mariñamansa a vida mercantil destes barrios ó ser, con diferenza, onde se localiza a meirande parte dos establecementos.

Os restantes sectores posúen un carácter claramente regresivo. A Carballeira pasa do 7,60 % ó 6,66 % da dotación mercantil da cidade, cunha densidade de só 13,18 activ./1.000 hab., tratándose dun barrio pouco dinámico e limitado a un sector xa tan consolidado como o que se desenvolve en torno as avenidas Marcelo Macias e Portugal. Máis regresivo se nos presenta o sector urbano de Montealegre, pasando do 8,53 % ó 6,12 % cunha densidade moi cativa (10,54 activ./1.000 hab.), resultando un espacio pouco atractivo para o crecemento residencial debido ó accidentado do terreo. O último sector, As Lagoas, tamén ten unha escasa vida comercial, se en 1975 representaba o 3,38 % do comercio ourensán, en 1999 só sumaba o 3,10 % posuindo a densidade máis débil do conxunto capitalino (8,91 activ./1.000 hab.), agravando está circunstancia ó seu carácter netamente residencial e a súa proximidade e facil accesibilidade desde o Centro impidindo a consolidación de calquera subcentro local.

Pero, máis aló destas cifras podemos explicar de xeito máis detallado a estrutura espacial do comercio ourensán, para elo utilizaremos como material de apoio ó análise da área urbana de Ourense elaborado por A. Precedo Ledo (1991) e os plantexamentos teóricos de A. Zárate Martín (1991).

O primeiro dos autores citados, deixando a marxe a súa proposta de xeraquización funcional da cidade e centrándonos só no comercio especializado, determina unha distribución segundo rangos: un primeiro correspón o centro principal, marcado por unha elevada concentración no punto de máxima accesibilidade (confluencia entre as rúas Progreso, Capitán Eloy e Xoan XXIII) complementado por dous eixos (o primeiro a rúa Santo Domingo, de gran tradición histórica; o segundo a rúa do Paseo) que, a súa vez, se vian completados por rúas transversais (citaba expresamente a avenida de La Habana, pero tamén podemos considerar outras como Bedoya ou Curros Enriquez). Nun

segundo situaba os subcentros de comercio especializado (na Ponte a avenida das Caldas, no Couto o primeiro tramo do Ervedelo), e nun terceiro os centros de barrio (San Francisco, Marcelo Macias, O Posio, avenida de Santiago e a de Bos Aires).

En relación co esquema presentado por A. Precedo Ledo podemos dicir que, a grandes rasgos, estamos de acordo coa excepción de certos detalles de matiz esencialmente relacionados coa substitución, na nosa opinión, da avenida das Caldas por parte da de Santiago, moito máis dinámica en tanto que a primeira acusa unha decadencia exemplificada na evolución das actividades domiciliadas nesa rúa desde 1975. Pero, aínda así, non podemos deixar de ofrecer unha visión que, sen discutir no esencial a presentada polo doutor Precedo, amose una alternativa amparada noutros postulados teóricos tales como son os aportados por A. Zárate e a nosa propia metodoloxía.

O Centro está, utilizando conceptos aplicados por A. Zárate, en plena expansión comercial. A principal vítima desta expansión non son os barrios periféricos, simples fornecedores de clientela, senón o Casco Vello. Este último acusa unha decadencia mercantil, incipiente en 1975 e xa visible na actualidade, froito da competencia dun espazo moito máis axeitado para as novas necesidades do comercio e igualmente accesible desde calquera parte da cidade e do resto da área de influencia capitalina. A consecuencia é unha sucesión de funcións, traducidas no peche e desaparición desta dotación de moitas rúas coa subseguinte contribución á degradación deste territorio.

Pero esta sucesión, expresada na perda de presenza de este tipo de establecementos, non é visible en todo o Casco Vello. Mentres as mazás máis próximas ó Centro (borde septentrional e oriental) mantéñense como áreas de atracción comercial, o interior e os límites orientais e meridionais ven desaparecer esta función substituída en moitas ocasións por outras actividades alternativas fundamentalmente nucleadas pola hostelería. Noutras palabras, rúas da parte antiga debido á evolución mesma do comercio, ó despoboamento e as características peculiares do seu trazado urbano ven pechar ós negocios comerciais substituídos por restaurantes, bares ou pubs; ou, no peor dos casos, quedan baleiros convertindo a moitas rúas en espazos sen vida, nen sequera nocturna.

Pero, como dixemos anteriormente, os bordes occidental e septentrional (en torno a rúa Progreso os primeiros; no arranque do Paseo ou de Santo Domingo os segundos) seguen a ter unha vida comercial floreciente, beneficiados por unha superior accesibilidade e unha integración máis evidente no centro comercial actual. Esta puxanza vai mermando progresivamente segundo nos internamos nas rúas do casco vello, destacando ademais dos espazos antes mencionados as rúas que enlazan estes bordes coa praza Maior (Lamas Carvajal, da Paz, Pontevedra ou Vilar).

A partir deste espazo central se dispoñen unha serie de franxas comerciais de densidades decrecentes segundo nos alexamos dos espazos centrais, aproveitando o factor accesibilidade, centrando a vida dos barrios que atravesan e canalizando a circulación de clientes potenciais cara o Centro e o Casco Vello. Así na Ponte este papel corresponde a avenida Santiago e, secundariamente, a das Caldas; no Couto o Ervedelo xoga este

papel; na Carballeira tócalle a Marcelo Macias e á avenida Portugal (rúa que non cumpre un rol semellante ás citadas, pero permite unha comunicación fluida entre O Couto e A Carballeira facilitando deste xeito a mobilidade dunha parte substancial dos residentes na beira esquerda do Barbaña); en Mariñamansa destaca a Avenida Zámora e, de xeito máis modesto, a rúa Ramón Puga; en Montealegre as rúas Pena Trevinca e a estrada da Granxa; por último, a avenida de Bos Aires canaliza a vida comercial de parte de Montealegre e das Lagoas, sector este último desartellado polo seu trazado viario e pola atracción exercida polo Centro (Somoza Medina, S., 1996).

Estes sectores, de vida comercial xeneralmente fráxil, viven condicionados polo comportamento das áreas centrais e só podemos falar dunha dinámica relativamente independente na Ponte. Neste barrio, illado polo río Miño, rexistrouse un fenómeno semellante ó vivido nas áreas centrais só que a unha escala moito máis modesta. En 1975 o protagonismo comercial correspondíalle á avenida das Caldas, favorecida por servir de conexión entre o resto da cidade e a estación, principal foco de actividade deste sector. Andando ó tempo, e consolidándose o crecemento residenciais nos terreos da Ponte situados ó norte do trazado ferroviario, comenzaron a cobrar vixencia os negocios asentados na avenida de Santiago, rúa canalizadora dos barrios residenciais en crecemento antes citados, pasando de ter unha importancia pouco menor ás Caldas a rebasala ampliamente na actualidade. Se a isto engadimos unha relativa decadencia das actividades ferroviarias, pódese comprender como a avenida das Caldas entrou nun proceso de certo devalo sen chegar ós extremos do casco vello, observándose claramente un incipiente proceso de substitución de funcións ante a competencia da avenida de Santiago.

**TÁBOA III. As principais rúas comerciais de Ourense en os 1975 e 1999**

| <u>1975</u>           |             | <u>1999</u>           |             |
|-----------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| RÚA                   | ACTIVIDADES | RÚA                   | ACTIVIDADES |
| Progreso              | 151         | Progreso              | 162         |
| Bos Aires             | 98          | Praza de Abastos nº 1 | 101         |
| Praza de Abastos nº 1 | 98          | Paseo                 | 94          |
| Paseo                 | 79          | Bos Aires             | 91          |
| Caldas                | 60          | Zamora                | 91          |
| Ervedelo              | 55          | Santo Domingo         | 89          |
| Santiago              | 55          | Ervedelo              | 83          |
| Santo Domingo         | 55          | Santiago              | 76          |
| Marcelo Macias        | 37          | Habana                | 56          |
| Lamas Carvajal        | 36          | Dr. Fleming           | 54          |
| Vilar                 | 32          | Portugal              | 54          |

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos da Cámara de Comercio de Ourense.

Esta crecente particularización comercial lévanos ó análise das rúas máis importantes da cidade, entendidas como aquelas posuidoras dun número máis elevado de actividades comerciais (táboa III). Tanto en 1975 como en 1999 as 11 rúas máis destacadas representaban unha porción substancial do equipamento da cidade (concretamente un 39,7 % no primeiro ano, un 39 % no segundo), pero a mesma evolución do seu peso amosa unha tremenda estabilidade reflexo dunha estrutura espacial do comercio moi consolidada a prol dun reducido número de rúas, convertidas en entornos privilexiados para este tipo de intercambios.

Atendendo ó ranking observamos como no transcurso deste cuarto de século desaparecen certas rúas, unhas do Casco Vello, exemplificando a súa decadencia (Lamas Carvajal e Vilar); e outras da periferia (avenida das Caldas, amosando o fenómeno comentado anteriormente; e Marcelo Macías, sufrindo as consecuencias de canalizar a vida dun territorio escasamente vitalista como é A Carballeira). Pola contra, aparecen novas rúas (avenida de Zámora, no puxante sector de Mariñamansa; Habana e Dr. Fleming, exemplos da expansión comercial do Centro). Estas mudanzas, conxuntamente coas variacións das que permanecen neste ranking nos dous anos comentados, son exemplos dun espazo comercial en transformación, aínda que no fundamental permanezca bastante estable.

### 3.2 As estruturas comerciais dos sectores da cidade

A división da cidade en sectores pode ser aproveitada para coñecer de xeito singularizado as distintas características estruturais do comercio asentado nestes espazos. A finalidade deste análise é ver as diferencias entre os distintos territorios segundo sexan centrais e periféricos, fixándonos fundamentalmente na variación dos grupos de superior transcendencia.

TÁBOA IV. Estructura comercial dos barrios centrais para 1975 e 1999

|                            | CENTRO |       | CASCO VELLO |       |
|----------------------------|--------|-------|-------------|-------|
|                            | 1975   | 1999  | 1975        | 1999  |
| Alimentación xeneralista   | 8,09   | 5,46  | 12,22       | 5,81  |
| Alimentación especializada | 27,45  | 17,04 | 4,68        | 7,96  |
| Textil e pel               | 16,81  | 26,79 | 38,90       | 39,57 |
| Fogar                      | 18,94  | 16,51 | 16,70       | 15,70 |
| Uso individual             | 16,38  | 24,71 | 19,96       | 25,81 |
| Automoción e maquinaria    | 8,09   | 4,03  | 1,43        | 1,94  |
| Frores e insumos agrarios  | 1,91   | 3,12  | 1,02        | 1,50  |
| Materiais de construción   | 0,64   | 0,39  | 0,41        | 0,43  |
| Bens usados                | 0,85   | 0,13  | 3,05        | 0,21  |
| Outro comercio             | 0,85   | 1,82  | 1,63        | 1,07  |

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos da Cámara de Comercio de Ourense.

Nos sectores centrais (táboa IV) observamos en 1975 unha notable incidencia dos dous grupos relativos á alimentación, mais sen chegar a relevancia que adquiren nos sectores periféricos. Esta é superior no Centro (35,54 %), debido a presenza da praza de abastos nº 1 elevando o peso da alimentación especializada a un 27,45 % mentras a xeneralista queda reducida a unha posición bastante modesta, é menor no Casco Vello (só un 16,90 %, a menor de todo o conxunto urbano). Pasado este período a importancia deste conxunto é moito menor, mantendo só un nivel significativo no Centro (22,50 %) debido a repercusión da alimentación especializada e permanecendo nun segundo plano no Casco Vello (13,77 %).

O Textil, pola contra, medra de xeito acelerado no Centro (do 16,81 % pasa a un 26,79 %) e se mantén nun Casco Vello totalmente volcado desde sempre a este tipo de comercio (de un 38,90 % pasamos a un 39,57 %). O Fogar estáncase cunha leve tendencia descendente (no Centro pásase do 18,94 % a un 16,51 %, no Casco Vello dun 16,70 % a un 15,70 %), posiblemente pola fuga de certos establecementos que optan por desconcentrar a súa localización, tanto pola maior frecuencia de consumo dos seus produtos como por necesidades de espacio. O comercio de artigos de uso individual crece nestes dous sectores centrais (no Centro pasamos dun 16,38 % a un 24,71 %, no Casco Vello dun 19,96 % a un 25,81 %) situándose en segundo lugar tra-lo textil, a parte do crecemento a nivel municipal deste comercio debemos mencionar que é nestes dous espazos onde se cumpren de maneira máis satisfactorias ás súas necesidades de localización (ó tratarse de bens de consumo e moitos casos esporádico, as áreas máis accesibles e, por tanto, frecuentadas serán as preferidas).

TÁBOA V. Estructura comercial dos barrios periféricos para 1975 e 1999

|                | A Ponte |       | O Couto |       | Carballeira |       | Mariñamansa |       | Montealegre |       | As Lagoas |       |
|----------------|---------|-------|---------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|-----------|-------|
|                | 1975    | 1999  | 1975    | 1999  | 1975        | 1999  | 1975        | 1999  | 1975        | 1999  | 1975      | 1999  |
| Alim. xener.   | 31,27   | 15,65 | 31,17   | 16,28 | 34,53       | 15,09 | 27,93       | 17,33 | 42,31       | 21,23 | 45,16     | 12,16 |
| Alim. espec.   | 26,32   | 23,08 | 22,08   | 15,70 | 16,55       | 17,61 | 21,62       | 15,11 | 21,15       | 17,81 | 20,97     | 21,62 |
| Textil e pel   | 6,81    | 16,98 | 14,29   | 26,16 | 9,35        | 15,09 | 12,61       | 14,22 | 7,05        | 22,60 | 6,45      | 8,11  |
| Fogar          | 10,53   | 11,94 | 10,39   | 12,79 | 15,11       | 18,24 | 14,41       | 19,11 | 14,10       | 13,70 | 14,52     | 16,22 |
| U. individual  | 7,74    | 13,26 | 15,58   | 14,53 | 13,67       | 18,87 | 9,91        | 15,11 | 10,90       | 14,38 | 4,84      | 21,62 |
| Aut. e maq.    | 5,88    | 10,61 | 3,90    | 8,72  | 0,72        | 5,03  | 4,50        | 10,22 | 0,00        | 7,53  | 6,45      | 6,76  |
| Frores e i.ag. | 1,86    | 2,12  | 0,00    | 3,49  | 3,60        | 3,77  | 0,00        | 3,11  | 0,00        | 1,37  | 0,00      | 5,41  |
| M. construc.   | 1,24    | 2,12  | 0,00    | 0,58  | 0,00        | 2,52  | 0,00        | 0,89  | 0,00        | 0,00  | 0,00      | 1,35  |
| Bens usados    | 6,50    | 0,80  | 2,80    | 0,00  | 5,04        | 0,63  | 7,21        | 0,00  | 2,56        | 0,00  | 0,00      | 1,35  |
| Outro          | 1,86    | 3,44  | 0,00    | 1,74  | 1,44        | 3,14  | 1,80        | 4,89  | 1,92        | 1,37  | 1,61      | 5,41  |

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos da Cámara de Comercio de Ourense.

No tocante ós sectores periféricos (táboa V) o predominio en todo caso correspón o comercio alimentario, aplastante en 1975 máis matizado en 1999. Así, os dous grupos representaban en 1975 o 57,59 % na Ponte, o 53,25 % no Couto, o 51,08 % na Carballeira, o 49,55 % en Mariñamansa, o 63,48 % en Montealegre e o 66,13 % nas Lagoas, sendo significativos estes valores por amosar un comercio volcado a satisfacer unha demanda de proximidade e sometida a fortes fugas cara os espazos centrais. En 1999 os valores, respectivamente, son os seguintes: 38,73 %, 31,98 %, 32,70 %, 32,44 %, 39,04 % e 33,78 % sitúándose nunha banda entre os 10 e 17 puntos porcentuais por riba dos correspondentes ó Centro. Estas cifras amosan un comercio, como era lóxico esperar, caracterizado por unha forte dispersión, adquirindo vixencia naqueles espazos caracterizados pola escasa accesibilidade e a existencia dunha poboación a abastecer destes produtos de consumo repetitivo.

O comercio textil, na actualidade lider no conxunto da cidade e nos espazos centrais, ten unha presenza máis modesta. En 1975 movíase entre un mínimo correspondente ás Lagoas (6,45 %) e un máximo no Couto (14,29 %), destacando a escasa vitalidade da Ponte (6,81 %) a pesar de contar coas condicións precisas para consolidar un textil moderadamente dimensionado. En 1999 segue a ser un sector débil, oscilando entre un mínimo salientable (nas Lagoas só chega ó 8,11 %) e un máximo tamén destacado no Couto (26,16 %), situándose a meirande parte no intervalo entre o 12 e o 16 %. Obviamente, neste grupo prima a accesibilidade ante a superior dilatación na frecuencia destas compras, concentrándose nas áreas centrais en detrimento destes sectores. A única excepción provén do xa mencionado sector do Couto, onde a importancia do Ervedelo como arteria comercial cun notable grao de especialización (neste punto debemos salientalo feito de que esta rúa desemboca nesa confluencia de rúas sinalada por Precedo como de máxima accesibilidade), podendo considerala en ocasións como un apéndice e prolongación do centro comercial principal cara o oeste.

O comercio do fogar mantén tamén un comportamento ascendente en contraste coas áreas centrais, pero tamén debemos resalta-la debilidade desta progresión semellando máis un estancamento cunha lixeira tendencia cara o crecemento (a excepción vendada polo sector de Montealegre, onde se deixa sentir unha lixeira tendencia cara o decrecemento, ó pasar do 14,10 % ó 13,70 %). Nesta dinámica ben pode influir certos procesos de desconcentración atraíndo negocios antes localizados no Centro ou no Casco Vello, pero tamén certas novas incorporacións. Ámbalas dúas situacións antes mencionadas obedecen, con toda seguridade, á natureza mesma dos bens ofertados (cun tramo da oferta bastante considerable destinado a ofertar bens de primeira necesidade, a pesar de demorarse no tempo as súas compras) así como ás necesidades de espazo de certos produtos, bastante superiores a outros artigos xa sexan destinados ó equipamento do fogar ou a outros grupos estudados neste apartado. Como consecuencia, pasamos de valores en torno ó 10 e o 15 % en tódolos sectores periféricos a porcentaxes entre o 10 e o 20 % na actualidade.

O último grupo a considerar é a venda de bens de uso individual, de tendencias centripetas analógicamente ó comercio textil. En 1975 era abertamente minoritario, en

moitos sectores non chegaba ó 10 % (A Ponte, Mariñamansa e As Lagoas), mentras no resto só rebasaba o 15 % no Couto (15,58 %). Desde esa data medrou de xeito significativo, pero sen acadar nin moito menos os niveis das áreas centrais ó quedar fixado na franxa entre o 13 e o 15 % (onde máis se aproxima é no caso pouco significativo de As Lagoas, cun 21,62 %), influindo neste feito a mellora evidente do nivel de vida da poboación e a ampliación do poder adquisitivo dos moradores da periferia, xeneralmente de menor capacidade de compra en relación cos residentes nas áreas centrais. Paradóxicamente no Couto non creceu este grupo ó quedar reducido a un 14,35 %, a pesar da condición xa comentada do Ervedelo de prolongación cara o oeste da área de comercio máis especializado.

#### 4. CONCLUSIÓNS

Durante o último cuarto de século producíronse unha serie de transformacións no equipamento comercial ourensán, tanto de orde cuantitativo como cualitativo. Mutacións nacidas, en primeiro termo, da evolución socioeconómica española neste período, e, en segundo termo, pola renovación comercial impulsada por esa mesma evolución.

Desde o punto de vista estrutural observamos unha adaptación da oferta ós cambios no consumo, reflexados non só nunha maior capacidade de gasto senón na diversificación do mesmo. Ademais do incremento cuantitativo da dotación comercial, superior ó crecemento demográfico, o retroceso do comercio de bens frecuentes –alimentación– é o principal elemento a destacar, tomando paulativamente puxanza a venda de bens de consumo esporádico, como son o téxtil e o de uso individual, debido á traslación de superiores cantidades nos gastos dos consumidores cara bens distintos dos de primeira necesidade. Cun carácter anecdótico, pero revelador da mellora dos niveis de vida, a práctica desaparición do comercio de bens usados, compensado sobradamente polo crecemento doutros grupos minoritarios pero máis representativos das novas tendencias no consumo.

Por outra parte, as formas comerciais evolucionan como consecuencia das mudanzas estruturais. O pequeno comercio, antes case totalmente dominante, topa cada vez máis competencia nas coñecidas como novas formas comerciais xa sexa en forma de autoservicio ou de comercio integrado en canles, reflexo dunha modernización quizáis un pouco máis tardía en relación a outras cidades do país.

No tocante a localización comercial é salientable a concentración do equipamento mercantil nas áreas centrais, permanecendo case inalterable a proporción de actividades detallistas concentradas en estes territorios. Só a relativa decadencia do Casco Vello e a subseguinte traslación do groso da vida comercial ó Centro introduce un factor de cambio dentro destes territorios. As periferias, pola contra, seguen a caracterizarse pola atonía comercial destacando só unha serie de franxas comerciais favorecidas por su papel de conexión dos barrios coas áreas centrais; neste ámbito só referirnos A Ponte, pola súa

relativa autonomía respecto ó centro, e os sectores progresivos desde este punto de vista: O Couto e Mariñamansa.

Por último, as estruturas dos sectores nos que dividimos a cidade varía segundo a súa localización. Os centrais se caracterizan por un peso superior dos sectores non alimentarios durante as dúas fases, aínda que na primeira data son estes últimos os máis significativos, sobre todo no Centro gracias a presenza da praza de abastos nº 1. Nas periferias pasamos dun protagonismo case absoluto do comercio alimentario a outra situación na que a diversificación do seu comercio é superior, pero nó que a agregación da alimentación especializada como a xeneralista segue a ser predominante.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bambrilla, R. e Longo, G., (1989): *Centros urbanos peatonales. Planificación, proyecto y gestión de zonas sin tráfico*, Oikos-Tau, Barcelona.
- Casares, J., Briz, J., Rebollo, A. e Muñoz, P. (1987): *La economía de la distribución comercial*, Ariel, Barcelona.
- Casares Ripol, J. e Rebollo Arévalo, A. (1996): *Distribución comercial*, Civitas, Madrid.
- Federación Gallega de Comercio (1996): *II Congreso del Comercio Gallego*, Santiago de Compostela.
- Lepoutre, F. (1994): “El nuevo comercio más allá del 2000”, en *Anuario El País 1994*, Madrid, p. 187.
- López González, A. (1995): “Los hipermercados y su distribución espacial”, en *Cambios regionales a finales del siglo XX-Actas del XIV Congreso Nacional de Geografía*, Salamanca, pp. 142-143.
- López González, A. (1998): *Comercio e espacio no interior de Galicia e o occidente da provincia de León*, tese de doutoramento en CD-ROM, Universidade de Santiago, Santiago de Compostela.
- López González, A. e Rodríguez González, R. (1998): “O papel do comercio e dos servizos na articulación do territorio”, in Lois González, R. C. e Somoza Medina, J. (Coords.): *Ourense. Sociedade e territorio*, Deputación de Ourense, Ourense, pp. 167-191.
- Méndez Martínez, G., Faraldo, S., Ferrero González, F. e Souto González, X. M. (1999): “Xeografía Urbana (I)”, in Pérez Albertí, A. (Dir.), *Xeografía de Galicia*, Gran Enciclopedia Gallega, Santiago de Compostela, tomo 1.
- Moreno Jiménez, A. e Escolano Utrilla, S. (1992): *El comercio y los servicios para la producción y el consumo*, Síntesis, Madrid.
- Piñeiro Peleterio, R. (1987): *Comercio y Transportes*, Síntesis, Madrid.
- Precedo Ledo, A. (1991): *Ourense. Centro de equilibrio*, Fundación Caixa Galicia, A Coruña.
- Somoza Medina, J. (1996): *As Lagoas. Un estudio de xeografía urbana*, Deputación de Ourense, Ourense.
- Zárate Martín, A. (1991), *El espacio interior de la ciudad*. Síntesis, Madrid.