

GEOGRAFIA COMERCIAL DE ESPAÑA

GALICIA

■ JUAN MANUEL SANCHEZ y M^a JESUS RODRIGUEZ



Todas las fotos que ilustran los trabajos sobre DISTRIBUCION COMERCIAL EN GALICIA están realizadas en Lugo.

El número de establecimientos del comercio minorista en Galicia es excesivamente alto y su dimensión muy pequeña, lo que conlleva a volúmenes de negocio muy reducidos, a una baja productividad y a la utilización de márgenes comerciales muy elevados.

A pesar de que gran parte del sector funciona por debajo de los mínimos rentables, el ritmo de desaparición del comercio tradicional es inferior al teóricamente esperado, debido, entre otras razones, a la autoexplotación del comerciante, ya que percibe ingresos personales por debajo de los relativos a otros sectores económicos y sufre jornadas laborales reales muy superiores a las consideradas como normales en el

resto de la actividad económica. Esto es debido, por una parte, a la estructura familiar del comercio minorista y, por otra parte, a que muchos establecimientos comerciales tienen una influencia marginal en las economías familiares, al suponer los mismos ingresos complementarios, sobre todo en el ámbito rural, en el que se simultanea la dedicación a la tienda con las actividades agrícolas, lo que supone que en Galicia existan formas precapitalistas de comercio.

El empleo en el sector es indicativo del carácter familiar y minifundista. En Galicia, la media de empleo por establecimiento es muy baja (1,8 trabajadores en 1982, 1,90 en 1988 y 2,50 en 1994) siendo sensiblemente inferior a

la media española y a la de la Unión Europea. Si a ello se añade que la superficie de los establecimientos es sumamente escasa se puede concluir la raquítica dimensión económica del sector.

En la distribución porcentual del comercio minorista por subsectores, el mayor peso corresponde a "Alimentación" (43,13% en 1982, 39,30% en 1988 y 42,3% en 1994, aunque este porcentaje no tiene en cuenta los subsectores textil, hogar y vehículos) seguido por "Textil, cuero y calzado" y por "otro comercio al menor".

Este porcentaje de alimentación sitúa a Galicia lejos de los niveles que se alcanzan en otros países de la Unión Europea.



**CUADRO Nº 1
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS
DE LOS ESTABLECIMIENTOS
MINORISTAS GALLEGOS (1994)
(CIFRAS MEDIAS POR ESTABLECIMIENTO)**

SECTOR	SUP. (M ²)	EMPLEO
ALIMENTACION	36,2	1,3
DROGUERIA Y PERFUMERIA	47,4	1,7
OTRO COMERCIO	53,2	2,0
SUPERMERCADOS	310,1	6,7
GRANDES SUPERFICIES	6.997,3	222,2
MEDIA	84,2	2,5

FUENTE: Nielsen. Anuario. Evolución 1994.
No considera los subsectores textil, hogar y vehículos.

En cuanto a la participación del comercio minorista por provincias, se constata el mayor peso de las provincias de La Coruña (43-44%) y Pontevedra (31%), dentro del sector, al igual que ocurre a nivel de la economía gallega en general. En las provincias de Lugo y Orense sólo se localiza uno de cada cuatro detallistas gallegos, con lo cual se deduce que, en el ámbito comercial, también se da una dualidad entre la Galicia litoral y la Galicia interior, más ruralizada y menos desarrollada.

GEOGRAFIA Y COMERCIO

El orden jerárquico de la distribución por hábitats, del comercio minorista en Galicia, está integrado por los lugares (escalón básico para el abastecimiento comercial primario de la población), las parroquias (suponen el embrión de una cierta ordenación espacial de la distribución de bienes a la población), las cabeceras de comarca (que presentan una serie de características diferenciadas en cuanto al papel y a la función comercial que juegan en sus zonas de influencia) y las siete grandes ciudades gallegas (que agrupaban a la tercera parte de la población gallega y presentan un desarrollo comercial muy desigual, ya que sólo los municipios de La Coruña y Vigo agrupan conjuntamente a más del 50% de los detallistas de las siete aglomeraciones urbanas).

**CUADRO Nº 2
EVOLUCION DEL COMERCIO INTERIOR EN GALICIA**

	1982	% S/TOTAL	1988	% S/TOTAL
MINORISTAS	31.717	93,58	33.745	90,60
MAYORISTAS	2.175	6,42	3.498	9,40
TOTAL	33.892	100,00	37.243	100,00

FUENTE: Elaboración propia a partir de los Censos de Establecimientos Comerciales de la Xunta de Galicia de 1982 y 1988.

Existe al mismo tiempo una clara especialización de la oferta en función del hábitat.

La población gallega presenta un carácter predominantemente rural, ya que sus tres cuartas partes se encuentran situadas en unos 30.000 núcleos de menos de 2.000 habitantes, lo cual da lugar a una economía ruralizada con todas las ventajas e inconvenientes que ello comporta. En íntima relación con el carácter rural de la población se produce un elevado grado de dispersión, por lo que en este contexto de distribución espacial el comercio rural mixto se presenta como un sector económico que desempeña una importante función social en su entorno.

El comercio independiente en Galicia tiene una enorme relevancia en sectores como "alimentación", "textil, cuero y calzado", "equipamiento del hogar" y "otro comercio al menor", lo cual no es un indicador positivo de la evolución del sector.

El comercio organizado (bien asociado o bien sucursalista) registra una gran importancia en los "Establecimientos por secciones" tanto a nivel de grandes superficies, que son los establecimientos con mayor peso en las cadenas sucursalistas (en torno al 43%) como los supermercados, que son los establecimientos con mayor peso en el comercio asociado (representan porcentajes superiores al 30%).



CUADRO Nº 3

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DEL COMERCIO MINORISTA EN GALICIA
(SEGUN EMPLEO Y ACTIVIDADES) (% S/ TOTAL ESTABLECIMIENTOS)**

NUMERO DE EMPLEADOS	TOTAL GALICIA	ALIMENTACION	DROGUERIA PERFUMERIA	TEXTIL CALZADO	EQUIPA. HOGAR	VEHICU. ACCESO	OTRO COMERC.	SUPER-MERCADO	GRANDES ALMACEN.	OTROS ALMAC.
1-2	81,34	87,64	74,30	83,27	73,50	66,23	82,32	25,77	-	8,00
3-5	10,81	6,42	18,75	10,19	17,02	16,43	11,01	33,07	-	24,00
6-9	1,92	0,60	1,26	1,19	3,03	6,68	1,94	22,52	7,15	24,00
10-19	0,75	0,15	0,06	0,49	0,91	3,70	0,63	11,77	14,29	36,00
20-49	0,17	0,01	0,06	0,12	0,21	1,55	0,15	2,44	7,15	4,00
49 O MAS	0,07	-	-	0,03	-	0,52	-	0,82	64,29	4,00
NO CONSTA	4,94	5,18	5,57	4,71	5,33	4,89	3,95	3,61	7,12	-
% TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
MEDIA	1,90	1,43	1,84	1,65	2,04	3,36	1,75	8,12	218,36	13,20

FUENTE: Elaboración propia a partir del Censo de Establecimientos Comerciales de la Xunta de Galicia de 1988.

INDEPENDIENTES Y ASOCIADOS

De los datos analizados en relación con la forma de organización, se deduce que es importante que la PYME comercial gallega, tan independiente y minifundista, tome conciencia de la importancia del comercio asociado que responde básicamente a una necesidad del pequeño comercio, principalmente el no especializado, de competir en precios y servicios con el gran comercio sucursalista y, particularmente, con las grandes superficies.

La actividad del comercio detallista se efectúa de forma mayoritaria por personas físicas (el 92,41% en 1982 y el 87,51% en 1988), representando las sociedades mercantiles una mínima parte dentro del conjunto del sector detallista. Con todo, se observa una evolución positiva del sector hacia la forma jurídica de sociedades, con un aumento del peso de esta titularidad mercantil de casi tres puntos porcentuales entre los dos años mencionados. Hay que tener en cuenta que una forma jurídica cuya titularidad la ostenta una persona física indica un escaso grado

de desarrollo del sector y un carácter eminentemente familiar de los detallistas gallegos.

Hasta el momento, la formación profesional en Galicia no ha sido lo suficientemente adecuada a la realidad del sector comercial, debido a la falta de una campaña institucional de concienciación de la necesidad de la formación profesional, la falta de una selección del alumnado en cada curso en relación a sus necesidades formativas, y a la falta de profesorado con experiencia profesional contrastada en el sector, por lo que es necesario asumir, en un futuro inmediato, el reto de la formación profesional desde todos los ámbitos, ya sea desde el propio sistema educativo (en este sentido hay que destacar desde la formación de postgrado para titulados universitarios hasta la aplicación de la LOGSE en lo referente a la formación profesional), como desde la Administración autonómica, las propias empresas del sector, las organizaciones sindicales, o las Cámaras de Comercio.

MERCADOS DE ABASTOS

En cuanto a los mercados de abastos hay que decir que son viejos y anticuados, con unas instalaciones deterioradas por el paso del tiempo que impiden que los comerciantes minoristas presten un



Galicia

CUADRO Nº 5

DISTRIBUCION SECTORIAL DEL COMERCIO MINORISTA EN GALICIA (% SEGUN FORMA DE ORGANIZACION Y % VARIACION EN EL PERIODO 1982/88)

SECTORES	INDEPENDIENTE			SUCURSALISTA			ASOCIADO			OTROS/NS/NC	
	1982	1988	1988/82	1982	1988	1988/82	1982	1988	1988/82	1982	1988
ALIMENTACION	84,94	88,66	3,72	1,70	2,29	0,59	9,97	5,64	-4,33	3,39	3,41
DROGUERIA, PERFUMERIA	64,41	66,22	1,81	1,90	2,61	0,71	30,99	26,65	-4,34	2,70	4,52
TEXTIL, CUERO CALZADO	90,94	88,54	-2,40	3,45	4,72	1,27	1,33	2,52	1,19	4,28	4,22
EQUIPAMIENTO HOGAR	84,14	85,07	0,93	7,86	6,12	-1,74	3,15	4,37	1,22	4,85	4,44
VEHICULOS, ACCESORIOS	67,03	73,21	6,18	7,39	12,63	5,24	18,90	10,58	-8,32	6,68	3,58
OTRO COMERCIO AL MENOR	88,60	91,19	2,59	4,00	3,90	-0,10	3,00	1,32	-1,68	4,40	3,59

ESTABLECIMIENTOS POR SECCIONES:

- SUPERMERCADOS	55,86	41,18	-14,68	4,12	26,58	22,46	38,05	31,24	-6,81	1,97	1,00
- GRANDES ALMACENES	46,67	50,00	3,33	43,33	42,86	-0,47	6,67	0,00	-6,67	3,33	7,14

FUENTE: Elaboración propia a partir de los Censos de Establecimientos Comerciales de la Xunta de Galicia 1982 y 1988.

CUADRO Nº 6

DISTRIBUCION PORCENTUAL DEL COMERCIO MINORISTA POR SUBSECTORES EN GALICIA (%)

ALIMENTACION	40,5
DROGUERIA Y PERFUMERIA	35,3
OTRO COMERCIO	9,2
SUPERMERCADO	14,7
GRANDES SUPERFICIES	0,3

No considera los subsectores textil, hogar y vehiculos.
FUENTE: Nielsen, Anuario Evolución. 1994.

CUADRO Nº 4

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN GALICIA POR SUPERFICIE DE VENTAS

M ²	% ESTABLEC.	% ACUMUL.
0-21	40,89	40,89
21-35	19,31	60,20
36-100	30,96	91,16
101-250	6,24	97,40
251-400	1,26	98,66
401-1.000	1,00	99,66
1.001-2.500	0,27	99,93
2.501 O MAS	0,07	100,00

FUENTE: Elaboración propia a partir del Censo de Establecimientos Comerciales de la Xunta de Galicia de 1988.



CUADRO Nº 7

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DEL COMERCIO MAYORISTA EN GALICIA
(SEGUN SU SUPERFICIE TOTAL)**

SUPERFICIE (M ²) POR ESTABLECIMIENTO	TOTAL	ALIMENTACION BEBIDAS	TEXTIL CUERO	PROD. FARM. PERF. DROG.	ART. CONS. DURADERO	C. INTER. MIN.QUIM.	OTRO COM. INTERIND.	OTRO COM. AL MAYOR
0-100	37,57	42,62	34,59	39,80	26,59	25,46	38,89	32,63
101-200	24,19	25,19	21,81	23,04	23,62	12,73	24,87	24,60
201-300	10,21	8,16	11,28	8,38	13,10	16,37	10,32	12,84
301-400	5,52	4,85	6,77	5,24	6,55	3,64	5,83	5,89
401 O MAS	19,99	16,95	22,56	21,47	26,99	36,37	18,17	19,26
NO CONSTA	2,52	2,23	2,99	2,07	3,15	5,43	1,92	4,78
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FUENTE: Elaboración propia a partir del Censo de Establecimientos Comerciales de la Xunta de Galicia de 1988.

adecuado servicio al consumidor, el cual ha comenzado a verse atraído por otro tipo de formas comerciales más acordes con las exigencias actuales.

Los pasos necesarios para que los mercados gallegos puedan, en un futuro, hacer frente a la competencia de las nuevas formas comerciales pasa por un proceso de revitalización y renovación de sus instalaciones y servicios por parte de los agentes implicados, una renovación de las estructuras comerciales, incrementando las reducidas dimensiones de muchos de los establecimientos que los integran, incentivando la baja voluntaria de algunos de los comerciantes de forma gradual, y trans-

formando los mercados en centros comerciales con todo lo que ello significa, así como aumentando los horarios y adaptándolos a los cambios en los hábitos de compra de los consumidores.

GRANDES SUPERFICIES

Por otra parte, la implantación de las grandes superficies comerciales en Galicia se ha dejado sentir de forma inmediata en su entorno, debido a la alta rentabilidad y eficacia económica que incorporan y las nuevas técnicas de ventas que utilizan y, además, porque se produce un exceso de oferta, lo que genera situaciones difíciles en una

parte de las PYMES comerciales, en general menos preparadas económica y profesionalmente para la competencia.

La situación descrita en el comercio minorista gallego, afectado por la implantación de grandes superficies comerciales, ha llevado al mismo a una situación que se podría calificar como de espontánea reconversión.

Esta reconversión será la que marque el futuro del sector y que, inevitablemente, llevará a que los comerciantes minoristas gallegos implicados tengan que afrontar, de forma decidida, la necesaria adaptación a las exigencias de la demanda y a la fuerte competencia que se viene presentando, desde hace años, en el sector.

Consecuencia de lo anterior se puede decir que el futuro del comercio minorista gallego pasa por la incorporación de nuevas técnicas de venta y, dentro de ellas, el autoservicio/autoselección, que está comprobado que, en los establecimientos en los que se ha implantado, ha supuesto un aumento en la productividad del trabajo y en la rentabilidad de las inversiones.

Otra vía que tendrá el comerciante en un futuro inmediato será la adhesión a los movimientos asociativos (cadenas voluntarias, cooperativas de detallistas, franquicias, etcétera) lo que le permitirá un abaratamiento en el coste de las mercancías que hará más competitiva su participación en el mercado, a la vez que verá incrementado su mercado potencial.



CUADRO Nº 8
DISTRIBUCION POR
SUBSECTORES DEL COMERCIO
MAYORISTA EN GALICIA (%)

ALIMENTACION	35,43
TEXTIL	3,80
DROGUERIA	5,47
CONSUMO DURADERO	14,40
INTERINDUSTRIAL	3,15
OTRO INTERINDUSTRIAL	32,40
OTRO COMERCIO	5,35

FUENTE: Elaboración propia a partir del Censo de Establecimientos Comerciales de la Xunta de Galicia de 1988.



Otra alternativa será la especialización, que posibilitará la supervivencia del pequeño y mediano comercio al constituir una de las armas más importantes con las que cuenta para hacer frente a las grandes superficies, al ofrecer mayor variedad y calidad de los productos, así como el mejor trato personal que dan a su clientela.

Por último, en el futuro, el comerciante minorista en Galicia tendrá que elevar de forma sustancial su formación profesional en áreas como la financiera, administrativa, contable, y la de técnicas de ventas, lo que le permitirá mejorar la gestión económica y comercial de sus negocios.

COMERCIO MAYORISTA

El comercio mayorista presenta en Galicia un desarrollo desigual en los distintos sectores materializado en el grado de organización, forma jurídica de la empresa, nivel de empleo, superficie, etcétera, lo que permite afirmar que se da una inadecuación del sector desde el punto de vista de su dimensión física que, en muchos casos, resulta ridícula para el comercio mayorista.

Existen graves problemas de localización espacial, al estar situado parte del comercio mayorista en los cascos urbanos de las ciudades, hecho altamente indeseable, al menos para algunos sectores, debido a que plantean

problemas de congestión de tráfico en el centro de las ciudades a causa de la circulación de vehículos pesados, a la que se unen los problemas de contaminación ambiental y ruidos.

En general, la ubicación del comercio mayorista debe seguir teniendo en cuenta que esta actividad se ha de situar en zonas propias y especializadas, con buenos accesos, no en núcleos urbanos por las razones antes apuntadas. Los planes de urbanismo tendrían que regular la instalación de actividades mayoristas en áreas periféricas y zonas de uso industrial.

REGULACION JURIDICA

En materia de regulación jurídica del comercio interior a lo largo del siglo, puede observarse en España, y por tanto en Galicia, el tránsito de un sistema liberal, que proclama la libertad de comercio y la inhibición del sector público de toda actividad comercial competitiva (excepto en materia de abastos, por razones fiscales), a un régimen de ordenación de disciplina del mercado, en previsión de abusos y fraudes en materia de precios y de calidad de los productos, así como de prácticas restrictivas a la libre competencia.

Mediada la década de los ochenta, cuando ya se encuentra en España consolidado el Estado de las Autonomías como forma de organización territorial,

se aprueba por el Gobierno central el Real Decreto-Ley 2/85, de 30 de Abril, sobre Medidas de Política Económica, denominado vulgarmente "Decreto Boyer", que estableció la libertad absoluta de horarios comerciales en el sector del comercio minorista en toda España.

Este hecho provocó en Galicia una fuerte contestación social por parte del pequeño comercio, y la consiguiente demanda de protección a la Administración por parte de los comerciantes establecidos en las grandes ciudades gallegas.

Con objeto de acallar estas protestas, el Parlamento Gallego aprobó la Ley 10/1988, de 20 de Julio, de Ordenación del Comercio Interior de Galicia.

Sin embargo, la sentencia del Tribunal Constitucional de 12 de Julio de 1993, que invalidó la limitación de horarios, supuso para el comercio gallego una alteración de las reglas del juego fijadas para el sector por la Administración autonómica, siendo parcialmente restablecidas con el Real Decreto-Ley 22/1993 de la Administración Central y el Decreto 20/1994 de la Consellería de Industria y Comercio que regularon nuevamente los horarios comerciales y la apertura de los comercios en domingos y festivos. □

JUAN MANUEL SANCHEZ Y
M^º JESUS RODRIGUEZ
Economistas. Universidad de La Coruña.