

EQUIPAMIENTO COMERCIAL Y ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

José Luis Andrés Sarasa¹
Universidad de Murcia

RESUMEN

El objetivo de este trabajo se centra en presentar al equipamiento comercial como instrumento de gran valor para interpretar la organización territorial, debido a que juega un papel trascendental en la estructuración de las prácticas cotidianas de los ciudadanos. El aparato comercial está presente en las relaciones municipales e intermunicipales, puesto que la capacidad de atracción de un municipio sobre su entorno es directamente proporcional a su oferta de servicio e inversamente a las dificultades que el consumidor deba superar. La estructuración en áreas, en razón al volumen de la población residente en el municipio, pone de manifiesto la trascendencia del aparato comercial en la movilidad de la población.

Palabras clave: Poblamiento- Condicionantes- Tamaño demográfico- Comercio tradicional- Diversificación- Comercio ambulante- Establecimientos excepcionales.

COMMERCIAL EQUIPMENT AS THE EXPLANATORY FACTOR OF TERRITORIAL ORGANIZATION

ABSTRACT

The aim of this paper is to present the commercial equipment as a tool of great value in interpreting the territorial organization, because it plays a major role in structuring the daily practices of citizens.

Commercial equipment is present in municipal and inter-municipal relations, since the capacity of attraction of a municipality about your environment is directly proportional to its service offering and inversely to the difficulties that the consumer must overcome. Its structuring in areas, on reason to volume of the population residing in the municipality, highlights the significance of the commercial equipment on the mobility of the population.

Key words: Settlement, Conditioning factors, Population size, Traditional commerce, Diversification, Street trade, Outstanding establishments.

Fecha de recepción: 27 de mayo de 2013. Fecha de aceptación: 28 de noviembre de 2013.

1 Dpto. Geografía. Facultad de Letras. Santocristo 1. Campus de la Merced. 30001 Murcia. jlandres@um.es

Una doble reflexión justifica la orientación dada a este trabajo, por una parte, la interrelación que existe entre la componente territorial y la componente social para justificar el emplazamiento del poblamiento y, por otra, el papel decisivo que juega el equipamiento comercial en la estructuración de las prácticas cotidianas de quienes lo ocupan. Una estructura social elige un emplazamiento donde satisfacer sus necesidades a través de una función concreta. Sin embargo, con el paso del tiempo las estructuras sociales evolucionan, surgen nuevas necesidades y hay que buscar otras funciones, esta evolución lleva consigo que cuanto en un principio se veía como positivo más tarde se convierta en la principal disfuncionalidad.

Siguiendo a Mérenne-Schoumaker (1985) el proceso de decisión del comportamiento espacial solo puede ser explicado teniendo en cuenta dos grandes grupos de características: las del consumidor y la de los comercios y lugares de compra. Las características que definen o determinan al consumidor son de dos tipos, espaciales y socio-económicas, entre las primeras juega un papel decisivo la distancia que separa al consumidor de las diferentes potencialidades de compra, una variable ineludible en la explicación del comportamiento espacial, a esta circunstancia debe sumarse las facilidades de transporte, la disponibilidad de vehículo para realizar el desplazamiento, en este aspecto adquieren relevancia los desplazamientos no comerciales, aprovechar el viaje por diferentes motivos para comprar en un lugar distinto al de residencia y con mayor equipamiento. Entre las características socio-económicas destacan fundamentalmente el sexo y el nivel socio-económico. El sexo se justifica porque tradicionalmente las compras las ha realizado la mujer, el nivel socio-económico incluye una serie de indicadores que determinan la capacidad de compra, la movilidad, las necesidades a satisfacer.

El objetivo de este trabajo se concreta en dar a conocer la organización territorial de la provincia de Teruel, en base al equipamiento comercial en relación con el poblamiento y disponibilidades económicas, el poblamiento entendido como lugar de residencia del consumidor y localización de los establecimientos comerciales. Presentar el aparato comercial como factor explicativo de la organización territorial turolense exige fijar un momento y disponer de las fuentes adecuadas. Para conocer las características del equipamiento comercial estructurador de las prácticas espaciales se cuenta con el documento elaborado a principios de los años sesenta por el Servicio Sindical de Estadística bajo el título de «*Una Investigación estadística sobre Comercio al por menor*», una investigación completa del comercio al por menor referida a toda España y a las postrimerías de 1964, aunque limitada a dos órdenes elementales de conocimiento: el número de establecimientos comerciales, especializados y mixtos, y las cifras de personal ocupado, comprendiendo a propietarios, familiares y asalariados.

Ante un objetivo tan concreto resulta oportuno organizar esta exposición en torno a dos grandes apartados interdependientes, en el primero se analiza la distribución del poblamiento relacionado con unos condicionantes que justifican los rasgos de la estructura del equipamiento comercial que se analiza en el segundo de los apartados, donde se presentan los elementos definidores del comercio al por menor en general o tradicional, poniendo énfasis en la diversificación comercial y en los índices de estructura para apuntar la tipología comercial de cada uno de los ámbitos territoriales establecidos en la citada fuente. Por último se presta particular atención a los establecimientos especiales por el importan-

tísimo papel que juegan en los pequeños municipios, donde «bares, tabernas y cafeterías» absorben una parte considerable del comercio minorista que se realiza en estos municipios.

1. DISTRIBUCIÓN DEL POBLAMIENTO: SUS CONDICIONANTES

El emplazamiento del poblamiento es el resultado de una compleja interrelación entre la componente territorial y la componente social. Esto es, en un momento determinado la componente social en razón a su estructura tiene que satisfacer unas necesidades con el desempeño de una función concreta, así surgen los primitivos emplazamientos del poblamiento que hoy encontramos en nuestro territorio. Sin embargo, con el paso de la historia se producen cambios en la estructura social, se buscan nuevas funciones capaces de satisfacer las necesidades inherentes a cada momento, surgen nuevos procesos productivos, se teje una estructura territorial basada en modernos sistemas de conexión, la continua modernización de las estructuras sociales llevan a la conclusión de que los condicionantes básicos del primitivo emplazamiento acaban por convertirse en su principal disfuncionalidad. La función tradicional se muestra incapaz de satisfacer las emergentes necesidades nacidas del cambio estructural y se inicia un proceso que al poco tiempo se muestra irreversible: el abandono.

La interrelación entre componente territorial y componente social que se advierte en los emplazamientos del poblamiento en la provincia de Teruel, cuando apenas se ha iniciado la segunda mitad de la pasada centuria, se define por una triple categoría de factores que justifican plenamente el atraso estructural en el que se sumerge el conjunto del territorio. Unos factores que interactúan como una seria adversidad al desarrollo. En primer lugar destaca la complicada accesibilidad a un cambio funcional como consecuencia de las condiciones físicas del territorio. En segundo lugar deben citarse unos condicionantes socioeconómicos impuestos por la subordinación a una agricultura tradicional definida por su desfase técnico y socio-cultural. Por último juega un papel definitivo el permanente aislamiento derivado de la fragilidad de las infraestructuras básicas.

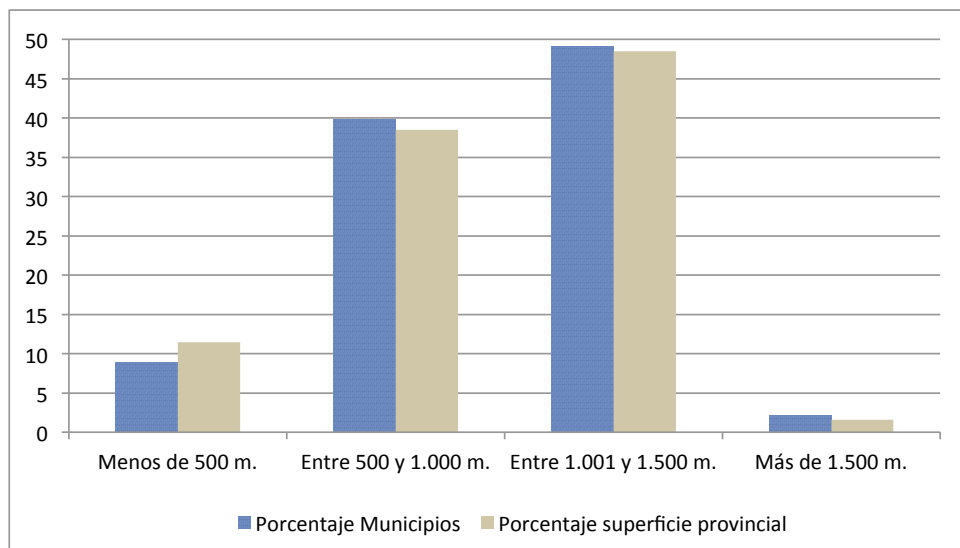
Los condicionantes físicos derivan del atormentado relieve en el que se asientan los 282 municipios. Desde el punto de vista morfológico se distinguen tres sistemas montañosos y otras tantas depresiones. Los primeros están constituidos por la Cadena Externa o Aragonesa de Montañas del borde ibérico de la Meseta, con las sierras de Cucalón (altitud 1.492 metros y orientación NNW-SSE) y San Just (altitud 1.513 metros y orientación casi E_W); que diverge claramente hacia el SE, de la Cadena Interna o Castellana de Montañas del borde ibérico de la Meseta, constituida por la Sierra Menera (altitud 1.519 metros y orientación NW-SE), la Serranía de Albarracín, con las cotas de máxima altitud en la zona del Tremedal (2.200 metros y orientación WNW-ESE) y los Montes Universales con altitudes similares a los anteriores y una orientación E_W más marcada. Ambas cadenas del borde ibérico de la Meseta se encuentran cerradas al sur, este y nordeste de la provincia, por los macizos de Javalambre (2.020 metros), (Gúdar 2.024 metros en Peñarroya) y Maestrazgo (1813 metros en Peñagolosa).

En el interior de estas cadenas del borde ibérico de la Meseta se alojan dos depresiones de dirección casi perpendicular: la de Calatayud-Montalban, de orientación WNW-ESE, y la de Calamocha-Teruel de orientación casi N_S. Por último, desde las estribaciones

septentrionales del Cucalón, a occidente, y del Maestrazgo, en el límite nororiental de la provincia, hacia el norte y nordeste, hasta el río Ebro, se extiende la grandiosa Depresión Ibérica».

Esta complicada morfología justifica la distribución del poblamiento según la altitud que se advierte en la figura nº 1:

FIGURA 1
Distribución del poblamiento según altitud sobre el nivel del mar (1960)



Condicionantes socioeconómicos: la actividad económica está claramente subordinada a una agricultura tradicional marcada por un serio desfase técnico y sociocultural. La fuente para conocer estos condicionantes es el Anuario del Mercado Español de 1965, publicado por el Banco Español de Crédito, un estudio sobre el mercado español con el propósito de «captar la realidad económica nacional», cuya segunda parte se titula «Fuentes de riqueza e instrumentos de Mercado», «que dan origen a toda actividad comercial», y que «ponen de relieve el diverso grado de riqueza y actividad comercial».

El análisis de las fuentes de riqueza se realiza a través de cinco apartados considerados fundamentales, aunque aquí solo interesa destacar los valores provinciales de los rendimientos medios por hectárea de las producciones agrícolas en el quinquenio 1958-59/1962-63, el consumo energético y los índices de capacidad de compra provincial. El análisis concluye estableciendo una clasificación de las provincias españolas en orden decrecientes a los valores alcanzados. En la valoración de la producción agrícola Teruel, en los diferentes productos seleccionados alcanzó entre las cincuenta provincias españolas, las siguientes posiciones: cereales: rendimiento 46 y valoración 46; leguminosas: rendimiento 15 y valoración 31; patata: rendimiento 27 y valoración 44; plantas azucareras: rendimiento 31 —tan solo participan 32 provincias— y valoración 31; hortalizas: rendimiento 14 y valoración 19; vid: rendimiento 43 y valoración 40;

frutas: rendimiento 43 y valoración 36; olivar: rendimiento 32 y valoración 27 —pero solo participan 35 provincias—; plantas textiles: rendimiento 40 y valoración 35; condimentos: rendimiento 50 y valoración 49.

En consumos energéticos, tomando el consumo de energía como expresivo de desarrollo industrial, la provincia aparece en el puesto 33 de las 48 que son valoradas.

Los índices de capacidad de compra se averiguan utilizando diversas series estadísticas relativas a 1963, estos índices son los siguientes (en paréntesis aparecen las cifras relativas a la provincia de Teruel): población según el Padrón Municipal en miles (206); número de matrimonios celebrados (1.191); número de nacidos vivos (3.295); número de automóviles de turismo 1,139; número de motocicletas (3.445); número de teléfonos, incluidas solicitudes pendientes (6.241); plazas de hostelería (675); ventas de cemento Portland nacional en toneladas (24.009). En la clasificación del índice primero de capacidad de compra provincial en orden decreciente la provincia de Teruel aparece en el puesto 48; en la clasificación del índice segundo de capacidad de compra se sitúa en el 49, por último, en el índice tercero de capacidad de compra aparece en el puesto 47.

A todos estos datos pesimistas, cabe añadir que el 20% de los hombres y la cuarta parte de las mujeres no saben leer ni escribir, entre la población activa por grandes grupos profesionales los agricultores suponen el 61,71%, en segundo lugar aparecen los artesanos-trabajadores diversos que significan el 12,16%.

Las infraestructuras básicas: los dos factores anteriores son suficientes para afirmar que se está ante un territorio encerrado en sí mismo y que justifica plenamente el aislamiento. Sin embargo, a esta situación contribuyen poderosamente la dotación y características de las infraestructuras básicas, tanto intra como extraprovinciales, son francamente deprimentes en todos los sentidos. En los momentos en que se sitúa este análisis ofrecen una situación indeseada para un cambio funcional y alcanzar un desarrollo local integrado, la inmensa mayoría de los municipios carecen de ferrocarril, aunque esta infraestructura ofrezca pocas alternativas, tan sólo dos carreteras nacionales atraviesan el territorio, las únicas comunicaciones a las que pueden acceder la mayoría de los municipios son de carácter comarcal complementada por una densa red local. Ni disponibilidad y mucho menos calidad sirven para vertebrar el territorio.

En estas circunstancias la distribución y evolución del poblamiento es la que se ofrece en las figuras nº 2 a nº 5:

En razón a los objetivos de este trabajo, conviene llamar la atención sobre el significado de los municipios con menos de mil habitantes, tanto en la fecha de partida como en la evolución experimentada, sin duda alguna son los que presentan un equipamiento comercial más débil y, además, acusan en mayor medida las disfuncionalidades derivadas de los condicionantes socioeconómicos. Insistiendo en la evolución no cabe duda que el declive experimentado por la provincia es consecuencia del atraso estructural que arrastra desde hace demasiadas décadas.

En primer lugar, llama la atención la desaparición de 46 municipios que han pasado a convertirse en entidades menores de municipios colindantes de mayor entidad de población. Pero esta desaparición de municipios se ve acompañada de la pérdida de 71.455 habitantes, una sangría que afecta principalmente a la población activa más emprendedora y mejor preparada.

FIGURA 2
Número de municipios en función de su tamaño poblacional (1960)

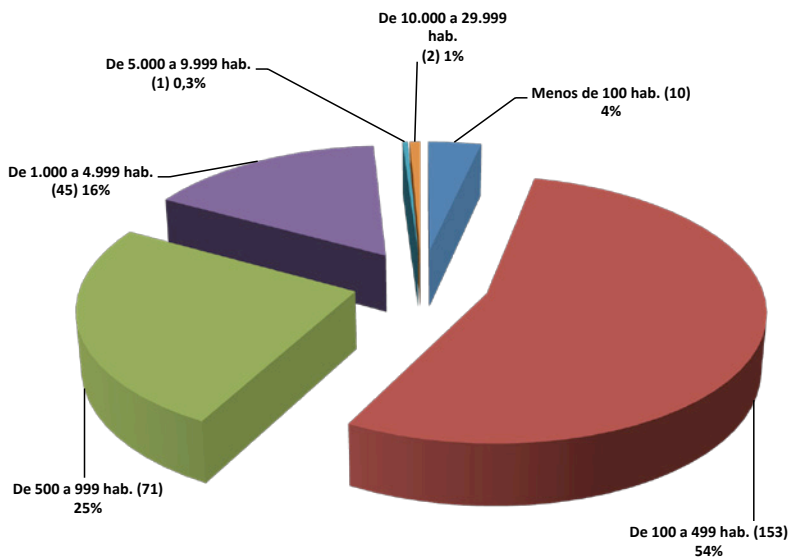


FIGURA 3
Población residente en municipios según tamaño poblacional (1960)

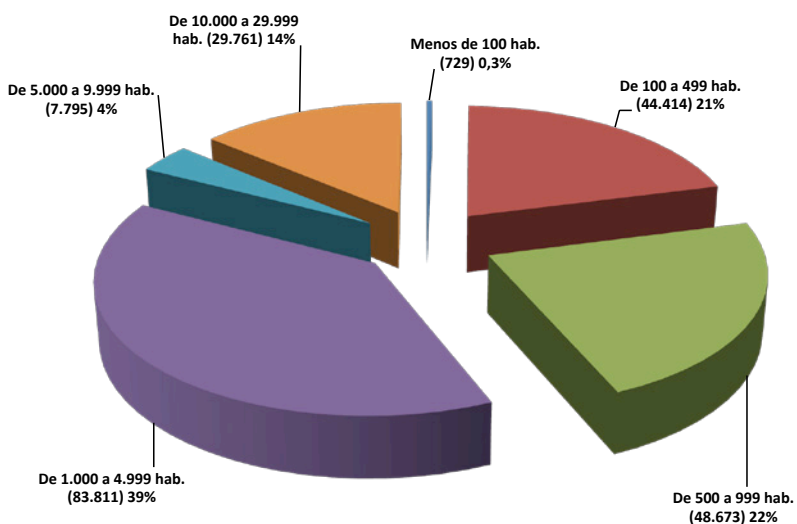


FIGURA 4
Número de municipios en función de su tamaño poblacional (2012)

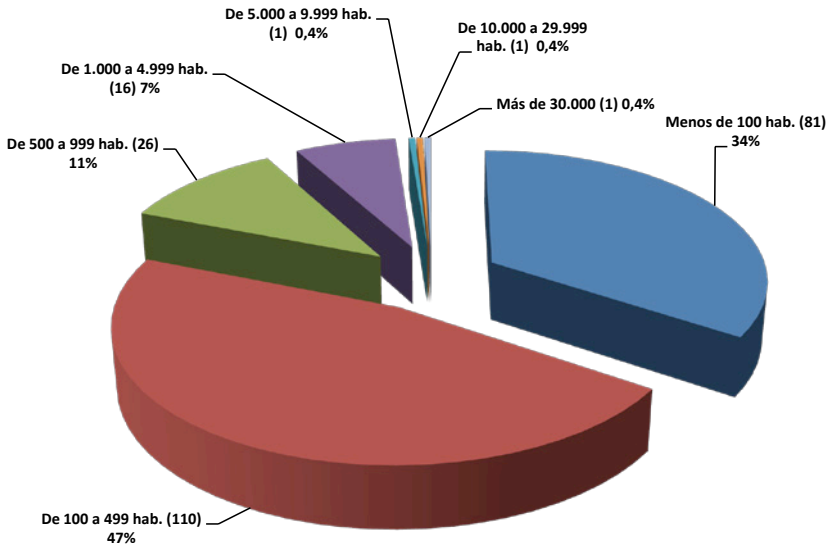
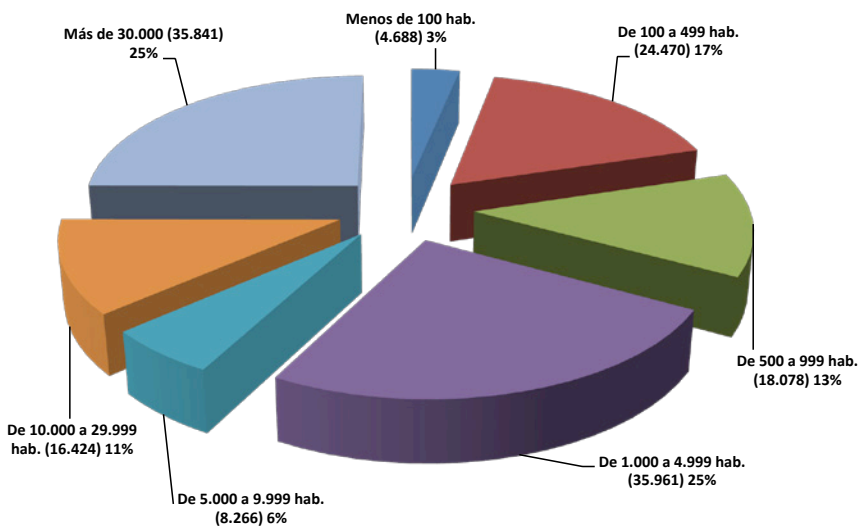


FIGURA 5
Población residente en municipios según tamaño poblacional (2012)



Los gráficos revelan que el equipamiento comercial va a estar condicionado por una débil demanda que justifica la escasa diversificación, circunstancia que da lugar a que una parte considerable de su comercio minorista se lleve a cabo en tabernas, bares y cafés. Mirando al futuro la evolución experimentada por los pequeños municipios puede calificarse de dramática, juicio que se justifica por la comparación de la situación en 1960 con la que hoy ofrece la provincia. Un dramatismo que se acentúa al comprobar que el peso demográfico de estos municipios se reduce prácticamente a la tercera parte del total provincial, fruto de un importante trasvase en el peso de los municipios menores de 100 habitantes, que en 2012 alcanzan al 3,26 %, cuando en 1960 tan sólo significaban el 0,33, todo lo contrario ocurre con los comprendidos entre 100 y 500 habitantes que de absorber el 20,64 % de la población se reduce al 17,02. Si el año 1960 prácticamente la mitad de la población contaba con un débil equipamiento comercial y para las compras no cotidianas tenían que desplazarse a otros municipios, ahora este volumen se ve sensiblemente reducido, pues tan sólo afecta a una tercera parte, lo que viene a confirmar el declive que sufre la provincia, a menor demanda reducción de la oferta. Se pone de relieve como la crisis del aparato comercial es exponente de la crisis socio-económica del territorio, a este declive contribuye poderosamente la disponibilidad de vehículos por parte de la población que le otorga mayor accesibilidad a centros con equipamiento capaz de satisfacer sus necesidades, la única disfuncionalidad para asistir a uno u otro centro está en la distancia a recorrer. Una movilidad que se ve cercenada por el escaso peso que tienen los municipios con mayor número de habitantes, afectados igualmente por la especialización adquirida por los grandes centros comerciales que flanquean la provincia. En la actualidad un altísimo porcentaje de compras excepcionales se realizan en Valencia o Zaragoza, dependiendo del emplazamiento de los municipios respecto de estos dos grandes centros comerciales.

2. LA ESTRUCTURA COMERCIAL

Metton, en la Introducción de Actes du Colloque International de Paris de 1985, afirma que «Las actividades comerciales en todo tiempo han ocupado un lugar preferente entre las actividades humanas. Han constituido siempre un lazo indispensable entre las poblaciones de las ciudades y de los campos, un lazo inevitable entre civilizaciones, que podrían haberse ignorado, y, en nuestras sociedades actuales, un lazo siempre manifiesto entre los grupos sociales a veces antagónicos y sin embargo comprometidos en unos comportamientos de compra que los unen. Las actividades comerciales son importantes para el desarrollo económico, para la vida social y para la identidad de las civilizaciones». A todo esto cabe añadir que el aparato comercial juega un papel fundamental en la organización de la vida cotidiana, así como que la estructura del aparato comercial está estrechamente ligada al paisaje y a la morfología social que lo ocupa a través de complejas prácticas.

En este sentido ahora se aborda el análisis de la estructura comercial en la provincia de Teruel en base a una fuente de indudable valía y que lamentablemente no ha tenido continuidad, se trata del trabajo de investigación llevado a cabo por el Servicio Sindical de Estadística sobre «Comercio al por menor». Una investigación completa del comercio al por menor referida a toda España y a los inicios de la década de los 60 de la pasada centuria, aunque limitada a dos órdenes elementales de conocimiento: el número de establecimientos

comerciales, especializados y mixtos, y las cifras de personal ocupado, comprendiendo a propietarios, familiares y asalariados. Su objetivo fundamental era llegar al conocimiento de los datos estructurales que configuran el comercio minorista «mediante la determinación del número de establecimientos y personal empleado en los mismos, con la máxima especificación posible de actividades y desglose de los datos para diversas agrupaciones en función de la importancia demográfica de los municipios españoles».

Según el Censo de 1960 y conforme a la estructura demográfica de los municipios establece las cuatro categorías espaciales siguientes: Municipios inferiores a 3.000 habitantes (273 en total); municipios de 3.001 a 10.000 habitantes (7); municipios de más de 10.000 habitantes (1); la Capital de provincia.

Las actividades comerciales las clasifica en: Comercio al por menor en general o tradicional; establecimientos especiales de comercio al por menor; comercio al por menor en vía pública; comercio ambulante; ferias.

En este trabajo se tienen en cuenta las categorías comerciales que tienen incidencia directa en la movilidad local, como es el comercio al por menor en general o tradicional y aquellos establecimientos que se califican como especial, además dado que el comercio ambulante frecuente con periodicidad el municipio y siempre ocupa el mismo espacio, acaba por ser considerado como «fijo» por lo esperado por la clientela para satisfacer una demanda de productos excepcionales que en la localidad o su entorno es difícil obtener.

2.1. Comercio al por menor en general o tradicional

La finalidad de este punto se centra en poner de relieve la oferta comercial permanente que condiciona las prácticas cotidianas en el territorio de referencia, además el análisis espacial de este equipamiento justifica la movilidad fuera del propio municipio cuando se trata de adquirir bienes de carácter semiexcepcional o excepcional.

En base a los datos contenidos en la citada fuente que recoge la investigación del Servicio Sindical de Estadística, se presentan los rasgos definidores del equipamiento comercial de cada una de las unidades espaciales establecidas. Estos rasgos se concretan en resaltar la diversificación comercial y los índices de estructura, que van a servir para marcar la tipología comercial de cada área.

2.1.1. La diversificación comercial

El papel que juega el equipamiento comercial como estructurador de las prácticas cotidianas de las gentes que ocupan el territorio, está en función de la capacidad de atracción y dinamización que tiene sobre la potencial clientela, tanto de la residente en la propia localidad como la del ámbito territorial en el que se localiza. Ahora bien, su diversificación está directamente relacionada con la demanda, con las necesidades que tiene la población.

Para interpretar el equipamiento comercial que se presentan en las figuras nº 6 a nº 13, elaborados para cada una de las áreas definidas, es aconsejable entender al equipamiento comercial estructurado en tres categorías, conforme a la frecuencia de relación que se establece entre oferta y demanda: compras corrientes; compras irregulares; compras excepcionales. En la tipología de compras corrientes se incluyen alimentación, productos de

FIGURA 6
Establecimientos comerciales en municipios con población inferior a 3.000 habitantes.

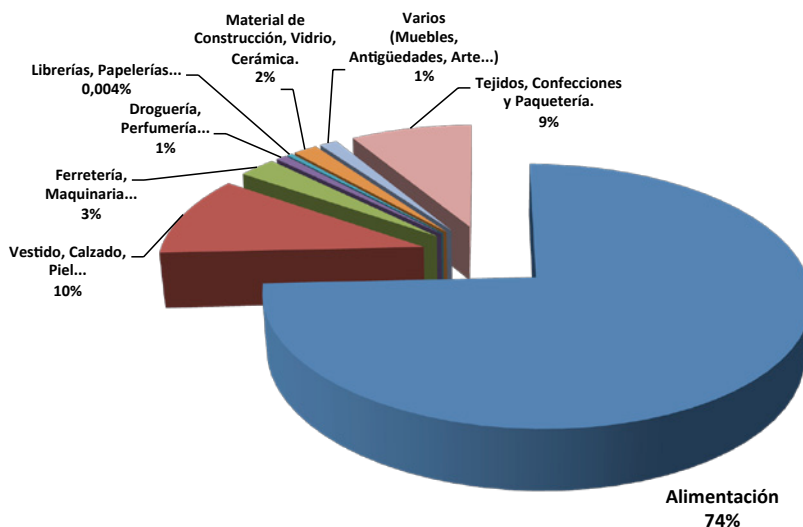


FIGURA 7
Personal ocupado en establecimientos comerciales en municipios con población inferior a 3.000 habitantes.

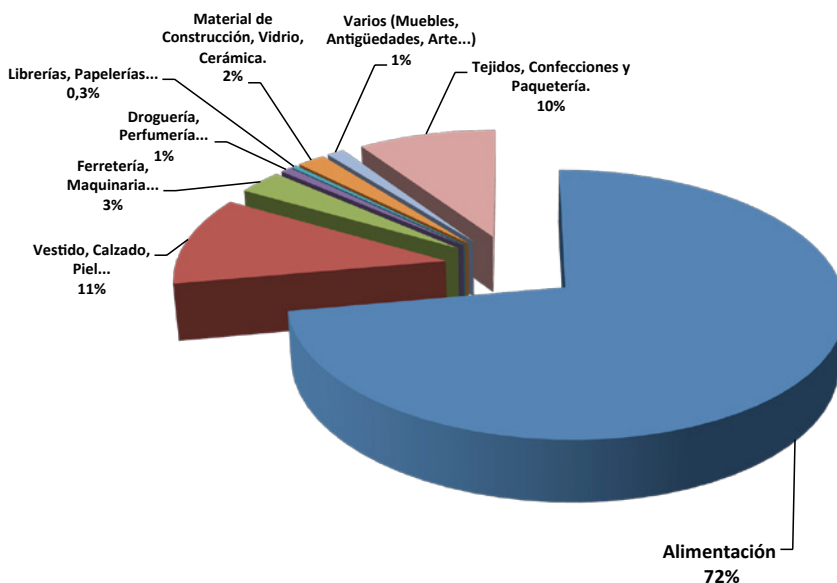


FIGURA 8
Establecimientos comerciales en municipios con población entre 3.000 y 10.000 hab.

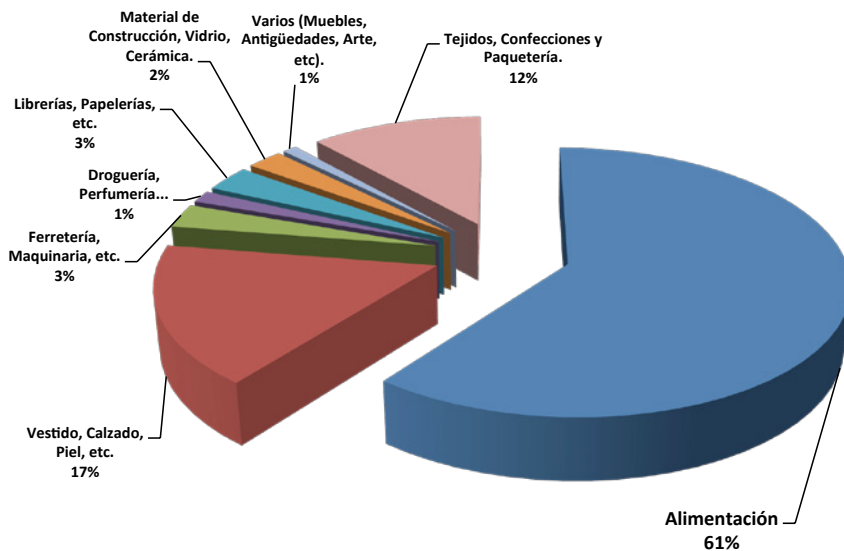


FIGURA 9
Personal ocupado en establecimientos comerciales en municipios con población entre 3.000 y 10.000 hab.

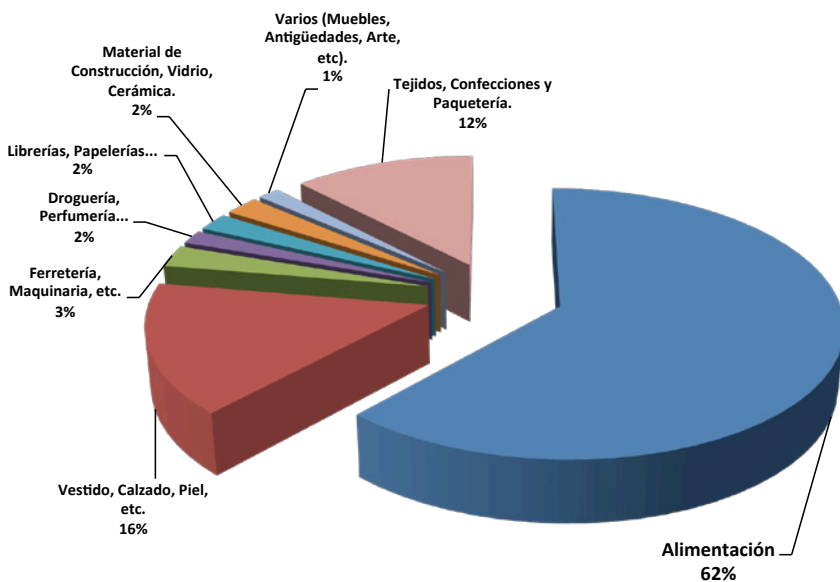


FIGURA 10
Establecimientos comerciales en municipios con población superior a 10.000 hab.

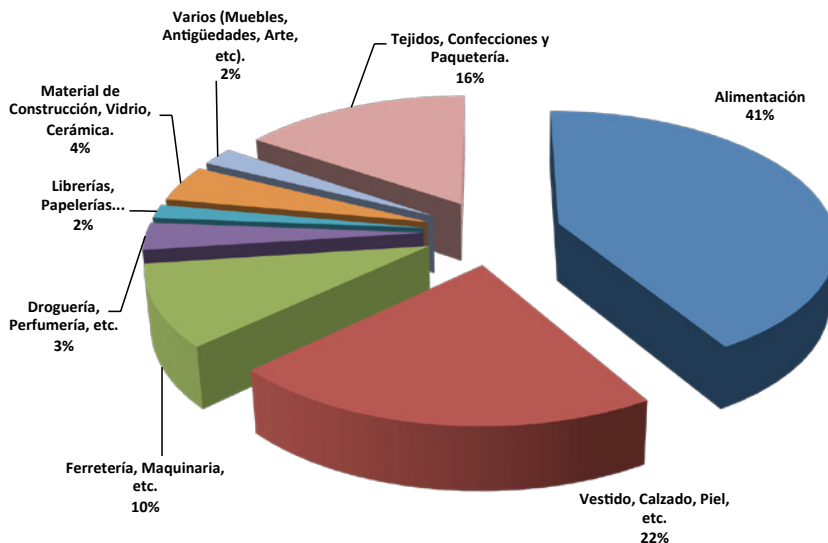


FIGURA 11
Personal ocupado en establecimientos comerciales en municipios con población superior a 10.000 hab.

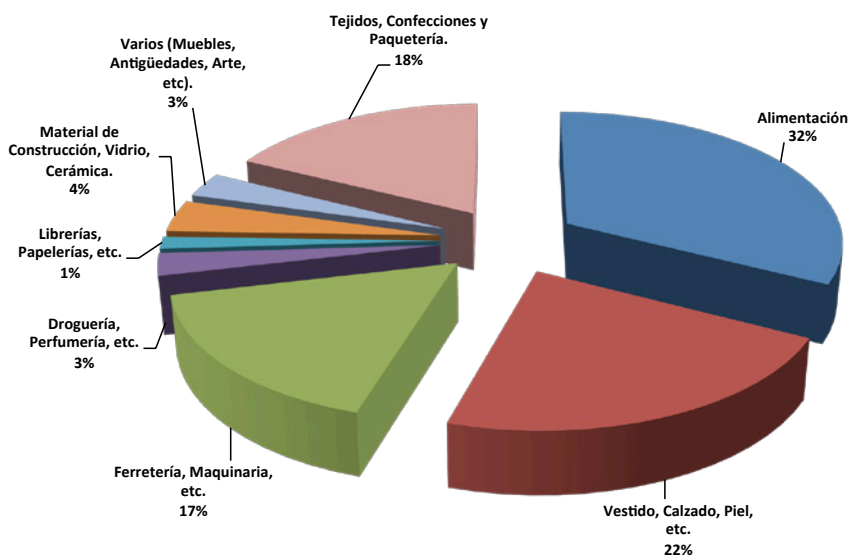


FIGURA 12
Establecimientos comerciales en la capital provincial.

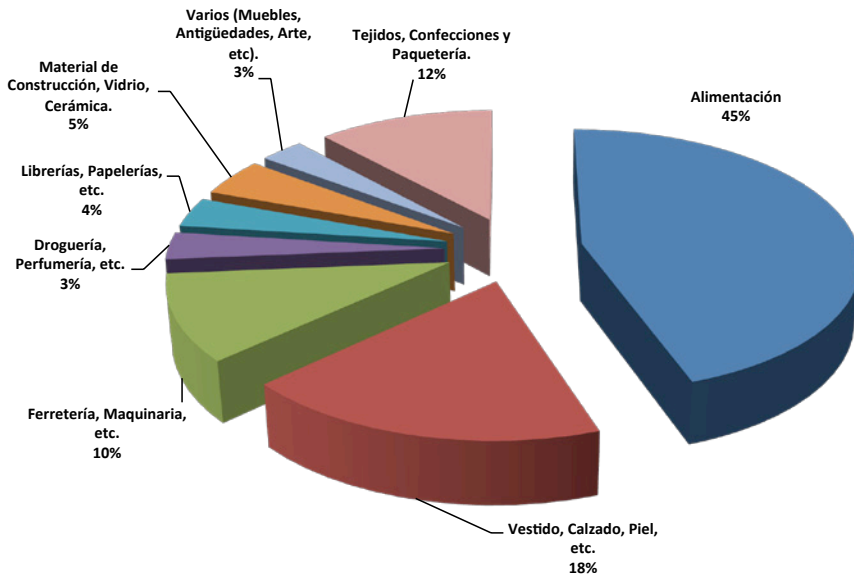
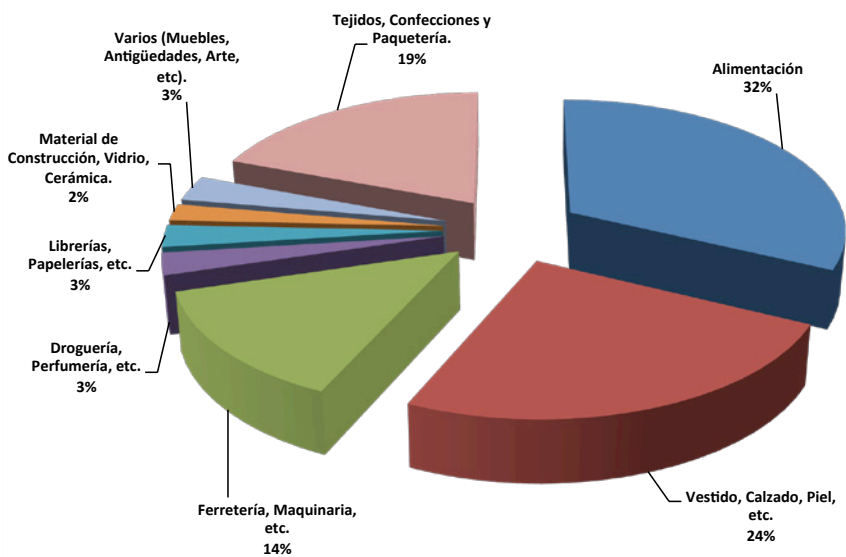


FIGURA 13
Personal ocupado en establecimientos comerciales de la capital provincial.



farmacia, droguería, perfumería, carburantes, librerías, juguetes, deportes y bares y cafeterías, todos estos establecimientos se caracterizan por plantear ofertas de frecuentación cotidiana o semanal, en ciertos productos puede llegar a ser quincenal. La frecuentación irregular hace referencia a artículos de temporada o de alguna vez al cabo del año, tales como calzado, textil, ferretería, artículos diversos para el hogar, accesorios, joyería, relojería, talleres de reparación y alojamiento. Por último, los artículos que integran la categoría de excepcionales, son muebles, electrodomésticos, materiales de construcción, instrumentos diversos, maquinaria en general y vehículos.

En los municipios menores de 10.000 habitantes se advierte un claro predominio de compras corrientes, donde destaca alimentación, aunque a medida que aumenta el tamaño demográfico disminuye el peso de las compras corrientes y con ellas de alimentación. En los municipios de más de 10.000 habitantes se equilibran compras corrientes con el resto y en la capital provincial se invierten totalmente los términos, debido a que el área de influencia es mayor y por ello la demanda.

Respecto del personal ocupado se descubre una situación similar, los comercios de frecuentación cotidiana, semanal o quincenal absorben mayor número de personas ocupadas, pero con una particularidad, la práctica totalidad del personal ocupado en este tipo de establecimientos son el propietario y los familiares, así en los municipios menores de 3000 habitantes en alimentación tan sólo aparecen 32 asalariados en un total de 273 municipios. Una situación que se repite para el resto de tipologías comerciales, destaca confección que llega a tener 13 empleados.

2.1.2. Índices de estructura

Con el propósito de poner de manifiesto, en toda su magnitud, la acomodación del comercio a las exigencias de la demanda, en unos momentos en que los hogares empiezan a adoptar modernas pautas de comportamiento y de equipamiento, factores que van a tener un fuerte impacto en la naturaleza y frecuencia de las compras, se impone poner de relieve la importancia del equipamiento de alimentación frente al conjunto del aparato comercial en cada una de las áreas definidas. En realidad se trata de enfrentar el peso de un comercio que está prácticamente supeditado a la población residente en la localidad durante todo el año, con aquel otro que justifica su presencia por la capacidad de atracción que tiene sobre las poblaciones del entorno.

En este sentido, para poner de relieve el papel jugado por el equipamiento comercial en cada una de las áreas se averiguan los índices de estructura que reflejan con claridad la relación directa que existe entre equipamiento comercial y volumen de población junto al tamaño del espacio al que deben servir.

Los índices de estructura de los municipios menores de 3000 habitantes ponen de relieve el peso de los establecimientos de alimentación como claro reflejo de la debilidad de este equipamiento para satisfacer la demanda, lo que permite calificarlos como muy subequipados, según se advierte en los índices siguientes: Alimentación/total= 0,75; Alimentación x 100/ total = 74,25; Alimentación/no alimentación = 2,88

Se descubre que las tres cuartas partes de los establecimientos comerciales se dedican a alimentación y que hay tres comercios de alimentación por cada uno de no alimenta-

ción. En esta débil diversificación inciden una doble corriente de circunstancias, la escasa demanda de productos no alimenticios y el hecho de que las compras de frecuentación irregular y excepcionales se realizan principalmente en la capital provincial, aprovechando viajes por diversas circunstancias.

Los índices de estructura en los municipios comprendidos entre 3000 y 10.000 habitantes mejoran sensiblemente como consecuencia de que ejercen como centros de atracción para un determinado número de municipios menores que, como se acaba de ver, tienen una débil diversificación comercial, desciende sensiblemente el peso de alimentación a favor del resto del equipamiento, un mayor volumen de población ejerce mayor demanda. Sin embargo, los valores que arrojan estos índices sirven para concluir que estos municipios están subequipados: Alimentación/total = 0,60; Alimentación x 100/total = 60,53; Alimentación/no alimentación = 1,53

Respecto del área anterior puede observarse el fuerte descenso del peso de alimentación en el conjunto del aparato comercial, además el número de establecimientos comerciales sobre el resto se reduce a la mitad,

El único municipio de más de 10.000 habitantes ejerce como subcapital provincial por su localización respecto de la capital provincial, esta circunstancia determina un interesante avance en las infraestructuras comerciales debido al volumen de población al que debe satisfacer sus necesidades, sin embargo también alcanza la tipología comercial de subequipado con los siguientes índices: Alimentación/total = 0,39; Alimentación x 100/total = 41,43; Alimentación/no alimentación = 1,92

Por último, la capital provincial revela el papel que desempeña en el territorio, a ella acuden gentes del conjunto provincial por diversos motivos, las líneas de transporte conectan la capital con diferentes áreas de la provincia pero también de provincias limítrofes, todo ello influye directamente en el fuerte retroceso que experimenta alimentación en relación con no alimentación y que el peso de alimentación caiga por debajo de la mitad del total. Sin embargo, pese a la manifiesta mejoría respecto del resto de las áreas no evita que sea calificada de subequipada.

3. COMERCIO AMBULANTE Y ESTABLECIMIENTOS ESPECIALES

El comercio ambulante tiene una presencia muy importante en los municipios menores de 3000 habitantes. Presenta como característica fundamental que casi las tres cuartas partes del total de las rúbricas que recorren estos municipios ofrecen artículos de frecuentación irregular, entre ellos destaca tejidos y confección en general que suponen más de la tercera parte del total, le siguen a bastante distancia calzado y cierto equipamiento para el hogar, principalmente artículos de uso cotidiano, en estos artículos de hogar se ejercía una economía de trueque con productos de ganadería. Un dato revelador de la vida cotidiana de estos municipios la ofrece el hecho de que el 60% de los ambulantes de alimentación ofertan frutas y verduras, a este dato debe añadirse el de pescado que alcanza la cuarta parte de los vendedores de productos de alimentación, artículos que adquieren el carácter de frecuentación irregular e incluso excepcional por la naturaleza del espacio estudiado. Sin embargo, el comercio ambulante cae drásticamente en el resto de los ámbitos territoriales señalados, únicamente en los municipios de 3.000 a 10.000 habitantes se advierte alguna

presencia, pero no llegan a 20 puestos y todos de artículos de frecuentación irregular, donde vuelven a destacar frutas y verduras en alimentación junto a tejidos, calzado y hogar.

Mayor trascendencia tienen en las prácticas cotidianas y en la capacidad de atracción de los municipios inmediatos los llamados establecimientos especiales, bien porque evitan la salida del municipio, encuentran relativa satisfacción a sus demandas en los denominados establecimientos mixtos, bien porque fuerzan la atracción de gentes de municipios del área de dominación por la oferta de productos de consumo no cotidiano, como ocurre con las farmacias y los puestos de gasolina.

Llama poderosamente la atención entre los denominados establecimientos especiales el peso significativo que alcanza la rúbrica relativa a «tabernas, bares y cafés», especialmente en los municipios más pequeños donde una parte muy considerable de su comercio minorista se llevaba a cabo en estos establecimientos, que bien podrían adquirir la denominación de mixtos, donde se vendían productos de alimentación muy concretos y otros artículos para el hogar y las personas, pero estos últimos generalmente se hacían por encargo. Una distribución que se pone de relieve en las figuras nº 14 y 15:

Un aspecto muy revelador de la vida cotidiana de los pequeños municipios, recuérdese que son 273, es la escasa presencia de farmacias frente a un mayor significado de estancos, aunque en los comercios mixtos pueden encontrarse productos de farmacia y de los estancos. Así mismo la mecanización y la automoción se veía muy limitada por las dificultades para abastecerse, cuando como se ha indicado es elemento clave en la modernización y desarrollo del territorio.

FIGURA 14
Distribución de los establecimientos especiales por rúbricas en municipios menores de 3.000 habitantes.

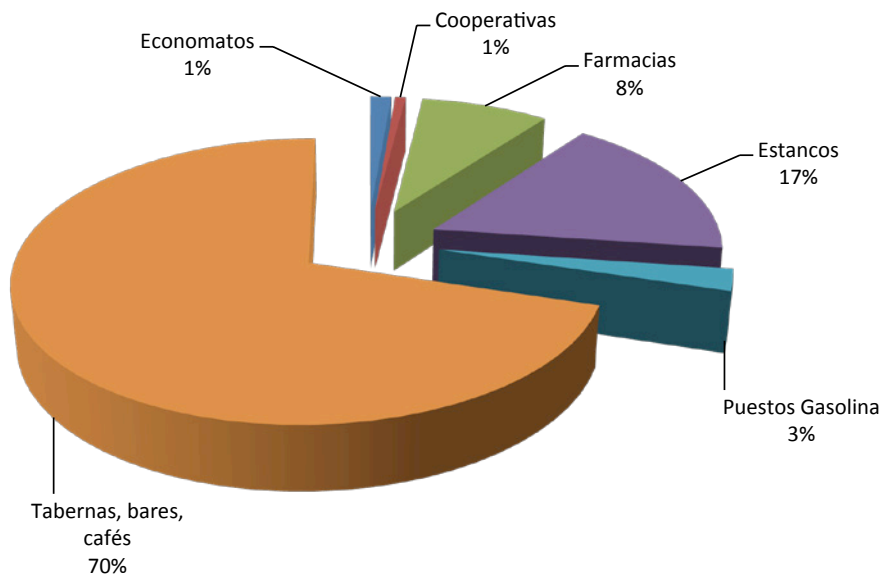


FIGURA 15
Distribución de la población ocupada en establecimientos especiales por rúbricas en municipios menores de 3.000 habitantes.

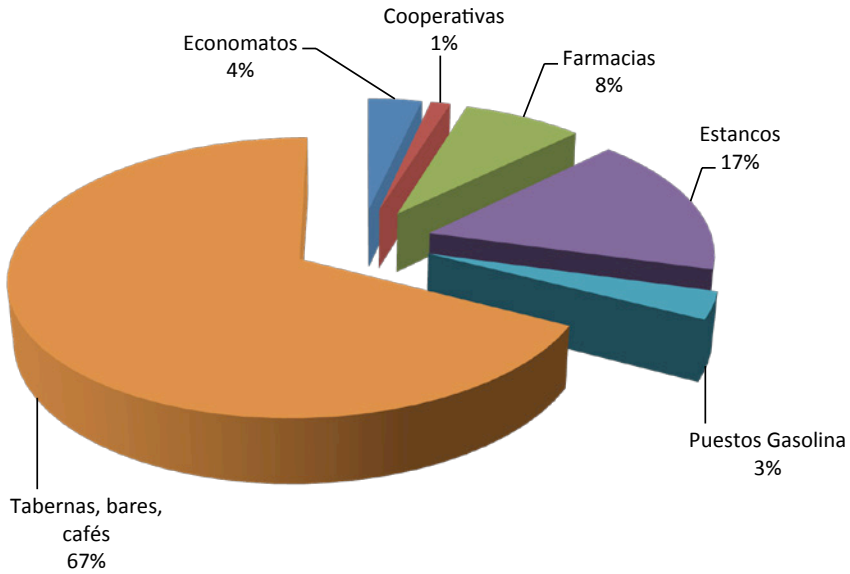


FIGURA 16
Distribución de los establecimientos comerciales especiales por áreas.

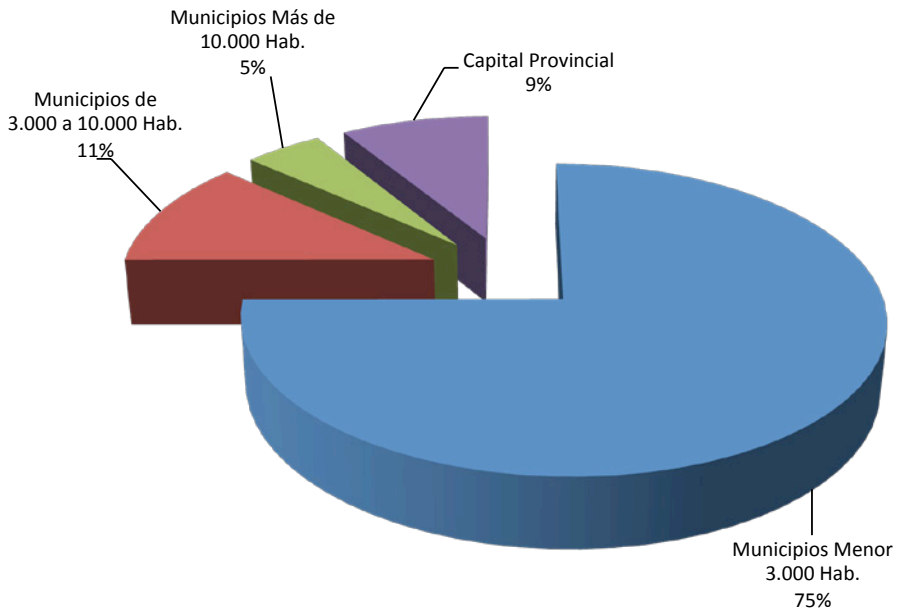
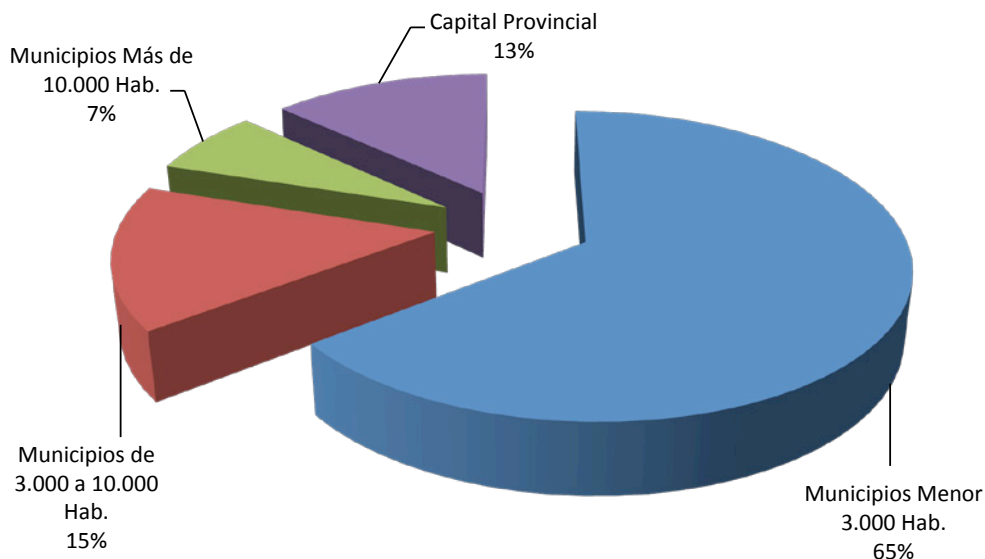


FIGURA 17
Distribución del personal ocupado en establecimientos comerciales especiales por áreas.



Por último señalar que los economatos tan sólo tienen importancia en los municipios mineros.

En el conjunto de establecimientos especiales la rúbrica de tabernas, bares y cafés absorbe la mayoría de los establecimientos y de las personas ocupadas, aunque su significado va cambiando con el tamaño demográfico del municipio, limitándose exclusivamente a sus características de servicio, una modificación que afecta tanto al número de establecimientos como al de personas ocupadas, fenómeno que se pone de relieve en las figuras nº 16 y 17.

CONCLUSIONES

El poblamiento en la provincia de Teruel es el claro reflejo del complejo equilibrio entre una componente territorial con fuertes condicionantes y una componente social obligada a evolucionar. Una complejidad que repercute directamente en su tamaño demográfico y en la estructura comercial que ha de satisfacer sus necesidades. En 1960 los municipios con menos de 1000 habitantes son el 82,97% del total provincial, acogen al 43,59% de la población y la práctica totalidad están emplazados por encima de los 1000 metros de altitud.

La diversificación comercial y los índices de estructura comercial llevan a definir a las cuatro áreas geográficas en que se divide la provincia como subequipadas. Llama poderosamente la atención la presencia de establecimientos especiales, que en los municipios menores de 1000 habitantes se denominan como mixtos, entre ellos destaca la fuerte presencia de tabernas, bares y cafés, locales donde se lleva a cabo casi toda la actividad comercial. El

comercio ambulante sólo se hace presente con fuerza en los municipios menores de 3.000 habitantes, constituye una oferta complementaria que moviliza a una importante demanda, más que por el número de rúbricas por el hecho de que muchas de ellas adquieren el calificativo de frecuentación irregular, como puede ser pescado y frutas y hortalizas, artículos ausentes en los comercios tradicionales por la naturaleza del emplazamiento.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS SARASA, J.L. (1996): *La actividad comercial en un municipio turístico: Mazarrón*. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena. Murcia.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (2002): «Equipamiento comercial en pequeñas ciudades históricas. El caso del Noroeste Murciano». *Evolución Urbana y actividades económicas en los núcleos históricos*. Grupo de Investigación Historia y Geografía del Urbanismo. Universidad de Murcia.
- ANDRÉS SARASA, J.L. *Imágenes rurales del Jiloca turolense*. Centro de Estudios del Jiloca. Zaragoza.
- BEAUJEU-GARNIER, J. et DELOBEZ, A. (1977): *La géographie du commerce*. Masson. Paris.
- CHEVALIER, P. (2005): «Activités tertiaires et dynamiques rurales». *Annales de Géographie* n° 641.
- COQUERY, M. (1977): *Mutations et structures de commerce de détail en France. Étude géographique*. Le Signe, 2 t. Paris.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER, B. *Le commerce de détail á Namur. Situation actuelle et evolution 1966-1977*. Etudes et Documents 1. Namur.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER, B. (1985): «Perception des commerces et comportement spatial des consommateurs. Considérations théoriques et empiriques». *Recherches géographiques et activités commerciales. Actes du Colloque International de Paris, 1985*. Union Géographique Internationale.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER, B. (2008): *Géographie des services et des commerces*. Presses Universitaires de Rennes. Rennes.
- MERLIN, P. (2002): *L'aménagement du territoire*. Economica. Paris.
- METTON, A. (1985): *Introduction a Recherches géographiques et activités commerciales. Actes du Colloque International de Paris. 1985*.
- SPORCK, J.A. (1964): «Étude de la localisation du commerce de détail: Aspects méthodologiques». *Bulletin de la Societé Belge d'Études Géographiques*. T. XXXIII.

