

GEOGRAFIA COMERCIAL DE ESPAÑA

DISTRIBUCION REGIONAL DEL MERCADO MINORISTA

■ ALFONSO REBOLLO



Uno de los aspectos más relevantes del comercio minorista es su distribución a lo largo del territorio, lo que es debido a unas cuantas razones. Citemos ahora sólo dos de ellas: en primer lugar, por las propias características de la actividad, que determinan su necesidad de estar próxima a los potenciales clientes; en segundo lugar, por la importancia que tiene en las economías locales y regionales, por su capacidad de generar empleo y fijar actividad económica en un territorio concreto.

El interés que se deriva de ello es, asimismo, muy amplio. Importa a los consumidores, como es obvio, pues determina la posibilidad real de satisfa-

cer sus necesidades de compra, y resulta fundamental para las empresas, en tanto que es determinante de sus estrategias. Máxime para las Administraciones públicas en cuanto que, cualquiera que sea su nivel, tienen responsabilidades en la ordenación y fomento de la actividad.

En este artículo se analiza como se distribuye el comercio a lo largo de la geografía española. En el primer apartado, se realiza una descripción de la demanda en las distintas Comunidades Autónomas. En el segundo, se revisa cuál es la distribución de los equipamientos comerciales, comenzando por la aportación del comercio a la actividad económica regional. En el tercer y

último apartado se recoge la ubicación de las sedes de las grandes empresas de distribución comercial en España, que pudiera determinar la acción del llamado "efecto sede".

Este artículo tiene el propósito de ser cabecera de otros que sucesivamente se irán dedicando en DISTRIBUCION Y CONSUMO a las distintas Comunidades Autónomas en particular, por lo que su planteamiento no debe ser entrar en el detalle y concluir sobre cada caso particular, sino que debe ceñirse a la tarea de "abrir" la cuestión, procurando el mejor encaje de los análisis más particularizados que habrán de seguirle. Con este criterio, se han planteado los temas generales y más

directamente referidos a la actividad comercial que permitan, posteriormente, dar una dimensión más ajustada a esos análisis particulares. Consecuentemente, se ha tomado como unidad de análisis a la Comunidad Autónoma y a la provincia.

Debe señalarse, además, que la falta de datos detallados sobre el conjunto del mercado español impide tratar homogéneamente las muy diversas situaciones que se dan en el comercio minorista a todo lo largo y ancho de la geografía estatal. Esta es otra razón, por lo demás determinante, para abordar sucesivamente el análisis territorial de la distribución comercial, dedicando este artículo a presentar una panorámica general de la cuestión.

LA DEMANDA DE SERVICIOS COMERCIALES

La demanda de servicios comerciales minoristas por los consumidores se analiza con el propósito de examinar los factores que determinan el volumen

total de negocio de los minoristas. Así se estudian, primero, las unidades que determinan, básicamente, el gasto de los individuos y, en segundo lugar, los factores principales para explicar el comportamiento del gasto de los consumidores.

–LAS “UNIDADES DE GASTO”

En las economías domésticas, puede determinarse que las “unidades” que condicionan el volumen total de gasto son el número y características de los individuos que conforman los hogares, junto al número y características de las viviendas. En el cuadro nº 1 se recogen el total de ambos, junto a la renta familiar disponible, según Comunidades Autónomas y provincias.

Se trata de datos bien conocidos, por lo que se nos excusará ahora de tratarlos más en profundidad. Baste con señalar el consabido efecto de concentración de la población, que hace que más de un tercio del total de la población (34,3%) se concentre en sólo cua-

tro de las cincuenta provincias: Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla. Lógicamente, las viviendas no alcanzan el mismo grado de concentración (las cuatro provincias mencionadas suponen el 31,6% del total), repartiéndose más a favor de las zonas que alimentaron la concentración de la población en las grandes urbes.

La consideración como “unidades de gasto” de unas y otras viviendas es, no obstante, bien diferente. Así, deben distinguirse distintas clases de viviendas secundarias, como las que, de forma más o menos encubierta, se dedican a alquilarlas en temporadas turísticas, de las que se han recuperado como residencias de fin de semana en el medio rural. Unas y otras generarán muy diversos volúmenes de gasto para su equipamiento y mantenimiento, pero, en todo caso, todas tienen gran importancia para explicar los volúmenes de gasto estacionales y los distintos grados de equipamiento comercial, por ejemplo, entre unas y otras zonas costeras, como se verá más adelante.



CUADRO Nº 1

DEMANDA DE SERVICIOS COMERCIALES: LAS UNIDADES DE GASTO
Por Comunidades Autónomas y Provincias

	NUMERO DE HABITANTES		NUMERO DE VIVIENDAS		RENTA FAMILIAR DISPONIBLE		
	(Miles)	%	(Miles)	%	TOTAL (Mill. Pts.)	POR PERSONA (Miles Pts.)	% S/MEDIA NACIONAL
ANDALUCIA	6.865,95	17,8	2.828,28	16,5	5.029.709	732.558,35	81,9
Almería	449,56	1,2	213,68	1,2	346.418	770.576,37	86,14
Cádiz	1.065,02	2,8	390,52	2,3	740.734	695.515,09	77,75
Córdoba	746,13	1,9	280,88	1,6	543.772	728.792,82	81,46
Granada	782,57	2,0	345,60	2,0	543.196	694.117,21	77,59
Huelva	439,07	1,1	194,29	1,1	332.928	758.253,77	84,76
Jaén	631,66	1,6	261,57	1,5	456.864	723.280,90	80,85
Málaga	1.148,74	3,0	572,69	3,3	897.595	781.376,91	87,34
Sevilla	1.603,22	4,1	569,07	3,3	1.168.202	728.660,73	81,45
ARAGON	1.189,74	3,1	573,96	3,3	1.112.266	934.883,93	104,50
Huesca	208,16	0,5	108,44	0,6	190.973	917.416,08	102,55
Teruel	144,42	0,4	91,89	0,5	129.759	898.508,48	100,44
Zaragoza	837,16	2,2	373,63	2,2	791.534	945.502,46	105,69
ASTURIAS	1.098,13	2,8	462,05	2,7	945.847	861.327,51	96,28
BALEARES	705,21	1,8	413,68	2,4	799.048	1.133.072,00	126,66
CANARIAS	1.475,56	3,8	580,10	3,4	1.263.814	856.500,77	95,74
Las Palmas	758,05	2,0	278,38	1,6	653.920	862.632,11	96,43
S. C. Tenerife	717,50	1,9	301,72	1,8	609.894	850.022,93	95,02
CANTABRIA	526,49	1,4	225,82	1,3	448.897	852.618,84	95,31
CAST Y LEON	2.545,64	6,6	1.268,29	7,4	2.144.727	842.508,61	94,18
Avila	174,53	0,5	119,74	0,7	134.266	769.287,18	85,99
Burgos	352,79	0,9	187,71	1,1	326.576	925.684,68	103,47
León	525,51	1,4	246,61	1,4	432.033	822.116,67	91,90
Palencia	185,15	0,5	87,36	0,5	161.468	872.088,19	97,48
Salamanca	357,33	0,9	173,41	1,0	276.156	772.836,16	86,39
Segovia	146,98	0,4	85,07	0,5	121.525	826.824,42	92,42
Soria	94,59	0,2	60,44	0,4	79.674	842.353,00	94,16
Valladolid	495,13	1,3	195,63	1,1	431.150	870.777,89	97,34
Zamora	213,63	0,6	112,33	0,7	181.879	851.373,87	95,17
C.LA MANCHA	1.649,20	4,3	819,10	4,8	1.282.161	777.444,22	86,90
Albacete	339,68	0,9	157,57	0,9	247.880	729.739,20	81,57
Ciudad Real	472,78	1,2	201,96	1,2	357.854	756.917,62	84,61
Cuenca	204,92	0,5	118,64	0,7	159.996	780.757,74	87,27
Guadalajara	145,25	0,4	100,93	0,6	128.493	884.627,30	98,88
Toledo	486,56	1,3	240,01	1,4	387.938	797.301,07	89,12

	NUMERO DE HABITANTES		NUMERO DE VIVIENDAS		RENTA FAMILIAR DISPONIBLE		
	(Miles)	%	(Miles)	%	TOTAL (Mill. Pts.)	POR PERSONA (Miles Pts.)	% S/MEDIA NACIONAL
CATALUÑA	6.023,28	15,6	2.746,20	16,0	6.584.802	1.093.225	122,20
Barcelona	4.625,06	12,0	1.898,04	11,1	5.051.649	1.092.234	122,09
Gerona	507,71	1,3	336,82	2,0	641.500	1.263.514	141,24
Lérida	350,62	0,9	163,86	1,0	348.645	994.364	111,15
Tarragona	539,89	1,4	347,48	2,0	543.008	1.005.785	112,40
COM. VALENCIANA	3.837,89	9,9	2.086,89	12,2	3.662.945	954.416	106,69
Alicante	1.284,34	3,3	788,63	4,6	11.182.837	920.971	102,95
Castellón	444,75	1,2	268,97	1,6	419.627	943.514	105,47
Valencia	2.108,81	5,5	1.029,30	6,0	2.060.481	977.084	109,22
EXTREMADURA	1.056,33	2,7	469,85	2,7	719.203	680.849	76,11
Badajoz	646,35	1,7	264,01	1,5	434.843	672.771	75,20
Cáceres	409,99	1,1	205,85	1,2	284.360	693.584	77,53
GALICIA	2.733,13	7,1	1.132,22	6,6	2.279.848	834.152	93,24
La Coruña	1.095,52	2,8	446,22	2,6	891.029	813.342	90,92
Lugo	386,22	1,0	167,42	1,0	295.304	764.608	85,47
Orense	356,46	0,9	186,70	1,1	316.378	887.567	99,21
Pontevedra	894,95	2,3	331,89	1,9	777.137	868.362	97,07
MADRID	4.904,19	12,7	1.927,38	11,2	4.709.889	960.381	107,35
MURCIA	1.032,93	2,7	482,16	2,8	843.615	816.723	91,29
NAVARRA	517,85	1,3	202,04	1,2	489.323	944.919	105,62
PAIS VASCO	2.097,20	5,4	773,85	4,5	1.906.172	908.911	101,60
Alava	271,62	0,7	105,74	0,6	270.796	996.977	111,44
Guipúzcoa	672,79	1,7	244,81	1,4	635.628	944.762	105,61
Vizcaya	1.152,79	3,0	423,30	2,5	999.748	867.239	96,94
RIOJA	263,03	0,7	128,34	0,7	260.324	989.715	110,63
CEUTA	66,89	0,2	18,26	0,1	46.599	696.651	77,87
MELILLA	55,98	0,1	15,91	0,1	42.651	761.869	85,16
TOTAL	38.644,61	100,0	17.154,37	100,0	34.571.840	894.609	100,00

FUENTES:

BBV. "Renta Nacional de España y su distribución provincial. 1989". Bilbao, 1992."

"INE. "Censo de Viviendas. 1991. Avance de resultados". Madrid, 1991."

Elaboración propia.

CUADRO Nº 2

ESTRUCTURA PORCENTUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES
Por Comunidades Autónomas y Provincias

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	
	ALIM	VC	VCA	MMCH	SMCS	TC	EEC	OBS	OG	TOTAL
ANDALUCIA	31,6	11,6	9,6	6,3	2,6	13,3	6,0	14,7	4,3	100,0
Bienes	31,5	11,4	0,0	5,3	1,2	9,2	3,1	1,9	0,0	64,5
Servicios	0,0	0,1	9,59	0,93	1,41	3,50	2,86	12,76	4,33	35,5
ARAGON	29,1	13,6	10,7	6,7	2,7	13,1	5,9	14,0	4,4	100,0
Bienes	29,0	13,2	0,0	5,8	1,0	8,4	2,8	1,7	0,0	62,3
Servicios	0,0	0,3	10,7	0,8	1,5	4,6	3,0	12,1	4,3	37,6
ASTURIAS	26,6	12,7	10,6	5,9	2,6	15,2	6,8	14,1	5,5	100,0
Bienes	26,5	12,4	0,0	5,2	1,0	10,0	3,6	2,0	0,0	61,1
Servicios	0,0	0,2	10,5	0,7	1,5	5,2	3,1	12,0	5,4	38,9
BALEARES	25,1	10,4	9,4	6,6	4,0	16,3	6,9	15,3	6,0	100,0
Bienes	25,1	10,2	0,0	5,1	1,4	11,1	3,0	1,9	0,0	58,1
Servicios	0,0	0,1	9,4	1,4	2,5	5,2	3,8	13,3	6,0	41,9
CANARIAS	28,8	9,3	9,0	6,7	3,7	15,4	8,0	14,1	4,9	100,0
Bienes	28,7	9,2	0,0	5,3	1,9	9,9	3,8	2,1	3,0	64,3
Servicios	0,0	0,0	9,0	1,3	1,8	5,4	4,1	11,9	1,9	35,7
CANTABRIA	27,7	13,6	12,3	5,6	3,0	14,3	5,5	13,1	5,0	100,0
Bienes	27,7	13,4	0,0	4,8	1,1	9,3	3,0	1,7	0,0	61,4
Servicios	0,0	0,1	12,3	0,7	1,8	4,9	2,4	11,2	4,9	38,6
CASTILLA Y LEON	29,6	11,8	10,4	6,5	2,2	13,7	5,9	14,1	5,8	100,0
Bienes	29,6	11,6	0,0	5,4	0,9	9,7	3,0	2,0	0,0	62,5
Servicios	0,0	0,1	10,3	1,0	1,2	3,8	2,8	12,0	5,8	37,4
CASTILLA-LA MANCHA	29,6	12,0	10,9	6,8	2,9	13,3	5,2	13,8	5,5	100,0
Bienes	29,5	11,9	0,0	6,1	1,2	9,5	2,7	1,8	0,0	62,9
Servicios	0,0	0,1	10,9	0,7	1,6	3,7	2,5	11,8	5,5	37,0
CATALUÑA	27,0	10,3	11,1	6,4	3,7	14,2	8,9	14,3	4,2	100,0
Bienes	26,9	10,1	0,0	4,8	1,1	10,1	4,3	1,8	0,0	59,5
Servicios	0,0	0,1	11,1	1,5	2,4	4,0	4,6	12,4	4,2	40,6
COM. VALENCIANA	28,3	11,4	9,3	6,9	3,2	14,6	6,4	14,7	5,2	100,0
Bienes	28,2	11,2	0,0	5,7	1,5	10,6	3,4	2,1	0,0	63,0
Servicios	0,0	0,1	9,2	1,2	1,7	3,9	2,9	12,5	5,2	37,0

La consideración de la renta familiar disponible "por persona" (cuadro nº 1), muestra la existencia de distintos atractivos de los mercados provinciales. Además de las conocidas diferencias entre las cifras medias de unas y otras provincias (desde el índice 141,2 sobre la media nacional, correspondiente a Gerona, hasta el índice 75,2 de Bada-

joz), la renta disponible por persona evidencia que, junto a los grandes centros de consumo a que dan lugar las grandes concentraciones urbanas o las provincias con niveles de renta muy superiores a la media, existen mercados locales de menor tamaño, con niveles de renta suficientes para soportar una cantidad notable de actividad minorista.

EL COMPORTAMIENTO DEL GASTO

Dos han sido los aspectos principales tratados en este punto: la distribución del gasto entre los distintos grupos de productos, y entre bienes y servicios. En total, el gasto relativo en la compra de bienes de alimentación de



	(1) ALIM	(2) VC	(3) VCA	(4) MMCH	(5) SMCS	(6) TC	(7) EEC	(8) OBS	(9) OG	TOTAL
EXTREMADURA	30,3	13,6	8,9	6,5	2,8	13,4	5,6	14,4	4,6	100,0
Bienes	30,2	13,4	0,0	5,6	1,1	9,8	3,3	2,1	0,0	65,9
Servicios	0,0	0,2	8,8	0,8	1,6	3,5	2,2	12,2	4,5	34,1
GALICIA	30,4	12,2	9,8	6,5	2,5	14,4	6,3	12,6	5,2	100,0
Bienes	30,4	12,0	0,0	5,7	0,9	10,7	3,3	1,7	0,0	65,1
Servicios	0,0	0,1	9,8	0,7	1,5	3,6	2,9	10,8	5,1	35,0
MADRID	26,3	9,9	9,9	5,7	3,4	14,4	8,4	16,9	5,1	100,0
Bienes	26,3	9,6	0,0	4,5	1,2	9,4	3,9	1,6	0,0	56,7
Servicios	0,0	0,2	9,8	1,1	2,2	5,0	4,5	15,2	5,0	43,3
MURCIA	29,8	10,4	9,4	6,3	2,3	15,8	5,1	15,3	5,6	100,0
Bienes	29,8	10,3	0,0	5,4	1,4	13,7	2,7	2,1	0,0	65,6
Servicios	0,0	0,0	9,3	0,9	0,8	2,0	2,3	13,1	5,6	34,4
NAVARRA	24,0	12,1	9,4	8,3	3,0	15,2	6,9	15,3	5,8	100,0
Bienes	24,0	11,9	0,0	7,4	0,9	11,4	3,3	1,7	0,0	60,9
Servicios	0,0	0,1	9,4	0,8	2,0	3,7	3,5	13,5	5,8	39,1
PAIS VASCO	26,6	11,2	9,7	6,6	2,7	14,3	7,3	16,5	5,1	100,0
Bienes	26,6	10,9	0,0	5,4	1,0	10,2	3,6	1,9	0,0	59,8
Servicios	0,0	0,1	9,7	1,2	1,6	4,1	3,6	14,6	5,1	40,2
RIOJA	29,9	10,4	9,8	6,3	2,7	13,0	6,3	15,6	6,0	100,0
Bienes	29,9	10,2	0,0	5,5	1,0	9,8	2,9	2,0	0,0	61,6
Servicios	0,0	0,1	9,7	0,7	1,6	3,1	3,3	13,5	6,0	38,4
TOTAL NACIONAL	28,4	11,2	10,1	6,4	3,	14,2	7,1	14,8	4,9	100,0
Bienes	28,3	11,0	0,0	5,2	1,2	9,9	3,5	1,8	0,0	61,3
Servicios	0,0	0,1	10,0	1,1	1,8	4,2	3,5	12,9	4,9	38,7

GRUPOS

(1) ALIM: ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO

(2) VC: VESTIDO Y CALZADO

(3) VCA: VIVIENDA, CALEFACCION Y ALUMBRADO

(4) MMCH: MOBILIARIO, MENAJE Y CONSERVACION DEL HOGAR

(5) SMCS: SERVICIOS MEDICOS Y GASTOS SANITARIOS

(6) TC: TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

(7) EEC: ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA

(8) OBS: OTROS BIENES Y SERVICIOS

(9) OG: OTROS GASTOS NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE

FUENTE: INE. Encuesta de Presupuestos Familiares 1990/91. Elaboración propia

los consumidores españoles supuso ya en 1991 menos del treinta por ciento (28,4%) (ver cuadro nº 2) con lo que ello conlleva de evolución de los hábitos de consumo y de transformación del mercado, con pérdida de cuota de mercado para los comercior-minoristas del segmento de alimentación.

Ocho Comunidades Autónomas quedaron por debajo de la media, destacando Navarra, cuyos consumidores dedican a la compra de este tipo de productos únicamente el 24% de su gasto total. En sentido contrario, en Andalucía, Extremadura y Galicia, aún se supera la barrera del 30%. Sin embargo, ello no significa que estos

sean exactamente los porcentajes de su gasto que dedican los consumidores a satisfacer la función de alimentación, sino sólo a la compra de productos alimenticios.

La otra forma de resolver esta necesidad, la comida fuera del hogar, determinada fuertemente por el cambio en los usos laborales, también muestra

CUADRO Nº 3

PRODUCCION Y EMPLEO DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL
Distribución regional por Comunidades Autónomas y Provincias

	VALOR AÑADIDO BRUTO (*)					EMPLEO (*)			
	V.A.B. TOTAL REGIONAL (A) (Mill.Pts.)	TOTAL V.A.B. COMERCIO (B) (Mill. Pts.)	% B S/ A	% B S/ VAB NACIONAL COMERCIO	% B S/ VAB COMERCIO REGIONAL	Nº DE EMPLEOS	% SOBRE TOTAL NACIONAL	% SOBRE TOTAL CCAA	% VAB % EMPLEO
ANDALUCIA	5.728.883,00	680.365,00	11,88	12,33	100,00	255.482,00	13,62	100,00	0,91
Almería		51.930,00		0,94	7,63	20.599,00	1,10	8,06	0,86
Cádiz		95.428,00		1,73	14,03	36.312,00	1,94	14,21	0,89
Córdoba		61.963,00		1,12	9,11	24.726,00	1,32	9,68	0,85
Granada		69.276,00		1,26	10,18	26.789,00	1,43	10,49	0,88
Huelva		37.433,00		0,68	5,50	15.500,00	0,83	6,07	0,82
Jaén		43.561,00		0,79	6,40	17.780,00	0,95	6,96	0,83
Málaga		140.660,00		2,55	20,67	48.089,00	2,56	18,82	0,99
Sevilla		180.114,00		3,26	26,47	65.687,00	3,50	25,71	0,93
ARAGON	1.544.104,00	155.439,00	10,07	2,82	100,00	55.303,00	2,95	100,00	0,96
Huesca		20.875,00		0,38	13,43	8.038,00	0,43	14,53	0,88
Teruel		10.352,00		0,19	6,66	4.121,00	0,22	7,45	0,85
Zaragoza		124.212,00		2,25	79,91	43.144,00	2,30	78,01	0,98
ASTURIAS	1.169.731,00	133.366,00	11,40	2,42	100,00	46.534,00	2,48	100,00	0,97
BALEARES	1.145.407,00	137.053,00	11,97	2,48	100,00	46.380,00	2,47	100,00	1,00
CANARIAS	1.756.943,00	281.527,00	16,02	5,10	100,00	99.582,00	5,31	100,00	0,96
Las Palmas		144.616,00		2,62	51,37	51.778,00	2,76	52,00	0,95
S. C. Tenerife		136.911,00		2,48	48,63	47.804,00	2,55	48,00	0,97
CANTABRIA	583.146,00	64.227,00	11,01	1,16	100,00	21.225,00	1,13	100,00	1,03
CASTILLA Y LEON	2.740.627,00	258.750,00	9,44	4,69	100,00	98.540,00	5,25	100,00	0,89
Ávila		12.707,00		0,23	4,91	5.414,00	0,29	5,49	0,80
Burgos		42.463,00		0,77	16,41	15.692,00	0,84	15,92	0,92
León		49.281,00		0,89	19,05	18.485,00	0,99	18,76	0,91
Palencia		18.482,00		0,33	7,14	7.231,00	0,39	7,34	0,87
Salamanca		34.740,00		0,63	13,43	14.122,00	0,75	14,33	0,84
Segovia		13.603,00		0,25	5,26	5.441,00	0,29	5,52	0,85
Soria		8.197,00		0,15	3,17	3.155,00	0,17	3,20	0,88
Valladolid		59.980,00		1,09	23,18	21.016,00	1,12	21,33	0,97
Zamora		19.297,00		0,35	7,46	7.984,00	0,43	8,10	0,82
CAS. LA MANCHA	1.579.841,00	154.240,00	9,76	2,79	100,00	62.841,00	3,35	100,00	0,83
Albacete		33.055,00		0,60	21,43	13.514,00	0,72	21,51	0,83
Ciudad Real		41.355,00		0,75	26,81	17.181,00	0,92	27,34	0,82
Cuenca		16.943,00		0,31	10,98	7.373,00	0,39	11,73	0,78
Guadalajara		12.491,00		0,23	8,10	5.345,00	0,28	8,51	0,79
Toledo		50.396,00		0,91	32,67	19.428,00	1,04	30,92	0,88

Geografía Comercial de España

	VALOR AÑADIDO BRUTO (*)					EMPLEO (*)			
	V.A.B. TOTAL REGIONAL (A) (Mill.Pts.)	TOTAL V.A.B. COMERCIO (B) (Mill. Pts.)	% B S/ A	% B S/ VAB NACIONAL COMERCIO	% B S/ VAB COMERCIO REGIONAL	Nº DE EMPLEOS	% SOBRE TOTAL NACIONAL	% SOBRE TOTAL REGIONAL	% VAB EMPLEO
CATALUÑA	9.290.054,00	1.168.035,00	12,57	21,16	100,00	368.508,00	19,64	100,00	1,08
Barcelona		922.700,00		16,72	79,00	284.872,00	15,18	77,30	1,10
Gerona		106.311,00		1,93	9,10	34.708,00	1,85	9,42	1,04
Lérida		56.636,00		1,03	4,85	20.141,00	1,07	5,47	0,96
Tarragona		82.388,00		1,49	7,05	28.787,00	1,53	7,81	0,97
COM. VALENCIANA	4.808.896,00	691.479,00	14,38	12,53	100,00	231.175,00	12,32	100,00	1,02
Alicante		202.435,00		3,67	29,28	67.098,00	3,58	29,02	1,03
Castellón		71.733,00		1,30	10,37	25.757,00	1,37	11,14	0,95
Valencia		417.311,00		7,56	60,35	138.320,00	7,37	59,83	1,03
EXTREMADURA	804.086,00	87.004,00	10,82	1,58	100,00	36.444,00	1,94	100,00	0,81
Badajoz		54.750,00		0,99	62,93	22.457,00	1,20	61,62	0,83
Cáceres		32.254,00		0,58	37,07	13.987,00	0,75	38,38	0,78
GALICIA	2.680.832,00	287.276,00	10,72	5,20	100,00	109.483,00	5,83	100,00	0,89
La Coruña		120.327,00		2,18	41,89	44.303,00	2,36	40,47	0,92
Lugo		33.325,00		0,60	11,60	13.868,00	0,74	12,67	0,82
Orense		36.747,00		0,67	12,79	15.551,00	0,83	14,20	0,80
Pontevedra		96.877,00		1,76	33,72	35.761,00	1,91	32,66	0,92
MADRID	7.485.783,00	904.665,00	12,09	16,39	100,00	267.890,00	14,28	100,00	1,15
MURCIA	1.012.196,00	139.530,00	13,78	2,53	100,00	50.738,00	2,70	100,00	0,93
NAVARRA	730.670,00	60.909,00	8,34	1,10	100,00	20.788,00	1,11	100,00	1,00
PAIS VASCO	2.752.913,00	261.841,00	9,51	4,74	100,00	87.009,00	4,64	100,00	1,02
Alava		35.800,00		0,65	13,67	11.567,00	0,62	13,29	1,05
Guipúzcoa		78.700,00		1,43	30,06	25.000,00	1,33	28,73	1,07
Vizcaya		147.341,00		2,67	56,27	50.442,00	2,69	57,97	0,99
RIOJA	349.010,00	35.725,00	10,24	0,65	100,00	12.302,00	0,66	100,00	0,99
CEUTA	55.232,00	10.277,00	18,61	0,19	100,00	3.545,00	0,19	100,00	0,99
MELILLA	48.932,00	7.540,00	15,41	0,14	100,00	2.630,00	0,14	100,00	0,97
TOTAL	46.267.286,00	5.519.248,00	11,93	100,00	100,00	1.876.399,00	100,00	100,00	1,00

FUENTES:

BBV. "Renta Nacional de España y su distribución provincial. 1989". Bilbao, 1992

Elaboración propia

Notas: (*) Servicios comerciales.

grandes diferencias entre provincias. Las variaciones que muestra el grupo 8 de gasto, en el que se recoge el realizado en restaurantes, bares, etc... lo ponen de manifiesto (aunque en el cuadro nº 2 no se ha especificado el detalle de este tipo de gasto).

Otro grupo de gasto que muestra una notable variación según Comunidades Autónomas, es el grupo 2, de productos de equipamiento personal (Vestido y Calzado). El gasto en estos bienes ha ido creciendo paulatinamen-

te a lo largo de los últimos años, situándose en el 11,2% del total, pero los datos del cuadro nº 2 muestran como el crecimiento ha sido muy irregular, sin que sea posible encontrar, en este nivel de análisis, razones para explicar suficientemente las diferencias halladas.

Sólomente en dos Comunidades Autónomas el gasto en equipamiento de la persona se mantiene por debajo del 10%: Madrid y Canarias. Si bien en la segunda es posible pensar en el menor precio que presumiblemente

alcanzan estos productos en Canarias, o incluso en que la climatología no hace preciso un mayor gasto en estos bienes (que por sí sola, desde luego, no es una razón muy fuerte), está claro que ninguna de esas razones es aplicable al caso de la Comunidad de Madrid. La explicación habría que buscarla en el hecho del notable aumento del IPC que se ha dado en Madrid, lo que puede haber obligado a los consumidores a dedicar un mayor esfuerzo al gasto en otros grupos de bienes cuyo consumo sea menos evitable. De otra parte, entre las regiones en las que estos bienes de equipamiento personal alcanzan un mayor gasto relativo, no se encuentran las provincias de mayor nivel de renta. De hecho, es Extremadura la Comunidad Autónoma en que el correspondiente porcentaje es mayor.

El segundo aspecto del comportamiento de los consumidores recogido en el cuadro nº 2 es de gran importancia para conocer la evolución del volumen total de negocio minorista. Se trata de las distintas elasticidades del gasto dedicado a la compra de bienes, de la del gasto realizado en la adquisición de servicios, que supone una competencia creciente para el comercio, fundamentalmente el minorista, a la vez que una oportunidad de negocio para las nuevas formas comerciales.

En el conjunto de España, el gasto en servicios a los consumidores, alcanza ya casi el 40% (38,7%), propio de los países más desarrollados, en los que las actividades de servicios alcanzan los porcentajes más elevados, convirtiéndose así en economías terciarizadas, más que industrializadas, en las que los comportamientos de consumo y de compra de los individuos se transforman profundamente. Siguiendo este argumento, puede diferenciarse el comportamiento de gasto en las distintas Comunidades Autónomas, entre comportamientos más evolucionados, los que claramente superan el porcentaje medio de gasto en servicios, tales como los correspondientes a Madrid (43,3%), Baleares (41,9%) o Cataluña y País Vasco, con porcentajes ligeramente



Tetra Brik **Con** **el peso** **y la forma** **justa.**

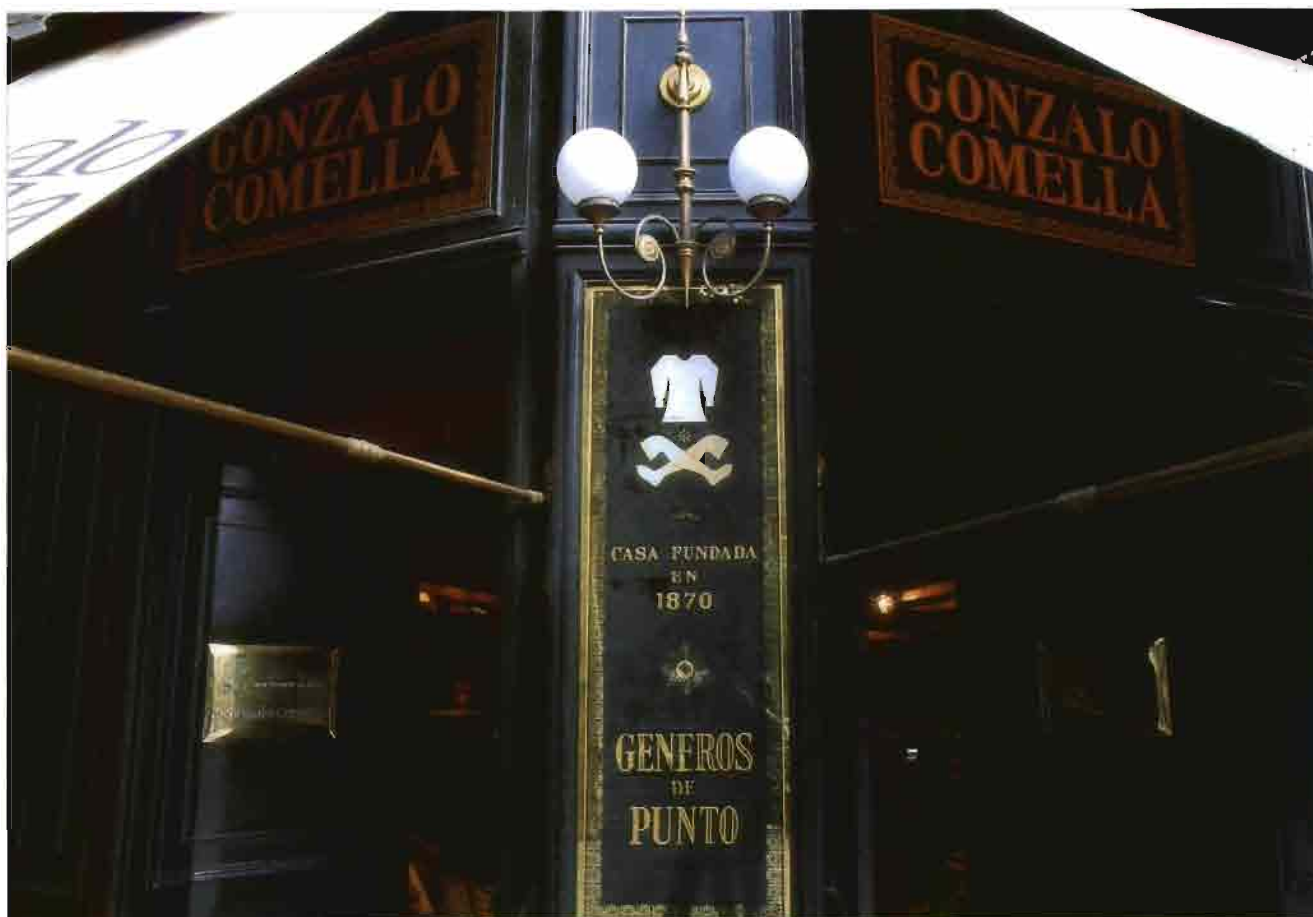
**Para conservar
lo bueno
más tiempo.**

Perfecto. Pensado para aprovechar al máximo el espacio y para que pese lo mínimo: sólo 27 grs. por envase de litro. Así, facilita su transporte a casa adecuándose a los nuevos hábitos de compra (15% de los consumidores realizan la gran compra una vez al mes, otro 38% una vez a la semana). Ayudando a que el consumidor decida qué volumen le es más ventajoso de acuerdo a sus necesidades. Para llevar y cargar productos y no envases. Para que cualquiera, mayores o niños, puedan comprar sin problemas. Perfecto en cuanto a su forma. Estudiado para que se ajuste a cualquier espacio y se pueda apilar sin riesgo para el producto. Con una ventaja añadida, al ser un envase aséptico, sin aire y protegido de la luz, su forma también permite el almacenarlo en cualquier rincón. Para que ocupe el espacio de acuerdo a las necesidades de cada casa. Para que una vez comprado, el consumidor se despreocupe.

Todo, para tu tranquilidad.

Tetra Brik

**Para que lo bueno
se mantenga.**



superiores al 40%. Como regiones con comportamientos menos evolucionados, según el criterio señalado anteriormente, se encuentran las de Extremadura (34,1% del total de gasto dedicado a la adquisición de servicios), Murcia (34,4%), Galicia (35%), Andalucía (35,5%) y Canarias (35,7%).

EL COMERCIO COMO ACTIVIDAD ECONOMICA

La importancia de la actividad comercial en las economías regionales es de gran importancia, alcanzando en conjunto casi el 12% (11,93%) del Valor Añadido Bruto. De nuevo se muestran diferencias muy apreciables entre unas y otras Comunidades Autónomas: desde el 16,02% en Canarias, al 8,34% en Navarra. Los factores que influyen sobre esta participación son varios y en el caso de las regiones españolas dos son particularmente relevantes. En primer lugar, el grado de desarrollo particular de cada subsistema

regional de comercio, que determinaría una curva de participación en el VAB regional, creciente a partir de las regiones con subsistemas menos desarrollados, hasta el punto más alto correspondiente a las regiones con un grado de desarrollo medio, y decreciente a partir de ese punto, a medida que se fuera incrementando el grado de desarrollo regional.

Esta tendencia estaría condicionada por el incremento de actividad sobre esquemas productivos poco evolucionados, correspondientes a subsistemas de comercio tradicional, hasta llegar a un punto en que se expande la introducción de nueva tecnología comercial, comenzando una fase de incremento de la productividad, que disminuiría la participación relativa en el VAB regional. El segundo de los factores que señalábamos como relevantes para explicar las diferencias entre regiones, son las particularidades de la actividad económica de cada región; en el caso español, es particularmente rele-

vante la actividad turística, como puede apreciarse en el cuadro.

Considerando todos estos factores, se ha estimado la productividad aparente del empleo en los servicios comerciales para cada región y provincia, midiéndola como la participación relativa en el VAB por empleo (ver última columna del cuadro nº 3). Las diferencias para esta variable no son tan acusadas como en el caso de la comentada anteriormente, mostrándose una tendencia clara a la existencia de una mayor productividad en el caso, tanto de las regiones como de las provincias con mayor grado de desarrollo. La región con mayor productividad es Madrid (1,15), seguida por las provincias de Barcelona (1,10), Guipuzcoa (1,07), Girona (1,04), etc...

Con todo, no es posible concluir que la mayor productividad aparente sea debido fundamentalmente a un mayor rendimiento del subsistema comercial regional, a un mayor grado

tecnológico etc... En el caso de Madrid es muy posible que una parte significativa del diferencial de productividad aparente, sea debida simplemente a unos mayores márgenes comerciales, más que a una mayor eficiencia del subsistema comercial.

EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL

En este apartado son tres los aspectos que se han considerado: la dotación de comercio mayorista, de comercio minorista, y de ciertas formas comerciales de tamaño de mediana y de gran superficie, cuya existencia presupone un cierto grado de evolución comercial; finalmente se examina la localización de las mayores empresas de distribución, por lo que el "efecto sede" pudiera influir en la configuración regional del comercio.

El análisis de los dos primeros temas, dotación mayorista y minorista, se ha realizado utilizando los datos de

licencias comerciales. A pesar de los problemas y carencias que plantea la utilización de esta fuente, es la única disponible que ofrece datos mínimamente homogéneos para todo el territorio español. En todo caso, la información sobre determinadas formas comerciales que se ofrece a continuación, subsana en buena parte alguna de las carencias de los datos de licencias comerciales.

- DOTACIONES MAYORISTAS

La concentración regional de la actividad mayorista, es mayor que en el caso del comercio minorista y que la correspondiente a la población. Lógicamente, ya que el requisito de proximidad a los consumidores no es tan fuerte como para el comercio minorista, creciendo en cambio la actividad minorista por proximidad a los centros de producción, debido a la mayor importancia relativa que alcanza el comercio interindustrial en el escalón mayorista.

Estos efectos se ponen claramente de relieve en los datos del cuadro nº 4. En primer lugar, destaca como entre cuatro de las diecisiete Comunidades Autónomas (Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid), agrupan holgadamente más de la mitad (57,5%) del total de licencias mayoristas existentes.

De otra parte, es posible apreciar una cierta especialización de este comercio, ya que mientras que el comercio mayorista de productos que no son de alimentación en Cataluña, supone el 24.7 % del total de España de este tipo de licencias, el correspondiente porcentaje de licencias de alimentación sólo alcanza el 14.9 %. Aunque con porcentajes menores, el mismo efecto puede verse en la Comunidad de Madrid. En sentido contrario, como tendencia a la especialización en el comercio mayorista de productos de alimentación, se señalan los casos de Galicia, parte de las provincias de Andalucía, Castilla y León, y Castilla La Mancha.

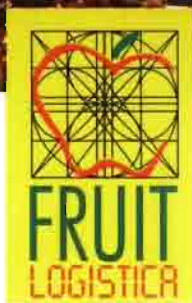
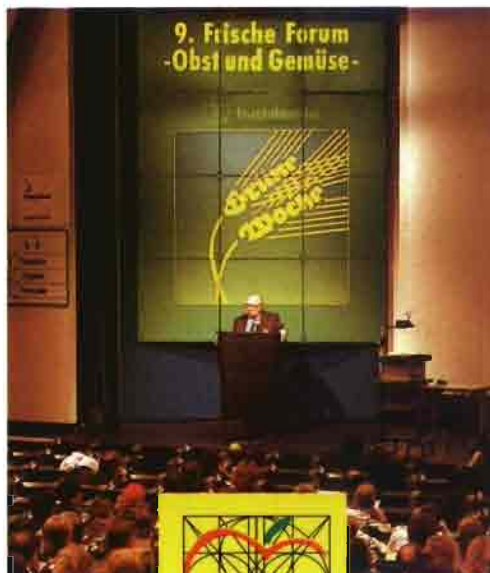
La Semana Verde Internacional de Berlín Del 14 al 23 de Enero de 1994

Es el punto de encuentro para la industria alimentaria del mundo entero, tanto en el programa científico paralelo a la Feria como en los stands nacionales colectivos. No se pierda esta sinopsis de la oferta y los conceptos de comercialización de productos alimentarios nacionales e internacionales. Establezca contactos nuevos y decisivos, como por ejemplo, con los ofertantes de especialidades de la Europa del Este. ¡BIENVENIDOS!

■ Día de los visitantes profesionales: 14 de Enero 1994.

SOLICITE INFORMACION SOBRE AMBAS FERIAS A:

BRIFER SERVICES, S.L.
Arturo Soria, 320 - 28033 MADRID
☎ (91) 672 82 14 - Fax (91) 671 94 98



Fruit Logística '94 Feria Internacional para la Comercialización de Frutas y Verduras Del 13 al 15 de Enero de 1994

Esta plataforma única en su género ofrece a todos los minoristas en los mercados de frutas y verduras la oportunidad de contactos y negocios. Los expositores y los visitantes se benefician de esta verdadera bolsa ferial. La oferta reúne a los servicios del sector, las asociaciones profesionales, e instituciones especializadas, y los productos de exposición incluyen desde las frutas y verduras, embalajes y medios y técnica de embalajes hasta el transporte y tránsito de los productos.

■ El Foro del producto fresco «Frutas y Verduras».
15 de Enero de 1994.

 **Messe Berlín**

MESSE BERLIN GmbH
Messedamm 22 - D - 14055 BERLIN
☎ (030) 3038-0. Fax (030) 3038-2019

CUADRO Nº 4

LICENCIAS COMERCIALES MAYORISTAS

Por Comunidades Autónomas y Provincias

	NUMERO DE LICENCIAS			PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL				Nº LIC. MINORISTAS POR LIC. MAYOR.	
	TOTAL	ALIMEN.	RESTO	TOTAL	ALIMEN.	RESTO	% ALIM. POR PRO. Y CCAA	TOTAL	ALIMEN.
ANDALUCIA	35.662	16.141	19.521	14,22	17,44	12,34	45,26	4,11	3,28
Almería	3.198	1.651	1.547	1,28	1,78	0,98	51,63	3,65	2,55
Cádiz	4.436	2.379	2.057	1,77	2,57	1,30	53,63	4,87	3,72
Córdoba	2.348	1.263	1.085	0,94	1,36	0,69	53,79	5,32	3,49
Granada	4.060	1.755	2.305	1,62	1,90	1,46	43,23	4,21	3,11
Huelva	2.545	1.608	937	1,01	1,74	0,59	63,18	3,87	2,62
Jaén	2.525	1.292	1.233	1,01	1,40	0,78	51,17	5,52	3,58
Málaga	8.952	3.195	5.757	3,57	3,45	3,64	35,69	3,38	2,99
Sevilla	7.598	2.998	4.600	3,03	3,24	2,91	39,46	3,91	3,85
ARAGON	8.392	2.964	5.428	3,35	3,20	3,43	35,32	3,69	3,64
Huesca	1.202	518	684	0,48	0,56	0,43	43,09	4,64	3,44
Teruel	697	344	353	0,28	0,37	0,22	49,35	5,24	3,78
Zaragoza	6.493	2.102	4.391	2,59	2,27	2,78	32,37	3,35	3,66
ASTURIAS	6.043	2.601	3.442	2,41	2,81	2,18	43,04	3,94	2,46
BALEARES	7.985	2.756	5.229	3,18	2,98	3,31	34,51	3,64	2,86
CANARIAS	11.463	4.593	6.870	4,57	4,96	4,34	40,07	3,53	2,82
Las Palmas	6.314	2.596	3.718	2,52	2,81	2,35	41,11	3,33	2,67
Santa Cruz de Tenerife	5.149	1.997	3.152	2,05	2,16	1,99	38,78	3,78	3,01
CANTABRIA	3.566	1.595	1.971	1,42	1,72	1,25	44,73	3,71	2,87
CASTILLA Y LEON	13.884	6.317	7.567	5,54	6,83	4,78	45,50	4,19	2,94
Ávila	948	533	415	0,38	0,58	0,26	56,22	4,39	2,61
Burgos	2.050	878	1.172	0,82	0,95	0,74	42,83	4,03	3,19
León	3.164	1.291	1.873	1,26	1,39	1,18	40,80	3,89	2,56
Palencia	1.018	498	520	0,41	0,54	0,33	48,92	4,87	3,61
Salamanca	2.093	968	1.125	0,83	1,05	0,71	46,25	3,78	2,57
Segovia	523	305	218	0,21	0,33	0,14	58,32	5,25	3,59
Soria	558	271	287	0,22	0,29	0,18	48,57	4,81	3,76
Valladolid	2.511	1.049	1.462	1,00	1,13	0,92	41,78	4,07	3,18
Zamora	1.019	524	495	0,41	0,57	0,31	51,42	4,85	2,49
CASTILLA LA MANCHA	8.116	3.958	4.158	3,24	4,28	2,63	48,77	4,81	3,28
Albacete	2.096	968	1.128	0,84	1,05	0,71	46,18	4,13	2,72
Ciudad Real	2.024	1.033	991	0,81	1,12	0,63	51,04	5,27	3,88
Cuenca	652	402	250	0,26	0,43	0,16	61,66	5,11	1,70
Guadalajara	723	282	441	0,29	0,30	0,28	39,00	4,85	3,51
Toledo	2.621	1.273	1.348	1,05	1,38	0,85	48,57	4,91	3,67

	NUMERO DE LICENCIAS			PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL				Nº LIC. MINORISTAS POR LIC. MAYOR.	
	TOTAL	ALIMEN.	RESTO	TOTAL	ALIMEN.	RESTO	% ALIM. POR PRO. Y CCAA	TOTAL	ALIMEN.
CATALUÑA	52.9367	13.799	39.138	21,11	14,91	24,74	26,07	3,21	4,48
Barcelona	39.197	8.540	30.657	15,63	9,23	19,38	21,79	3,12	5,44
Gerona	5.500	1.643	3.857	2,19	1,78	2,44	29,87	3,49	3,36
Lérida	3.207	1.552	1.655	1,28	1,68	1,05	48,39	3,31	2,34
Tarragona	5.033	2.064	2.969	2,01	2,23	1,88	41,01	3,52	2,97
COMUNIDAD VALENCIANA	28.447	10.152	18.295	11,34	10,97	11,56	35,69	3,32	3,30
Alicante	9.228	3.118	6.110	3,68	3,37	3,86	33,79	3,61	4,03
Castellón	3.855	1.623	2.232	1,54	1,75	1,41	42,10	3,05	2,32
Valencia	15.364	5.411	9.953	6,13	5,85	6,29	35,22	3,21	3,18
EXTREMADURA	4.710	2.478	2.232	1,88	2,68	1,41	52,61	5,56	3,51
Badajoz	3.112	1.635	1.477	1,24	1,77	0,93	52,54	5,40	3,50
Cáceres	1.598	843	755	0,64	0,91	0,48	52,75	5,89	3,53
GALICIA	22.053	11.541	10.512	8,79	12,47	6,64	52,33	2,79	1,94
La Coruña	9.053	4.737	4.316	3,61	5,12	2,73	52,33	2,78	1,99
Lugo	2.687	1.164	1.523	1,07	1,26	0,96	43,32	3,23	2,24
Orense	2.112	857	1.255	0,84	0,93	0,79	40,58	4,09	3,44
Pontevedra	8.201	4.783	3.418	3,27	5,17	2,16	58,32	2,32	1,55
MADRID	27.329	5.719	21.610	10,90	6,18	13,66	20,93	3,42	5,06
MURCIA	7.273	3.179	4.094	2,90	3,43	2,59	43,71	3,06	2,19
NAVARRA	2.102	914	1.188	0,84	0,99	0,75	43,48	4,76	4,09
PAIS VASCO	7.700	2.682	5.018	3,07	2,90	3,17	34,83	4,72	5,31
Alava	1.250	406	844	0,50	0,44	0,53	32,48	4,84	5,20
Guipúzcoa	3.209	1.200	2.009	1,28	1,30	1,27	37,39	4,12	4,38
Vizcaya	3.241	1.076	2.165	1,29	1,16	1,37	33,20	5,28	6,39
RIOJA	2.094	837	1.257	0,84	0,90	0,79	39,97	3,61	3,08
CEUTA	522	180	342	0,21	0,19	0,22	34,48	3,82	3,68
MELILLA	481	142	339	0,19	0,15	0,21	29,52	3,70	4,35
TOTAL	250.759	92.548	158.211	100,00	100,00	100,00	—	3,62	3,36
MEDIA				5,26	5,26	5,26	39,52		

FUENTE:

BANESTO. "Anuario del Mercado Español. 1992". Madrid, 1993.

Elaboración propia.

CUADRO Nº 5

NUMERO DE LICENCIAS COMERCIALES MINORISTAS

Por Comunidades Autónomas y Provincias

	MINORISTAS					PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL					Nº LICENCIAS POR 1.000 HAB.			
	TOTAL	ALIMENT.	EQUIPA.	COMER.	RESTO	TOTAL	ALIMENT.	EQUIPA.	RESTO	% ALIM. POR	TOTAL	ALIM.	EQUIP. % LIC. CO.	% LIC. CO.
		(*)	PERSO.	AMBUL.			PROV.	O CCAA		PERS.				
ANDALUCIA	146.562	52.866	22.261	7.389	64.046	16,16	17,00	15,16	15,45	36,07	21,33	7,69	3,24	0,92
Almería	11.674	4.210	1.711	958	4.795	1,29	1,35	1,16	1,16	36,06	26,62	9,60	3,90	1,15
Cádiz	21.617	8.839	3.341	967	8.470	2,38	2,84	2,27	2,04	40,89	20,52	8,39	3,17	0,89
Córdoba	12.481	4.411	1.991	531	5.548	1,38	1,42	1,36	1,34	35,34	16,26	5,75	2,59	0,70
Granada	17.082	5.453	2.707	1.493	7.429	1,88	1,75	1,84	1,79	31,92	21,07	6,73	3,34	0,91
Huelva	9.838	4.216	1.285	2	4.335	1,08	1,36	0,87	1,05	42,85	22,04	9,44	2,88	0,95
Jaén	13.931	4.623	1.701	1.518	6.089	1,54	1,49	1,16	1,47	33,18	20,45	6,78	2,50	0,88
Málaga	30.243	9.561	4.958	1.912	13.812	3,34	3,07	3,38	3,33	31,61	27,68	8,75	4,54	1,20
Sevilla	29.696	11.553	4.567	8	13.568	3,27	3,71	3,11	3,27	38,90	18,82	7,32	2,89	0,81
ARAGON	30.981	10.782	4.307	1.081	14.811	3,42	3,47	2,93	3,57	34,80	25,60	8,91	3,56	1,11
Huesca	5.575	1.781	728	3	3.063	0,61	0,57	0,50	0,74	31,95	25,88	8,27	3,38	1,12
Teruel	3.651	1.301	358	142	1.850	0,40	0,42	0,24	0,45	35,63	23,31	8,31	2,29	1,01
Zaragoza	21.755	7.700	3.221	936	9.898	2,40	2,48	2,19	2,39	35,39	25,96	9,19	3,84	1,12
ASTURIAS	23.810	6.390	3.554	1.157	12.709	2,63	2,05	2,42	3,07	26,84	20,97	5,63	3,13	0,91
BALEARES	29.066	7.872	6.161	1.046	13.987	3,21	2,53	4,19	3,37	27,08	43,15	11,69	9,15	1,86
CANARIAS	40.440	12.933	6.699	1.148	19.660	4,46	4,16	4,56	4,74	31,98	27,61	8,83	4,57	1,19
Las Palmas	20.998	6.930	3.271	884	9.913	2,32	2,23	2,23	2,39	33,00	27,64	9,12	4,31	1,19
S C Tenerife	19.442	6.003	3.428	264	9.747	2,14	1,93	2,33	2,35	30,88	27,58	8,52	4,86	1,19
CANTABRIA	13.226	4.584	1.918	805	5.919	1,46	1,47	1,31	1,43	34,66	25,02	8,67	3,63	1,08
CAST. Y LEON	58.182	18.544	7.632	3.111	28.895	6,42	5,96	5,20	6,97	31,87	22,14	7,06	2,90	0,96
Avila	4.161	1.390	498	10	2.263	0,46	0,45	0,34	0,55	33,41	22,14	7,39	2,65	0,96
Burgos	8.252	2.800	1.289	212	3.951	0,91	0,90	0,88	0,95	33,93	22,42	7,61	3,50	0,97
León	12.305	3.310	1.621	911	6.463	1,36	1,06	1,10	1,56	26,90	23,10	6,22	3,04	1,00
Palencia	4.959	1.796	641	300	2.222	0,55	0,58	0,44	0,54	36,22	25,84	9,36	3,34	1,12
Salamanca	7.918	2.489	981	527	3.921	0,87	0,80	0,67	0,95	31,43	21,28	6,69	2,64	0,92
Segovia	2.748	1.096	337	22	1.293	0,30	0,35	0,23	0,31	39,88	17,99	7,18	2,21	0,78
Soria	2.685	1.020	270	48	1.347	0,30	0,33	0,18	0,32	37,99	26,37	10,02	2,65	1,14
Valladolid	10.211	3.340	1.452	647	4.772	1,13	1,07	0,99	1,15	32,71	20,86	6,82	2,97	0,90
Zamora	4.943	1.303	543	434	2.663	0,55	0,42	0,37	0,64	26,36	21,39	5,64	2,35	0,92
C. LA MANCHA	39.047	12.987	4.906	2.359	18.795	4,31	4,18	3,34	4,53	33,26	22,98	7,64	2,89	0,99
Albacete	8.664	2.633	1.150	981	3.900	0,96	0,85	0,78	0,94	30,39	24,86	7,55	3,30	1,07
Ciudad Real	10.675	4.003	1.456	4	5.212	1,18	1,29	0,99	1,26	37,50	21,81	8,18	2,97	0,94
Cuenca	3.332	684	338	302	2.008	0,37	0,22	0,23	0,48	20,53	14,93	3,06	1,51	0,64
Guadalajara	3.503	990	397	219	1.897	0,39	0,32	0,27	0,46	28,26	23,54	6,65	2,67	1,02
Toledo	12.873	4.677	1.565	853	5.778	1,42	1,50	1,07	1,39	36,33	26,30	9,55	3,20	1,14

Geografía Comercial de España

	MINORISTAS					PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL					Nº LICENCIAS POR 1.000 HAB.			
	TOTAL	ALIMENT. (*)	EQUIPA.	COMER.	RESTO	TOTAL	ALIMENT. (*)	EQUIPA.	RESTO	% ALIM. POR	TOTAL	ALIM.	EQUIP. % LIC. CO.	
			PERSO. (**)	AMBUL. (***)				PERSO. (**)		PROV. O CCAA			PERS. % POBL.	
CATALUÑA	169.951	61.756	30.447	3.520	74.228	18,74	19,85	20,73	17,91	36,34	27,78	10,10	4,98	1,20
Barcelona	122.400	46.461	22.902	677	52.360	13,50	14,94	15,59	12,63	37,96	25,77	9,78	4,82	1,11
Gerona	19.208	5.523	3.300	1.123	9.262	2,12	1,78	2,25	2,23	28,75	40,21	11,56	6,91	1,74
Lérida	10.615	3.633	1.732	618	4.632	1,17	1,17	1,18	1,12	34,23	29,15	9,98	4,76	1,26
Tarragona	17.728	6.139	2.513	1.102	7.974	1,96	1,97	1,71	1,92	34,63	33,53	11,61	4,75	1,45
C VALENCIANA	94.407	33.544	15.576	1.398	43.889	10,41	10,78	10,60	10,59	35,53	24,96	8,87	4,12	1,08
Alicante	33.308	12.566	5.713	478	14.551	3,67	4,04	3,89	3,51	37,73	27,89	10,52	4,78	1,20
Castellón	11.771	3.771	1.832	909	5.259	1,30	1,21	1,25	1,27	32,04	26,37	8,45	4,10	1,14
Valencia	49.328	17.207	8.031	11	24.079	5,44	5,53	5,47	5,81	34,88	22,99	8,02	3,74	0,99
EXTREMADURA	26.205	8.691	2.971	996	13.547	2,89	2,79	2,02	3,27	33,17	23,81	7,90	2,70	1,03
Badajoz	16.791	5.716	1.987	679	8.409	1,85	1,84	1,35	2,03	34,04	25,22	8,59	2,98	1,09
Cáceres	9.414	2.975	984	317	5.138	1,04	0,96	0,67	1,24	31,60	21,66	6,84	2,26	0,94
GALICIA	61.493	22.349	10.263	2.953	25.928	6,78	7,18	6,99	6,25	36,34	21,57	7,84	3,60	0,93
La Coruña	25.161	9.407	4.509	1.094	10.151	2,77	3,02	3,07	2,45	37,39	22,70	8,49	4,07	0,98
Lugo	8.683	2.607	1.403	521	4.152	0,96	0,84	0,96	1,00	30,02	21,12	6,34	3,41	0,91
Orense	8.628	2.945	1.429	487	3.767	0,95	0,95	0,97	0,91	34,13	19,85	6,78	3,29	0,86
Pontevedra	19.021	7.390	2.922	851	7.858	2,10	2,38	1,99	1,90	38,85	21,21	8,24	3,26	0,92
MADRID	93.447	28.946	16.450	4.075	43.976	10,31	9,31	11,20	10,61	30,98	18,85	5,84	3,32	0,81
MURCIA	22.244	6.974	3.572	2.108	9.590	2,45	2,24	2,43	2,31	31,35	21,76	6,82	3,49	0,94
NAVARRA	10.001	3.737	1.493	748	4.023	1,10	1,20	1,02	0,97	37,37	19,20	7,18	2,87	0,83
PAIS VASCO	36.372	14.244	6.693	8	15.427	4,01	4,58	4,56	3,72	39,16	16,53	6,47	3,04	0,71
Alava	6.044	2.112	1.142	1	2.789	0,67	0,68	0,78	0,67	34,94	22,70	7,93	4,29	0,98
Guipúzcoa	13.226	5.258	2.616	1	5.351	1,46	1,69	1,78	1,29	39,76	18,56	7,38	3,67	0,80
Vizcaya	17.102	6.874	2.935	6	7.287	1,89	2,21	2,00	1,76	40,19	14,00	5,63	2,40	0,60
RIOJA	7.567	2.577	1.237	381	3.372	0,83	0,83	0,84	0,81	34,06	29,28	9,97	4,79	1,26
CEUTA	1.994	662	410	0	922	0,22	0,21	0,28	0,22	33,20	28,29	9,39	5,82	1,22
MELILLA	1.782	617	331	4	830	0,20	0,20	0,23	0,20	34,62	30,34	10,50	5,64	1,31
TOTAL	906.777	311.055	146.881	34.287	414.554	100,00	100,00	100,00	100,00	33,61	23,16	7,94	3,75	1,00

(*) GRUPO 1: MATERIAS PRIMAS AGRICOLAS, PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO

(**) GRUPO 2: TEXTIL, CONFECCION, CALZADO, ARTICULOS DE PIEL Y CAUCHO, CUERO Y PLASTICO

(***) GRUPO 3: COMERCIO AMBULANTE

FUENTE:

BANESTO. "Anuario del Mercado Español. 1992". Madrid, 1993.

Elaboración propia.



En general, puede afirmarse que el comercio mayorista español es de pequeña dimensión, como muestra el número de licencias minoristas existentes en cada provincia por cada una de las correspondientes mayoristas.

Aunque la medida utilizada (a falta de cualquier otra más exacta) sólo sirva como mero indicador del tamaño de las empresas, pues los destinatarios de los servicios mayoristas son muchos más que los minoristas, y son muchas las empresas que a pesar de no ser distribuidores propiamente dicho, necesitan de licencia mayorista para realizar su actividad, llama la atención el bajo número de licencias minoristas correspondientes a cada una de las mayoristas, a pesar de haber un elevadísimo número de establecimientos minoristas en España.

De hecho, parece muy elevado el número total de licencias mayoristas en España, que supera las 250.000.

– DOTACIONES MINORISTAS

De manera similar puede argumentarse en el caso de las licencias minoristas. También existe un alto grado de concentración en el comercio minorista; en las mismas cuatro Comunidades (Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid) se sitúan más de la mitad (55,6%) del total nacional de licencias minoristas.

La proporción entre el porcentaje de licencias de comercios de alimentación y de no alimentación está sesgada hacia una mayor presencia de comercio de alimentación, que la que le correspondería en función del gasto de los consumidores en este tipo de productos. En el conjunto del Estado, el porcentaje de licencias de alimentación alcanza a un tercio (33,61%) del total de licencias. Buena parte de este sobredimensionamiento de licencias minoristas parece responder a la necesidad

de proximidad a los consumidores y a las características de los asentamientos poblacionales, además de a los niveles de renta y de evolución de los hábitos de los consumidores.

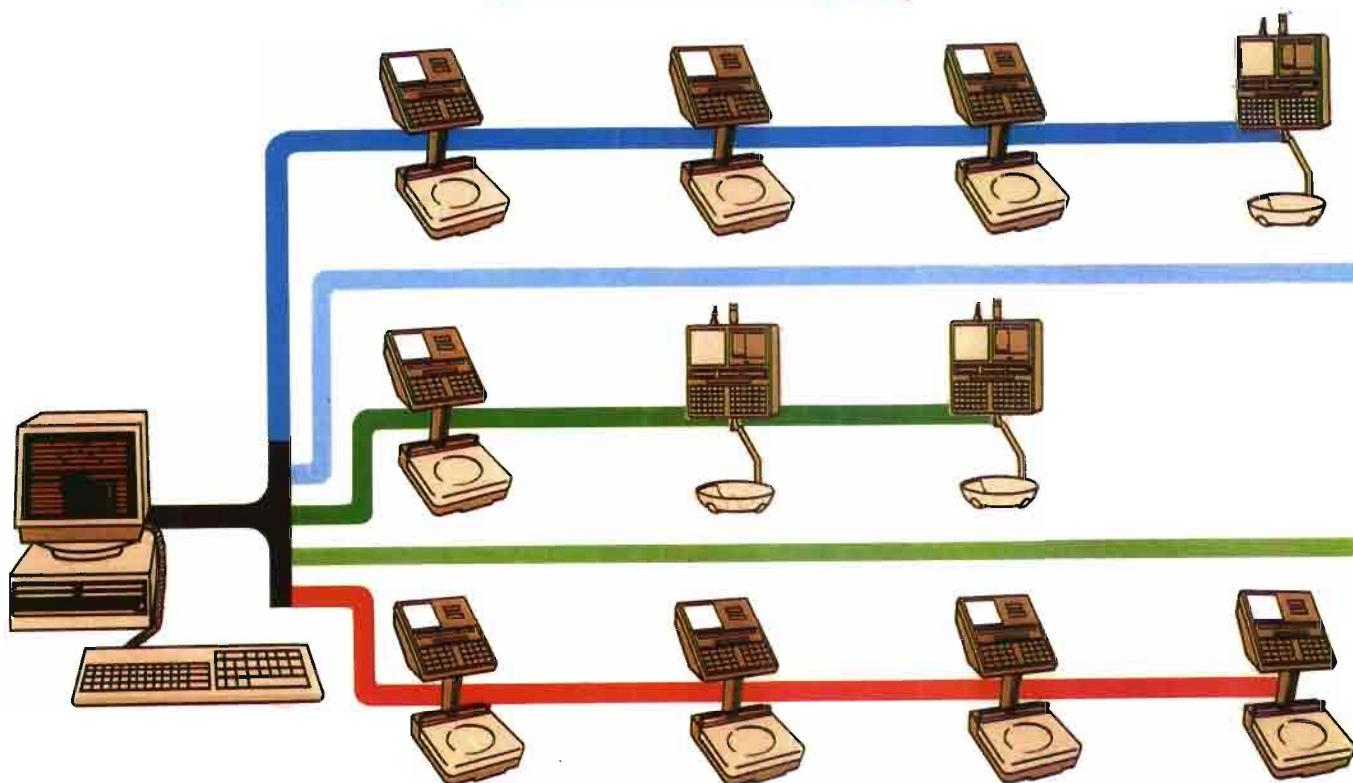
Por encima de la media se sitúan claramente las Comunidades de País Vasco (39,2%), Navarra (37,4%) y Galicia (36,3%); mientras que muy por debajo se sitúan Comunidades del mismo entorno geográfico, como Asturias (26,8%) –debido seguramente a la tradicional presencia de grandes economatos que abastecen a una parte importante de la población– o de características bien diferentes, como Baleares (27,1%) –en la que la existencia de una fuerte actividad turística es determinante para explicar la baja presencia relativa de comercio de alimentación–.

Sin embargo, la explicación de las diferencias entre regiones debe tener en cuenta un más amplio repertorio de

¿ Por qué se conforma sólo con pesar?

LAS BALANZAS ELECTRONICAS DIBAL, ADEMAS, LE INFORMAN

Las balanzas DIBAL pueden interconectarse entre si, conectarse a un ordenador, e incluso, mediante un modem, conectarse a ordenadores que se encuentren fuera del establecimiento. De esta manera reciben y transmiten información, directamente, para que a usted no se le escape nada.



INFORMAN AL ORDENADOR

Sobre las ventas:

- * Artículo
- * Importe
- * Sección
- * Empleado
- * Horario
- * Nº orden de ticket...

INFORMAN AL USUARIO

Listados informativos:

- * Artículos
- * Ventas
- * Empleado
- * Códigos
- * Totales...

INFORMAN AL CLIENTE

Tickets pormenorizados:

- * Producto
- * Precio
- * Peso
- * Importe
- * Operario
- * Fecha
- * Hora

Y POR ELLO LE AYUDAN EN LA GESTION...

DE EXISTENCIAS

- * Stocks
- * Pedidos
- * Proveedores
- * Administración...

DE OFERTAS

- * Planificación
- * Seguimiento
- * Análisis
- * Control...

DE PERSONAL

- * Necesidades
- * Distribución
- * Resultados
- * Incentivos...

DE PRODUCTOS/SECCIONES

- * Rotación
- * Rentabilidad...

DIBAL

argumentos, pues es posible encontrar casos que, cuando menos, obligan a matizar las conclusiones. Así, el porcentaje de licencias de comercio de alimentación de la Comunidad de Canarias (27,1%) –que, al igual que la de Baleares, mantiene una muy elevada actividad turística, a lo que habría que añadir su diferente régimen fiscal– supera en cinco puntos porcentuales al correspondiente a Baleares, y se aproxima mucho a la media nacional.

El número de licencias minoristas por cada 1.000 habitantes (23,16 de media en España), muestra también la escasa dimensión económica del comercio minorista español, lo que es extensivo a todas las actividades y las Comunidades y provincias, según se han considerado en el cuadro nº 5. Tal vez el fenómeno más destacable en este caso sea la influencia que ejerce el

turismo en el incremento del número de licencias por habitante de derecho: Baleares (43,15), Gerona (40,21), Melilla (30,34).

EQUIPAMIENTO DE MEDIANAS Y GRANDES SUPERFICIES

A fin de perfilar un poco más la valoración del comercio minorista, que es posible realizar a través del análisis de las licencias comerciales, siempre necesariamente tosco, se presentan los datos del cuadro nº 6, en el que se recoge, según lo permiten los datos disponibles, información sobre la distribución regional de las dotaciones de supermercados, hipermercados y centros comerciales, existentes en España. La información disponible permite considerar para estos comercios la variable

“superficie de ventas”, mucho más ajustada sin duda a la realidad comercial, que no el simple “número de licencias comerciales”. Tal vez sea el de los supermercados el caso más importante de analizar por su mayor implantación en todo el territorio y estar su titularidad difundida entre un mayor número de empresas.

Lo cierto es que en el examen de la distribución regional de la superficie de ventas de supermercados se confirman, como hipótesis plausibles, todos los factores apuntados anteriormente para explicar la configuración regional del comercio minorista. Destaca la influencia de la actividad turística, en combinación con el nivel de renta, para explicar el mayor número de metros cuadrados de superficie de venta por cada 1.000 habitantes.

De nuevo se manifiesta el mismo fenómeno de concentración del 55,6% del total de superficie de ventas de supermercados en sólo cuatro Comunidades Autónomas.: Andalucía (16,7%); Comunidad Valenciana (15,6%); Cataluña (14,1%) y Madrid (9,2%).

Sin embargo, debe destacarse como la Comunidad Valenciana supera a las dos más grandes concentraciones urbanas, sobre todo a Madrid, a la que más que dobla en m² de superficie de venta por cada 1.000 habitantes (86,69 m² y 39,04 m², respectivamente). Ciertamente, este menor grado de evolución de la Comunidad de Madrid –como puede interpretarse la menor presencia de supermercados respecto a la Comunidad Valenciana– no se ve compensada con el grado de presencia de los hipermercados, y podría considerarse, por tanto, como una característica negativa del comercio madrileño.

LOCALIZACIÓN DE LAS MAYORES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN

La localización de las sedes empresariales puede influir favorablemente en la localidad o zona en que radican los órganos rectores de las empresas, en la medida en que estos agrupan en su entorno a las actividades de mayor



NISSAN LLEGA MÁS ARRIBA: 2 AÑOS DE GARANTÍA.

Pero eso es sólo el inicio. Fijese.

1

Sólo con telefonarnos y explicarnos sus necesidades, le haremos un detallado estudio de cuál es, al mejor precio, la carretilla que le conviene.

2

¿No le interesa comprarla? No hay problema: se la alquilamos.

3

Nissan fabrica en España carretillas Térmicas (Diesel, Gasolina y LPG) de 2 a 3 toneladas y Eléctricas de 1,25 a 1,75 toneladas (en 3 ruedas) para el mercado comunitario, homologadas según las normas de calidad europeas. Además, Nissan le ofrece una amplia gama de hasta 7 toneladas. A la vanguardia de la tecnología.



4

NISSAN FINANCIACIÓN y NISSAN LEASING le garantizan las mejores condiciones en la compra de su carretilla. Venga a comprobarlo. Somos los especialistas.

Térmicas: De 1.000 a 7.000 Kg.

- Transmisión automática.
- Servodirección hidrostática.
- Sistema flotante individual (de 1.000 a 3.000 Kg.)
- Volante dirección ajustable y asiento inclinable y deslizante.
- Palanca única para elevación e inclinación.
- Nuevos motores de alto rendimiento (1.000 a 3.000 Kg.)
- Bajo nivel de ruidos.
- Cabina conductor más amplia.

– Facilidad de acceso al mantenimiento.

- Mayor estabilidad y capacidad de carga.
- Alta velocidad de aceleración y elevación.
- Manejo sencillo y económico.

Eléctricas: De 1.000 a 3.000 Kg.

- Tres, cuatro ruedas y retráctiles.
- Selector de Potencia/Economía.
- Asiento inclinable y deslizante.
- Controlador y analizador EVS.
- Palanca única para elevación e inclinación.

Ya lo ve. También en carretillas, nadie le ofrece más que Nissan.



CUADRO Nº 8

DISTRIBUCION REGIONAL DE ALGUNOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE MEDIANA Y GRAN SUPERFICIE

	SUPERMERCADOS (1992)						HIPERMERCADOS (1993)						CENTROS COMERCIALES (1993)					
	(*)						(**)						(***)					
	Nº	%	% SUPER. % HABIT.	SUPERF. DE VENTA	%	M2 SUP. POR MIL HAB.	Nº	%	SUP. VENTA MIL. M2	%	M2 SUP. MIL HAB.	Nº	%	SUPER. VENTA	%	M2 SUP. MIL HAB.		
ANDALUCIA	399	16,0	0,91	349,90	16,7	50,91	43	25,1	318,44	25,2	46,34	16	12,1	158,12	12,7	23,01		
Almería	22	5,5	0,79	14,44	4,1	32,92	1	2,3	7,53	2,4	17,16							
Cádiz	54	13,5	0,81	65,17	18,6	61,87	11	25,6	75,45	2,4	71,62							
Córdoba	29	7,3	0,59	13,90	4,0	18,11	1	2,3	9,88	3,1	12,88							
Granada	31	7,8	0,60	32,45	9,3	40,03	4	9,3	40,78	1,3	50,30							
Huelva	28	7,0	0,99	24,22	6,9	54,25	2	4,7	19,80	6,2	44,35							
Jaén	40	10,0	0,92	28,20	8,1	41,39	2	4,7	14,40	4,5	21,13							
Málaga	116	29,1	1,67	111,34	31,8	101,91	9	20,9	52,87	1,7	48,39							
Sevilla	79	19,8	0,79	60,17	17,2	38,13	13	30,2	97,74	3,1	61,93							
ARAGON	76	3,1	0,99	59,84	2,8	49,45	2	1,2	21,89	1,7	18,09	1	0,8	10,8	0,9	8,93		
Huesca	25	32,9	1,82	21,59	36,1	100,23		0,0		0,0	0,00							
Teruel	5	6,6	0,50	2,70	4,5	17,24		0,0		0,0	0,00							
Zaragoza	46	60,5	0,86	35,55	59,4	42,42	2	100,0	21,89	100,0	26,12							
ASTURIAS	41	1,6	0,57	95,46	4,5	84,06	5	2,9	48,95	3,9	43,10	2	1,5	42,45	3,4	37,38		
BALEARES	74	3,0	1,73	84,29	4,0	125,15	4	2,3	23,75	1,9	35,26	3	2,3	13,64	1,1	20,25		
CANARIAS	34	1,4	0,36	31,62	1,5	21,59	10	5,8	53,50	4,2	36,53	11	8,3	90,625	7,3	61,88		
Las Palmas	24	70,6	0,50	20,40	64,5	26,85	3	30,0	11,00	2,1	14,48							
S. C. Tenerife	10	29,4	0,22	11,22	35,5	15,91	7	70,0	42,50	7,9	60,29							
CANTABRIA	48	1,9	1,43	35,98	1,7	68,06	3	1,8	13,87	1,1	26,24	3	2,3	28,02	2,2	53,00		
C. Y LEON	215	8,6	1,29	150,24	7,2	57,18	6	3,5	48,57	3,9	18,49	5	3,8	26,705	2,1	10,16		
Avila	15	7,0	1,25	10,90	7,3	57,99		0,0		0,0	0,00							
Burgos	26	12,1	1,11	17,98	12,0	48,85		0,0		0,0	0,00							
León	67	31,2	1,98	40,25	26,8	75,58	2	33,3	14,63	3,0	27,48							
Palencia	11	5,1	0,90	8,42	5,6	43,88	1	16,7	7,27	1,5	37,89							
Salamanca	44	20,5	1,86	30,06	20,0	80,81	1	16,7	8,31	1,7	22,34							
Segovia	6	2,8	0,62	3,77	2,5	24,69		0,0		0,0	0,00							
Soria	2	0,9	0,31	3,53	2,3	34,67		0,0		0,0	0,00							
Valladolid	35	16,3	1,12	28,07	18,7	57,35	2	33,3	18,36	3,8	37,51							
Zamora	9	4,2	0,61	7,25	4,8	31,38		0,0		0,0	0,00							
C. LA MANCHA	101	4,1	0,93	76,67	3,6	45,11	5	2,9	29,42	2,3	17,31	5	3,8	31,32	2,5	18,43		
Albacete	34	33,7	1,53	28,44	37,1	81,60	1	20,0	9,22	3,1	26,47							
Ciudad Real	29	28,7	0,93	21,02	27,4	42,94	2	40,0	13,00	4,4	26,56							
Cuenca	7	6,9	0,49	4,54	5,9	20,34	1	20,0	4,50	1,5	20,16							
Guadalajara	9	8,9	0,95	8,41	11,0	56,52	1	20,0	2,70	9,2	18,14							
Toledo	22	21,8	0,71	14,26	18,6	29,13		0,0		0,0	0,00							

Geografía Comercial de España

	SUPERMERCADOS (1992)						HIPERMERCADOS (1993)						CENTROS COMERCIALES (1993)			
	(*)						(**)						(***)			
	Nº	%	% SUPER % HABIT.	SUPERF. DE VENTA	%	M2 SUP. POR MIL HAB.	Nº	%	SUP. VENTA MIL. M2	%	M2 SUP. MIL HAB.	Nº	%	SUPER. VENTA	%	M2 SUP. MIL HAB.
CATALUÑA	385	15,5	0,99	296,84	14,1	48,53	29	17,0	178,97	1,4	29,26	12	9,1	162,4	13,0	26,56
Barcelona	235	61,0	0,78	175,06	59,0	36,86	16	55,2	119,72	6,7	25,20					
Gerona	96	24,9	3,16	86,10	29,0	180,21	9	31,0	32,95	1,8	68,97					
Lérida	16	4,2	0,69	9,48	3,2	26,02	1	3,4	6,02	3,4	16,52					
Tarragona	38	9,9	1,13	26,20	8,8	49,56	3	10,3	20,29	1,1	38,38					
C. VALENCIANA	341	13,7	1,42	327,94	15,6	86,69	19	11,1	152,46	1,2	40,30	4	3,0	151,4	12,0	40,04
Alicante	99	29,0	1,30	103,02	31,4	86,26	8	42,1	60,46	4,0	50,62					
Castellón	54	15,8	1,90	40,34	12,3	90,36	3	15,8	18,90	1,2	42,34					
Valencia	188	55,1	1,38	184,58	56,3	86,02	8	42,1	73,10	4,8	34,07					
EXTREMADURA	70	2,8	1,00	53,69	2,6	48,79	4	2,3	32,90	2,6	29,90	0	0,0	0,0	0,0	0,00
Badajoz	44	62,9	1,04	36,37	67,7	54,63	2	50,0	18,10	5,5	27,19					
Cáceres	26	37,1	0,94	17,32	32,3	39,85	2	50,0	14,80	4,5	34,05					
GALICIA	179	7,2	0,99	110,62	5,3	38,80	7	4,1	54,10	4,3	18,98	5	3,8	s/d	0,0	s/d
La Coruña	64	35,8	0,91	38,27	34,6	34,53	3	42,9	24,74	4,6	22,33					
Lugo	26	14,5	0,99	15,98	14,4	38,87	1	14,3	8,00	1,5	19,46					
Orense	35	19,6	1,27	20,82	18,8	47,90		0,0		0,0	0,00					
Pontevedra	54	30,2	0,95	35,55	32,1	39,64	3	42,9	21,36	3,9	23,81					
MADRID	245	9,8	0,78	193,52	9,2	39,04	18	10,5	170,33	1,4	34,36	60	45,0	504,1	40,0	101,68
MURCIA	57	2,3	0,88	55,37	2,6	54,18	5	2,9	43,07	3,4	42,14	2	1,5	15,2	1,2	14,87
NAVARRA	24	1,0	0,72	18,25	0,9	35,04	2	1,2	13,88	1,1	26,66	0	0,0	0,0	0,0	0,00
PAIS VASCO	185	7,4	1,32	146,05	7,0	66,36	7	4,1	42,17	3,3	19,16	3	2,3	11,4	0,9	5,18
Alava	21	11,4	1,24	20,27	13,9	76,11	1	14,3	5,87	1,4	22,04					
Guipúzcoa	49	26,5	1,08	37,55	25,7	52,68	3	42,9	22,66	5,4	31,80					
Vizcaya	115	62,2	1,48	88,24	60,4	72,22	3	42,9	13,63	32	11,16					
RIOJA	17	0,7	1,03	14,43	0,7	55,82	1	0,6	10,70	0,8	41,40	0	0,0	0,0	0,0	0,00
CEUTA	0	0,0	0,00		0,0	0,00		0,0		0,0	0,00		0,0		0,0	0,00
MELILLA		0,0	0,00		0,0	0,00	1	0,6	4,50	0,4	76,61		0,0		0,0	0,00
TOTAL	2491	100,0	1,00	2100,68	100,0	53,65	171	100,0	1261,49	100,0	32,22	132	100,0	1.246,2	100,0	31,83

FUENTES: "Distribución actualidad"; varios números.- AECC. "Directorio de la AECC, 1992". Madrid, 1992.

BBV. "Renta Nacional de España y su distribución provincial. 1989". Bilbao, 1992.

Elaboración propia.

NOTAS: (*) Ambos respecto de los totales nacionales correspondientes.

(**) Población correspondiente a BBV, "Ob. cit."

(***) Se consideran exclusivamente los centros comerciales en el sentido más estricto, y no se han incluido los mercados municipales o las galerías comerciales, sean o no anejas a un hipermercado.

CUADRO Nº 7

DISTRIBUCION REGIONAL DE LAS SEDES DE LAS PRIMERAS 50 EMPRESAS DE DISTRIBUCION EN ESPAÑA

	NUMERO EMPRESAS	%	VENTAS (MIL. MILL.)	%	EMPRESAS
ANDALUCIA	8	16,0	154,36	3,2	
Cádiz	1	12,5	21,00	13,6	Hiperca, SA.
Córdoba	1	12,5	16,23	10,5	Alimentación Peninsular, SA.
Jaén	1	12,5	14,71	9,5	Luis Piña, SA.
Sevilla	5	62,5	102,42	66,4	Manuel Barea. Superm. Mas por Menos. Supermercados Match, SA. Ecovol. Dialco, SA.
ARAGON	3	6,0	129,26	2,7	
Zaragoza	3	100,0	129,26	100,0	Distrib. Giménez y Cia. Supermercados Sabeco. Distrib. Alimenta. Grandes Empresas.
ASTURIAS	1	2,0	20,59	0,4	Hilario Osoro.
BALEARES	1	2,0	18,00	0,4	Distribuciones Mercat (Grupo SYP).
CANARIAS	2	4,0	32,71	0,7	
Las Palmas	1	50,0	14,71	45,0	Supermercados Cruz Mayor.
S. C. Tenerife	1	50,0	18,00	55,0	Comercial Jesuman, SA.
CASTILLA Y LEON	2	4,0	74,00	1,5	
Salamanca	1	50,0	17,00	23,0	Tragoz (Grupo TG)
Valladolid	1	50,0	57,00	77,0	Grupo Unigro
CATALUÑA	7	14,0	146,53	3,1	
Barcelona	4	57,1	92,63	63,2	Autoservicios Caprabo. Coaliment Granollers. Distop, SA. Francisco Miro, SA.
Gerona	2	28,6	39,90	27,2	Valvi, SA. Miquel Alimentación, SA.
Tarragona	1	14,3	14,00	9,6	Agrupación Comercial, SA.
COM. VALENCIANA	3	6,0	216,56	4,5	
Castellón	1	33,3	30,27	14,0	Envasados de aceites y coloniales.
Valencia	2	66,7	186,29	86,0	Mercadona. Consum-Jobac.
EXTREMADURA	1	2,0	14,21	0,3	
Badajoz	1	100,0	14,21	100,0	Distribuidora del Oeste, SA.
GALICIA	4	8,0	266,65	5,6	
La Coruña	3	75,0	177,93	66,7	Inditex. GADISA. Supermercados Claudio, SA.
Pontevedra	1	25,0	22,00	0,0	Vegonsa, SA.
MADRID	17	34,0	3526,67	73,6	
					El Corte Inglés. Pryca. Continente. Alcampo. Hipercor.
					Distribuidora Internacional de Alimentación. Galerías Preciados. Makro. UDA. Simago.
					Cortefiel. Jumbo. Grupo Díaz. Sigla, SA. Ecore, SA.
PAIS VASCO	1	2,0	190,63	4,0	
Vizcaya	1	100,0	190,63	100,0	Eroski.
TOTAL	50	100,0	4790,18	100,0	

FUENTES: "Distribución actualidad", nº 207. Junio-Julio, 1993.

Elaboración propia.



valor añadido, pueden dar lugar a una mayor difusión de la tecnología, e incluso puede dar lugar a un cierto "favoritismo" en el comportamiento de las empresas.

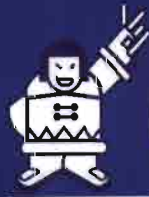
Es lo que se conoce como "efecto sede" que, aún cuando es realmente difícil de cuantificar y, en todo caso, sus efectos están condicionados por muchos factores, es plausible que de la implantación de un buen número de sedes de empresas en una localidad se deriven beneficios para esta. Es lo que se ha pretendido recoger en el cuadro nº 7, en el que se agrupan las 50 mayores empresas de la distribución en España, según las provincias en que radica su sede.

Los datos son totalmente concluyentes y no merece la pena hacer de ellos mayor comentario. Sencillamente, en la Comunidad de Madrid se asienta el 34% de estas 50 mayores empresas, lo que representa ¡el 73,6% del total de facturación de todas ellas. Realmente, el comentario que merecen estas cifras se refiere a su poder indicativo sobre los posibles beneficios derivados del efecto sede. Aunque, sin duda, este efecto tiene consecuencias positivas sobre el empleo, por su cantidad y, sobre todo, por el nivel de los puestos de trabajo, el resto de los efectos positivos son de carácter más dudoso.

El elevado volumen de facturación de las empresas radicadas en Madrid responde a la presencia de la mayor empresa de distribución española, El Corte Inglés, y de las grandes empresas de hipermercados. De hecho, siete de las diez primeras grandes empresas tienen su sede en esta Comunidad. Sin embargo, el hecho de su gran tamaño, que les impele relativamente poco a externalizar la realización de funciones, junto al hecho de que buena parte de esas mayores empresas tengan carácter multinacional, cuya sede ya no está en España, restan bastante virtualidad a los efectos beneficiosos que cabría esperar. Es muy posible que el diferencial de tales efectos beneficiosos que reciba la Comunidad de Madrid, respecto a otras regiones, esté muy por debajo de lo que podría derivarse de esa diferencia tan abultada. □

ALFONSO REBOLLO.

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid.



GELAT'94

XV FERIA INTERNACIONAL DEL HELADO ARTESANO

PALACIO FERIAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE

Del 5 al 9 de Febrero de 1994



helartec

JORNADAS TÉCNICAS DEL HELADO ARTESANO

