

DISTRIBUCION COMERCIAL EN EL PAIS VASCO

LA RENOVACION PENDIENTE

■ JOSE MARIA SAINZ DE VICUÑA



Este informe pretende profundizar en el artículo de Alfonso Rebollo, aparecido en el número anterior de esta revista, titulado "Geografía Comercial de España. Distribución Regional del Mercado Minorista", presentando el caso particular de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Evitando, deliberadamente, todos aquellos temas tratados en este mismo número por Félix Gorospe, desde el punto de vista de la Administración Vasca.

En él se constatará cómo, a pesar de los importantes cambios producidos, la renovación del sector está en gran parte por hacerse: la oferta todavía no ha respondido satisfactoriamente a los cambios experimentados en la deman-

da, ni ésta ha podido evolucionar más por las posibilidades que le ofrece el equipamiento comercial existente en la Comunidad. Prueba de ello es el comportamiento singular de los vascos que van a Francia de compras, buscando lo que no encuentran "en casa".

En este sentido, cabe destacar el escaso equipamiento de nuevas formas comerciales (por ejemplo, grandes superficies), comparando con el grado de desarrollo existente y con otras Comunidades Autónomas de igual o superior nivel de desarrollo que el País Vasco.

ANALISIS DE LA DEMANDA

El País Vasco representa el 5,4% de la población española. Sin embargo, su

peso en el Producto Interior Bruto (PIB) español es del 6,2% y en el consumo privado del 6,7%.

Ello hace que el País Vasco tenga una renta per cápita un 15% superior a la media española o, lo que es lo mismo, que la capacidad adquisitiva potencial de los vascos sea el 115% de los españoles, manteniéndose las diferencias relativas vigentes en 1987; y, además, que el consumo privado per cápita en el País Vasco sea un 24% mayor que el de toda España.

De tal forma, la propensión al consumo es del 68,45% en el País Vasco y del 63,48% en el conjunto español (cuadro nº 1), no experimentando grandes diferencias significativas desde 1987.



El análisis particularizado por territorios históricos (provincias), refleja los siguientes datos:

– Alava supone el 13% de la población vasca y tiene la mayor renta per cápita (2.085.305 pesetas) de la Comunidad.

– Guipúzcoa representa el 32% de la población y su renta per cápita es inferior (1.721.000 pesetas).

– Vizcaya cuenta con el 55% de la población del País Vasco y tiene la renta per cápita más baja (1.644.721 pesetas).

Tanto en España como en el País Vasco, el crecimiento de la renta per cápita en pesetas corrientes es claramente superior a la evolución de precios al consumo, lo cual muestra una incidencia positiva sobre la demanda potencial en términos reales.

Como consecuencia de todo lo anterior, el consumo per cápita evoluciona desde 1987 de forma creciente en la Comunidad Autónoma Vasca.

Por su parte el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) ha evolucionado negativamente en el País Vasco y en España desde finales de 1989, con una caída de más de 30 puntos.

La caída del ICC se produce de forma desigual en sus cinco componentes. Donde la reducción es más fuerte es en las variables momento de compra, situación económica y expectativas económicas del país; por lo que han tenido y seguirán teniendo una incidencia negativa en la propensión al consumo y en la demanda global, con un efecto más negativo a nivel español que para el País Vasco.

COMPORTAMIENTO DEL GASTO

La distribución de la demanda por las grandes partidas de gasto queda reflejada en el cuadro nº 2. Cabe destacar la reducción experimentada, en los últimos años, en el gasto relativo en la compra de bienes de alimentación que hace que en 1991 los consumidores vascos destinaran sólo el 26,6% (frente al 28,4% del total español). Esta evolución de los hábitos de consumo ha sido

CUADRO Nº 1

COMPARACION DE LA SITUACION MACROECONOMICA EN EL PAIS VASCO Y ESPAÑA

CONCEPTOS	PAIS VASCO	ESPAÑA	% P.VASCO S/ESPAÑA
POBLACION	2.104.041	39.085.000	5,4
PIB (A PRECIOS DE MERCADO EN MILL. DE PTAS. CORRIENTES)	3.632.198	58.677.200	6,2
CONSUMO PRIVADO (MILL. DE PTAS.)	2.486.157	37.249.600	6,7
(A) RENTA PER CAPITA (EN PTAS.)	1.726.296	1.501.272	+15
(B) CONSUMO PRIVADO PER CAP. (PTAS.)	1.182.000	953.000	+24
(C) PROPENSION AL CONSUMO	68,45%	63,48%	+8

Datos de 1992.

NOTAS:

(A) Indica la capacidad adquisitiva potencial de cada persona.

(B) Es indicativo de la propensión al consumo de cada persona.

(C) La propensión al consumo resulta de dividir (B) entre (A).

FUENTES:

- EUSTAT (Boletín Estadístico) para los datos sobre el País Vasco.

- Banco de España (Cuentas Financieras) para los datos de España.

- Elaboración propia.

CUADRO Nº 2

DISTRIBUCION DE LA DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS EN EL PAIS VASCO

GRUPOS DE GASTO	PAIS VASCO	ESPAÑA	DIFERENCIAS
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	26,6	28,4	-1,8
VESTIDO Y CALZADO	11,2	11,2	0,0
VIVIENDA, CALEFACCION Y ALUMBRADO	9,7	10,1	-0,4
MOBILIARIO, MENAJE Y CONSER. HOGAR	6,6	6,4	+0,2
SERVICIOS MEDICOS Y G. SANITARIOS	2,7	3,0	-0,3
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	14,3	14,2	+0,1
ESPARCIMIENTO, ENSEÑ. Y CULTURA	7,3	7,1	+0,2
OTROS BIENES Y SERVICIOS	16,5	14,8	+1,7
OTROS GASTOS	5,1	4,9	+0,2
TOTAL	100,0	100,0	—
SUBTOTALES:			
BIENES	59,8	61,3	-1,5
SERVICIOS	40,2	38,7	+1,5

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

una de las causas de la pérdida de cuota de mercado y de la reducción en el número de minoristas de alimentación, que luego se mostrará.

La última columna del cuadro nº 2 muestra cómo el menor gasto de los vascos en alimentación en el hogar (-1,8 puntos porcentuales) se compensa con el mayor gasto en bienes y servicios (+1,7), que refleja la comida fuera del hogar, determinada, en este caso, no tanto por el cambio en los usos laborales cuanto por la arraigada costumbre de salir a comer o cenar para celebrar cualquier acontecimiento familiar o social.

Por último, conviene resaltar el hecho de que en el País Vasco se dedica más del 40% a servicios (40,2%), lo que corrobora el superior nivel de desarrollo de ésta Comunidad Autónoma frente a la media nacional (38,7%), ya que éste ha demostrado ser un comportamiento evolucionado propio de las sociedades más desarrolladas.

COMPORTAMIENTO DE COMPRA

En una encuesta realizada en 1993 a las 50 mayores empresas de el País Vasco, el 70% de los encuestados señalaba que "los hábitos del consumidor han variado. Que es más exigente y está mejor informado. Tiende a comprar en grandes superficies en perjuicio de las tiendas pequeñas. Dependiendo del sector y de la empresa, el consumidor valora aspectos como el precio, la comodidad, el elitismo, el surtido amplio, el servicio, etc...".

También se resaltaba en este estudio la importancia que están adquiriendo determinados nuevos segmentos de mercado: los jóvenes, la tercera edad, las parejas sin hijos, etc...

Todo ello nos hace pensar que el País Vasco está experimentando los cambios de hábitos que, con cierta antelación, se han producido en otras partes de España:

- De la compra diaria en la tienda "de la esquina" se ha pasado a una compra quincenal o mensual más fuerte.
- Los consumidores se han ido ale-

CUADRO Nº 3

EVOLUCION DEL GASTO REALIZADO EN FRANCIA POR LOS CONSUMIDORES DEL PAIS VASCO

AREA	GASTO EVADIDO (Mill. Ptas.)		VARIACION 1993/1992
	1992	1993	
IRUN/HONDARRABIA	4.694,7	2.434,6	-48,1%
OIARTZUN	1.492,9	744,2	-50,1%
SAN SEBASTIAN	5.767,7	3.550,9	-38,1%
COMARCA SAN SEBASTIAN	979,6	521,0	-46,8%
RESTO GUIPUZCOA	1.087,0	808,0	-25,7%
BILBAO	1.288,6	1.520,3	+18,0%
RESTO VIZCAYA	835,9	574,1	-31,3%
VITORIA	815,4	425,3	-47,8%
RESTO ALAVA	57,6	53,1	-7,8%
TOTAL	17.019,4	10.631,5	-37,5%

FUENTE: Departamento de Comercio, Consumo y Turismo del Gobierno Vasco.

GRAFICO Nº 1

CENSO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL PAIS VASCO EVOLUCION DE LA CIFRA TOTAL POR AÑOS



FUENTE: Gobierno Vasco. Departamento de Comercio, Consumo y Turismo.

jando de los establecimientos que no ofrecen un horario más amplio o una amplia zona de aparcamiento o una compra más lúdica.

- Las complicaciones de tráfico de las ciudades han terminado por hacer

más atractivos los establecimientos en las afueras, donde, además, los consumidores encuentran precios más bajos.

- El consumidor cada vez está más informado, busca calidad de sus productos y compara precios.

– El supermercado se erige en el establecimiento de proximidad por excelencia, compitiendo muy eficazmente con el hipermercado, al que se acude una o dos veces al mes.

Una demostración de parte de lo expuesto es la fuga de gasto a Francia. En efecto, la proximidad de importantes núcleos comerciales franceses ofrece un fenómeno singular digno de resaltar, ya que el consumo de los vascos en Francia supuso el 2,4% del mercado global del País Vasco en 1992. Esto es, más de 17.000 millones de pesetas.

Así, el consumidor vasco va de compras a Francia a pasar la tarde del sábado o el día de fiesta local, ya que está haciendo –al menos así lo percibe– una actividad agradable que forma parte de su tiempo de ocio. Y si, además, encuentra algunos productos más económicos tanto mejor porque así tiene mayor “justificación” un desplazamiento tan lejos y tan caro.

Y va a Aquitania porque encuentra un comercio con mayor grado de desarrollo de grandes y medianas superficies, aglomeraciones especiales de oferta comercial (Centros Comerciales) y una estrategia empresarial generalizada de precios y servicios al cliente.

El origen de estos compradores es mayoritariamente guipuzcoana (86%) aunque son suficientemente significativos los porcentajes de vizcaínos (11%) y alaveses (3%), dada su lejanía del punto de destino (más de 150 y 200 kilómetros, respectivamente).

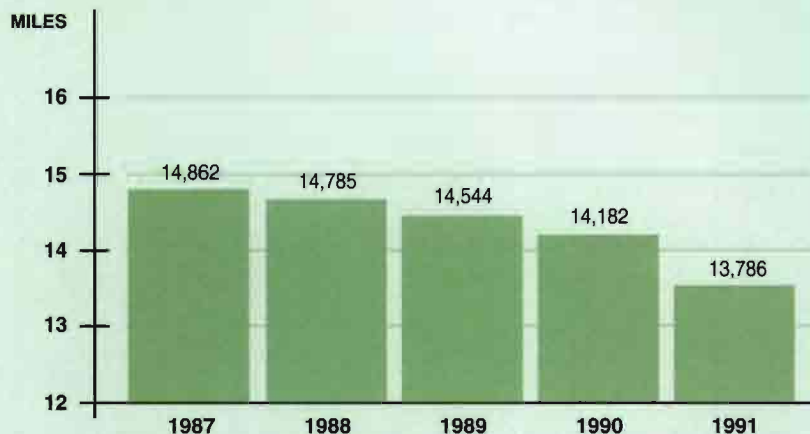
El cuadro nº 3 muestra la evolución de este comportamiento como consecuencia de la crisis.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Los datos disponibles en el País Vasco ofrecen la evolución de la oferta comercial hasta 1991, último Censo publicado. Como se refleja en el gráfico nº 1 ilustra, 1989 es el año de inflexión de tendencia en el total de establecimientos comerciales existentes en el País Vasco. Hasta ese año todavía se estaba produciendo un crecimiento en el total de establecimientos (cuando en

GRÁFICO Nº 2

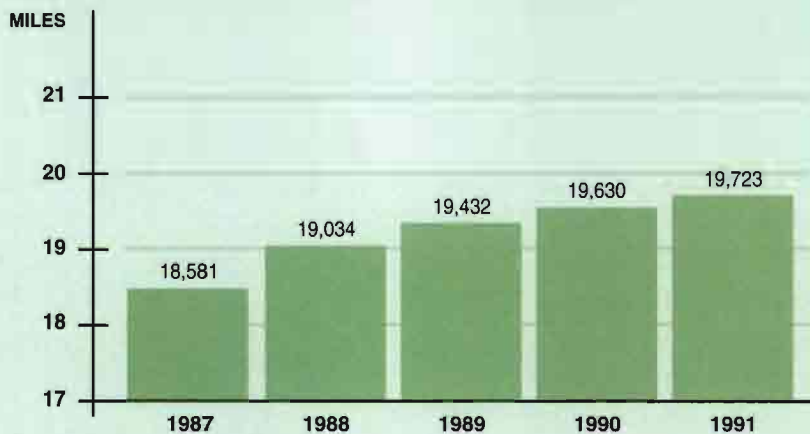
CENSO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL PAÍS VASCO EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN



FUENTE: Gobierno Vasco. Departamento de Comercio, Consumo y Turismo.

GRÁFICO Nº 3

CENSO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL PAÍS VASCO EVOLUCIÓN DEL SECTOR NO ALIMENTARIO



FUENTE: Gobierno Vasco. Departamento de Comercio, Consumo y Turismo.

España se está dando una reducción desde principios de los años setenta).

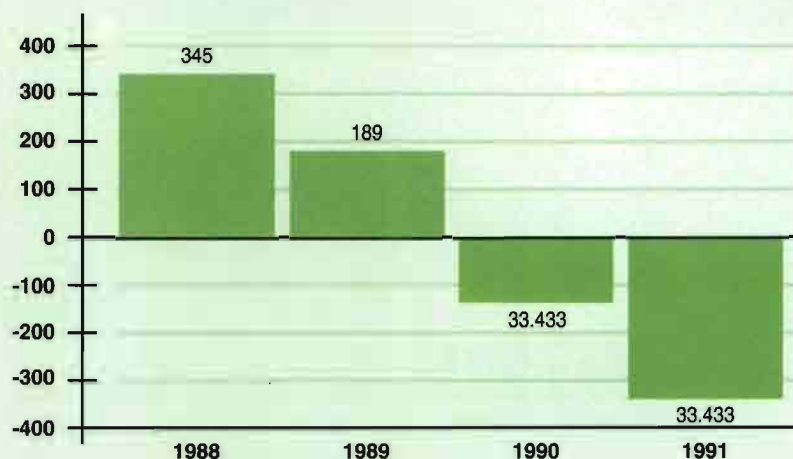
Ello es debido a que, a pesar de que la reducción en el total de establecimientos de alimentación ya se dejaba ver desde el Censo de 1987 (gráfico nº 2), el sector no alimentario ha seguido creciendo de forma ininterrumpida (gráfico nº 3).

Una de las causas, como luego se podrá comprobar, es que mientras que en los años ochenta ya ha empezado a

notarse el impacto de las grandes superficies de alimentación (GSA), es en los años noventa cuando han empezado a implantarse las grandes superficies especializadas (GSE). Por lo que todavía su impacto no se ha dejado notar en las cifras expuestas.

El gráfico nº 4 y el cuadro nº 4 completan esta información y muestran la fuerte “circulación comercial” existente (casi 4.000 aperturas y cierres anuales), al tiempo que demuestran cómo la ten-

GRAFICO Nº 4

**CENSO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEL PAIS VASCO
SALDO DE APERTURAS Y CIERRES**

FUENTE: Gobierno Vasco. Departamento de Comercio, Consumo y Turismo.

CUADRO Nº 4

**APERTURAS Y CIERRES DE
COMERCIOS MINORISTAS
EN EL PAIS VASCO
(1982-1991)**

CONCEPTOS	Nº ESTAB.
CENSO 1982	30.402
APERTURAS 1982-87	10.052
CIERRES 1982-87	7.256
CRECIMIENTO NETO	2.796
CENSO 1987	33.198
APERTURAS 1987-91	13.181
CIERRES 1987-91	12.870
CRECIMIENTO NETO	311
CENSO 1991	33.509

FUENTE: Censos Comerciales del País Vasco 1982, 1987 y 1991. Elaboración Propia.

CUADRO Nº 5

**CENSO DE ESTABLECIMIENTOS
COMERCIALES DEL PAIS VASCO.
EVOLUCION DEL SECTOR
ALIMENTARIO
POR SECCIONES**

	1987	1991
ALIMENTACION	3.227	2.305
CARNICERIAS	3.080	2.998
VINOS Y LICORES	2.205	2.451
FRUT. Y VERDURAS	1.695	1.604
PESCADERIAS	1.596	1.467
OTROS	1.220	1.201

FUENTE: Gobierno Vasco. Departamento de Comercio, Consumo y Turismo.

dencia ha variado y los saldos son ya negativos.

Los establecimientos de alimentación son los que más se están viendo afectados por esta evolución negativa.

Con un 41% del sector, los comercios alimentarios se han reducido en un 7% desde 1987, frente a un aumento del 6% en el resto de ramas.

Esta evolución responde, de hecho, al sobredimensionamiento del subsector alimentario, cuya densidad supera

CUADRO Nº 6

**EVOLUCION DE
LAS GRANDES SUPERFICIES
EN EL PAIS VASCO**

CONCEPTO	1987	1991	91/87 (%)
SUPERMERCADOS	303	562	85,5
HIPERMERCADOS	5	7	40
GRANDES ALM. Y ALMAC. POPULARES	8	8	0
TOTALES	316	577	82,3

FUENTE: Censos Comerciales de 1987 y 1991. Elaboración Propia.

ampliamente la media estatal y la de la mayoría de los países europeos.

Dentro de la alimentación, son los establecimientos de tipo general, no especializados y de pequeña dimensión, los que más se han visto influidos, al descender un 28% respecto a 1987 (cuadro nº 5).

Mientras, las Grandes Superficies de Alimentación (GSA) experimentan un notable crecimiento en el mismo período (85,5% los supermercados y 40% los hipermercados) frente al estancamiento de los Almacenes por Secciones (cuadro nº 6).

En 1991, la tasa de supervivencia

de los establecimientos comerciales abiertos en 1984 era del 35%. La tasa global de supervivencia es mayor en la rama de farmacias y grandes y medianas superficies de alimentación (que ronda el 75%), que en textil, cuero y calzado, en alimentación especializada o en la pequeña superficie de alimentación general (cuya tasa global de mortalidad ronda el 50%).

Como resultado de esta evolución, el sector de distribución comercial vasco tiene una densidad comercial por encima de los estándares europeos. En efecto, los 33.509 establecimientos minoristas de 1991 dan una densidad de 16 establecimientos por cada 1.000 habitantes, situándose por encima de la media estatal (13,9 en 1988) y de la mayor parte de los países europeos (Francia, 7,5; Gran Bretaña, 6,0; Italia, 15,2).

Por el contrario, cabe resaltar la buena presencia de la franquicia comercial en el sector de alimentación y en el de equipamiento diverso (cuadro nº 7).

El País Vasco reúne el 8,63% del total de establecimientos franquiciados en España. Cifra sólo superada por los sectores de equipamiento diverso (13,0%) y de alimentación (12,3%).



MAESTROS AHUMADORES DESDE 1891

**La frescura de los mejores ahumados
garantizada por la agilidad
de un buen servicio**

Vensy España, S.A.

Strachan, 4 ático 29015 Málaga Tel. (95) 222 78 06 Fax. (95) 221 52 39

ALIMENTARIA
94
PABELLON 4
NIVEL 6
STAND 629



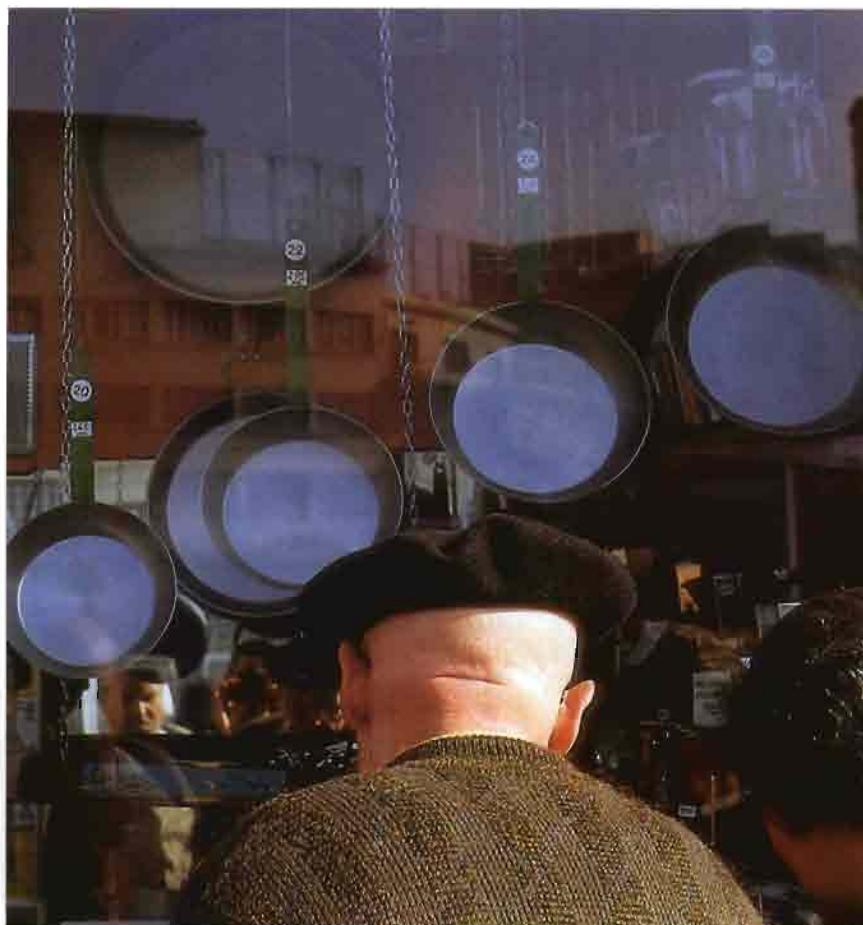
CUADRO Nº 7

PENETRACION DE LA FRANQUICIA COMERCIAL POR COMUNIDADES AUTONOMAS
 (% Establecimientos sobre total nacional)

COMUNIDAD AUTONOMA	ALIMENTACION	COMERCIO ESPECIALIZ.	EQUIP. PERSONAL	EQUIP. HOGAR	EQUIP. DIVERSO	SECTOR SERVICIOS	HOSTEL. RESTAU.
CATALUÑA	20,6	18,9	15,6	4,7	17,0	12,5	17,2
ARAGON	16,4	4,2	3,2	5,5	3,4	3,3	0,6
PAIS VASCO	12,3	3,5	6,8	6,3	13,0	3,9	4,0
C. VALENCIANA	11,9	9,6	12,8	13,4	15,7	2,7	11,9
MADRID	8,9	15,4	11,6	11,9	10,3	22,6	33,8
CASTILLA-LA MANCHA	8,6	5,0	3,6	1,5	1,1	2,6	0,6
ANDALUCIA	8,0	9,5	11,9	13,4	18,0	13,3	8,6
NAVARRA	1,7	1,9	1,5	3,1	1,5	1,9	0,0
CASTILLA Y LEON	2,8	6,5	5,8	16,6	4,5	5,9	1,9
GALICIA	4,4	10,9	7,4	3,1	3,1	5,2	0,7
CANTABRIA	0,4	3,6	1,5	1,5	1,1	12,5	0,0

Datos de Diciembre de 1990.

FUENTE: Ministerio de Economía y Hacienda (1991) y elaboración propia.



En el comercio especializado, en el sector servicios y, en general, en el resto de sectores la penetración de ésta forma comercial es inferior, con niveles de penetración bastante bajos en algunos casos (por ejemplo, en el comercio especializado).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Entre las características básicas que definen las estructuras empresariales del sector de distribución comercial en el País Vasco, cabe resaltar los siguientes aspectos:

- Lenta incorporación de nuevas tecnologías por parte de los comerciantes vascos, que sigue ritmos pausados:

- * En 1987, sólo un 3% disponía de ordenador.

- * En 1991, la cuota del País Vasco sobre el total de establecimientos equipados con scanner en España era del 3,8%, muy por debajo del nivel alcanzado por Cataluña (22%), Andalucía (16%), Valencia (15%) y Madrid (13%).

- Escasa presencia de empresas vascas en el ranking estatal de grandes empresas de distribución.



CUADRO Nº 8:

RANKING DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE DISTRIBUCION EN EL PAIS VASCO

EMPRESAS	VENTAS (Mill. Ptas.)
1. EROSKI, S. COOP.(*)	112.800
2. EL CORTE INGLES de Bilbao	36.007
3. SECDA NORTE	15.500
4. SEBASTIAN DE LA FUENTE (**)	12.000
5. UNIALCO	11.700
6. PRYCA de Oyarzun (**)	11.500
7. SDAD. HISPANA DESARROLLO, S.A.	9.050
8. UNION FARMAC. GUIPUZCOANA	6.640
9. FUND. LABORAL SAN PRUDENCIO	5.785
10. GALERIAS PRECIADOS	4.728
11. EKOSA (**)	4.500
12. ROMEN (**)	4.000
13. CORDEVI (**)	4.000
14. BIDE ONERA VASCA	3.469
15. DIST. Y COLONIALES LASARTE	2.900
16. EL ASTORGANO	2.800
17. GRUPO ERCORECA	2.795
18. ALEVISIA	2.631
19. NORALCO	2.450
20. SUPERMERCADO GELSA	2.300
21. SAN MIGUEL DE VITORIA	2.212
22. HERNAEZ Y CIARRUSTA	2.200
23. SERCO IZARRA	2.185
24. SUPERMERCADOS CEAL	2.145
25. KELBI	2.000
26. DISPAR UNO (**)	2.000
27. GUERRA SAN MARTIN (**)	2.000
28. DALSA (**)	2.000
29. COMERCIAL TXOMIN (**)	2.000
30. HERMINIO HERNAEZ HERMANOS	1.859
31. SUPER AMARA	1.702
32. COOP. CONS. LDA SAN CARLOS	1.666
33. FRANCISCO CASADO	1.500
34. SUMINISTROS DANENA	1.375
35. FYDICAL	1.310
36. GONDAVOR	1.240
37. VINOS ARZAC	1.067
38. COMERCIAL LEIZARAN	1.050
39. VASCADENA	1.000
40. TELEDES	970

FUENTE: Informe Anual 1992 sobre el Sector de Distribución Comercial en el País Vasco.

(*) Facturación País Vasco y Navarra

(**) Estimación

CUADRO Nº 9:

DOTACION DE GRANDES SUPERFICIES EN EL PAIS VASCO Número de Establecimientos y densidad (Nº establecimientos/millón habitantes)

PROVINCIA	TIPO DE EQUIPAMIENTO					
	CENTRO COMERCIAL		GRANDES SUPERF. MUEBLES		MERCADO ABASTOS	
	Nº	DENSIDAD	Nº	DENSIDAD	Nº	DENSIDAD
ALAVA	—	—	—	—	2	7,47
GUIPUZCOA	—	—	—	—	19	27,57
VIZCAYA	2	1,70	2	1,70	27	22,90
TOTAL	2	0,94	2	0,94	48	22,47

FUENTE: Dirección General de Comercio Interior. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1990).

CUADRO Nº 10:

HIPERMERCADOS EN EL PAIS VASCO (1993)

NOMBRE	CIUDAD	INAUG.
MAMUT	OYARZUN	1977
PRYCA	OYARZUN	1979
EROSKI	VITORIA	1981
INTER SPAR PLAZA	BILBAO	1982
(Cerrado en la Actualidad)		
EROSKI	LEJONA	1986
BILBONDO (EROSKI)	BASAURI	1990
BALIAK	BARACALDO	1991
C.C. OLABERRIA	OLABERRIA	1992

FUENTE: Informe Anual 1992 sobre el Sector de Distribución Comercial en el País Vasco.

Excluida Eroski, que ocupa el sexto puesto en el ranking español de empresas de distribución, el resto de protagonistas principales del sector tiene una dimensión pequeña (cuadro nº 8).

Y aunque el dominio de Eroski en el País Vasco se hace cada día más patente (controla el 40% de la sala de ventas de el País Vasco y mantiene el liderazgo en los tres territorios históricos), su dimensión es muy reducida en comparación con la de los gigantes del sector en Europa.

Ello hace necesario una profundización en el proceso de fusión-absorción-concentración iniciado en los últimos años.

– Dotación de grandes superficies.

Los cuadros nº 4 y 9 nos ofrecen la dotación de Grandes Superficies en el País Vasco, a finales de 1991, que se resumen en la existencia, en esa fecha, de 562 Supermercados, 7 Hipermercados, 8 Almacenes por Secciones (Grandes Almacenes y Almacenes Populares), 3 Centros Comerciales, 3 Grandes Superficies de Muebles y 48 Mercados de Abastos.

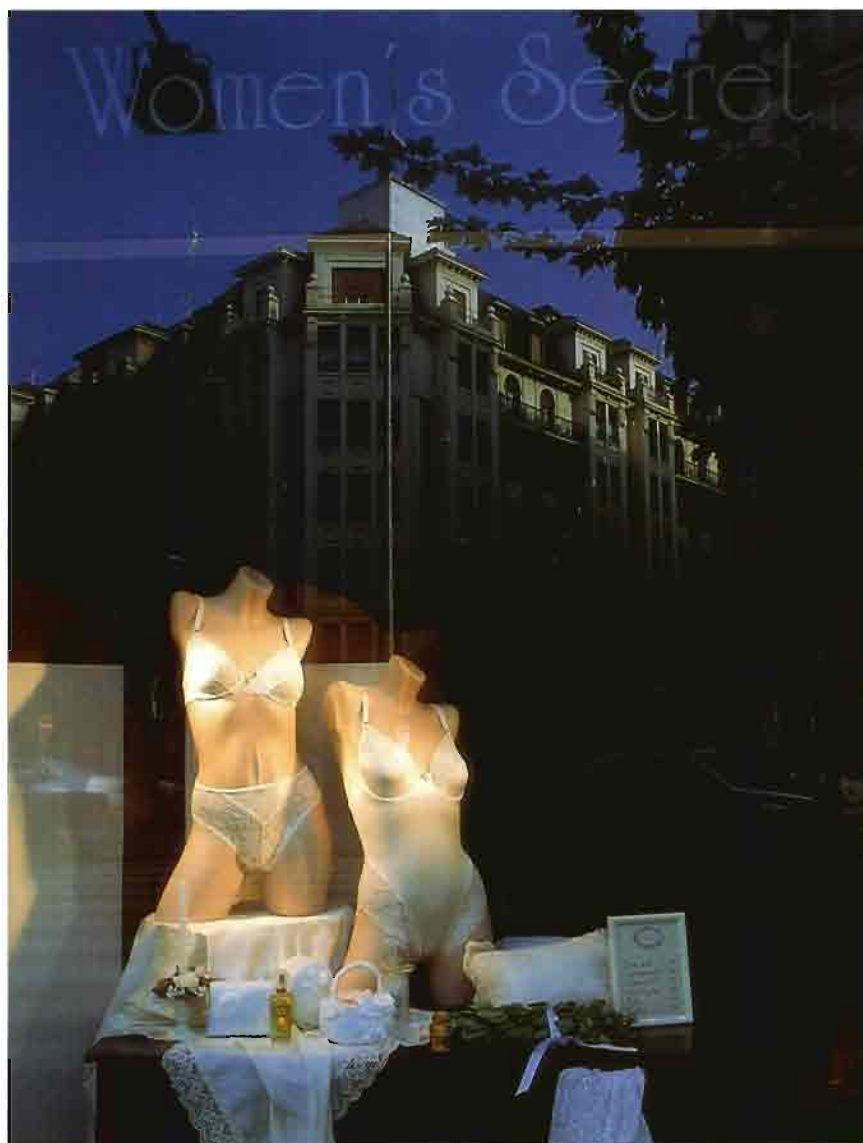
Los Centros Comerciales existentes en la actualidad son el Centro Comercial Indautxu (Bilbao), Dendaraba (Vitoria) y Bilbondo (Basauri). En 1994 entrará en funcionamiento el Max Center de Baracaldo (Vizcaya).

Una de las 3 Grandes Superficies de Muebles está situada en Bilbao (inaugurada en 1972, con una superficie de 2.500 m2), otra en San Sebastián (Muebles Inchausti), y la otra en Zalla (inaugurada en 1962, con una superficie de 5.250 m2).

Entre los mercados de abastos hay grandes divergencias en cuanto a sus años de inauguración: 8 de ellos se inauguraron en el siglo XIX y otros tantos en los últimos 10 años.

Los hipermercados existentes en





CUADRO Nº 11
**GRANDES ALMACENES
EN EL PAÍS VASCO (1993)**

NOMBRE	CIUDAD	APERT.
G. PRECIADOS	BILBAO	1959
G. PRECIADOS	EIBAR	1962
EL CORTE INGLES	BILBAO	1969
G. PRECIADOS	VITORIA	1976

FUENTE: Informe Anual 1992 sobre el Sector de Distribución Comercial en el País Vasco.

CUADRO Nº 12
**ALMACENES POPULARES
EN EL PAÍS VASCO (1993)**

NOMBRE	CIUDAD	APERT.
SIMAGO	BILBAO (S. JUANES)	1964
SIMAGO	BARACALDO	1966
C. C. JAUN	VITORIA	1972
SIMAGO	VITORIA	1973
SIMAGO	BILBAO (N. ALGORTA)	1973
EROSKI	DURANGO	1978
EROSKI	ZARAUZ	1986

FUENTE: Informe Anual 1992 sobre el Sector de Distribución Comercial en el País Vasco.

CUADRO Nº 13
**DOTACION DE AREAS PEATONALES COMERCIALES (APC)
EN EL PAÍS VASCO**

PROVINCIA	Nº APC	ACTIVIDAD COMERCIAL		APC-PROVINCIA	
		INDICE ACTIVIDAD MEDIO (%)	Nº COMERCIOS	LONGITUD APC (M2)	ALTURA EDIF. (PLANTAS)
ALAVA	1	96,10	181	270	4
GUIPUZCOA	4	96,38	549	3.590	4
VIZCAYA	5	92,94	910	5.399	4
TOTAL	10	95,14	1.640	9.259	4

FUENTE: Dirección General de Comercio Interior. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1991).

1992 en el País Vasco son los siete que expone el cuadro nº 10. Los Grandes Almacenes ubicados en el País Vasco son los que muestra el cuadro nº 11. Y, finalmente, los Almacenes Populares registrados en el País Vasco son los del cuadro nº 12.

De ellos, los auténticos Almacenes Populares son los cuatro establecimientos de Simago que, junto con los 4 Grandes Almacenes citados, completarían la dotación de 8 Almacenes por Secciones del Censo de 1991 que aparecen en el cuadro nº 6.

En el País Vasco existen 10 Areas Peatonales Comerciales (cuadro nº 13). Estas 10 Areas con-

centran un total de 1.640 comercios y tienen una superficie cde 46.981 m² (cuadro nº 14). Los cuadros nº 15, 16 y 17 completan la información sobre la estructura de este sector en el País Vasco.

CONCLUSIONES

A la vista de todos los datos manejados hasta ahora, se puede apuntar, a modo de resumen, una serie de conclusiones básicas, algunas ya mencionadas, sobre la situación actual del sector de distribución comercial en el País Vasco:

1. El País Vasco muestra una propensión al consumo (68,45%) superior a la del conjunto español, habiendo evolucionado el consumo per cápita del País Vasco de forma creciente desde 1987.

2. En el País Vasco, las unidades de gasto dedican el 40,2% a servicios, demostrando de esta forma el superior nivel de desarrollo de esta Comunidad frente a la media nacional (38,7%).

CUADRO Nº 14

LOCALIZACION DE LAS AREAS PEATONALES COMERCIALES EN EL PAIS VASCO

MUNICIPIO	UBICACION	NUMERO COMERCIOS	SUPERFICIE COMERCIAL
ALAVA			
VITORIA	C/ DATO	181	5.817
GUIPUZCOA			
EIBAR	C/ TORIBIO ETXEBARRIA	41	1.904
MONDRAGON	C/ FERRERIAS	76	2.377
RENTERIA	C/ ERDIKO	70	2.207
SAN SEBASTIAN	C/ FERMIN CALVETON	362	8.346
VIZCAYA			
BILBAO	CASCO VIEJO	654	19.006
DURANGO	C/ GOIENKALE	69	1.494
GETXO	C/ BASAGOITI	61	1.706
PORTUGALETE	C/ VICTOR CHAVARRI	103	2.937
SANTURTZI	PZA. J.J. MENDIZABAL	23	1.187
TOTAL		1.640	46.981

FUENTE: Dirección General de Comercio Interior. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1991).



CUADRO Nº 15
EVOLUCION DEL SECTOR
COMERCIAL EN EL PAIS VASCO

CONCEPTO	Nº ESTABLECIMIENTOS		
	1987	1991	91/87(%)
MINORISTAS	33.198	33.509	+ 0,9
MAYORISTAS	3.078	4.268	+38,7
TOTAL	36.276	37.777	+4,1

FUENTE: Censos Comerciales de 1987 y 1991.
Elaboración propia.

3. La variación en el consumo de los hogares vascos ha supuesto una reducción porcentual del presupuesto familiar dedicado a productos de alimentación en favor de la compra de más servicios: esparcimiento, enseñanza, cultura, transporte, comunicaciones, servicios médicos y de conservación de la salud.

4. En definitiva, bien por cambios demográficos o en la estructura familiar, o bien por la propia evolución en la estructura del gasto o del tiempo dedicado al ocio, se están produciendo importantes transformaciones en la demanda comercial.

5. Los nuevos comportamientos de compra, nuevos segmentos y la variación del consumo están teniendo su correspondiente repercusión en los establecimientos de las diferentes ramas de actividad. Por ejemplo, en la reducción del total de establecimientos de alimentación y en el crecimiento ininterrumpido de los de no alimentación.

6. Ante esta situación, la mayoría de las principales empresas comerciales de el País Vasco han optado por la modernización y adaptación a nuevas tecnologías o por la mejora en la gestión, o por dar un mejor servicio.

Pero, a pesar de ello, en el País Vasco la distribución comercial está menos evolucionada que en el resto de España, entre otras cosas porque el desarrollo que se está dando en el sector está siendo más ralentizado.

7. Así, por ejemplo, la implantación de Grandes Superficies en el País Vasco

CUADRO Nº 16
DISTRIBUCION DEL COMERCIO MINORISTA POR RAMAS
EN EL PAIS VASCO

RAMAS DE ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTOS		ESTABLECIMIENTOS POR 1.000 HABITANTES
	TOTAL	%	
TOTAL ALIMENTACION	13.787	41,1	6,6
GRAL. PEQ. SUPERFICIE	2.305	6,9	1,1
SUPERSERVICIOS	356	1,1	0,2
SUPERMERCADOS	206	0,6	0,1
HIPERMERCADOS	7	0,0	0,0
TEXTIL, CONF., CALZADO	6.609	19,7	3,2
DROG., PERFUM., FARMACIA	1.910	5,7	0,9
MUEBLES Y ART. HOGAR	4.572	13,6	2,2
VEHICULOS Y ACCESORIOS	951	2,8	0,5
CARBUR. Y COMBUSTIBLES	303	0,9	0,1
OTROS COMERCIOS	5.369	16,0	2,6
GRANDES ALM. Y ALMC. POPULAR	8	0,0	0,0
TOTAL	33.509	100,0	16,0

FUENTE: Censo Comercial de 1991. Elaboración propia.

CUADRO Nº 17
AGRUPACION FISICA DE ESTABLECIMIENTOS EN REGIMEN
DE VENTA DE AUTOSERVICIO EN EL PAIS VASCO

CONCEPTOS	% AUTOSERVICIOS (40-119 M2)	% SUPERSERVICIOS (120-399 M2)	% SUPERMERCADOS (400-2.499 M2)
AISLADO	89,4	76,8	57,3
AGRUPADO	10,6	23,2	42,7
CENTRO COMERCIAL	4,7	6,3	16,7
GRAN ALMACEN	0,4	7,0	13,5
ALMACEN POPULAR	2,4	2,9	4,2
MERCADO ABASTOS	0,0	0,7	2,2
OTROS	3,1	6,3	6,3
TOTAL	100	100	100

FUENTE: Dirección General de Comercio Interior. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (1991).

(Hipermercados, Supermercados Grandes, Centros Comerciales Regionales, Grandes Almacenes, Almacenes Populares y Grandes Superficies Especializadas) ha sido tardía y menor que la que corresponde al nivel de desarrollo de esta Comunidad.

8. Por consiguiente, todavía no se ha producido en el sector no alimentario la importante revolución experimentada en los años ochenta en el sector alimentario. Es a principios de la década de los noventa cuando se están implantando los auténticos Centros



Comerciales y las primeras GSE (por ejemplo, Toys R Us).

9. Por ello, será la década de los noventa la que verá invertir la tendencia en el censo de establecimientos no alimentarios (gráfico nº 3), agudizándose de esta forma la tendencia iniciada en 1990 de disminución del colectivo total de establecimientos comerciales minoristas (gráfico nº 1) y reduciéndose consiguientemente la alta densidad comercial actual (16 detallistas por cada 1.000 habitantes).

10. Este artículo no ha aportado datos sobre el comercio ambulante por ser residual, como se pudo observar en Rebollo (1993).

No es éste el caso de las formas comerciales "sin establecimiento" (los denominados sistemas de venta a distancia: venta por correo, a través de medios telemáticos, videocatálogos, televisión interactiva, etc...) que parecen estar introduciéndose paulatinamente en esta Comunidad, aunque su

cuota de mercado siga siendo reducida.

En resumen, el comercio vasco no ha reaccionado con suficiente dinamismo ante los grandes cambios producidos en el sector, en España y en otros países occidentales de nuestro entorno.

De tal forma, como se decía al inicio de este artículo, la renovación del sector está en gran parte por hacerse. □

JOSE MARIA SAINZ DE VICUÑA.

Profesor de la ESTE-Universidad de Deusto.
Director de Marketing de LKS Consultores.

BIBLIOGRAFIA

- REBOLLO, A. (1994). "Geografía Comercial de España". Distribución y Consumo, nº 13, Diciembre-Enero 1994.
- DEPARTAMENTO DE COMERCIO, CONSUMO Y TURISMO DEL GOBIERNO VASCO (1993). Censo de Establecimientos Comerciales 1991. Vitoria.
- DEPARTAMENTO DE COMERCIO, CONSUMO Y TURISMO DEL GOBIERNO VASCO (1993). Informe Anual del Sector de Distribución del País Vasco 1992. Bilbao.
- DEPARTAMENTO DE COMERCIO, CONSUMO Y TURISMO DEL GOBIERNO VASCO (1993). Gasto del Consumidor Vasco en Aquitania 1992. Vitoria.
- DIRECCION GENERAL DE COMERCIO INTERIOR DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (1991). Situación Estructural y Funcionamiento del Autoservicio y Supermercado en España. Colección Estudios, nº 46. Madrid.
- DIRECCION GENERAL DE COMERCIO INTERIOR DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (1991). Areas Peatonales Comerciales. Colección Estudios nº 47. Madrid.
- DIRECCION GENERAL DE COMERCIO INTERIOR DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (1990). Centros Comerciales y Mercados Minoristas. Colección Estudios nº 41. Madrid.
- DIRECCION GENERAL DE COMERCIO INTERIOR DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (1990). Franquicia Comercial en España. Colección Estudios nº 44. Madrid.
- SAINZ DE VICUÑA, J.M. (1992). La Distribución Comercial Vasca ante el Año 2000. Ediciones ESTE - Universidad de Deusto. Colección Estudios Empresariales nº 2. San Sebastián.