Geografía comercial de España

Distribución regional de la oferta y la demanda de servicios comerciales

ALFONSO REBOLLO ARÉVALO

Universidad Autónoma de Madrid

Hace ya siete años, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO publicó un informe sobre la distribución regional del comercio en España, al que siguieron sendos artículos referidos a cada una de las comunidades autónomas en el que se analizaban con detalle los aspectos particulares del comercio en cada una de ellas. En estos siete años han continuado siendo muchas y profundas las transformaciones que se han producido en el sistema de distribución comercial en España.

En el lado de la oferta, con el desarrollo y consolidación de nuevos formatos comerciales –las grandes y medianas superficies especializadas, el descuento duro– y la expansión de los supermercados; la reestructuración empresarial, que ha dado lugar a un profundo proceso de concentración empresarial, aún no culminado; la expansión de la franquicia en los sectores de equipamiento de la persona; la continuada transformación del empleo en asalariado.

Desde el punto de vista de la demanda, los compradores continúan incrementando sus compras en los nuevos formatos comerciales, dando lugar a la continuación de la pérdida de cuota de mercado de los establecimientos tradicionales.

También se han modificado las condiciones de entorno. La economía española se encuentra en una fase expansiva, lo que puede acentuar las tendencias inflacionistas de la distribución comercial, a la vez que puede provocar una mayor rapidez en el proceso de transformación del comercio ante las favorables expectativas económicas y los bajos tipos de interés.

Por su parte, el entorno legal se ha modificado enormemente con la publicación de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, de enero de 1996, y de las Leyes de Comercio Interior de varias comunidades autónomas.

Como consecuencia de todo ello, también las relaciones de la distribución con los fabricantes se han visto afectadas, ahondándose el proceso de desplazamiento del poder de negociación hacia los distribuidores en perjuicio, sobre todo, de los pequeños productores, por lo que las implicaciones de los cambios en el sistema de distribución comercial, afectan ya profundamente a muchos ámbitos y aspectos fuera del entorno del comercio, además de haber modificado acusadamente el propio sector.

Todas estas razones (2) motivan una nueva revisión particularizada del siste-

CUADRO Nº 1

EVOLUCIÓN DEL VALOR AÑADIDO BRUTO A PRECIOS DE MERCADO

PRECIOS CONSTANTES. MILES DE MILLONES DE PESETAS

RAMAS DE ACTIVIDAD	1986	1989	1992	1995 (P)	1997 (A)
1.– PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA, SILVICULTURA Y PESCA	1.815,051	1.953,482	1.978,748	1.595,639	1.906,741
2.– PRODUCTOS ENERGÉTICOS	1.924,203	2.134,539	2.230,252	2.296,662	2.487,453
3.– PRODUCTOS INDUSTRIALES	7.502,845	8.564,096	8.834,850	9.288,887	9.895,804
4.– CONSTRUCCIÓN	2.102,642	2.848,068	3.059,165	3.130,044	3.089,918
5.– SERVICIOS DESTINADOS A LA VENTA	13.241,087	15.078,553	16.150,222	17.360,251	18.489,699
COMERCIO	4.000,556	4.525,942	4.637,314	4.820,981	SIN DATOS
6.– SERVICIOS NO DESTINADOS A LA VENTA	3.941,215	4.724,911	5.447,897	5.647,948	5.820,403
VALOR AÑADIDO BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	**30.527,043**	**35.303,649**	**37.701,134**	**39.319,431**	**41.690,018**

PRECIOS CONSTANTES. ÍNDICE 1986 = 100

RAMAS DE ACTIVIDAD	1986	1989	1992	1995 (P)	1997 (A)
1.– PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA, SILVICULTURA Y PESCA	100,00	107,63	109,02	87,91	105,05
2.– PRODUCTOS ENERGÉTICOS	100,00	110,93	115,91	119,36	129,27
3.– PRODUCTOS INDUSTRIALES	100,00	114,14	117,75	123,80	131,89
4.– CONSTRUCCIÓN	100,00	135,45	145,49	148,86	146,95
5.– SERVICIOS DESTINADOS A LA VENTA	100,00	113,88	121,97	131,11	139,64
COMERCIO	100,00	113,13	115,92	120,51	SIN DATOS
6.– SERVICIOS NO DESTINADOS A LA VENTA	100,00	119,88	138,23	143,30	147,68
VALOR AÑADIDO BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	**100,00**	**115,65**	**123,50**	**128,80**	**136,57**

PRECIOS CONSTANTES. PORCENTAJES DE PARTICIPACIÓN POR RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMAS DE ACTIVIDAD	1986	1989	1992	1995 (P)	1997 (A)
1.– PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA, SILVICULTURA Y PESCA	5,95	5,53	5,25	4,06	4,57
2.– PRODUCTOS ENERGÉTICOS	6,30	6,05	5,92	5,84	5,97
3.– PRODUCTOS INDUSTRIALES	24,58	24,26	23,43	23,62	23,74
4.– CONSTRUCCIÓN	6,89	8,07	8,11	7,96	7,41
5.– SERVICIOS DESTINADOS A LA VENTA	43,37	42,71	42,84	44,15	44,35
COMERCIO	13,10	12,82	12,30	12,26	SIN DATOS
6.– SERVICIOS NO DESTINADOS A LA VENTA	12,91	13,38	14,45	14,36	13,96
VALOR AÑADIDO BRUTO A PRECIOS DE MERCADO	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**

P: *Provisional.* ***A:*** *Avance.*

FUENTE: INE; Contabilidad nacional de España. Base 1986. Serie Contable 1992/1997. Madrid, 1998.

ma de distribución comercial español en las distintas comunidades autónomas, cuyo inicio se ha hecho coincidir pretendidamente con el número 50 de DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO, por aquello de que los números redondos inducen a un inevitable espíritu conmemorativo y son propicios para comenzar nuevas aventuras, en este caso una renovada aproximación a la geografía comercial de España que se pretende ir completando en números sucesivos.

Además, el momento es pertinente dado que el próximo año 2001 deberá revisarse la Ley de Ordenación del Comercio Minorista de 1996, al menos en lo referido a la amplitud de los horarios comerciales (3). Este artículo y los que le seguirán posteriormente pretenden brindar una ocasión de reflexión sobre la situación del comercio en España. En él nos proponemos mostrar la existencia de grandes diferencias entre las distintas comunidades autónomas y provincias tanto en cuanto al equipamiento comercial y a los servicios de distribución disponibles para consumidores y para los productores, como respecto del papel que juega la distribución comercial en las economías regionales y provinciales. No todas las diferencias encontradas pueden explicarse por las diferencias en la demanda.

En el siguiente apartado se examina la importancia del sector de distribución comercial en las economías regionales y provinciales, mediante un examen de las principales macromagnitudes y el empleo en el comercio. El tercer apartado se dedica al análisis más general de la demanda de servicios de distribución comercial, mediante el examen del tamaño que adquiere ésta en las comunidades y provincias y de los principales comportamientos de gasto de los consumidores. En el cuarto apartado se examina la oferta de distribución comercial, mediante el análisis de las dotaciones de comercio, fundamentalmente minorista. En el último apartado se establecen algunas conclusiones en torno al hilo conductor de el "producto" y el coste de la distribución comercial en los diferentes ámbitos regionales y provinciales (4).

EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

•LA APORTACION DEL COMERCIO A LAS ECONOMIAS REGIONALES

La economía española se encuadraba a mediados de la década de los años noventa plenamente en las llamadas economías postindustriales, alcanzando las actividades de servicios casi el 60% (58,3%) del total del valor añadido bruto a precios de mercado y en pesetas constantes (cuadro nº 1). Sin embargo, el sector de comercio no ha seguido una tendencia creciente, sino que por el contrario ha perdido casi un punto de participación relativa respecto de diez años antes, situándose en el 12,3% en 1995. Un valor más próximo a los habituales en el resto de los países más desarrollados y, en particular, en los de la Unión Europea, lo que puede ser indicativo de que la distribución comercial en España ha alcanzado ya un cierto grado de homogeneidad respecto de los países de su entorno económico.

Por comunidades autónomas y provincias se encuentran grandes diferencias que impiden extender ese juicio general a las realidades de cada ámbito regional y provincial, en los que el comercio juega un papel muy diferente.

En primer lugar, se constata la concentración de la producción de servicios de distribución comercial en unas pocas provincias y, si se dispusiera de datos más desagregados, seguramente podría afirmarse que en unas pocas ciudades.

Entre Madrid (16,3%), Barcelona (16%) y Valencia (7,3%), explicaban el 39,6% del PIB generado por el comercio en España en 1993 (cuadro nº 2), manteniendo valores muy semejantes a los registrados en 1987, año en el que en conjunto las tres provincias alcanzaban el 39,8%.

La población de derecho de las tres provincias en 1997 (cuadro nº 8) suponía el 29,72% del total de España, lo que

Geografía comercial de España

CUADRO Nº 2

PRODUCCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

EVOLUCIÓN 1987/1993 Y DISTRIBUCIÓN REGIONAL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y PROVINCIAS

CC AA/ PROVINCIAS	PIB REGIONAL AL COSTE DE LOS FACTORES (MILLONES DE PESETAS CORRIENTES)		PIB DEL COMERCIO AL COSTE DE LOS FACTORES (MILLONES DE PESETAS CORRIENTES)		DISTRIBUCIÓN REGIONAL DEL COMERCIO (PORCENTAJES SOBRE TOTAL ESPAÑA)			PARTICIPACIÓN DEL COMERCIO EN EL PIB REGIONAL (PORCENTAJE SOBRE TOTAL DE CADA CC AA Y PROVINCIA)		
	1987	1993	1987	1993	1987	1993	% 1993 S/1987	1987	1993	% 1993 S/1987
ANDALUCÍA	**4.615.960**	**8.064.806**	**561.157**	**1.037.351**	**12,5**	**12,7**	**102,2**	**12,2**	**12,9**	**105,8**
ALMERÍA	312.052	537.167	41.771	78.476	0,9	1,0	103,8	13,4	14,6	109,1
CÁDIZ	727.626	1.227.825	81.044	144.808	1,8	1,8	98,8	11,1	11,8	105,9
CÓRDOBA	473.429	829.707	51.937	94.649	1,2	1,2	100,7	11,0	11,4	104,0
GRANADA	453.272	810.065	56.866	101.128	1,3	1,2	98,3	12,5	12,5	99,5
HUELVA	318.277	535.422	32.239	61.486	0,7	0,8	105,4	10,1	11,5	113,4
JAÉN	379.092	670.423	36.715	67.954	0,8	0,8	102,3	9,7	10,1	104,7
MÁLAGA	859.790	1.496.489	115.072	213.792	2,6	2,6	102,7	13,4	14,3	106,7
SEVILLA	1.092.422	1.957.708	145.513	275.058	3,2	3,4	104,5	13,3	14,1	105,5
ARAGÓN	**1.243.657**	**2.055.366**	**127.612**	**225.975**	**2,8**	**2,8**	**97,9**	**10,3**	**11,0**	**107,1**
HUESCA	205.291	334.101	17.910	32.624	0,4	0,4	100,7	8,7	9,8	111,9
TERUEL	136.219	225.100	8.956	16.180	0,2	0,2	99,9	6,6	7,2	109,3
ZARAGOZA	902.147	1.496.165	100.746	177.171	2,2	2,2	97,2	11,2	11,8	106,0
ASTURIAS	**1.037.468**	**1.575.866**	**118.652**	**199.131**	**2,6**	**2,4**	**92,8**	**11,4**	**12,6**	**110,5**
BALEARES	**979.342**	**1.725.798**	**112.273**	**205.490**	**2,5**	**2,5**	**101,2**	**11,5**	**11,9**	**103,9**
CANARIAS	**1.420.846**	**2.500.180**	**228.806**	**405.304**	**5,1**	**5,0**	**97,9**	**16,1**	**16,2**	**100,7**
LAS PALMAS	736.721	1.300.577	118.210	208.712	2,6	2,6	97,6	16,0	16,0	100,0
S. C. TENERIFE	684.125	1.199.603	110.596	196.592	2,5	2,4	98,3	16,2	16,4	101,4
CANTABRIA	**491.204**	**783.899**	**52.836**	**96.275**	**1,2**	**1,2**	**100,7**	**10,8**	**12,3**	**114,2**
C.-LA MANCHA	**1.235.311**	**2.185.407**	**128.504**	**238.646**	**2,9**	**2,9**	**102,6**	**10,4**	**10,9**	**105,0**
ALBACETE	225.743	395.454	26.866	50.965	0,6	0,6	104,9	11,9	12,9	108,3
CIUDAD REAL	349.177	605.088	35.820	66.336	0,8	0,8	102,4	10,3	11,0	106,9
CUENCA	135.337	234.698	13.433	25.077	0,3	0,3	103,2	9,9	10,7	107,6
GUADALAJARA	147.388	279.530	11.194	21.034	0,2	0,3	103,9	7,6	7,5	99,1
TOLEDO	377.666	670.637	41.191	75.234	0,9	0,9	101,0	10,9	11,2	102,9
CAST. Y LEÓN	**2.205.356**	**3.704.796**	**212.678**	**384.078**	**4,7**	**4,7**	**99,8**	**9,6**	**10,4**	**107,5**
ÁVILA	127.305	218.228	10.745	19.416	0,2	0,2	99,9	8,4	8,9	105,4
BURGOS	352.060	589.275	34.028	63.099	0,8	0,8	102,5	9,7	10,7	110,8
LEÓN	421.222	701.441	39.851	69.575	0,9	0,9	96,5	9,5	9,9	104,8
PALENCIA	174.118	279.054	15.224	25.888	0,3	0,3	94,0	8,7	9,3	106,1
CATALUÑA	**7.231.509**	**12.036.114**	**921.046**	**1.667.468**	**20,5**	**20,5**	**100,1**	**12,7**	**13,9**	**108,8**
BARCELONA	5.530.556	9.143.364	725.373	1.306.564	16,1	16,0	99,6	13,1	14,3	109,0
GIRONA	660.726	1.153.098	82.838	158.372	1,8	1,9	105,7	12,5	13,7	109,5
LLEIDA	374.015	578.727	46.117	83.327	1,0	1,0	99,9	12,3	14,4	116,8
TARRAGONA	666.212	1.097.677	66.718	119.205	1,5	1,5	98,8	10,0	10,9	108,4
C. VALENCIANA	**3.775.323**	**6.357.377**	**552.060**	**983.724**	**12,3**	**12,1**	**98,5**	**14,6**	**15,5**	**105,8**
ALICANTE	1.181.357	1.977.811	158.059	282.342	3,5	3,5	98,7	13,4	14,3	106,7
CASTELLÓN	447.228	775.563	57.756	104.367	1,3	1,3	99,9	12,9	13,5	104,2
VALENCIA	2.146.738	3.604.003	336.245	597.015	7,5	7,3	98,1	15,7	16,6	105,8
EXTREMADURA	**688.743**	**1.217.936**	**75.670**	**139.958**	**1,7**	**1,7**	**102,2**	**11,0**	**11,5**	**104,6**
BADAJOZ	370.718	664.212	47.460	88.993	1,1	1,1	103,6	12,8	13,4	104,7
CÁCERES	318.025	553.724	28.210	50.965	0,6	0,6	99,9	8,9	9,2	103,8
GALICIA	**2.175.674**	**3.705.059**	**260.295**	**467.307**	**5,8**	**5,7**	**99,2**	**12,0**	**12,6**	**105,4**
A CORUÑA	929.954	1.573.655	112.539	205.513	2,5	2,5	100,9	12,1	13,1	107,9
LUGO	254.519	438.224	28.657	50.161	0,6	0,6	96,8	11,3	11,4	101,7
OURENSE	249.179	430.220	31.342	55.013	0,7	0,7	97,0	12,6	12,8	101,7
PONTEVEDRA	742.022	1.262.960	87.757	156.620	2,0	1,9	98,6	11,8	12,4	104,9
LA RIOJA	**279.229**	**486.520**	**28.564**	**53.455**	**0,6**	**0,7**	**103,4**	**10,2**	**11,0**	**107,4**
MADRID	**6.106.991**	**10.566.170**	**729.372**	**1.323.503**	**16,2**	**16,3**	**100,3**	**11,9**	**12,5**	**104,9**
MURCIA	**818.538**	**1.419.997**	**108.799**	**197.388**	**2,4**	**2,4**	**100,3**	**13,3**	**13,9**	**104,6**
NAVARRA	**576.063**	**964.521**	**49.702**	**93.035**	**1,1**	**1,1**	**103,5**	**8,6**	**9,6**	**111,8**
PAÍS VASCO	**2.344.111**	**3.747.144**	**215.865**	**394.694**	**4,8**	**4,8**	**101,1**	**9,2**	**10,5**	**114,4**
ÁLAVA	353.441	582.543	27.417	52.780	0,6	0,6	106,4	7,8	9,1	116,8
GUIPÚZCOA	724.869	1.136.161	66.210	120.257	1,5	1,5	100,4	9,1	10,6	115,9
VIZCAYA	1.265.801	2.028.440	122.238	221.657	2,7	2,7	100,2	9,7	10,9	113,2
CEUTA Y MELILLA	90.454	163.026	16.222	28.707	0,4	0,4	97,8	17,9	17,6	98,2
SALAMANCA	284.882	520.959	29.550	53.391	0,7	0,7	99,9	10,4	10,2	98,8
SEGOVIA	121.777	211.962	11.194	20.844	0,2	0,3	102,9	9,2	9,8	107,0
SORIA	78.783	138.633	7.164	11.326	0,2	0,1	87,4	9,1	8,2	89,8
VALLADOLID	494.117	790.311	48.356	89.799	1,1	1,1	102,6	9,8	11,4	116,1
ZAMORA	151.092	223.139	16.566	30.740	0,4	0,4	102,6	11,0	13,8	125,6
TOTAL	**37.315.779**	**63.259.982**	**4.500.113**	**8.141.489**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**12,1**	**12,9**	**106,7**

FUENTE: Fundación BBV; Renta nacional de España y su distribución provincial. Serie homogénea, años 1955 a 1993 y avances 1994 a 1997. Bilbao, 1999.

Distribución y Consumo Nº 50

Geografía comercial de España

CUADRO Nº 3

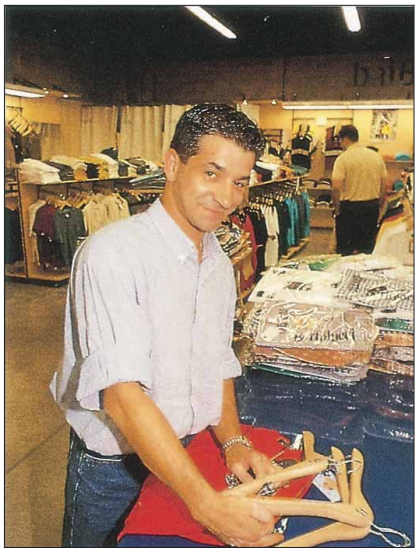
EL EMPLEO EN EL COMERCIO

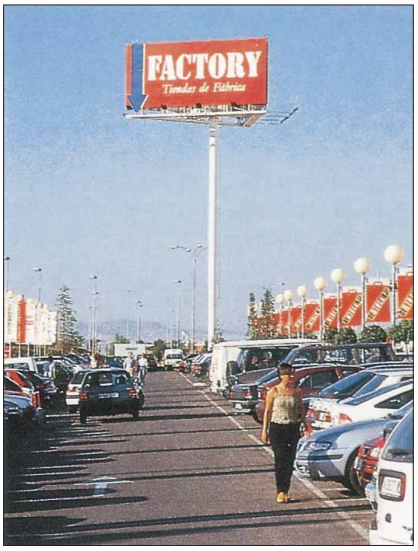
POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y PROVINCIAS

CC AA/ PROVINCIAS	NÚMERO DE EMPLEOS TOTAL ACTIVIDADES	NÚMERO DE EMPLEOS COMERCIO	DISTRIBUCIÓN REGIONAL DEL EMPLEO EN EL COMERCIO % SOBRE TOTAL ACTIVIDADES	DISTRIBUCIÓN REGIONAL DEL EMPLEO EN EL COMERCIO % SOBRE TOTAL COMERCIO	EMPLEO ASALARIADO NÚMERO	EMPLEO ASALARIADO SOBRE TOTAL COMERCIO ESPAÑA	EMPLEO SOBRE TOTAL COMERCIO CC AA Y PROVINCIA
ANDALUCÍA	**1.847.215**	**253.833**	**13,7**	**14,4**	**135.576**	**7,7**	**53,4**
ALMERÍA	137.425	19.177	14,0	1,1	9.337	0,5	48,7
CÁDIZ	269.118	37.890	14,1	2,2	20.556	1,2	54,3
CÓRDOBA	202.769	26.371	13,0	1,5	14.706	0,8	55,8
GRANADA	201.784	26.410	13,1	1,5	13.784	0,8	52,2
HUELVA	120.450	15.895	13,2	0,9	7.050	0,4	44,4
JAÉN	163.709	18.052	11,0	1,0	8.423	0,5	46,7
MÁLAGA	311.650	47.718	15,3	2,7	26.382	1,5	55,3
SEVILLA	440.310	62.320	14,2	3,5	35.338	2,0	56,7
ARAGÓN	**425.081**	**50.352**	**11,8**	**2,9**	**28.809**	**1,6**	**57,2**
HUESCA	71.401	7.773	10,9	0,4	3.985	0,2	51,3
TERUEL	48.815	3.642	7,5	0,2	1.513	0,1	41,5
ZARAGOZA	304.865	38.937	12,8	2,2	23.311	1,3	59,9
ASTURIAS	**347.361**	**41.908**	**12,1**	**2,4**	**22.840**	**1,3**	**54,5**
BALEARES	**331.622**	**48.694**	**14,7**	**2,8**	**31.354**	**1,8**	**64,4**
CANARIAS	**487.627**	**92.549**	**19,0**	**5,3**	**54.417**	**3,1**	**58,8**
LAS PALMAS	254.607	47.481	18,6	2,7	27.416	1,6	57,7
S. C. TENERIFE	233.020	45.068	19,3	2,6	27.001	1,5	59,9
CANTABRIA	**170.997**	**21.586**	**12,6**	**1,2**	**11.416**	**0,6**	**52,9**
CASTILLA-LA MANCHA	**512.068**	**64.754**	**12,6**	**3,7**	**29.913**	**1,7**	**46,2**
ALBACETE	103.318	13.305	12,9	0,8	6.293	0,4	47,3
CIUDAD REAL	137.317	19.150	13,9	1,1	9.536	0,5	49,8
CUENCA	64.482	7.450	11,6	0,4	2.739	0,2	36,8
GUADALAJARA	51.005	5.356	10,5	0,3	2.513	0,1	46,9
TOLEDO	155.946	19.493	12,5	1,1	8.832	0,5	45,3
CASTILLA Y LEÓN	**832.540**	**97.590**	**11,7**	**5,5**	**48.831**	**2,8**	**50,0**
ÁVILA	57.341	5.682	9,9	0,3	2.548	0,1	44,8
BURGOS	126.655	16.208	12,8	0,9	8.482	0,5	52,3
LEÓN	166.391	16.841	10,1	1,0	7.428	0,4	44,1
PALENCIA	61.549	7.178	11,7	0,4	3.866	0,2	53,9
CATALUÑA	**2.233.548**	**324.343**	**14,5**	**18,4**	**185.098**	**10,5**	**57,1**
BARCELONA	1.683.127	246.661	14,7	14,0	145.992	8,3	59,2
GIRONA	225.826	34.378	15,2	2,0	17.463	1,0	50,8
LLEIDA	133.775	18.462	13,8	1,0	9.422	0,5	51,0
TARRAGONA	190.820	24.842	13,0	1,4	12.221	0,7	49,2
COM. VALENCIANA	**1.315.732**	**213.459**	**16,2**	**12,1**	**124.319**	**7,1**	**58,2**
ALICANTE	411.462	58.464	14,2	3,3	33.081	1,9	56,6
CASTELLÓN	164.133	26.452	16,1	1,5	16.023	0,9	60,6
VALENCIA	740.137	128.543	17,4	7,3	75.215	4,3	58,5
EXTREMADURA	**303.172**	**39.079**	**12,9**	**2,2**	**20.179**	**1,1**	**51,6**
BADAJOZ	179.846	24.386	13,6	1,4	13.055	0,7	53,5
CÁCERES	123.326	14.693	11,9	0,8	7.124	0,4	48,5
GALICIA	**977.618**	**104.608**	**10,7**	**5,9**	**51.724**	**2,9**	**49,4**
A CORUÑA	371.222	44.018	11,9	2,5	23.790	1,4	54,0
LUGO	165.328	12.628	7,6	0,7	4.290	0,2	34,0
OURENSE	139.098	15.379	11,1	0,9	6.339	0,4	41,2
PONTEVEDRA	301.970	32.583	10,8	1,9	17.305	1,0	53,1
LA RIOJA	**98.848**	**11.584**	**11,7**	**0,7**	**5.738**	**0,3**	**49,5**
MADRID	**1.843.880**	**236.902**	**12,8**	**13,5**	**173.881**	**9,9**	**73,4**
MURCIA	**316.432**	**47.747**	**15,1**	**2,7**	**26.780**	**1,5**	**56,1**
NAVARRA	**190.471**	**21.475**	**11,3**	**1,2**	**11.779**	**0,7**	**54,8**
PAÍS VASCO	**689.358**	**82.057**	**11,9**	**4,7**	**48.651**	**2,8**	**59,3**
ÁLAVA	109.110	11.408	10,5	0,6	6.749	0,4	59,2
GUIPÚZCOA	221.965	24.873	11,2	1,4	14.642	0,8	58,9
VIZCAYA	358.283	45.776	12,8	2,6	27.260	1,5	59,6
CEUTA Y MELILLA	38.028	6.835	18,0	0,4	3.666	0,2	53,6
SALAMANCA	110.483	13.940	12,6	0,8	7.712	0,4	55,3
SEGOVIA	53.474	5.426	10,1	0,3	2.302	0,1	42,4
SORIA	33.632	2.878	8,6	0,2	1.251	0,1	43,5
VALLADOLID	162.431	21.342	13,1	1,2	12.016	0,7	56,3
ZAMORA	60.584	8.095	13,4	0,5	3.226	0,2	39,9
TOTAL	**12.961.598**	**1.759.355**	**13,6**	**100,0**	**1.014.971**	**57,7**	**57,7**

FUENTE: Fundación BBV; Renta nacional de España y su distribución provincial. Serie homogénea, años 1955 a 1993 y avances 1994 a 1997. Bilbao, 1999.

Distribución y Consumo Nº 50





muestra un cierto grado de especialización de estas tres provincias en la actividad de comercio. Como se señalaba anteriormente, no se cometerá un error apreciable, si esa especialización se circunscribe a los entornos urbanos de las respectivas capitales de provincia.

La participación del comercio en el PIB de las distintas comunidades autónomas y provincias muestra grandes diferencias, tanto en los valores referidos a 1993, como en la evolución seguida desde 1987 (cuadro nº 2). La media española de participación del comercio en el PIB (al coste de los factores y en pesetas corrientes) se sitúa en el 12,9%. Los valores regionales y provinciales que se sitúen significativamente por encima de la media deben indicar un cierto grado de especialización de las correspondientes comunidades autónomas y provincias en la actividad de comercio.

Las comunidades autónomas que se sitúan por encima de la media son Canarias (16,2%), la Comunidad Valenciana (15,5%), Murcia (13,9%) y las ciudades autónomas Ceuta y Melilla (17,6%); en estos tres casos todas las provincias superan ampliamente la media española. Cataluña (13,9%) también supera la media, pero una de sus provincias, Tarragona, queda por debajo de aquella.

En principio, no cabe una única explicación a esta mayor aportación

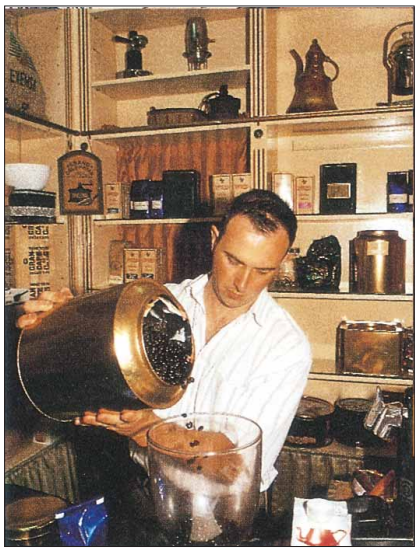
relativa del comercio al PIB regional. Mientras que en algunos casos (Cataluña, en particular la provincia de Barcelona, Canarias, Ceuta y Melilla) se puede aceptar como hipótesis de trabajo la de una mayor importancia del comercio minorista, en otros casos como Murcia, debería considerarse la importancia de los servicios mayoristas dada la importancia regional de la industria agroalimentaria. En el caso de Valencia habría que considerar la doble razón del desarrollo tanto del comercio mayorista (por la industria existente) como minorista (debido a la demanda interna y al fenómeno del turismo). La importancia del comercio en Cataluña puede interpretarse también como expresión de esta dualidad de demandas de servicios minoristas, aunque diferenciando entre provincias como Lleida, en principio más relacionada con los servicios mayoristas ligados a la industria agroalimentaria, y el caso de Girona, más orientada a los servicios minoristas.

De la misma forma cabe interpretar los porcentajes superiores a la media nacional de provincias cuyas comunidades quedan en conjunto por debajo de esa media. Los casos de Almería (14,6%) y Badajoz (13,4%), pueden explicarse por la importancia del comercio mayorista ligada a la importancia de los sectores de producción, mientras que otros casos como los de Málaga (14,3%), Sevilla (14,1%), y A Coruña (13,1%), pueden ser debidos a la importancia de la demanda final, tanto la de los residentes, como la derivada del Turismo.

•EL EMPLEO EN EL COMERCIO

El empleo en las actividades del comercio supone el 13,6% del total, algunas décimas por encima de la aportación al PIB (cuadro nº 3). Los fenómenos que pueden observarse son similares a los señalados anteriormente:

–Concentración de casi en 40% del total de empleo en sólo tres provincias: Barcelona (18,4% del total España), Madrid (13,5%) y Valencia (7,3%). Con la característica de que mientras que en Barcelona la proporción del empleo sobre el total supera la proporción de aportación al PIB del comercio, lo que



supondría una menor remuneración relativa del empleo, en Madrid el porcentaje de empleo es inferior a la aportación al PIB, lo que supondría que el empleo en comercio en Madrid estaría relativamente mejor remunerado. Por su parte Valencia mantiene proporciones similares en empleo y aportación al PIB.

–Por comunidades autónomas y provincias se mantienen las notables diferencias ya señaladas anteriormente. En Canarias (19,0%), Ceuta y Melilla (18,0%), Valencia (17,4%), Castellón (16,1%), Girona (15,2%), Murcia (15,1%), Baleares y Barcelona (14,7%), se supera claramente la media española de empleo en comercio, mientras que otras provincias como Teruel (7,5%), Soria (8,6%), Avila (9,9%) y Lugo (7,6%), quedan muy por debajo de la media nacional. En principio, este fenómeno podría ser debido a que estas provincias tienen mercados propios muy débiles que, a su vez, gravitan comercialmente sobre otras ciudades mayores.

Un fenómeno importante del empleo en el comercio español es el de su creciente asalarización, modificando la situación tradicional en la que los trabajadores autónomos suponían una mayoría amplia. La transformación de la mayor parte del empleo del comercio español (57,7%) en asalariado supone un aspecto importante de las transformaciones que se están llevando a cabo en el sistema de distribución en España. Las valoraciones de este hecho pueden diferir, pero en cualquier caso se trata de una variable que sin duda explica diferencias entre los sistemas regionales de la distribución comercial.

En el proceso de asalarización del empleo en el comercio destaca la comunidad de Madrid, en la que casi las tres cuartas partes del empleo (73,4%) en el comercio en 1993 era ya empleo asalariado. La importancia de esta comunidad sobre el empleo total en comercio eleva el valor de la media nacional y hace que sólo unas pocas comunidades superen la media de empleo asalariado, a la vez que esta variable sirva para establecer diferencias notables entre los distintos sistemas de distribución comercial regionales. Aunque la valoración de la asalarización del empleo en el comercio no responda sólo a criterios económicos, puede afirmarse que este hecho es exponente del grado de transformación de la actividad comercial.

Pues bien, por encima de la media nacional quedan, además de la Comunidad de Madrid ya mencionada, las tres provincias del País Vasco, que en conjunto tienen un porcentaje de empleo asalariado del 59,3%, Baleares (64,4%), la Comunidad Valenciana (58,2%) –en concreto las provincias de Castellón (60,6%) y Valencia (58,5%)–, y las provincias de Zaragoza (59,9%) y Barcelona (59,2%). Las provincias con un menor porcentaje de empleo asalariado (cuadro nº 3) pueden ser identificadas como de menor desarrollo comercial.

•LOS PRECIOS Y LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL: EL COSTE DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Una cuestión de importancia sobre la distribución comercial es su posible influencia sobre las tendencias inflacionistas de la economía española. Los datos de los últimos años parecen indicar que el comercio ha moderado la presión inflacionista que mostró en años pasados. Los índices de precios (cuadro nº 4) de los dos grupos de gasto de consumo final en los que el gasto comercializable puede tener una mayor repercu-

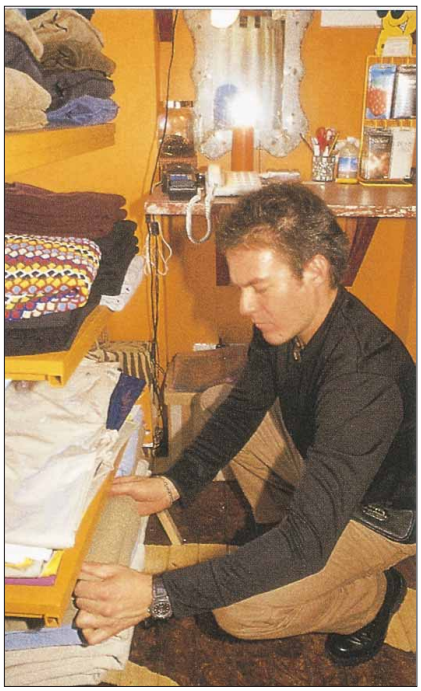
CUADRO Nº 4

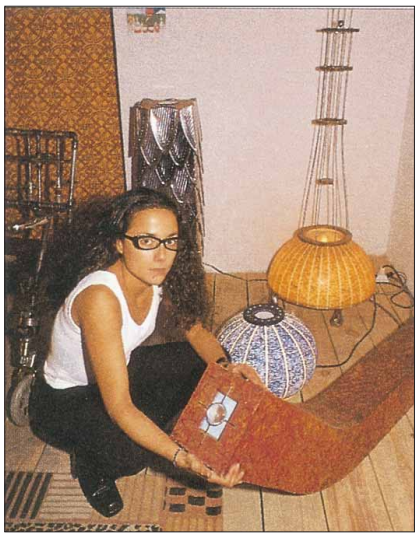
ÍNDICES DE PRECIOS DE CONSUMO. POR GRUPOS

BASE 1992

GRUPOS	1996	1997	1998	1999
ÍNDICE GENERAL	**120,5**	**122,9**	**123,8**	**126,7**
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	119,2	121,0	120,7	121,9
VESTIDO Y CALZADO	113,9	116,1	117,2	119,9
VIVIENDA	125,4	129,4	129,1	131,8
MENAJE Y SERVICIOS DEL HOGAR	111,5	117,1	118,6	121,2
MEDICINA	118,9	122,5	125,5	128,6
TRANSPORTE	125,3	126,8	123,1	130,6
CULTURA	119,1	121,2	122,2	123,6
OTROS	122,6	126,7	130,1	134,7

FUENTE: INE; Índice de Precios al Consumo.





CUADRO Nº 6

ÍNDICES DE PRECIOS DE CONSUMO EN VESTIDO Y CALZADO

BASE 1992

	IPC		PRECIOS INDUSTRIALES	
	GENERAL	VESTIDO Y CALZADO	GENERAL DE BIENES DE CONSUMO	VESTIDO Y CALZADO
1996	119,2	112,5	117,8	106,9
1997	121,	114,8	119,0	108,1
1998	123,8	117,2	119,4	110,0
1999	127,3	119,9	121,5	110,8

FUENTES: INE. Boletín mensual de estadísticas. BANCO DE ESPAÑA. Boletín estadístico.

sión, alimentación y bebidas (121,9), y vestido y calzado (119,9), muestran una evolución por debajo del IPC general (126,7) respecto del año base de 1992.

La moderación de los precios finales de los productos de alimentación entre el año de base 1992 y julio de 1999 (cuadro nº 5), fue debida a los precios de los productos agropecuarios, especialmente a los de los precios de los productos agrarios, cuyo índice en 1999 era menor que el del año base 1992. También los productos ganaderos subieron por debajo del IPC general de alimentación. Sólo los precios de los productos de alimentación industrializados subieron por encima de la media del índice de precios finales de alimentación, bebidas y tabaco. Para este grupo de gasto, puede afirmarse que el comercio ha mantenido una actitud de mantenimiento de los márgenes medios aparentes.

El comercio del otro gran grupo de gasto comercializable, el vestido y calzado, no ha mantenido una actitud de contención similar. Los márgenes comerciales aparentes de estos productos (cuadro nº 6) han evolucionado de forma creciente sobre los precios industriales, aunque por debajo de los índices de precios de otras actividades. El comercio de estos productos de vestido y calzado sí muestra una clara presión inflacionista en los últimos años, aunque dicho sea en su descargo, es menor que los que muestran otras actividades de servicios.

Este hecho, junto con la aparición de nuevos formatos comerciales consistentes en grandes y medianas superficies

CUADRO Nº 5

ÍNDICES DE PRECIOS DE CONSUMO. BIENES DE ALIMENTACIÓN

BASE 1992

	IPC		PRECIOS PERCIBIDOS POR LOS PRODUCTORES		PRECIOS INDUSTRIALES	
AÑO	GENERAL	ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	PRODUCTOS AGRÍCOLAS	PRODUCTOS GANADEROS	ÍNDICE GENERAL DE BIENES DE CONSUMO	ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO
1996	119,2	118,2	130,3	116,8	125,5	131,7
1997	121,6	118,8	115,6	118,7	126,7	132,4
1998	123,8	120,7	118,0	119,6	127,2	131,9
1999*	126,8	121,9	98,3	110,8	129,3	135,1

* *Datos a julio de 1999.*

FUENTES: INE; Boletín mensual de estadísticas. BANCO DE ESPAÑA; Boletín estadístico.

especializadas, sugiere que en el futuro inmediato se puede producir una aceleración del ritmo de transformación de esta rama del comercio minorista. De una parte, los elevados márgenes comerciales existentes son un atractivo para la entrada en el mercado de nuevos agentes; de otra parte, ya existe la tecnología comercial necesaria para que nuevos minoristas puedan operar con ventaja competitiva en estos mercados. Esta tecnología comercial consiste en los establecimientos especializados de mediana y gran superficie comercial, pertenecientes a empresas de gran tamaño o asociados a cadenas franquiciadas que pueden dar lugar a entidades comerciales de gran tamaño. Unas y otras formas empresariales integran o controlan la producción y desarrollan marcas propias. Otro tanto puede decirse de otras ramas del comercio, como las de bienes de equipamiento del hogar –mobiliario, menaje y decoración– en la que ya han comenzado a operar estos "asesinos de categorías".

Por regiones, difieren ampliamente los índices de precios correspondientes a las distintas categorías de productos. Como puede verse en el cuadro nº 7, son los índices del vestido y calzado los que muestran una mayor dispersión regional, debido sin duda a las diferencias en los niveles de servicio del comer-

CUADRO Nº 7

ÍNDICES DE PRECIOS AL CONSUMO EN 1999

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	GENERAL	ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	VESTIDO Y CALZADO	MENAJE Y SERVICIOS PARA EL HOGAR	ESPARCIMIENTO, ENSEÑANZA Y CULTURA
ANDALUCÍA	125,0	120,1	121,2	119,2	117,9
ARAGÓN	125,1	120,7	119,1	121,1	120,6
ASTURIAS	128,2	122,4	131,8	119,2	120,8
BALEARES	128,2	122,4	117,6	120,0	123,7
CANARIAS	129,4	130,8	112,7	118,7	124,0
CANTABRIA	125,9	126,8	117,0	111,9	123,9
CASTILLA-LA MANCHA	126,1	121,2	125,3	119,0	119,0
CASTILLA Y LEÓN	126,1	121,6	117,6	120,8	121,6
CATALUÑA	128,3	124,8	119,9	123,9	127,7
COM. VALENCIANA	124,8	121,4	122,4	118,4	119,0
EXTREMADURA	126,9	130,5	111,4	112,8	120,1
GALICIA	127,8	123,2	121,9	123,1	124,3
LA RIOJA	131,0	125,0	131,4	133,5	128,0
MADRID	124,6	120,9	110,1	121,0	124,4
MURCIA	127,8	123,3	127,4	124,1	123,4
NAVARRA	132,4	127,3	150,0	124,4	125,5
PAÍS VASCO	128,9	125,0	120,0	125,6	128,0
CEUTA Y MELILLA	125,9	124,9	118,5	116,4	118,7
TOTAL	**126,7**	**122,9**	**119,9**	**121,2**	**123,6**

FUENTE: INE; Índices de Precios al Consumo. Base de datos TEMPUS.

Geografía comercial de España

CUADRO Nº 8

DEMANDA DE SERVICIOS COMERCIALES. LAS UNIDADES DE GASTO

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y PROVINCIAS

CC AA/ PROVINCIAS	POBLACIÓN DE DERECHO (1-7-1997) NÚMERO DE PERSONAS	%	NÚMERO DE HOGARES (1991) UNIDADES	%	RENTA FAMILIAR NETA DISPONIBLE (1997)* TOTAL (MILL. PTAS.)	POR PERSONA (MILES PTAS.)	GASTO DE LAS FAMILIAS (1993) TOTAL (MILL. PTAS.)	PROPORCIÓN DE GASTO SOBRE RENTA FAMILIAR (1993)	RENTA FAMILIAR (1993)
ANDALUCÍA	**7.288.238**	**18,33**	**1.979.077**	**16,70**	**8.439.704**	**1.157,99**	**6.289.786**	**95,16**	**6.609.444**
ALMERÍA	511.750	1,29	135.824	1,15	590.268	1.153,43	423.530	94,59	447.766
CÁDIZ	1.109.711	2,79	287.075	2,42	1.249.742	1.126,19	947.124	95,85	988.145
CÓRDOBA	761.370	1,91	218.169	1,84	925.659	1.215,78	688.780	94,78	726.703
GRANADA	810.373	2,04	235.848	1,99	891.996	1.100,72	690.975	95,00	727.329
HUELVA	456.360	1,15	123.921	1,05	596.498	1.307,08	424.432	94,60	448.668
JAÉN	649.661	1,63	188.834	1,59	801.721	1.234,06	602.508	95,66	629.842
MÁLAGA	1.267.452	3,19	341.444	2,88	1.482.301	1.169,51	1.099.832	95,20	1.155.324
SEVILLA	1.721.561	4,33	447.962	3,78	1.901.519	1.104,53	1.412.605	95,08	1.485.667
ARAGÓN	**1.184.792**	**2,98**	**389.991**	**3,29**	**1.894.908**	**1.599,36**	**1.353.762**	**88,57**	**1.528.435**
HUESCA	206.282	0,52	65.792	0,56	319.259	1.547,68	230.481	88,32	260.953
TERUEL	136.710	0,34	48.778	0,41	206.382	1.509,63	149.876	88,27	169.798
ZARAGOZA	841.800	2,12	275.421	2,32	1.369.267	1.626,59	973.405	88,68	1.097.684
ASTURIAS	**1.084.178**	**2,73**	**351.991**	**2,97**	**1.530.067**	**1.411,27**	**1.165.065**	**90,42**	**1.288.560**
BALEARES	**770.812**	**1,94**	**232.868**	**1,96**	**1.651.001**	**2.141,90**	**1.118.100**	**89,49**	**1.249.399**
CANARIAS	**1.629.661**	**4,10**	**410.408**	**3,46**	**2.296.402**	**1.409,13**	**1.537.004**	**89,75**	**1.712.462**
LAS PALMAS	847.964	2,13	206.470	1,74	1.191.903	1.405,61	799.710	89,86	889.988
S.C. TENERIFE	781.697	1,97	203.938	1,72	1.104.499	1.412,95	737.294	89,64	822.474
CANTABRIA	**526.318**	**1,32**	**158.027**	**1,33**	**757.201**	**1.438,68**	**558.444**	**89,99**	**620.564**
C.-LA MANCHA	**1.721.517**	**4,33**	**514.673**	**4,34**	**2.104.548**	**1.222,50**	**1.568.569**	**93,05**	**1.685.789**
ALBACETE	362.050	0,91	103.037	0,87	414.988	1.146,22	320.147	93,60	342.030
CIUDAD REAL	478.377	1,20	144.230	1,22	593.768	1.241,21	460.372	94,17	488.883
CUENCA	200.507	0,50	67.749	0,57	239.793	1.195,93	172.582	92,46	186.661
GUADALAJARA	159.670	0,40	47.626	0,40	224.880	1.408,40	155.090	91,89	168.777
TOLEDO	520.913	1,31	152.031	1,28	631.119	1.211,56	460.378	92,18	499.438
CAST. Y LEÓN	**2.494.804**	**6,27**	**809.498**	**6,83**	**3.552.326**	**1.423,89**	**2.738.945**	**92,95**	**2.946.560**
ÁVILA	167.859	0,42	57.376	0,48	242.615	1.445,35	183.220	92,31	198.475
BURGOS	348.719	0,88	111.085	0,94	534.101	1.531,61	400.471	91,84	436.041
LEÓN	514.160	1,29	170.407	1,44	674.181	1.311,23	537.008	93,60	573.754
PALENCIA	179.094	0,45	57.406	0,48	272.932	1.523,96	212.535	92,98	228.575
CATALUÑA	**6.084.277**	**15,30**	**1.939.494**	**16,36**	**10.835.176**	**1.780,85**	**7.998.330**	**91,26**	**8.764.162**
BARCELONA	4.612.499	11,60	1.493.176	12,60	8.243.502	1.787,21	6.094.366	90,96	6.699.997
GIRONA	534.328	1,34	164.725	1,39	1.053.445	1.971,53	784.533	92,53	847.829
LLEIDA	356.363	0,90	111.232	0,94	631.368	1.771,70	462.317	91,28	506.475
TARRAGONA	581.087	1,46	170.361	1,44	906.861	1.560,63	657.114	92,57	709.861
C. VALENCIANA	**4.036.136**	**10,15**	**1.223.223**	**10,32**	**5.978.505**	**1.481,24**	**4.444.895**	**92,52**	**4.804.399**
ALICANTE	1.397.246	3,51	400.627	3,38	1.939.632	1.388,18	1.417.726	92,29	1.536.123
CASTELLÓN	458.038	1,15	144.505	1,22	721.388	1.574,95	492.333	91,10	540.413
VALENCIA	2.180.852	5,48	678.091	5,72	3.317.485	1.521,19	2.534.836	92,92	2.727.863
EXTREMADURA	**1.069.853**	**2,69**	**325.409**	**2,75**	**1.268.796**	**1.185,95**	**900.588**	**90,93**	**990.435**
BADAJOZ	656.903	1,65	193.870	1,64	754.284	1.148,24	541.826	91,55	591.828
CÁCERES	412.950	1,04	131.539	1,11	514.512	1.245,94	358.762	90,00	398.607
GALICIA	**2.739.361**	**6,89**	**799.179**	**6,74**	**3.662.022**	**1.336,82**	**2.782.973**	**93,61**	**2.972.862**
A CORUÑA	1.110.916	2,79	317.999	2,68	1.533.763	1.380,63	1.067.911	93,53	1.141.757
LUGO	366.413	0,92	117.883	0,99	428.239	1.168,73	388.454	93,07	417.357
OURENSE	344.718	0,87	116.693	0,98	439.791	1.275,80	365.779	93,05	393.113
PONTEVEDRA	917.314	2,31	246.604	2,08	1.260.229	1.373,83	960.829	94,14	1.020.635
LA RIOJA	**264.718**	**0,67**	**85.086**	**0,72**	**433.331**	**1.636,95**	**313.250**	**88,03**	**355.840**
MADRID	**5.028.555**	**12,64**	**1.512.709**	**12,76**	**8.592.351**	**1.708,71**	**6.466.573**	**90,79**	**7.122.636**
MURCIA	**1.106.923**	**2,78**	**300.272**	**2,53**	**1.398.497**	**1.263,41**	**1.057.596**	**93,47**	**1.131.442**
NAVARRA	**519.767**	**1,31**	**155.444**	**1,31**	**889.891**	**1.712,10**	**604.944**	**86,24**	**701.457**
PAÍS VASCO	**2.092.350**	**5,26**	**632.992**	**5,34**	**3.506.454**	**1.675,84**	**2.456.662**	**88,23**	**2.784.517**
ÁLAVA	283.387	0,71	81.803	0,69	492.286	1.737,15	342.988	89,23	384.401
GUIPÚZCOA	674.693	1,70	200.318	1,69	1.085.565	1.608,98	774.932	87,39	886.701
VIZCAYA	1.134.270	2,85	350.871	2,96	1.928.603	1.700,30	1.338.742	88,46	1.513.415
CEUTA Y MELILLA	129.062	0,32	31.734	0,27	158.549	1.228,47	126.587	93,89	134.823
SALAMANCA	351.201	0,88	114.969	0,97	485.624	1.382,75	372.362	93,34	398.951
SEGOVIA	147.591	0,37	474.70	0,40	204.151	1.383,22	155.631	92,34	168.533
SORIA	92.273	0,23	31.433	0,27	129.776	1.406,44	97.239	89,56	108.573
VALLADOLID	488.249	1,23	147.851	1,25	738.882	1.513,33	571.034	93,89	608.173
ZAMORA	205.658	0,52	71.501	0,60	270.064	1.313,17	209.445	92,89	225.485
TOTAL	**39.771.322**	**100,00**	**11.852.075**	**100,00**	**58.949.729**	**1.482,22**	**43.482.073**	**91,73**	**47.403.786**

FUENTES: Fundación BBV; Renta nacional de España y su distribución provincial. Serie homogénea, años 1995 a 1993 y avances 1994 a 1997. Bilbao, 1999.

INE; Encuesta de presupuestos familiares, 1991/1992. Madrid, 1995.

* *Previsión.*

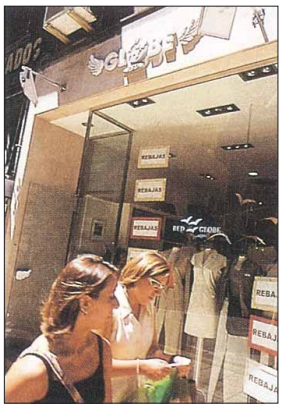
Distribución y Consumo Nº 50

CUADRO Nº 9

ESTRUCTURA PORCENTUAL DEL GASTO DE LOS HOGARES

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

COMUNIDAD AUTÓNOMA	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12
ANDALUCÍA	20,1	2,8	8,2	27,7	5,1	2,5	10,8	1,9	5,5	1,4	9,2	4,7
ARAGÓN	19,3	2,8	7,9	26,8	4,9	2,3	12,2	2,0	6,3	1,5	9,2	4,9
ASTURIAS	19,6	2,6	7,5	23,8	5,4	1,9	14,0	2,1	6,1	1,5	10,8	4,7
BALEARES	17,3	2,6	7,6	28,0	4,7	2,4	12,7	2,0	5,9	1,0	8,9	6,9
CANARIAS	19,9	1,8	5,6	27,7	4,5	3,1	17,6	1,8	6,3	1,2	7,0	3,6
CANTABRIA	22,6	3,0	9,9	27,1	4,8	1,9	9,7	1,7	5,5	1,0	7,5	5,3
CASTILLA-LA MANCHA	22,0	2,4	8,4	28,6	5,0	1,9	11,7	1,6	4,4	0,5	8,2	5,1
CASTILLA Y LEÓN	20,7	2,2	8,1	28,0	4,8	1,9	11,3	2,2	5,6	1,2	9,2	4,9
CATALUÑA	19,7	2,7	6,0	26,0	4,8	2,5	12,8	2,0	7,1	1,9	9,0	5,7
COM. VALENCIANA	19,0	3,0	7,3	25,0	5,0	2,7	13,2	2,1	6,1	1,2	9,4	5,7
EXTREMADURA	21,7	3,9	7,7	25,6	5,2	2,4	13,7	2,0	4,5	1,4	8,4	3,6
GALICIA	22,4	2,6	8,5	24,9	5,1	2,3	12,4	2,0	4,7	1,3	8,0	5,7
LA RIOJA	20,5	2,7	9,8	27,0	4,6	2,5	9,9	1,8	5,6	1,0	9,9	4,6
MADRID	14,6	2,6	6,1	32,3	4,2	2,3	11,8	1,9	6,8	2,0	9,7	5,5
MURCIA	21,9	4,0	9,1	18,0	6,0	3,0	13,7	1,8	6,0	0,8	10,4	5,3
NAVARRA	16,2	2,2	7,9	26,3	5,7	2,3	16,4	1,4	5,9	1,4	9,6	4,6
PAÍS VASCO	20,7	2,8	7,7	20,1	5,2	2,4	11,5	1,9	7,1	1,7	13,5	5,4
CEUTA Y MELILLA	20,5	2,4	7,4	25,2	4,4	2,8	17,1	1,6	5,0	0,7	8,7	4,2
TOTAL NACIONAL	**19,2**	**2,7**	**7,3**	**26,9**	**4,9**	**2,4**	**12,4**	**1,9**	**6,1**	**1,5**	**9,3**	**5,2**



GRANDES GRUPOS DE GASTO:

G1.– ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

G2.– BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO Y NARCÓTICOS.

G3.– ARTÍCULOS DE VESTIR Y CALZADO.

G4.– VIVIENDA, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES.

G5.– MOBILIARIO, EQUIPAMIENTO DEL HOGAR Y GASTOS CORRIENTES DE CONSERVACIÓN DE LA VIVIENDA.

G6.– SALUD.

G7.– TRANSPORTES.

G8.– COMUNICACIONES.

G9.– OCIO, ESPECTÁCULOS Y CULTURA.

G10.– ENSEÑANZA.

G11.– HOTELES, CAFÉS Y RESTAURANTES.

G12.– OTROS BIENES Y SERVICIOS.

FUENTE: INE; Encuesta continua de presupuestos familiares. Base 1997. Primeros resultados 1998. Madrid, 1999.

cio de las distintas regiones y a las diferencias en la calidad y selección de los propios productos de vestido y calzado.

Pero no se olvide que lo que se puede deducir de las series de los índices de precios finales es la evolución de los márgenes aparentes aplicados por la distribución comercial.

Si se aceptan las hipótesis anteriores sobre las razones que explican los diferenciales de precios, debería concluirse que el incremento del nivel de servicios de la distribución minorista de los bienes de vestido y calzado, origina un crecimiento paralelo en los márgenes comerciales y, consecuentemente, en los precios finales.

Esta situación tiene un límite consistente en la existencia de beneficios extraordinarios en la actividad y de nueva tecnología comercial que permita operar este comercio con menores costes, lo que debe producir la entrada de nuevos minoristas en los mercados, acusando el ritmo de transformación de las correspondientes ramas de la distribución. El bajo índice de precios al consumo de los productos de vestido y calzado que presenta la comunidad de Madrid, así como los índices relativamente moderados de Cataluña, Baleares o País Vasco, pueden ser indicativos de que ya ha comenzado el proceso que hemos señalado.

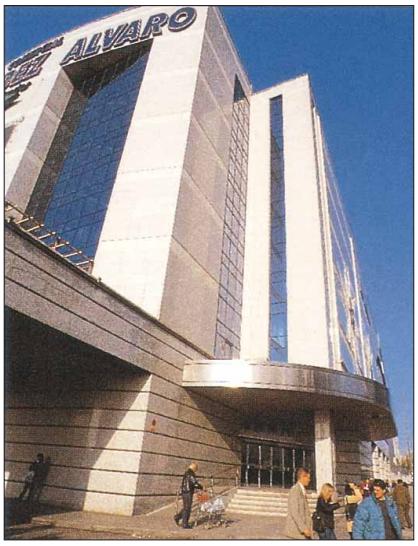
LA DEMANDA DE SERVICIOS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

•EL MERCADO DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

En el cuadro nº 8 se recogen los datos de las unidades de gasto, personas y hogares, del nivel de ingresos y de los hábitos de ahorro de las distintas comunidades autónomas y provincias españolas. El mercado español era ya en 1997 un gran mercado de casi 59 billones de pesetas, con una propensión media al gasto de 91,7% (en 1993) y con una notable tendencia al consumo de servicios, al que se dedica el 38,7% del gasto (1991-92). Aunque los datos disponibles suficientemente desagregados datan de 1991-92 (5), puede estimarse que actualmente el gasto comercializable en bienes supone una proporción de aproximadamente el 37% de la renta disponible por las familias, después de pagar los impuestos directos. En 1997 equivaldría a un montante total de 21,8 billones de pesetas, a los que habría que añadir el gasto efectuado por el turismo.

Ese mercado se reparte desigualmente entre las distintas áreas de mercado, observándose una alta concentración en unas pocas provincias, aunque en menor grado que el mostrado por las cifras del empleo o el PIB, examinados en el apartado anterior. Entre tres provincias, Madrid, Barcelona y Valencia, se alcanza más de un tercio de la capacidad total de gasto (34,19% del total de renta disponible). Aunque tal vez lo más destacado sea la existencia de dos grandes centros de consumo, Madrid (14,58%) y Barcelona (13,98%), que por sí solos alcanzan más de la cuarta parte del total de gasto. A lo que debe sumarse la atracción de gasto que ejercen sus áreas metropolitanas sobre el resto de los mercados españoles, y la demanda derivada del turismo y los visitantes por motivos profesionales.

Junto a estos grandes centros de consumo, y a pesar de las grandes diferencias existentes, tanto de población como



de nivel de renta, el mercado español aparece formado por centros de consumo de suficiente entidad como para justificar una expansión paulatina pero generalizada de los distintos nuevos formatos comerciales.

Sólo aparecen unas cuantas excepciones situadas en el interior de la Península, que corresponden a provincias poco habitadas y frecuentemente situadas cerca de grandes poblaciones que actúan como centros de compra con gran atracción comercial. En Aragón, Teruel y en menor medida Huesca; en Castilla y León, Soria, Avila y Segovia; en Castilla-La Mancha, Guadalajara y Cuenca.

•EL COMPORTAMIENTO DE GASTO DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES

En general, la propensión el ahorro de los españoles no es muy elevada. Como media, en 1993, se ahorró en torno al 8,3% de la Renta Disponible por las familias (cuadro nº 8). Desde el escaso 4,15% de Cádiz, hasta el 11,97% de La Rioja.

La estructura de gasto en consumo de los españoles continua mostrando un rápido ritmo de evolución, de manera que crece la participación en el gasto de nuevos consumos, en detrimento de los grupos de gasto tradicionalmente más importantes. Así, el gasto en alimentación

Geografía comercial de España

CUADRO Nº 10

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE LICENCIAS COMERCIALES PARA ACTIVIDADES MAYORISTAS, 1991/1998, Y SU CLASIFICACIÓN POR ACTIVIDADES EN 1998

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

COMUNIDAD AUTÓNOMA	1991 TOTAL	1998 TOTAL	INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO	MATERIAS PRIMAS AGRARIAS Y ALIMENTACIÓN	CONSUMO DURADERO	PRODUCTOS NO AGRARIOS SEMIELABORADOS	MAQUINARIA Y EQUIPO	OTRO COMERCIO	SIN CLASIFICAR
ANDALUCÍA	35.662	28.693	7.077	9.634	4.055	3.182	2.653	157	1.935
ARAGÓN	8.392	6.978	1.754	1.698	1.092	820	914	44	656
ASTURIAS	6.043	5.040	1.368	1.363	672	806	537	20	274
BALEARES	7.985	4.482	1.148	1.287	931	478	389	24	225
CANARIAS	11.463	8.775	1.541	3.205	2.077	608	808	81	455
CANTABRIA	3.566	2.274	603	722	307	296	172	9	165
CASTILLA-LA MANCHA	8.116	7.492	1.494	2.524	885	1.151	682	24	732
CASTILLA Y LEÓN	13.884	11.145	2.182	3.786	1.274	1.512	1.063	49	1.279
CATALUÑA	52.937	43.185	12.096	7.484	10.310	5.003	5.695	337	2.260
COMUNIDAD VALENCIANA	28.447	24.544	6.368	5.987	5.197	3.299	2.354	146	1.193
EXTREMADURA	4.710	4.338	850	1.559	476	635	364	18	436
GALICIA	22.053	13.912	2.481	4.732	1.917	2.445	1.449	57	831
LA RIOJA	2.094	1.742	528	526	240	195	151	8	94
MADRID	27.329	25.453	6.024	3.921	7.319	2.754	4.035	294	1.106
MURCIA	7.273	6.236	1.603	2.217	792	705	540	26	353
NAVARRA	2.102	2.897	621	1.015	395	515	279	26	46
PAÍS VASCO	7.700	11.662	4.315	2.302	1.494	1.898	1.320	248	85
CEUTA Y MELILLA	1.003	893	125	260	282	111	23	27	65
TOTAL	**250.759**	**209.741**	**52.178**	**54.222**	**39.715**	**26.413**	**23.428**	**1.595**	**12.190**
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	**100**	**100**	**24,9**	**25,9**	**18,9**	**12,6**	**11,2**	**0,8**	**5,8**

FUENTES: Para 1991.– BANESTO; Anuario del mercado español, 1992. Madrid, 1993.

Para 1998.– INE; Directorio central de empresas. Tomado de la Dirección General de Comercio Interior; La distribución comercial en España. Informe 1998.

cio de las distintas regiones y a las diferencias en la calidad y selección de los propios productos de vestido y calzado.

Pero no se olvide que lo que se puede deducir de las series de los índices de precios finales es la evolución de los márgenes aparentes aplicados por la distribución comercial.

Si se aceptan las hipótesis anteriores sobre las razones que explican los diferenciales de precios, debería concluirse que el incremento del nivel de servicios de la distribución minorista de los bienes de vestido y calzado, origina un crecimiento paralelo en los márgenes comerciales y, consecuentemente, en los precios finales.

Esta situación tiene un límite consistente en la existencia de beneficios extraordinarios en la actividad y de nueva tecnología comercial que permita operar este comercio con menores costes, lo que debe producir la entrada de nuevos minoristas en los mercados, acusando el ritmo de transformación de las correspondientes ramas de la distribución. El bajo índice de precios al consumo de los productos de vestido y calzado que presenta la comunidad de Madrid, así como los índices relativamente moderados de Cataluña, Baleares o País Vasco, pueden ser indicativos de que ya ha comenzado el proceso que hemos señalado.

LA DEMANDA DE SERVICIOS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

•EL MERCADO DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

En el cuadro nº 8 se recogen los datos de las unidades de gasto, personas y hogares, del nivel de ingresos y de los hábitos de ahorro de las distintas comunidades autónomas y provincias españolas. El mercado español era ya en 1997 un gran mercado de casi 59 billones de pesetas, con una propensión media al gasto de 91,7% (en 1993) y con una notable tendencia al consumo de servicios, al que se dedica el 38,7% del gasto (1991-92). Aunque los datos disponibles suficientemente desagregados datan de 1991-92 (5), puede estimarse que actualmente el gasto comercializable en bienes supone una proporción de aproximadamente el 37% de la renta disponible por las familias, después de pagar los impuestos directos. En 1997 equivaldría a un montante total de 21,8 billones de pesetas, a los que habría que añadir el gasto efectuado por el turismo.

Ese mercado se reparte desigualmente entre las distintas áreas de mercado, observándose una alta concentración en unas pocas provincias, aunque en menor grado que el mostrado por las cifras del empleo o el PIB, examinados en el apartado anterior. Entre tres provincias, Madrid, Barcelona y Valencia, se alcanza más de un tercio de la capacidad total de gasto (34,19% del total de renta disponible). Aunque tal vez lo más destacado sea la existencia de dos grandes centros de consumo, Madrid (14,58%) y Barcelona (13,98%), que por sí solos alcanzan más de la cuarta parte del total de gasto. A lo que debe sumarse la atracción de gasto que ejercen sus áreas metropolitanas sobre el resto de los mercados españoles, y la demanda derivada del turismo y los visitantes por motivos profesionales.

Junto a estos grandes centros de consumo, y a pesar de las grandes diferencias existentes, tanto de población como de nivel de renta, el mercado español aparece formado por centros de consumo de suficiente entidad como para justificar una expansión paulatina pero generalizada de los distintos nuevos formatos comerciales.

Sólo aparecen unas cuantas excepciones situadas en el interior de la Península, que corresponden a provincias poco habitadas y frecuentemente situadas cerca de grandes poblaciones que actúan como centros de compra con gran atracción comercial. En Aragón, Teruel y en menor medida Huesca; en Castilla y León, Soria, Avila y Segovia; en Castilla-La Mancha, Guadalajara y Cuenca.

•EL COMPORTAMIENTO DE GASTO DE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES

En general, la propensión el ahorro de

Distribución y Consumo Nº 50

Entre Cataluña (20,6%), Andalucía (13,7%), Madrid (12,1%) y Comunidad Valenciana (11,7%), reúnen casi el 60% del total de dotación mayorista del total de España.

–La distribución de dotación mayorista difiere ampliamente de unas a otras comunidades. Entre las mencionadas en el párrafo anterior, Cataluña supera claramente la media española en las actividades de mayoristas de bienes de consumo duradero y en la de intermediarios de comercio.

Andalucía destaca fundamentalmente por su elevado porcentaje de mayoristas de materias primas y productos de alimentación. La comunidad de Madrid tiene un porcentaje muy elevado de mayoristas de productos de consumo duradero. Por último, la Comunidad Valenciana presenta una estructura de comercio mayorista muy semejante a la media del total nacional.

En estos datos es posible apreciar la influencia de la fuerza de las demandas finales en cada mercado, así como la que ejerce la orientación productiva de cada comunidad autónoma. Al cabo ambos, sector de demanda final y de producción, son los demandantes de servicios de distribución comercial.

–Es muy importante señalar la importancia de los intermediarios de comercio, los llamados agentes comerciales, que suponen la cuarta parte del total de los establecimientos mayoristas. Se trata en total de más de 50.000 locales que, por las características de esta actividad, pueden representar casi otras tantas empresas, aunque muchas de ellas se reduzcan solamente a su titular. Este grupo de actividad es prácticamente desconocido, y por la importancia de su actividad merecería ser objeto de una mayor atención.

Una característica indicativa del grado de evolución del comercio mayorista puede ser la dotación en las distintas comunidades autónomas de autoservicios mayoristas (cuadro nº 11). Estos establecimientos se dedican fundamentalmente a la venta de productos de gran consumo (alimentación, limpieza del hogar y aseo personal), no es extraño entonces que sea Andalucía la que presente un mayor porcentaje del número de cash&carry (22,4%) y, sobre todo, de la superficie de estos establecimientos (31%). A continuación le siguen Cataluña (12,3% de establecimientos) y Galicia (10,5% de establecimientos). Con estos datos se muestra claramente la relación entre pequeño comercio y hostelería con la expansión del autoservicio mayorista.

CUADRO Nº 11

DOTACIÓN DE AUTOSERVICIOS MAYORISTAS EN 1999*

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	ESTABLECIMIENTOS Nº	ESTABLECIMIENTOS DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	SUPERFICIE M^2	SUPERFICIE DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL
ANDALUCÍA	171	22,4	408.706	31,0
ARAGÓN	17	2,2	23.608	1,8
ASTURIAS	27	3,5	36.155	2,7
BALEARES	20	2,6	35.370	2,7
CANARIAS	56	7,3	93.337	7,1
CANTABRIA	17	2,2	32.150	2,4
CASTILLA-LA MANCHA	42	5,5	52.255	4,0
CASTILLA Y LEÓN	46	6,0	52.809	4,0
CATALUÑA	94	12,3	165.979	12,6
COMUNIDAD VALENCIANA	73	9,6	104.626	7,9
EXTREMADURA	32	4,2	37.880	2,9
GALICIA	80	10,5	110.009	8,3
LA RIOJA	8	1,0	8.969	0,7
MADRID	17	2,2	71.212	5,4
MURCIA	37	4,8	46.418	3,5
NAVARRA	8	1,0	12.950	1,0
PAÍS VASCO	13	1,7	21.570	1,6
CEUTA Y MELILLA	6	0,8	5.570	0,4
TOTAL	**764**	**100,0**	**1.319.573**	**100,0**

* *Datos a 1 de enero de 1999.*

FUENTE: Revista ALIMARKET; Nº 116. Marzo, 1999.

CUADRO Nº 12

DOTACIÓN COMERCIAL MINORISTA SEGÚN DIVERSAS FUENTES

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	NÚMERO ESTABLECIMIENTOS		DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS		COMERCIO AMBULANTE Y MERCADILLOS	TOTAL LICENCIAS
	DIRECCIÓN GENERAL COMERCIO INTERIOR	LA CAIXA	DIRECCIÓN GENERAL COMERCIO INTERIOR	LA CAIXA	LA CAIXA	LA CAIXA
ANDALUCÍA	90.487	129.940	15,33	16,69	3.271	133.211
ARAGÓN	18.923	27.313	3,21	3,48	431	27.744
ASTURIAS	10.813	21.081	1,83	2,71	574	21.655
BALEARES	14.561	18.853	2,47	2,44	583	19.436
CANARIAS	20.488	34.158	3,47	4,59	2.445	36.603
CANTABRIA	6.494	11.687	1,10	1,51	379	12.066
CASTILLA- LA MANCHA	23.087	36.133	3,91	4,64	886	37.019
CASTILLA Y LEÓN	34.131	50.329	5,78	6,44	1.081	51.410
CATALUÑA	108.401	144.003	18,37	18,47	3.419	147.422
COMUNIDAD VALENCIANA	62.693	84.798	10,62	10,98	2.812	87.610
EXTREMADURA	16.310	22.306	2,76	2,83	303	22.609
GALICIA	34.937	51.003	5,92	6,68	2.312	53.315
LA RIOJA	3.957	6.240	0,67	0,79	70	6.310
MADRID	87.181	81.753	14,77	10,52	2.183	83.936
MURCIA	13.873	20.453	2,35	2,65	722	21.175
NAVARRA	7.878	12.493	1,33	1,66	743	13.236
PAÍS VASCO	34.088	42.167	5,78	5,54	2.054	44.221
CEUTA Y MELILLA	1.888	3.461	0,32	0,44	50	3.511
TOTAL	**590.190**	**798.171**	**100,00**	**100,00**	**24.318**	**822.489**

FUENTES: Dirección General de Comercio; La distribución comercial en España; Informe 1998. LA CAIXA; Anuario comercial de España. 1999; Barcelona, 1999.

•DOTACIÓN DE COMERCIO MINORISTA

El número de establecimientos minoristas muestra una gran indeterminación, pues varía ampliamente según cuál sea la fuente utilizada (cuadro nº 12). Según la última estimación de la Dirección General de Comercio su número no llegaba a los 600.000, cifra rebasada con mucho por la estimación que puede realizarse a partir de los datos de matrículas del IAE recogidas en el Anuario Comercial de España. Tradicionalmente se ha recomendado disminuir de un 12 a 15% el número de licencias comerciales para estimar el número de establecimientos, pues bien disminuyendo el número de licencias en el 15% se puede estimar el total de establecimientos de 678.445 en enero de 1998, cifra muy superior a la mostrada por los datos del Ministerio de Economía y Hacienda. Ante la carencia de un censo de establecimientos referido al total de España, sólo cabe la postura ecléctica que situaría el número de establecimientos entre una y otra cifra ¿en torno a los 635.000 establecimientos?.

La distribución de los establecimientos minoristas entre las distintas comunidades autónomas también muestra grandes diferencias según cuales sean las fuentes utilizadas. El caso más llamativo es el de la comunidad de Madrid, que entre las dos estimaciones utilizadas presenta una diferencia de cuatro puntos porcentuales.

El comercio ambulante representa casi el 3% del total de licencias minoristas (7), alcanzando un total de 24.318 licencias en 1998. Tiene una distribución muy diferenciada según las distintas comunidades. El mayor número de estos "establecimientos" minoristas se localiza

CUADRO Nº 13

SUPERFICIE DE VENTA MINORISTA

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	SUPERFICIE (M^2)	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	M^2 POR HABITANTE
ANDALUCÍA	9.190.982	16,6	1,26
ARAGÓN	1.765.817	3,2	1,46
ASTURIAS	1.012.435	1,8	0,91
BALEARES	1.602.761	2,9	2,04
CANARIAS	2.561.874	4,6	1,33
CANTABRIA	601.146	1,1	1,11
CASTILLA-LA MANCHA	1.991.435	3,6	1,15
CASTILLAY LEÓN	3.246.705	5,9	1,25
CATALUÑA	9.241.002	16,7	1,48
COM. VALENCIANA	6.332.519	11,4	1,57
EXTREMADURA	1.711.410	3,1	1,55
GALICIA	3.379.311	6,1	1,20
LA RIOJA	322.124	0,6	1,19
MADRID	7.479.656	13,5	1,43
MURCIA	1.417.988	2,6	1,28
NAVARRA	899.268	1,6	1,67
PAÍS VASCO	2.580.969	4,7	1,21
CEUTA Y MELILLA	158.652	0,3	1,15
TOTAL	**55.496.054**	**100,0**	**1,37**

SEGÚN ACTIVIDADES POR GRUPOS DE ACTIVIDAD

GRUPOS DE ACTIVIDAD	SUPERFICIE (M^2)	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL
ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	6.458.493	11,6
EQUIPAMIENTO PERSONAL	7.545.490	13,6
DROGUERÍA, PERFUMERÍA Y FARMACIA	1.695.448	3,1
EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	12.613.212	22,7
VEHÍCULOS, ACCESORIOS Y CARBURANTES	5.722.623	10,3
OTRO COMERCIO AL POR MENOR	7.253.645	13,1
COMERCIO MIXTO POR SECCIONES	14.207.143	25,6
– GRANDES SUPERMERCADOS (1.000 A 2.499 M^2)	1.517.248	2,7
– HIPERMERCADOS (2.500 A 4.999 M^2)	515.403	0,9
– GRANDES HIPERMERCADOS (MÁS DE 5.000 M^2)	1.863.551	3,4
– GRANDES ALMACENES	744.000	1,3
– RESTO COMERCIO MIXTO	9.566.941	17,2
TOTAL	**55.496.054**	**100,0**

FUENTE: Dirección General de Comercio; La distribución comercial en España. Informe 1998.

en las comunidades de Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Canarias. Entre estas cuatro comunidades alcanzan casi la mitad (49,1%) del total del comercio ambulante. Aunque menor en número absoluto, también destaca la importancia del comercio ambulante en Galicia, donde supone el 4,3% del total de licencias minoristas.

La superficie dedicada a la venta minorista se ha estimado en 55,49 millones de metros cuadrados en 1998 (cuadro nº 13). Esta cifra es por sí sola suficientemente significativa de la importancia de la actividad minorista en la economía de los pueblos y ciudades donde se localiza. Su distribución por comunidades autónomas muestra una vez más el fenómeno de la concentración. Sólo entre las comunidades de Cataluña (16,7%) y Andalucía (16,6%) reúnen un tercio del total de superficie minorista. Aunque en la dotación por habitante, de derecho, no son las comunidades más favorecidas, sobre todo Andalucía que tiene un ratio de 1,26 m^2 por habitante, por debajo de la media del total España.

Las comunidades que mayor dotación de superficie minorista presentan son Baleares (2,04 m^2), Navarra (1,67 m^2), Comunidad Valenciana (1,57 m^2), Cataluña (1,48 m^2) y Madrid (1,47 m^2). En el extremo contrario se encuentran agrupadas las comunidades de Asturias (0,91 m^2), Cantabria (1,11 m^2), Castilla-La Mancha (1,15 m^2) y, curiosamente, las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla (1,15 m^2).

Según actividades, el comercio minorista por secciones supone por sí sólo la cuarta parte (25,6%) de la superficie de comercio minorista, a continuación le sigue el comercio de equipamiento del hogar que alcanza el 22,7% de la superficie minorista total.

•EQUIPAMIENTO DE GRANDES Y MEDIANAS SUPERFICIES MINORISTAS

En el cuadro nº 16 se recoge el número de establecimientos y superficie comercial por 1.000 habitantes de grandes

almacenes, almacenes populares, hipermercados y supermercados, por comunidades y provincias. Los datos de este cuadro muestran claramente la influencia del turismo en la dotación de los establecimientos en libreservicio, pues son algunas de las provincias con más turismo las que tienen las dotaciones más elevadas de superficie comercial de este tipo. Como Girona (349,5 m^2 por 1.000 habitantes), Tarragona (263,8 m^2) o Castellón (257,5 m^2).

Los centros comerciales pueden considerarse como otro exponente del grado de evolución y modernización del comercio, sobre todo del de productos de compra de frecuencia e implicación de compra media, como los productos de equipamiento de la persona. Casi la cuarta parte (23,99%) de la superficie de venta de este tipo de establecimientos se agrupa en la comunidad de Madrid (cuadro nº 17), seguida por la Andalucía (16,17%), Cataluña (12,77%) y Comunidad Valenciana (10,50%). Los centros comerciales que tienen la mayor superficie de venta (S.B.A. o superficie bruta alquilable, son los centros "Grandes" (1.459.994 m^2) y los "Regionales" (1.447.770 m^2). Estos tipos de centros comerciales se encuentran situados mayoritariamente en la comunidad de Madrid, así como los centros "Pequeños" y "Galerías Comerciales". Es significativo destacar que los centros comerciales fundamentados en hipermercados tienen una mayor implantación en la Comunidad Valenciana (16,43% del total de SBA de este tipo de centros comerciales) y en Andalucía (15,03%). Los "Parques de Actividades Comerciales", formados por varias grandes o medianas superficies especializadas, se sitúan fundamentalmente en la comunidad de Madrid (34,4%).

•EL "EFECTO SEDE" EN LA DISTRIBUCION COMERCIAL EN ESPAÑA

Las empresas radicadas en la comunidad de Madrid, de entre las cincuenta mayores, agrupan el 64,85% de la facturación total de esas empresas (cuadro nº 18). La concentración de sedes empresariales en Madrid y los posibles beneficios derivados del "efecto sede" en esta comunidad autónoma parecen claros. De hecho en esta comunidad tienen su sede varias de las principales empresas minoristas de España.

Sin embargo es de destacar que los procesos de fusiones y compras habidos entre 1993 y 1998, ha hecho que la comunidad de Madrid pierda un 8,8% en la concentración de ventas de las 50 mayores empresas minoristas. Esta participación se ha repartido entre las provincias de Barcelona y Vizcaya que incrementan el "efecto sede" de estas cincuenta mayores empresas en 6% y 2,4% respectivamente.

Destaca el hecho de que comunidades autónomas que son mercados minoristas importantes, como la Comunidad Valenciana y Andalucía según se ha puesto de manifiesto a lo largo de este artículo, alcanzan una proporción mucho menor en cuanto a la proporción del efecto sede de las empresas radicadas en sus territorios.

Geografía comercial de España

CUADRO Nº 14

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE LICENCIAS COMERCIALES PARA ACTIVIDADES MINORISTAS, 1991/1997

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y PROVINCIAS

CC AA/	1997			1991			EVOLUCIÓN PORCENTUAL 1991/1997		
PROVINCIAS	TOTAL	ALIMENTACIÓN	RESTO	TOTAL	ALIMENTACIÓN	RESTO	TOTAL	ALIMENTACIÓN	RESTO
ANDALUCÍA	**133.211**	**50.975**	**82.236**	**146.562**	**52.866**	**93.696**	**– 9,1**	**– 3,6**	**– 12,2**
ALMERÍA	10.508	4.177	6.331	11.674	4.210	7.464	– 10,0	– 0,8	– 15,2
CÁDIZ	18.864	7.934	10.930	21.617	8.839	12.778	– 12,7	– 10,2	– 14,5
CÓRDOBA	14.688	6.117	8.571	12.481	4.411	8.070	17,7	38,7	6,2
GRANADA	14.025	4.331	9.694	17.082	5.453	11.629	– 17,9	– 20,6	– 16,6
HUELVA	9.311	4.282	5.029	9.838	4.216	5.622	– 5,4	1,6	– 10,5
JAÉN	13.306	5.565	7.741	13.931	4.623	9.308	– 4,5	20,4	– 16,8
MÁLAGA	23.335	7.752	15.583	30.243	9.561	20.682	– 22,8	– 18,9	– 24,7
SEVILLA	29.174	10.817	18.357	29.696	11.553	18.143	– 1,8	– 6,4	1,2
ARAGÓN	**27.744**	**11.774**	**15.970**	**30.981**	**10.782**	**20.199**	**– 10,4**	**9,2**	**– 20,9**
HUESCA	5.776	2.331	3.445	5.575	1.781	3.794	3,6	30,9	– 9,2
TERUEL	3.429	1.525	1.904	3.651	1.301	2.350	– 6,1	17,2	– 19,0
ZARAGOZA	18.539	7.918	10.621	21.755	7.700	14.055	– 14,8	2,8	– 24,4
ASTURIAS	**21.655**	**8.274**	**13.381**	**23.810**	**6.390**	**17.420**	**– 9,1**	**29,5**	**– 23,2**
BALEARES	**19.436**	**5.679**	**13.757**	**29.066**	**7.872**	**21.194**	**– 33,1**	**– 27,9**	**– 35,1**
CANARIAS	**36.603**	**10.583**	**26.020**	**40.440**	**12.933**	**27.507**	**– 9,5**	**– 18,2**	**– 5,4**
LAS PALMAS	19.792	6.507	13.285	20.998	6.930	14.068	– 5,7	– 6,1	– 5,6
S. C. TENERIFE	16.811	4.076	12.735	19.442	6.003	13.439	– 13,5	– 32,1	– 5,2
CANTABRIA	**12.066**	**5.216**	**6.850**	**13.226**	**4.584**	**8.642**	**– 8,8**	**13,8**	**– 20,7**
C.-LA MANCHA	**37.019**	**13.639**	**23.380**	**39.047**	**12.987**	**26.060**	**– 5,2**	**5,0**	**– 10,3**
ALBACETE	7.723	3.021	4.702	8.664	2.633	6.031	– 10,9	14,7	– 22,0
CIUDAD REAL	9.528	3.112	6.416	10.675	4.003	6.672	– 10,7	– 22,3	– 3,8
CUENCA	4.382	1.506	2.876	3.332	684	2.648	31,5	120,2	8,6
GUADALAJARA	2.948	1.023	1.925	3.503	990	2.513	– 15,8	3,3	– 23,4
TOLEDO	12.438	4.977	7.461	12.873	4.677	81.96	– 3,4	6,4	– 9,0
CAST. Y LEÓN	**51.410**	**20.063**	**31.347**	**58.182**	**18.544**	**39.638**	**– 11,6**	**8,2**	**– 20,9**
ÁVILA	3.556	1.178	2.378	4.161	1.390	2.771	– 14,5	– 15,3	– 14,2
BURGOS	7.466	3.175	4.291	8.252	2.800	5.452	– 9,5	13,4	– 21,3
LEÓN	9.353	3.064	6.289	12.305	3.310	8.995	– 24,0	– 7,4	– 30,1
PALENCIA	4.028	1.792	2.236	4.959	1.796	3.163	– 18,8	– 0,2	– 29,3
CATALUÑA	**147.422**	**57.606**	**89.816**	**169.951**	**61.756**	**108.195**	**– 13,3**	**– 6,7**	**– 17,0**
BARCELONA	105.507	40.157	65.350	122.400	46.461	75.939	– 13,8	– 13,6	– 13,9
GIRONA	16.666	6.669	9.997	19.208	5.523	13.685	– 13,2	20,7	– 26,9
LLEIDA	9.870	4.224	5.646	10.615	3.633	6.982	– 7,0	16,3	– 19,1
TARRAGONA	15.379	6.556	8.823	17.728	6.139	11.589	– 13,3	6,8	– 23,9
COM. VALENCIANA	**87.610**	**34.732**	**52.878**	**94.407**	**33.544**	**60.863**	**– 7,2**	**3,5**	**– 13,1**
ALICANTE	31.039	11.921	19.118	33.308	12.566	20.742	– 6,8	– 5,1	– 7,8
CASTELLÓN	11.314	4.592	6.722	11.771	3.771	8.000	– 3,9	21,8	– 16,0
VALENCIA	45.257	18.219	27.038	49.328	17.207	32.121	– 8,3	5,9	– 15,8
EXTREMADURA	**22.609**	**9.099**	**13.510**	**26.205**	**8.691**	**17.514**	**– 13,7**	**4,7**	**– 22,9**
BADAJOZ	14.686	6.529	8.157	16.791	5.716	11.075	– 12,5	14,2	– 26,3
CÁCERES	5.603	250	5.353	9.414	2.975	6.439	– 40,5	– 91,6	– 16,9
GALICIA	**53.315**	**18.234**	**35.081**	**61.493**	**22.349**	**39.144**	**– 13,3**	**– 18,4**	**– 10,4**
A CORUÑA	22.242	7.513	14.729	25.161	9.407	15.754	– 11,6	– 20,1	– 6,5
LUGO	7.427	2.248	5.179	8.683	2.607	6.076	– 14,5	– 13,8	– 14,8
OURENSE	6.939	2.478	4.461	8.628	2.945	5.683	– 19,6	– 15,9	– 21,5
PONTEVEDRA	16.707	5.995	10.712	19.021	7.390	11.631	– 12,2	– 18,9	– 7,9
LA RIOJA	**6.310**	**2.469**	**3.841**	**7.567**	**2.577**	**4.990**	**– 16,6**	**– 4,2**	**– 23,0**
MADRID	**83.936**	**28.328**	**55.608**	**93.447**	**28.946**	**64.501**	**– 10,2**	**– 2,1**	**– 13,8**
MURCIA	**21.175**	**7.890**	**13.285**	**22.244**	**6.974**	**15.270**	**– 4,8**	**13,1**	**– 13,0**
NAVARRA	**13.236**	**5.693**	**7.543**	**10.001**	**3.737**	**6.264**	**32,3**	**52,3**	**20,4**
PAÍS VASCO	**44.221**	**17.205**	**27.016**	**36.372**	**14.244**	**22.128**	**21,6**	**20,8**	**22,1**
ÁLAVA	5.568	2.293	3.275	6.044	2.112	3.932	– 7,9	8,6	– 16,7
GUIPÚZCOA	17.121	7.313	9.808	13.226	5.258	7.968	29,4	39,1	23,1
VIZCAYA	21.532	7.599	13.933	17.102	6.874	10.228	25,9	10,5	36,2
CEUTA Y MELILLA	3.511	1.346	2.165	3.776	1.279	2.497	– 7,0	5,2	– 13,3
SALAMANCA	7.509	2.943	4.566	7.918	2.489	5.429	– 5,2	18,2	– 15,9
SEGOVIA	3.434	1.503	1.931	2.748	1.096	1.652	25,0	37,1	16,9
SORIA	2.284	950	1.334	2.685	1.020	1.665	– 14,9	– 6,9	– 19,9
VALLADOLID	8.915	3.320	5.595	10.211	3.340	6.871	– 12,7	– 0,6	– 18,6
ZAMORA	4.865	2.138	2.727	4.943	1.303	3.640	– 1,6	64,1	– 25,1
TOTAL	**822.489**	**308.805**	**513.684**	**906.777**	**311.055**	**595.722**	**– 9,3**	**– 0,7**	**– 13,8**

FUENTES: Para 1991.– BANESTO; Anuario del mercado español, 1992. Madrid, 1993.

Para 1997.– LA CAIXA; Anuario comercial de España, 1999. Barcelona, 1999.

Distribución y Consumo Nº 50

Geografía comercial de España

CUADRO Nº 15

NÚMERO DE LICENCIAS COMERCIALES PARA ACTIVIDADES MINORISTAS EN 1999

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y PROVINCIAS

CC AA/ PROVINCIAS	COMERCIO ESPECIALISTA ALIMENTACIÓN	NO ALIMENTACIÓN VESTIDO Y CALZADO	HOGAR	RESTO	COMERCIO POR SECCIONES	COMERCIO AMBULANTE Y MERCADILLOS	OTROS	TOTAL ACTIVIDADES MINORISTAS
ANDALUCÍA	**50.975**	**18.830**	**17.491**	**34.484**	**468**	**3.271**	**7.692**	**133.211**
ALMERÍA	4.177	1.450	1.393	2.748	25	263	452	10.508
CÁDIZ	7.934	2.606	2.352	4.464	92	527	889	18.864
CÓRDOBA	6.117	2.141	1.610	3.489	26	208	1.097	14.688
GRANADA	4.331	2.199	1.972	4.098	35	455	935	14.025
HUELVA	4.282	972	1.013	2.014	22	132	876	9.311
JAÉN	5.565	1.681	1.765	3.217	16	200	862	13.306
MÁLAGA	7.752	3.623	3.445	6.485	145	692	1.193	23.335
SEVILLA	10.817	4.158	3.941	7.969	107	794	1.388	291.74
ARAGÓN	**11.774**	**3.367**	**2.892**	**7.044**	**170**	**431**	**2.066**	**27.744**
HUESCA	2.331	631	639	1.504	31	39	601	5.776
TERUEL	1.525	336	392	865	6	28	277	3.429
ZARAGOZA	7.918	2.400	1.861	4.675	133	364	1.188	18.539
ASTURIAS	**8.274**	**3.181**	**2.387**	**5.403**	**318**	**574**	**1.518**	**21.655**
BALEARES	**5.679**	**3.667**	**3.111**	**5.736**	**42**	**583**	**618**	**19.436**
CANARIAS	**10.583**	**5.516**	**5.170**	**9.793**	**43**	**2.445**	**3.053**	**36.603**
LAS PALMAS	6.507	2.577	2.327	4.656	24	1.623	2.078	19.792
S.C. TENERIFE	4.076	2.939	2.843	5.137	19	822	975	16.811
CANTABRIA	**5.216**	**1.518**	**1.329**	**2.865**	**68**	**379**	**691**	**12.066**
C.-LA MANCHA	**13.639**	**4.136**	**5.105**	**9.790**	**141**	**886**	**3.322**	**37.019**
ALBACETE	3.021	894	985	1.967	36	194	626	7.723
CIUDAD REAL	3.112	1.287	1.321	2.560	46	324	878	9.528
CUENCA	1.506	368	600	1.208	20	64	616	4.382
GUADALAJARA	1.023	326	405	793	9	45	347	2.948
TOLEDO	4.977	1.261	1.794	3.262	30	259	855	12.438
CAST. Y LEÓN	**20.063**	**6.276**	**5.829**	**13.716**	**161**	**1.081**	**4.284**	**51.410**
ÁVILA	1.178	405	455	949	18	47	504	3.556
BURGOS	3.175	997	844	1.860	15	123	452	7.466
LEÓN	3.064	1.310	1.150	2.750	14	282	783	9.353
PALENCIA	1.792	457	437	981	13	102	246	4.028
CATALUÑA	**57.606**	**22.805**	**17.301**	**40.968**	**450**	**3.419**	**4.873**	**147.422**
BARCELONA	40.157	17.218	12.623	29.698	272	2.691	2.848	105.507
GIRONA	6.669	2.309	1.984	4.457	32	333	882	16.666
LLEIDA	4.224	1.349	1.039	2.832	48	103	275	9.870
TARRAGONA	6.556	1.929	1.655	3.981	98	292	868	15.379
COM. VALENCIANA	**34.732**	**11.559**	**10.482**	**24.084**	**204**	**2.812**	**3.737**	**87.610**
ALICANTE	11.921	4.371	3.891	8.385	77	1.489	905	31.039
CASTELLÓN	4.592	1.479	1.321	3.053	26	187	656	11.314
VALENCIA	18.219	5.709	5.270	12.646	101	1.136	2.176	45.257
EXTREMADURA	**9.099**	**2.586**	**2.402**	**5.291**	**65**	**303**	**2.863**	**22.609**
BADAJOZ	6.529	1.792	1.596	3.368	44	165	1.192	14.686
CÁCERES	250	794	806	1.923	21	138	1.671	5.603
GALICIA	**18.234**	**8.538**	**6.551**	**15.056**	**110**	**2.312**	**2.514**	**53.315**
A CORUÑA	7.513	3.710	2.766	6.482	36	983	752	22.242
LUGO	2.248	1.230	981	2.208	8	200	552	7.427
OURENSE	2.478	1.145	806	1.790	21	268	431	6.939
PONTEVEDRA	5.995	2.453	1.998	4.576	45	861	779	16.707
LA RIOJA	**2.469**	**991**	**825**	**1.605**	**19**	**70**	**331**	**6.310**
MADRID	**28.328**	**12.867**	**11.921**	**26.129**	**286**	**2.183**	**2.222**	**83.936**
MURCIA	**7.890**	**2.947**	**2.484**	**6.073**	**39**	**722**	**1.020**	**21.175**
NAVARRA	**5.693**	**1.666**	**1.254**	**3.781**	**22**	**743**	**77**	**13.236**
PAÍS VASCO	**17.205**	**7.187**	**5.563**	**11.560**	**148**	**2.054**	**504**	**44.221**
ÁLAVA	2.293	868	715	1.509	18	89	76	5.568
GUIPÚZCOA	7.313	2.645	1.919	4.152	112	847	133	17.121
VIZCAYA	7.599	3.674	2.929	5.899	18	1.118	295	21.532
CEUTA	642	323	202	369	2	11	157	1.706
MELILLA	704	287	187	424	1	39	163	1.805
SALAMANCA	2.943	885	810	2.105	23	140	603	7.509
SEGOVIA	1.503	341	385	826	18	102	259	3.434
SORIA	950	212	254	583	7	47	231	2.284
VALLADOLID	3.320	1.197	1.058	2.586	46	148	560	8.915
ZAMORA	2.138	472	436	1.076	7	90	646	4.865
TOTAL	**308.805**	**118.247**	**102.486**	**224.171**	**2.757**	**24.318**	**41.705**	**822.489**

FUENTE: LA CAIXA; Anuario comercial de España, 1999. Barcelona, 1999.

Distribución y Consumo Nº 50

Geografía comercial de España

CUADRO Nº 16

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE ALGUNOS EQUIPAMIENTOS COMERCIALES DE MEDIANA Y GRAN SUPERFICIE

POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y PROVINCIAS

CC AA/ PROVINCIAS	GRAN ALMACÉN NÚMERO	ALMACÉN POPULAR NÚMERO	SUPERMERCADOS (MAYO-1999) NÚMERO	SUPERMERCADOS (MAYO-1999) SUP. VENTA/M²	SUPERMERCADOS (MAYO-1999) %	HIPERMERCADOS (OCTUBRE-1999) NÚMERO	HIPERMERCADOS (OCTUBRE-1999) SUP. TOTAL/M²	HIPERMERCADOS (OCTUBRE-1999) %	SUPERFICIE DE VENTA (M²) EN LIBRESERVICIO POR 1.000 HAB.
ANDALUCÍA	**20**	**375**	**834**	**691.677**	**18,86**	**61**	**462.248**	**20,71**	**189,3**
ALMERÍA	0	20	58	38.817	1,06	4	25.025	1,12	184,5
CÁDIZ	2	70	102	102.792	2,80	13	85.362	3,82	207,3
CÓRDOBA	1	21	105	69.103	1,88	4	36.541	1,64	165,9
GRANADA	2	28	74	53.357	1,45	4	39.627	1,78	155,9
HUELVA	2	18	66	57.727	1,57	2	19.797	0,89	215,3
JAÉN	1	12	52	36.979	1,01	5	34.360	1,54	132,9
MÁLAGA	5	123	193	160.562	4,38	13	95.603	4,28	236,1
SEVILLA	7	83	184	172.340	4,70	16	125.933	5,64	185,6
ARAGÓN	**12**	**146**	**133**	**116.405**	**3,17**	**5**	**60.449**	**2,71**	**203,9**
HUESCA	0	28	27	22.130	0,60	—	—	0,00	204,7
TERUEL	0	4	8	9.552	0,26	—	—	0,00	141,4
ZARAGOZA	12	114	98	84.723	2,31	5	60.449	2,71	213,9
ASTURIAS	**2**	**310**	**245**	**159.417**	**4,35**	**5**	**52.706**	**2,36**	**235,0**
BALEARES	**3**	**24**	**144**	**127.380**	**3,47**	**6**	**45.555**	**2,04**	**233,9**
CANARIAS	**4**	**21**	**51**	**47.105**	**1,28**	**14**	**107.300**	**4,81**	**209,8**
LAS PALMAS	2	13	26	25.189	0,69	5	40.800	1,83	229,9
S. C. TENERIFE	2	8	25	21.916	0,60	9	66.500	2,98	188,0
CANTABRIA	**4**	**57**	**71**	**51.461**	**1,40**	**6**	**46.238**	**2,07**	**220,8**
C.-LA MANCHA	**3**	**129**	**149**	**124.339**	**3,39**	**9**	**53.174**	**2,38**	**149,4**
ALBACETE	2	32	46	40.536	1,11	2	17.674	0,79	186,3
CIUDAD REAL	1	41	55	44.835	1,22	4	22.100	0,99	173,3
CUENCA	0	19	9	5.781	0,16	1	4.200	0,19	112,4
GUADALAJARA	0	7	13	13.716	0,37	2	9.200	0,41	170,9
TOLEDO	0	30	26	19.471	0,53	—	—	0,00	109,4
CASTILLA Y LEÓN	**7**	**139**	**320**	**226.593**	**6,18**	**14**	**115.549**	**5,18**	**169,5**
ÁVILA	0	18	18	13.810	0,38	—	—	0,00	129,0
BURGOS	1	11	49	40.246	1,10	3	27.998	1,25	195,0
LEÓN	1	10	100	58.807	1,60	3	22.933	1,03	172,1
PALENCIA	1	11	13	9.737	0,27	1	8.099	0,36	165,4
CATALUÑA	**17**	**365**	**585**	**509.478**	**13,89**	**49**	**310.379**	**13,91**	**201,7**
BARCELONA	11	216	341	293.577	8,00	32	233.421	10,46	181,3
GIRONA	2	18	134	127.662	3,48	11	38.005	1,70	349,5
LLEIDA	2	44	41	28.435	0,78	1	5.529	0,25	146,6
TARRAGONA	2	87	69	59.804	1,63	5	33.424	1,50	263,8
COM. VALENCIANA	**11**	**143**	**539**	**463.478**	**12,64**	**29**	**247.338**	**11,08**	**208,2**
ALICANTE	3	56	182	151.860	4,14	12	94.944	4,25	214,4
CASTELLÓN	1	15	91	69.320	1,89	5	31.139	1,40	257,5
VALENCIA	7	72	266	242.298	6,61	12	121.255	5,43	193,9
EXTREMADURA	**2**	**57**	**105**	**83.238**	**2,27**	**7**	**50.535**	**2,26**	**162,6**
BADAJOZ	2	38	77	64.488	1,76	4	32.472	1,45	183,7
CÁCERES	0	19	28	18.750	0,51	3	18.063	0,81	129,0
GALICIA	**3**	**87**	**326**	**215.145**	**5,87**	**13**	**100.055**	**4,48**	**154,1**
A CORUÑA	1	26	132	84.633	2,31	6	49.200	2,20	163,2
LUGO	0	7	38	28.148	0,77	1	8.000	0,36	161,9
OURENSE	0	19	57	38.757	1,06	1	9.000	0,40	152,5
PONTEVEDRA	2	35	99	63.607	1,73	5	33.855	1,52	140,6
LA RIOJA	**1**	**16**	**29**	**27.239**	**0,74**	**2**	**15.885**	**0,71**	**200,2**
MADRID	**14**	**219**	**318**	**287.928**	**7,85**	**35**	**368.572**	**16,51**	**157,3**
MURCIA	**4**	**28**	**113**	**88.622**	**2,42**	**7**	**61.563**	**2,76**	**182,5**
NAVARRA	**2**	**17**	**266**	**222.283**	**6,06**	**3**	**21.664**	**0,97**	**149,3**
PAÍS VASCO	**8**	**115**	**266**	**222.283**	**6,06**	**13**	**108.382**	**4,86**	**187,8**
ÁLAVA	2	14	27	27.016	0,74	1	5.870	0,26	148,7
GUIPÚZCOA	4	94	81	65.141	1,78	5	45.707	2,05	191,7
VIZCAYA	2	7	158	130.126	3,55	7	56.805	2,54	195,1
CEUTA Y MELILLA	0	2	5	4.035	0,11	1	4.500	0,20	103,2
SALAMANCA	0	21	48	34.162	0,93	1	8.129	0,36	147,9
SEGOVIA	0	18	11	9.332	0,25	—	—	0,00	102,4
SORIA	0	5	3	4.808	0,13	1	4.500	0,20	135,2
VALLADOLID	4	39	59	42.057	1,15	4	37.395	1,68	236,9
ZAMORA	0	6	19	13.634	0,37	1	6.495	0,29	97,9
TOTAL	**117**	**2.250**	**4.499**	**3.668.106**	**100,00**	**279**	**2.232.092**	**100,00**	**188,7**

FUENTES: Para Supermercados.– Distribución Actualidad; nº 271. Mayo, 1999. Para Hipermercados.– Distribución Actualidad; nº 275. Octubre, 1999.

Para Centros Comerciales.– Distribución y Consumo; nª 48. Octubre-Noviembre, 1999.

Distribución y Consumo Nº 50

Geografía comercial de España

CUADRO Nº 17

EQUIPAMIENTO DE CENTROS COMERCIALES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

COMUNIDAD AUTÓNOMA		REGIONAL SBA MAYOR DE 40.000 M²		GRANDE SBA ENTRE 15.000 Y 40.000 M²		PEQUEÑO SBA ENTRE 4.000 Y 15.000 M²		GALERÍA COMERCIAL SBA INFERIOR A 4.000 M²		FUNDAMENTADO EN HIPERMERCADO		PARQUE DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL		TOTAL SBA
ANDALUCÍA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	5	253.070	13	305.492	8	59.337	4	7.640	18	188.485	2	25.450	839.474
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	19,23	17,48	20,00	20,42	9,09	9,16	7,02	6,08	16,36	15,03	22,22	11,64	16,17
ARAGÓN	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	2	128.988	—	—	3	26.295	1	3.600	3	52.810	—	—	211.693
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	7,69	8,91	0,00	0,00	3,41	4,06	1,75	2,86	2,73	4,21	0,00	0,00	4,08
ASTURIAS	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	—	—	3	84.120	3	18.311	1	3.300	2	35.808	—	—	141.539
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	0,00	0,00	4,62	5,62	3,41	2,83	1,75	2,63	1,82	2,85	0,00	0,00	2,73
BALEARES	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	1	40.415	1	18.800	2	10.640	1	2.500	2	25.353	—	—	97.708
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	3,85	2,79	1,54	1,26	2,27	1,64	1,75	1,99	1,82	2,02	0,00	0,00	1,88
CANARIAS	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	2	84.407	4	104.580	7	48.834	4	8.980	5	37.360	—	—	284.161
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	7,69	5,83	6,15	6,99	7,95	7,53	7,02	7,15	4,55	2,98	0,00	0,00	5,47
CANTABRIA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	1	40.000	—	—	1	8.400	1	1.590	2	19.323	—	—	69.313
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	3,85	2,76	0,00	0,00	1,14	1,30	1,75	1,27	1,82	1,54	0,00	0,00	1,34
CASTILLA-LA MANCHA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	—	—	2	39.483	4	29.418	2	3.420	5	51.636	—	—	123.957
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	7,69	2,73	6,15	1,97	4,55	4,54	3,51	2,72	4,55	4,12	0,00	0,00	2,39
CASTILLA Y LEÓN	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	—	—	5	102.501	—	—	6	13.147	7	72.146	—	—	187.794
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	0,00	0,00	7,69	6,85	0,00	0,00	10,53	10,46	6,36	5,75	0,00	0,00	3,62
CATALUÑA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	4	201.920	9	219.126	9	66.088	8	14.698	12	132.867	1	28.374	663.073
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	15,38	13,95	13,85	14,65	10,23	10,20	14,04	11,69	10,91	10,59	11,11	12,97	12,77
COMUNIDAD VALENCIANA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	3	217.289	3	59.918	3	26.800	1	2.460	17	206.086	2	32.690	545.243
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	11,54	15,01	4,62	4,01	3,41	4,14	1,75	1,96	15,45	16,43	22,22	14,95	10,50
EXTREMADURA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	—	—	1	19.237	—	—	—	—	6	58.817	—	—	78.054
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	0,00	0,00	1,54	1,29	0,00	0,00	0,00	0,00	5,45	4,69	0,00	0,00	1,50
GALICIA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	—	—	2	59.951	6	57.457	3	6.755	8	98.502	—	—	222.665
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	0,00	0,00	3,08	4,01	6,82	8,87	5,26	5,37	7,27	7,85	0,00	0,00	4,29
LA RIOJA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	—	—	—	—	—	—	—	—	1	13.400	—	—	13.400
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,91	1,07	0,00	0,00	0,26
MADRID	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	4	355.670	15	368.703	39	277.946	23	55.091	10	112.673	2	75.212	1.245.295
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	15,38	24,57	23,08	24,65	44,32	42,89	40,35	43,83	9,09	8,98	22,22	34,39	23,99
MURCIA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	—	—	2	38.201	—	—	1	800	5	63.410	—	—	102.411
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	0,00	0,00	3,08	2,55	0,00	0,00	1,75	0,64	4,55	5,06	0,00	0,00	1,97
NAVARRA	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	—	—	—	—	—	—	—	—	1	9.604	1	22.972	32.576
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,91	0,77	11,11	10,50	0,63
PAÍS VASCO	Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)	2	86.528	3	85.947	3	18.575	1	1.700	6	75.942	1	34.000	302.692
	% SOBRE TOTAL CATEGORÍA	7,69	5,98	4,62	5,75	3,41	2,87	1,75	1,35	5,45	6,05	11,11	15,55	5,83
TOTAL	**Nº CENTROS/SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M²)**	**26**	**1.447.770**	**65**	**1.495.994**	**88**	**648.101**	**57**	**125.681**	**110**	**1.254.222**	**9**	**218.698**	**519.0466**
	% SOBRE TOTAL	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**

FUENTE: Asociación Española de Centros Comerciales; Anuario, 1999. Madrid, 1999.

Distribución y Consumo Nº 50

CUADRO Nº 18

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

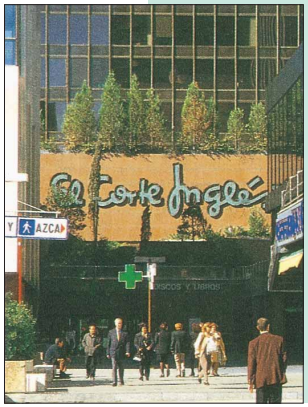
1998 Y EVOLUCIÓN 1993/1998

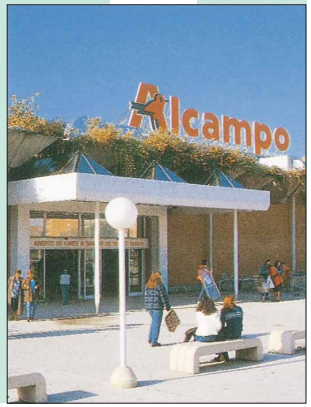
CC AA/ PROVINCIAS	1998 NÚMERO EMPRESAS	1998 FACTURACIÓN MILL. PTAS.	1998 % FACTURACIÓN	1998 EMPRESAS	EVOLUCIÓN 1998/1993 NÚMERO EMPRESAS	EVOLUCIÓN 1998/1993 FACTURACIÓN % VARIACIÓN
ANDALUCÍA	**5**	**305.857**	**4,0**		**– 3**	**0,73**
CÁDIZ	1	145.441	1,9	GRUPO SUPERDIPLO, S.A.	0	1,44
CÓRDOBA	—	—	—	—	– 1	– 0,34
GRANADA	1	30.916	0,4	COVIRAN	1	0,40
JAÉN	—	—	—	—	– 1	– 0,31
MÁLAGA	1	26.500	0,3	SUPERMERCADOS CLAUDIO, S.A.	1	0,34
SEVILLA	2	103.000	1,3	DIALCO, S.A. (GRUPO) / MERKAMUEBLE, S.A.	– 3	– 0,81
ARAGÓN	**1**	**106.530**	**1,4**		**– 2**	**– 1,32**
ZARAGOZA	1	106.530	1,4	SUPERMERCADO SABECO, S.A.	– 2	– 1,32
ASTURIAS	**2**	**62.422**	**0,8**	HILARIO OSORIO, S.A / ALIMERKA, S.A.	**1**	**0,38**
BALEARES	**1**	**68.000**	**0,9**	DISTRIBUCIÓN MERCAT, S.A.	**0**	**0,50**
CANARIAS	**1**	**30.000**	**0,4**		**– 1**	**– 0,30**
LAS PALMAS					– 1	– 0,31
S. C. TENERIFE	1	30.000	0,4	COMERCIAL JESUMAN, S.A.	0	0,01
CANTABRIA	**1**	**30.000**	**0,4**	GRUPO UVESCO, S.L.	**1**	**0,39**
CASTILLA– LA MANCHA	**0**	**0**	**0,0**		**0**	**0,00**
CASTILLA Y LEÓN	**1**	**146.000**	**1,9**		**– 1**	**0,34**
SALAMANCA					– 1	– 0,35
VALLADOLID	1	146.000	1,9	UNIGRO, S.A. (GRUPO)	0	0,28
CATALUÑA	**12**	**662.817**	**8,6**		**5**	**5,51**
BARCELONA	10	594.417	7,7	CAPABRO / LIDL SUPERMECARDOS, S.A. / PUNTO FA, S.L. / GRUPO SUPECO MAXOR (COMPTOIRS MODERNES) / CONDAL ALIMENT, S.A. / H.D. COVALCO / INTERSPORT, S.C.C.L. / DISTOP, S.A.	6	5,96
GIRONA	1	44.500	0,6	MIQUEL ALIMENTACIÓN GRUP, S.A.	– 1	– 0,26
TARRAGONA	1	23.900	0,3	AGRUPACIÓN COMERCIAL, S.A.	0	0,02
COM. VALENCIANA	**2**	**409.925**	**5,3**		**– 1**	**0,78**
CASTELLÓN	1	48.212	0,6	GRUPO ENACO	0	– 0,01
VALENCIA	1	361.713	4,7	MERCADONA, S.A.	– 1	0,79

FUENTE: Distribución Actualidad; varios números.

Geografía comercial de España

CC AA/ PROVINCIAS	1998 NÚMERO EMPRESAS	1998 FACTURACIÓN MILL. PTAS.	1998 % FACTURACIÓN	1998 EMPRESAS	EVOLUCIÓN 1998/1993 NÚMERO EMPRESAS	EVOLUCIÓN 1998/1993 FACTURACIÓN % VARIACIÓN
EXTREMADURA	**0**	**0**	**0,0**		**– 1**	**– 0,30**
BADAJOZ					– 1	– 0,30
GALICIA	**3**	**403.729**	**5,2**		**– 1**	**– 0,35**
A CORUÑA	3	403.729	5,2	GRUPO INDITEX / GALLEGA DE DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTACIÓN / AGRUPACIÓN VEGÓN, S.A.	0	1,51
PONTEVEDRA					– 1	– 0,46
MADRID	20	5.016.001	64,8	EL CORTE INGLÉS / CONTINENTE / PRYCA / HIPERMERCADOS CONTINENTE / ALCAMPO (GRUPO) / C.C. PRYCA (GRUPO) / ALCAMPO / DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN / HIPERCOR, S.A. / MAKRO / AUTOSERVICIO MAYORISTA / INFORMÁTICA EL CORTE INGLÉS / CORTEFIEL / SIMAGO / SUPERMERCADOS ALCOSTO, S.A. / TENGELMANNN ESPAÑA, S.A. / ECORE, S.A. / GRUPO DÍAZ / GRUPO HÍPER USERA GILARRANZ / ALDEASA, S.A. / AHORRA MÁS	3	– 8,78
PAÍS VASCO	**1**	**493.751**	**6,4**		**0**	**2,40**
VIZCAYA	1	493.751	6,4	GRUPO EROSKI	0	2,40
TOTAL	**50**	**7.735.032**	**100,0**		**0**	**0,00**





CONCLUSIONES

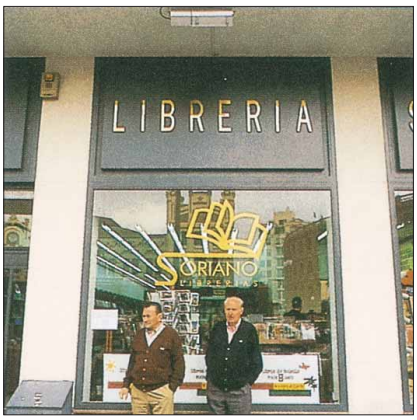
En este artículo se han examinado los datos relativos a los datos de la demanda de servicios comerciales y equipamiento comercial de las comunidades y provincias. Las principales conclusiones del análisis realizado tienen necesariamente un carácter generalista y se pueden sintetizar en los siguientes puntos:

–Se observa una alta concentración tanto de la demanda como de la oferta comercial en unas pocas comunidades autónomas y, más precisamente, en las áreas metropolitanas de unas pocas ciudades: Madrid, Barcelona y Valencia. Tras de estos grandes centros de consumo, aparece una segunda jerarquía de ciudades tales como Málaga, Sevilla, Zaragoza, las dos capitales canarias, Alicante, A Coruña y Bilbao.

–El equipamiento comercial mayorista no sigue exactamente las pautas de la concentración de demanda final, pues recoge el efecto de la demanda de servicios comerciales efectuada por los fabricantes para comercializar sus productos. Destaca el número y distribución de los intermediarios de comercio.

–La difusión regional de los equipamientos minoristas se diferencia según el grado de innovación de éstos, con la conocida limitación del tamaño de la demanda de algunas ciudades que son cabecera de área o de subárea comercial. Además, en el grado de evolución de la dotación minorista se observa la influencia de factores culturales y de demanda estacional.

–El "producto" de la distribución comercial –del que puede ser una medida "objetiva" el nivel de equipamiento



minorista– debe evaluarse también en función de su coste. A este respecto puede destacarse la presión al alza de los precios del comercio de bines de equipamiento de la persona, la confección y el calzado. Además, puede encontrarse grandes diferencias en la evolución de los Indices de precios regionales de este grupo de productos, lo que sugiere la importancia del nivel de servicios ofrecido por el comercio de cada ciudad y región. ❑

ALFONSO REBOLLO ARÉVALO
Universidad Autónoma de Madrid

NOTAS

(1) En la realización de este artículo ha colaborado BELÉN GUISADO GORDILLO, que ha participado en la preparación de los datos y en la realización de los primeros análisis.

(2) Razones que no agotan las causas de la profunda transformación a la que nos referimos. Entre ellas debe destacarse la más general de la globalización del comercio y, más particularmente, la implantación del Euro.

(3) No sería de extrañar que se aprovechara para modificar otros aspectos de la Ley que han tenido un efecto muy escaso, como ha ocurrido con los aplazamientos de pago. Sobre todo después del intento de modificar esta parte de la Ley a través de la Ley de Acompañamiento de los Presupuestos de 2000, que se resolvía en una normativa insignificante.

(4). Una vez más hay que lamentar el retraso con que es posible conocer la información estadística referida a actividades concretas, como el comercio. pese a la indudadble mejora que se ha experimentado, sobre todo cuando se examinan los aspectos macroeconómicos del comercio nos hemos de conformar con datos referidos a varios años atrás.

(5) INE. Encuesta de Presupuestos Familiares, 1991-92. Madrid, 1995.

(6) Conviene recordar que las cifras de 1991 se refieren a licencias comerciales mayoristas y las de 1998 a locales mayoristas. En ambos casos se incluyen tanto los establecimientos mayoristas propiamente dichos, como cualquier local de la empresa, cualquiera que sea su uso. El número de empresas mayoristas fue estimado por el INE para 1992 en un total de 69.582 (Encuesta de Comercio Interior, 1992).

(7) Las cifras del comercio ambulante pueden estar aún más afectadas por errores registrales por las características de este tipo de minoristas, a veces muy volátiles.

ALFONSO REBOLLO ARÉVALO (Madrid, 1947) es Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, de la Universidad Autónoma de Madrid.

Desde la fundación de la revista, en 1991, Alfonso Rebollo es coordinador, junto con Javier Casares, del Consejo de Redacción de DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO, en cuyas páginas ha publicado numerosos artículos sobre todos los aspectos relacionados con la distribución comercial y el consumo.

Entre los libros publicados por Alfonso Rebollo durante los últimos años, destacan "La estructura del consumo en España" (1983), editado por el Instituto Nacional de Consumo; "Distribución comercial" (2000), realizado junto con Javier Casares; así como "Los canales de distribución de productos de gran consumo" (1999) y "El consumo en España, un panorama general" (1999), estos últimos con la participación de otros profesores y expertos.