

# COMERCIO Y CONSUMO EN LA REGION DE MURCIA

## RECONVERSION EN MARCHA

■ MIGUEL HERNANDEZ, JOSE LUIS MUNUERA y ENRIQUE FLORES



**E**ste trabajo se enmarca dentro de la serie de estudios que viene presentando DISTRIBUCION Y CONSUMO sobre la geografía comercial de España y se articula como un intento por dar a conocer la actual situación y problemática del sector de la distribución comercial en la Comunidad Autónoma de Murcia.

Nuestro objetivo básico de presentar una radiografía sobre el comercio de Murcia en base a datos secundarios, tratará de ser conseguido a partir de un recorrido sobre la reciente evolución en las licencias comerciales, tanto mayoristas como minoristas, dentro de los diferentes grupos de actividad, durante la década de los ochenta y hasta el momento actual.

También realizaremos un análisis sobre los niveles de empleo y volumen de ventas de estos establecimientos comerciales para aproximarnos a su dimensión y actual problemática. Trataremos durante este desarrollo de profundizar en los aspectos especialmente diferenciadores de la Región de Murcia respecto del conjunto de España.

Posteriormente, vamos a presentar cuál es la actual oferta de establecimientos minoristas según las diferentes tipologías, cuál es su grado de equipamiento tecnológico y la situación comparativa con respecto al contexto nacional. Por último, trataremos los niveles de asociacionismo del comercio murciano, nutriéndonos para ello tanto de informaciones secundarias

como de algunos estudios empíricos realizados en zonas concretas de la Región.

Para poder realizar la fotografía que pretendemos sobre este importante sector económico, obviaremos los aspectos relacionados con las macromagnitudes de la Región (puede verse Rebollo, 1994) ya sean estas variables económicas (tasa de ocupación, niveles de consumo, renta per cápita, etc...) o socio-demográficas (población, distribución por municipios, distribución por sexo, tamaño medio de la familia, tasas de crecimiento, niveles de formación, etc...) a pesar de que asumamos la gran importancia explicativa que tienen estos factores en la realidad comercial de una zona geográfica. Dadas las limi-



taciones espaciales de este estudio, tampoco realizaremos una comparación entre estas variables y sus homólogos a nivel nacional.

Hemos de señalar, dentro de esta introducción, que la ausencia de un Censo de Establecimientos Comerciales, tal y como ha sido utilizado en estudios anteriores (Andalucía, País Vasco, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid), ensombrece la calidad y actualidad de los datos que aquí presentamos. No obstante, este hecho escapa a nuestra competencia como investigadores.

### LICENCIAS COMERCIALES

En el presente epígrafe vamos a analizar la dimensión del sector comercial en la Región de Murcia en cuanto a número de establecimientos comerciales. Ante la ausencia de datos recientes sobre el número exacto de establecimientos comerciales, utilizamos como valor equivalente el de licencias comerciales, aunque no es del todo exacto dado que un mismo establecimiento puede poseer diversas licencias.

En 1990, el número de licencias comerciales mayoristas y minoristas en la Región de Murcia era de 29.517, que suponen el 2,5% del total de 1.157.536 de licencias autorizadas a nivel nacional (ver cuadro 1). Para considerar el

**CUADRO Nº 1**  
**EVOLUCION Y DENSIDAD EN LAS LICENCIAS COMERCIALES EN LA REGION DE MURCIA**

	1981		1990		% 1990/81	
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
REGION DE MURCIA	17.327	19,6	29.517	23,7	70,4	20,9
TOTAL ESPAÑA	885.988	24,5	1.157.536	29,0	30,6	18,4

(1) Nº de licencias. (2) Licencias por 1.000 habitantes

FUENTE: Banesto (varios años).

peso de la distribución comercial murciana en la distribución nacional, habría que tener en cuenta que la población murciana en dicho año fue el 2,6% de la nacional. Por tanto, podemos hablar de una cierta infradotación comercial en Murcia, si bien ya muy reducida.

Sin embargo, el número de licencias comerciales en nuestra Región se ha caracterizado por cifras inferiores a las actuales. Su crecimiento, cifrado en un 70,4% en los nueve años que comprende el período 1981-1990, supone el mayor para todo el país durante la década de los ochenta, duplicando el incremento medio nacional, e indica claramente la fuerte progresión en cuanto al equipamiento comercial experimentado en Murcia en los últimos diez años.

Otro indicador es la densidad de intermediarios, medido según el número

de licencias comerciales por 1.000 habitantes. En Murcia (ver cuadro 1) dicho dato se situaba en 1990 en 23,7, todavía inferior la media nacional de 29 licencias por 1.000 habitantes. No obstante, el crecimiento observado en este parámetro es superior al de España (20,9% en Murcia frente al 18,4% en España). Estos datos indican la evolución desde una situación fuertemente "deprimida" hacia niveles próximos a la media nacional.

Por otra parte, hay indicadores que señalan irregularidades en su distribución geográfica dentro de la Región. El cuadro nº 2 muestra que los municipios con menos de 3.000 habitantes representan un 0,9% de la población total, mientras que tan sólo disponen de un 0,7% del total de establecimientos comerciales. Este resultado confirma la inferior dotación comercial de los municipios más pequeños, al menos por lo

**CUADRO Nº 2**  
**ESTABLECIMIENTOS Y LICENCIAS COMERCIALES SEGUN TAMAÑOS DE POBLACION**

TAÑANO DEL MUNICIPIO	POBLACION	ESTABLECIMIENTOS				LICENCIAS			
		%	TOTAL	%	POR 1.000 HAB.	TOTAL	%	POR ESTABLEC.	
MENOS DE 3.000 HAB.	9.878	0,9	131	0,7	13,3	344	1,2	2,6	
3.000 A 20.000 HAB.	269.470	25,4	4.941	25,2	18,3	6.697	23,7	1,4	
MAS DE 20.000 HAB.	216.503	20,4	3.932	20	18,2	5.705	19,3	1,4	
MAS DE 65.000 HAB. (MURCIA, LORCA Y CARTAGENA)	566.215	53,3	10.633	54,1	18,8	16.471	55,8	1,5	
<b>TOTAL</b>	<b>1.062.066</b>	<b>100,0</b>	<b>19.637</b>	<b>100,0</b>	<b>18,5</b>	<b>29.517</b>	<b>100,0</b>	<b>1,50</b>	

Datos de 1990

FUENTE: Dirección Regional de Economía y Planificación (1991). Instituto Nacional de Estadística (1992). Banesto (1991).

**CUADRO Nº 3  
NÚMERO DE EMPLEADOS  
EN EL SECTOR COMERCIAL MURCIANO**

	1981	1983	1984	1985	1986	1987
MINORISTAS	—	—	27.127	26.769	—	—
MAYORISTAS	—	—	4.081	8.161	—	—
TOTAL EMPLEOS	30.919	37.818	31.208	34.930	39.816	46.347
LICENCIAS	17.327	17.149	17.149	19.513	20.339	25.103
EMPLEOS POR LICENCIA	1,8	2,2	1,8	1,8	2	1,8

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (1982). Banco de Bilbao (1985). IRESCO-Consejo Cámaras de Comercio de Murcia (1985). Banesto (varios años).

**CUADRO Nº 4  
EVOLUCION DE LAS LICENCIAS  
COMERCIALES MAYORISTAS**

	REG. DE MURCIA	ESPAÑA
<b>LICENCIAS MAYORISTAS</b>		
1977	2.041	102.084
1990	7.273	250.759
% 1990/77	256,3	145,6
<b>% MAYORISTAS S/TOTAL LICENCIAS</b>		
1977	14,9	13,2
1990	24,6	21,7
% 1990/77	65,1	64,4

FUENTE: Banesto (varios años).

que se refiere al número de establecimientos comerciales por 1.000 habitantes. Para el resto de municipios esta distribución es bastante proporcional.

Estas irregularidades en la distribución geográfica tratan de ser compensadas, en estos municipios más pequeños, con comercios que ofertan, de media, mayor cantidad de productos. En el cuadro 2 puede verse que el número de licencias por establecimiento es mayor para los comercios situados en los municipios con menor número de habitantes (2,6 licencias por establecimiento), frente a los comercios ubicados en los grandes municipios (1,5 licencias por establecimiento). La explicación de este fenómeno, junto con otros condicionantes de tipo geográfico —en base a la facilidad para el desplazamiento entre municipios— podría

estar en el hecho de que los municipios típicamente rurales requieren de una amplia variedad de productos por establecimiento para lograr un umbral mínimo de ventas, habida cuenta la escasa población que se encuentra en su zona comercial.

Esta desigual distribución para las zonas menos densamente pobladas no sólo se produce en cuanto a su número, sino también en cuanto a variedad y calidad de la oferta, siendo mucho más restringida en cuanto a bienes y servicios ofrecidos en los establecimientos rurales que en los grandes núcleos urbanos.

En un estudio realizado por Serrano (1987), sobre 153 funciones comerciales distintas que englobaban la totalidad de los bienes vendidos en los establecimientos detallistas de la Región, únicamente en el municipio de Murcia podían encontrarse hasta 152. El número de funciones comerciales descendía progresivamente según lo hacía el número de habitantes de los diversos municipios, hasta llegar a la población de Ojós, con sólo 647 habitantes y 5 funciones comerciales diferentes.

Otro elemento a la hora de analizar la estructura de la distribución comercial es el número de empleados que ocupa y su relación con el de establecimientos y licencias. Los escasos estudios que contienen alguna información ofrecen sensibles diferencias (cuadro 3).

En términos generales, podemos indicar que en 1987 el número de empleados en el sector del Comercio

(mayorista y minorista) en nuestra Región era de 46.347 (ver cuadro 3), lo que supone el 15,7% del total de la población activa regional y el 2,7% de la población activa que está empleada en el sector a nivel nacional.

A continuación pasamos al estudio de las características particulares de los mayoristas y minoristas de la Región de Murcia. Ante la gran cantidad de variables que podrían ser objeto de estudio, nos centraremos básicamente en los aspectos que muestran un comportamiento diferencial respecto a la media nacional.

**MAYORISTAS Y MINORISTAS**

El sector de la distribución murciana en su proporción mayorista/minorista sigue de una forma parecida la relación que se establece para el resto de Comunidades Autónomas. Sin embargo, se puede destacar de la observación del cuadro 4 que, primero, Murcia tiene una mayor tasa de licencias mayoristas sobre el total de licencias que la media nacional y, segundo, que dicha diferencia se mantiene en el periodo considerado (1977-1990) puesto que la tasa de crecimiento (65,1%) de dicho ratio es, incluso, un poco mayor que la media nacional (64,4%).

Por su parte, el cuadro 5 nos muestra el gran incremento en el número de licencias mayoristas en el periodo 1981-1990 (134,6%).

Si profundizamos en la evolución de las licencias mayoristas atendiendo a sus distintos grupos de actividad, podemos constatar que a nivel regional son varios los grupos que han experimentado fuertes incrementos durante el período 1981-1990 (ver cuadro 6). El Grupo 4, que comprende la venta de productos de droguería, químicos y combustibles, es el que más ha crecido, un 862,6%, un porcentaje que supone más del doble de lo que se incrementan las licencias de ese mismo grupo a nivel nacional (398,9%). En general se producen incrementos que podríamos catalogar de espectaculares, si los comparamos con los nacionales. El único grupo de actividad en el que se registra

CUADRO Nº 5.  
EVOLUCION DE LAS LICENCIAS COMERCIALES MAYORISTAS

	1981		1990		% 1990/81	
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
REGION DE MURCIA	3.100	3,5	7.273	7,7	134,6	120
TOTAL ESPAÑA	137.791	3,8	250.759	6,6	80,7	73,8

(1) Nº de licencias. (2) Licencias por 1.000 habitantes  
FUENTE: Banesto (varios años).

CUADRO Nº 6  
EVOLUCION DE LAS LICENCIAS COMERCIALES  
EN EL COMERCIO MAYORISTA (POR GRUPOS DE ACTIVIDAD)

GRUPOS DE ACTIVIDAD	REGION DE MURCIA			ESPAÑA		
	1981	1990	% INCR.	1981	1990	% INCR.
ALIMENT. BEBIDAS Y TABACOS	935	3.179	240,0	38.510	92.548	140,3
TEXTIL, CONFEC. Y CALZADO	87	375	310,0	6.241	17.650	182,8
MADERA, PAPEL Y A. GRAF.	208	303	45,7	15.574	16.270	4,5
DROGAS Y PROD. QUIMICOS	56	539	862,6	3.653	18.223	398,9
CONSTRUC., CRISTAL Y LOZA	368	1.771	381,3	14.689	50.239	242,0
MINER, Y TRANSF. METALES	899	225	-75,0	24.103	10.248	-57,5
MAQUIN. Y MATERIAL TRANSP.	395	715	81,0	25.626	37.086	109,4
COMERCIO AMBULANTE	8	—	—	247	—	—
COMERCIO NO CLASIFICADO	144	166	15,3	10.130	8.495	-16,1
<b>TOTAL MAYORISTAS</b>	<b>3.100</b>	<b>7.273</b>	<b>134,6</b>	<b>138.782</b>	<b>250.759</b>	<b>80,7</b>

FUENTE: Anuario del Mercado Español (varios años)

CUADRO Nº 7  
NUMERO DE EMPLEADOS  
EN LOS MAYORISTAS DE LA REGION DE MURCIA

	REGION	MURCIA	CARTAGENA	LORCA	RESTO
ESTABLECIMIENTOS	1.771	714	184	116	757
EMPLEADOS	8.161	4.007	796	410	2.948
EMPLEADOS POR LOCAL	4,60	5,61	4,32	3,53	3,89
	1990				
ESTABLECIMIENTOS	2.789	1.185	312	219	1.073
EMPLEADOS	21.190	7.323	1.821	888	11.158
EMPLEADOS POR LOCAL	7,60	6,18	5,84	4,05	10,40

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (1982 y 1992).

un importante descenso es el correspondiente a los metales y productos metálicos –Grupo 6– donde se da una acusada crisis a nivel nacional, pero que en nuestra Región se ve especialmente acentuada.

Vamos a continuación a centrarnos en dos variables fundamentales para la caracterización de los establecimientos y empresas mayoristas como son el empleo y la facturación. Comenzaremos estudiando el número de empleados en cada uno de los locales mayoristas existentes en Murcia en 1990 (cuadro 7). Observamos en los diez años que van de 1980 a 1990 un gran aumento en el número de empleados por establecimiento mayorista. Al distinguir entre el total regional y el comportamiento de los municipios de Murcia, Cartagena y Lorca (los de mayor tamaño), diremos que la evolución hacia la concentración se lleva a cabo, sobre todo, entre los mayoristas no situados en estas ciudades. El gran desarrollo observado en el mayorismo de productos industriales y la concentración en las compras de los minoristas de las ciudades, han contribuido a que los mayoristas con mayor dimensión ya no necesiten estar cerca de los centros de consumo final, como son las tres ciudades consideradas (Murcia, Cartagena y Lorca). En este sentido, del total de empleos, la ciudad de Murcia tenía casi la mitad (49,1%) en 1980, y en 1990 esta cifra desciende hasta representar tan sólo una tercera parte (34,6%).

Por último, podemos tratar de aproximarnos al nivel de facturación que presentaban las empresas mayoristas radicadas en la Región de Murcia en 1988 a partir de los datos emanados de la "Encuesta de Comercio Interior" (Instituto Nacional de Estadística, 1990). Con un 75,7% de las empresas mayoristas en el tramo más inferior de ventas (menos de 100 millones de pesetas anuales), la Región de Murcia es la tercera en cuanto a porcentaje de empresas en dicho nivel de ventas. En definitiva, podemos concluir que las empresas mayoristas murcianas venden, de media, menos que las del resto del país.



CUADRO Nº 8

## EVOLUCION DE LAS LICENCIAS COMERCIALES MINORISTAS

	1981		1990		% 1990/81	
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
REGION DE MURCIA	14.227	16,1	22.244	20,9	56,4	29,8
TOTAL ESPAÑA	743.885	20,6	906.777	22,7	21,4	9,9

(1) Nº de licencias. (2) Licencias por 1.000 habitantes

FUENTE: Banesto (varios años).

CUADRO Nº 9

## EVOLUCION DE LAS LICENCIAS COMERCIALES EN EL COMERCIO MINORISTA (POR GRUPOS DE ACTIVIDAD)

GRUPOS DE ACTIVIDAD	REGION DE MURCIA			ESPAÑA		
	1981	1990	% 90/81	1981	1990	% 90/81
ALIMENT. BEBIDAS Y TABACOS	5.585	6.974	24,9	312.205	311.055	-0,4
TEXTIL, CONFEC. Y CALZADO	1.741	3.572	105,2	90.163	146.881	62,9
MADERA, PAPEL Y A. GRAF.	1.338	1.777	32,8	58.287	72.918	25,1
DROGAS Y PROD. QUIMICOS	485	1.832	277,7	27.362	68.177	149,2
CONSTRUC., CRISTAL Y LOZA	1.557	741	-52,4	75.558	24.947	-67,0
MINER. Y TRANSF. METALES	318	1.036	225,8	24.101	45.512	88,8
MAQUIN. Y MATERIAL TRANSP.	1.993	2.396	20,2	99.549	96.723	-2,8
COMERCIO AMBULANTE	36	2.108	5.755,6	1.479	34.287	2.218,3
COMERCIO NO CLASIFICADO	1.174	1.808	54,0	58.502	109.277	86,8
<b>TOTAL MINORISTA</b>	<b>14.227</b>	<b>22.244</b>	<b>56,4</b>	<b>747.206</b>	<b>906.777</b>	<b>21,4</b>

FUENTE: Anuario del Mercado Español (varios años)

CUADRO Nº 10

## NUMERO DE EMPLEADOS EN EL COMERCIO MINORISTA DE LA REGION DE MURCIA

	REGION	MURCIA	CARTAGENA	LORCA	RESTO
		<b>1980</b>			
ESTABLECIMIENTOS	13.846	4.149	2.389	944	6.364
EMPLEADOS	26.769	9.966	4.910	1.735	10.158
EMPLEADOS POR LOCAL	1,93	2,40	2,06	1,84	1,60
	<b>1990</b>				
ESTABLECIMIENTOS	14.292	4.329	2.331	863	6.769
EMPLEADOS	27.700	10.432	4.968	1.473	10.827
EMPLEADOS POR LOCAL	1,94	2,41	2,13	1,71	1,60

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (1982 y 1992).

En cuanto al comercio minorista, en 1990 había registradas 22.244 licencias minoristas en la Región (cuadro 8), lo que hace que en términos absolutos sólo nos encontremos por encima de Cantabria (13.226), Navarra (10.001) y La Rioja (7.567). Los datos de otras comunidades son difícilmente comparables a los de la nuestra, salvo el incremento de licencias comerciales minoristas experimentado desde 1981 a 1990. Y en ese caso Murcia ha sido la Comunidad Autónoma que más ha crecido (56,4%), haciéndolo en una proporción casi tres veces superior al incremento medio para el total del país en el mismo período (21,4%). Esto confirma el impresionante crecimiento que ha protagonizado el sector comercial en nuestra Región durante los últimos años.

No obstante, al observar el número de licencias por 1.000 habitantes en el comercio minorista, comprobamos que nuestra Región poseía 20,9 licencias en 1990, mientras que el valor medio para España era de 22,7 licencias (cuadro 8). Este dato debe hacernos considerar que el crecimiento producido en el comercio minorista de nuestra Región se explica fundamentalmente por la conjunción de factores como:

– 1. La infradotación de la distribución minorista murciana al principio de la década. Ello explica, sin duda, que a pesar del importante aumento en el número de detallistas, Murcia se encuentre todavía por debajo de la media nacional en cuanto al número de minoristas por 1.000 habitantes. No obstante, ya ha abandonado el último puesto que tenía en 1981 como la Comunidad Autónoma con menor número de licencias minoristas por habitante.

– 2. El aumento de población experimentado en la Región durante los últimos diez años. En este sentido, basta considerar las licencias por 1.000 habitantes con el fin de neutralizar los efectos derivados del aumento poblacional. Observamos así en el cuadro 8 que el incremento en el número de licencias por 1.000 habitantes (29,8%) es casi tres veces el incremento medio para el



CUADRO Nº 11

### EMPRESAS DE COMERCIO MINORISTA SEGUN SU SUPERFICIE (%)

	TOTAL	HASTA 120 M2	120-399 M2	MAS DE 399 M2
REGION	11.949	85,32	11,45	3,23
TOTAL ESPAÑA	454.857	87,61	9,84	2,55

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (1990)

total del país (9,9%). Sin embargo, con ser grande dicho incremento, es sólo la mitad del registrado sobre la totalidad de licencias comerciales en valores absolutos (56,4%).

Si realizamos un análisis de la evolución de las licencias comerciales atendiendo a sus diferentes grupos de actividad (ver cuadro 9), observamos que los fuertes incrementos registrados se siguen manteniendo para casi todos los grupos de actividad, incluso en aquellos como el alimenticio (Grupo 1) o el de maquinaria y material de transporte (Grupo 7) en los que se registran

descensos para el total de España durante el período 1981-1990. Para estos grupos, paradójicamente se incrementan el número de licencias en nuestra Comunidad Autónoma. Resulta curioso el comportamiento del Grupo 8, que comprende al comercio ambulante y que en estos últimos diez años ha experimentado un aumento en el número de licencias de varios miles por ciento, –en el caso de Murcia 5.755,6%, y en el de España 2.218,3%–. Posiblemente, incrementos tan abultados como estos, obedezcan al efecto que han tenido determinadas

disposiciones gubernativas que han tratado de regular y clarificar el comercio ambulante.

En cuanto al número de empleados en los establecimientos murcianos, no existen muchos datos que distingan entre mayoristas y minoristas. El cuadro 10 muestra los datos sobre el empleo en el sector minorista. Lo primero que resalta es que permanece prácticamente inalterable el número de empleados por establecimiento en estos diez años. No obstante, diremos que en Cartagena ha habido el mayor aumento, mientras que en Lorca ha disminuido el nivel de empleados por establecimiento minorista. En cualquier caso y en términos absolutos, podemos observar el considerablemente mayor nivel de empleo en los comercios situados en Murcia capital y en Cartagena, frente a los de Lorca y la media regional. Nuevamente se vuelve a confirmar que la existencia de fórmulas comerciales más modernas, así como la mayor atracción comercial de la zona de ubicación, implican normalmente la concentración de muchos productos en grandes superficies que exigen la contratación de más empleados por comercio.

En cuanto a la facturación de las empresas minoristas murcianas, tras un análisis a partir de los datos procedentes de la "Encuesta de Comercio Interior, 1988" (Instituto Nacional de Estadística, 1990) y, frente a lo observado en el comercio mayorista (menores ventas para las empresas murcianas), las empresas minoristas con sede en la Región no presentan grandes diferencias, respecto a la media para España, en cuanto a su distribución para los distintos intervalos de ventas considerados. El único hecho destacable sería el que hay un mayor porcentaje de empresas minoristas murcianas con ventas inferiores a los 10 millones (72,3% frente al 68,6% de la media nacional). Dicha diferencia queda compensada con el menor porcentaje en el intervalo 10 a 30 millones de ventas anuales.

Dada la inexistencia de un censo actualizado de comercios en la Región de Murcia, y en un intento por acercar-



# II JORNADAS SOBRE DISTRIBUCION MAYORISTA

SECTORES: ALIMENTACIÓN, DROGUERÍA Y PERFUMERIA

**LA COMPETITIVIDAD DEL MAYORISTA, ÉXITO DEL MINORISTA.**

*16 y 17 de junio 1994*

## P R O G R A M A

### LA CADENA DE VALOR ALIMENTARIA, EL ROL DE LA DISTRIBUCION MAYORISTA.

Presentación del estudio Roland Berger.

-COSCO (EE.UU.-Club de Precios)

-BOOKER CEMASCE (Reino Unido-Centro de Negocios)

-METRO (Holanda-Cash and Carry)

### EL MAYORISTA DESDE LA OPTICA DEL FABRICANTE.

-F.I.A.B. (Federación de Industrias Alimentarias y Bebidas)

-COCA-COLA

-L'OREAL

### NUEVOS SISTEMAS DE DESARROLLO EN LA ACTIVIDAD MAYORISTA.

#### • Innovaciones Tecnológicas:

-E.D.I. Lenguaje común-T.S.1

#### • Radio frecuencia y terminales:

-D.C.B., S.A.

#### • Servicios de almacenaje y distribución:

-S.D.F. (Servicio de Distribución Frigorífica)

-CLIMADIS (Servicio de Distribución)

### CENTROS DE NEGOCIOS PARA EMPRESAS MAYORISTAS.

-MERCASA

### EJEMPLOS DE GESTION EN LOS CENTROS DE NEGOCIOS.

-FREIREMAR, S.A. (Productos congelados)

-ANGEL REY (Frutas y hortalizas)

### LA CONSERVACION DEL MEDIO AMBIENTE. REPERCUSSION EN LAS EMPRESAS MAYORISTAS.

-ANALISIS DE LA NORMATIVA APLICABLE EL AÑO 2000

-ALLIBERT (EMBALAJES Y/O ENVASES REUTILIZABLES)

### MODELOS DE GESTION DE EMPRESAS MAYORISTAS ESPAÑOLAS

-P.C.S., S.L. (Congelados)

-ENACO, S.A. (Alimentación)

-D.I.L., S.L. (Horeco)

-GONZALEZ CABELLO, S.A. (Droguería-Perfumería)

### EL ASOCIACIONISMO EMPRESARIAL EN EUROPA.

-EUROCOMERCE

### MODELOS DE GESTION DE EMPRESAS MAYORISTAS EXTRANJERAS.

-SYSCO (EE.UU.-Horeco)

### AYUDAS A LA DISTRIBUCION MAYORISTA

-UNION EUROPEA. Dirección General XXIII

-ESPAÑA. Ministerio de Comercio

-COMUNIDAD VALENCIANA

-DIRECCION GENERAL DE COMERCIO

-I.V.A.F.

**LUGAR:** CENTRO FORMACION LUIS VIVES DE LA CAMARA DE COMERCIO. PARQUE TECNOLOGICO DE VALENCIA

**INSCRIPCION:** 15.000 (Incluidos almuerzos de trabajo y cafes)

## ORGANIZA

**Asociación Empresarial de Distribuidores de Alimentación**

**Isabel la Católica, 7-14 - 46004 Valencia**

**☎ (96) 351 19 16 - Fax (96) 394 09 62 (tardes)**

## PATROCINAN

nos a la superficie media actual del sector minorista murciano, podemos observar el cuadro 11. En éste se expresa el porcentaje de empresas (no comercios como tal) de forma comparativa con el resto de Comunidades Autónomas españolas –con datos de 1988–, donde Murcia destaca como la tercera Comunidad con mayor porcentaje de empresas comerciales situadas en el intervalo superior considerado (más de 399 m2).

### EQUIPAMIENTO COMERCIAL

El sector minorista murciano ha ido presentando de forma progresiva una buena parte de toda la variedad de sistemas de venta que han surgido en la distribución comercial. Estas formas de venta, que los detallistas adoptan en sus establecimientos para atender las necesidades de sus clientes y mejorar la rentabilidad de sus negocios, implican modificaciones permanentes en variables tan fundamentales como: la organización del negocio detallista, dimensión, número de empleados, facturación, especialización en la actividad comercial, gama de productos y de servicios ofertados, tipo de cliente al que se dirige, nivel de precios, etc.

Las fórmulas comerciales en régimen de librespervicio, y más concretamente las grandes superficies, han revolucionado la distribución minorista en nuestra Región, al igual que ocurre en el resto de España. Una forma de ver la presencia de dichas nuevas fórmulas comerciales, puede ser la comparación del porcentaje de establecimientos y metros cuadrados de cada tipología en la Región sobre el total nacional. El cuadro 12 nos muestra que en los supermercados el nivel de equipamiento está muy acorde al que debería corresponder según un reparto lineal para toda España. Pero, para los hipermercados se observa un mayor número de los mismos, así como de mayor tamaño. Esta argumentación cobra más fuerza si señalamos que la realidad actual es de 6 hipermercados (3 en Murcia, 2 en Cartagena y 1 en Lorca), todo ello sin perjuicio de la existencia

CUADRO Nº 12

### SITUACION DE ALGUNAS FORMULAS EN GRAN SUPERFICIE

	SUPERMERCADOS		HIPERMERCADOS		CENTROS COMERCIALES	
	(1992)		(1993)		(1993)	
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
Nº Establecimientos	57,0	2,3	5,0	2,9	2,0	1,5
Superficie (1000 m2)	55,3	2,6	43,1	3,4	1,5	1,2

(1) Región de Murcia. (2) Región de Murcia/España

FUENTE: Rebollo (1994).

de otros dos hipermercados en la provincia de Alicante (1 en Orihuela funcionando y otro en Torreveja de próxima inauguración) pero que ejerce uno, y ejercerá el otro, influencia sobre una significativa área de la Región de Murcia. Lo contrario se da en el caso de los centros comerciales, donde hay una dotación inferior en Murcia.

Sin embargo, a pesar del crecimiento experimentado por este tipo de establecimientos en nuestra Región, todavía tienen bastante peso las fórmulas más clásicas como la tienda tradicional y el mercado de abastos, sobre todo en la venta de productos de alimentación

Referente a los mercados y plazas de abastos en Murcia, en un estudio realizado sobre la problemática de estos establecimientos (Munuera y otros, 1991), se destaca la reducida dimensión de los establecimientos, la mayoría de 6 a 12 metros cuadrados, y que en un 60% de los casos sólo trabaja una persona en el puesto. Escasamente asociados, el 80% de los establecimientos es independiente, su facturación media diaria es muy reducida, oscilando en la mayoría de los casos entre las 4.000 y las 16.000 pesetas.

Por su parte, la tienda tradicional murciana presenta un sombrío panorama





ma, que contrasta con el adecuado desenvolvimiento de otras tipologías detallistas implantadas en nuestra Región. No hay datos publicados a nivel regional sobre las características de este tipo de establecimientos debido a la heterogeneidad en los productos y circunstancias competitivas.

No obstante, sí que existen una serie de trabajos puntuales (Munuera y otros, 1988 y 1989) que nos pueden servir para marcar las siguientes pautas caracterizadoras de la tienda tradicional murciana:

– 1. Reducida dimensión del establecimiento, con menos de 43 metros cuadrados de media.

– 2. Reducido número de empleados. Más del 50% de los comercios están gestionados en régimen familiar y los dependientes son el propio titular del negocio o sus familiares directos.

– 3. Escaso grado de equipamiento comercial, sobre todo en lo referente a ordenadores, cajas registradoras, balanzas electrónicas y otras instalaciones técnicas, lo que reduce el nivel de productividad y servicios.

– 4. Alta proporción de comerciantes que no son los propietarios de los locales, sino que mantienen distintos tipos de arrendamiento. Esta circunstan-

cia supone un serio inconveniente para realizar obras de acondicionamiento, reforma y modernización.

– 5. Deficiente nivel de formación empresarial del responsable del establecimiento. Alrededor del 75% de negocios comerciales están gestionados por personas que sólo han cursado estudios primarios, de los que el 20% ni siquiera logró culminar este grado. Los titulados universitarios con responsabilidades en este tipo de establecimientos, apenas suponen el 1 o el 2%.

Como consecuencia de ello, en la mayoría de los establecimientos se mantiene una gestión comercial basada en el instinto e ingenio personal del comerciante, lo que dificulta su necesaria adaptación a las exigencias de un mercado más competitivo y propicia una falta de mentalización para acometer las transformaciones necesarias.

– 6. Utilización de técnicas de gestión y administración rudimentarias. Apenas se lleva un control sobre la explotación, ni un adecuado seguimiento de la rotación de stocks.

Un alto número de tiendas tradicionales no lleva libro de contabilidad, lo que les impide tener un conocimiento real y puntual del grado de rentabilidad del propio negocio.

– 7. Empleo de técnicas de venta poco evolucionadas. Como consecuencia de su escasa formación comercial, principalmente basan sus estrategias en el trato personal al cliente, unos precios competitivos y una adecuada localización del local comercial. También presentan en ocasiones un serio desconocimiento de las características del producto ofrecido y de la psicología del consumidor. A este problema va unido la falta de animación comercial en los puntos de venta y una incorrecta utilización de técnicas de merchandising.

Dentro del estudio sobre las diversas tipologías de la distribución comercial, aquellas que expiden sus productos en régimen de librespervicio (autospervicio, superpervicio, supermercado e hipermercado), serán objeto de atención principal por el gran auge que sigue teniendo este sistema de distribución tanto a nivel nacional como en nuestra Región. En 1990, había en la Comunidad Autónoma de Murcia 217 autospervicios, 112 superpervicios y 30 supermercados (Dirección General de Comercio Interior, 1991), lo que representa un porcentaje muy pequeño con respecto a los totales nacionales registrados en dicho año, si bien un gran incremento respecto a los años anteriores (Gris, 1989).

El cuadro 13 nos permite analizar la ubicación de los comercios en régimen de librespervicio en el conjunto de la Comunidad Autónoma en función del tamaño de los núcleos urbanos. Como puede observarse, los establecimientos de librespervicio murcianos tienen tendencia a estar concentrados en las localidades de mayor población de la Región, dejando escasamente atendida a los consumidores que residen en localidades pequeñas.

En cuanto a los niveles de equipamiento de este tipo de establecimientos detallistas, hemos de señalar que hay unos niveles parecidos a los de otras Comunidades Autónomas, presentando incluso una mejor dotación en tecnología y equipos de frío que la existente para los establecimientos en librespervicio del resto del país. También en cuanto a la informatización de los



CUADRO Nº 13

**TIPOLOGIAS DEL LIBRESERVICIO EN MURCIA Y DISTRIBUCION POR HABITATS DE POBLACION**

	REGION		HABITAT I		HABITAT II		HABITAT III		MURCIA	
	TOTAL	(%)	TOTAL	(%)	TOTAL	(%)	TOTAL	(%)	TOTAL	(%)
AUTOSERVICIOS	217	100	16	7,4	76	35	91	41,9	34	15,7
SUPERSERVICIOS	112	100	8	7,1	45	40,2	43	32,4	16	14,3
SUPERMERCADOS	30	100	-	0	13	43,3	8	26,7	9	30

Habitat I: Municipios de hasta 10.000 hab. Habitat II: Municipios de entre 10.000 y 50.000 hab.

Habitat III: Municipios de más de 50.000 hab. (excepto Murcia capital)

FUENTE: Dirección General de Comercio Interior (1991)

CUADRO Nº 14

**NIVEL DE EQUIPAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LIBRESERVICIO MURCIANOS (% EXISTENCIA DE EQUIPOS)**

	AUTOSERVICIOS		SUPERSERVICIOS		SUPERMERCADOS	
	ESPAÑA	MURCIA	ESPAÑA	MURCIA	ESPAÑA	MURCIA
CAJAS REGISTRADORAS	99,0	100,0	100,0	100,0	99,9	100,0
CARRITOS DE COMPRA	22,0	15,7	81,7	77,7	98,7	100,0
CESTAS DE COMPRA	95,7	96,3	88,1	95,5	64,1	53,0
MAQUINAS DE ETIQUET.	82,0	87,6	85,8	94,6	89,5	90,0
CAMARAS FRIGORIFIC.	61,9	89,4	83,4	95,5	98,2	100,0
MUEBLES CONGELADO.	81,9	93,1	96,1	98,2	98,5	100,0
VITRINA FRIGORIFICA	93,4	99,1	96,6	100,0	98,0	100,0
ORDENADOR	9,9	14,7	31,0	32,1	63,8	83,3
PALETAS MANUALES	4,5	0,9	16,5	5,4	44,7	63,3
CARRETILLAS ELEVAD.	1,3	1,4	5,1	3,6	19,5	23,3
FURGONETAS REPARTO	20,0	26,7	33,0	45,5	50,4	60,0
NUMERO DE TIENDAS	3.643	217	2.175	112	1.192	30

FUENTE: Dirección General de Comercio Interior (1991).

negocios, los establecimientos tienen un mayor grado de equipamiento informático que los del resto de España (cuadro 14).

Sin embargo, si consideramos los datos sobre el equipamiento del comercio minorista murciano en términos relativos (respecto a la media nacional), hay una gran divergencia en cuanto al equipamiento medio del total del comercio murciano y el conjunto concreto de comercios en régimen de libreservicio, concretamente autoservicios, superservicios y supermercados. Efectivamente, el cuadro 15 nos mues-

tra cómo la empresa minorista murciana está mucho peor equipada respecto a la media española. Si, como hemos expuesto con anterioridad los niveles de dotación comercial entre los comercios en libreservicio son muy similares a los del resto de España, la consecuencia será que son precisamente el resto de comercios, fundamentalmente tienda tradicional, los que presentan niveles de equipamiento muy inferiores a la media nacional.

El comportamiento de las diferentes categorías de establecimiento en régimen de libreservicio es distinto para la

CUADRO Nº 15

**NIVEL DE EQUIPAMIENTO DE LAS EMPRESAS MINORISTAS**

Nº POR EMPRESA	MURCIA	ESPAÑA
CAJAS REGISTRADORAS	0,30	0,47
ORD. PERSON. Y TERMINA.	0,06	0,22
CONGEL. Y FRIGORIFICOS	0,48	0,56

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (1990).

región y la media nacional. Así, en primer lugar, la Región presenta el menor número de clientes en autoservicios y superservicios. Por otra parte, frente al caso nacional, el establecimiento con mayor densidad de clientes es el supermercado. Por último, la compra media es significativamente mayor en los establecimientos murcianos que en los nacionales (cuadro 16).

Con estas cifras, el volumen de ventas anuales en los autoservicios y superservicios murcianos es reducido si lo comparamos con los valores nacionales. Sin embargo, las ventas anuales para el caso de los supermercados en Murcia alcanzan unas cifras superiores en más del doble a los valores nacionales. En definitiva se observa una concentración de las ventas en los supermercados en detrimento de las otras dos fórmulas en libreservicio consideradas (auto y superservicio).

**ASOCIACIONISMO**

La problemática del sector de la distribución comercial está en gran medida unida a la evolución de los factores ambientales, tales como los cambios en la estructura de la industria, de la demanda y del propio mercado. Todo ello ha generado cambios en los canales de distribución hacia la integración y coordinación de actividades y empresas.

Comencemos analizando el grado de asociacionismo imperante entre las empresas murcianas de distribución, que varía según se trate de empresas mayoristas (cuadro 17) o minoristas (cuadro 18). Sin embargo, en ambos casos el grado de asociacionismo es muy reducido.



CUADRO Nº 16

**FACTURACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LIBRESERVICIO**

	ESPAÑA	REGION	HABITAT I	HABITAT II	HABITAT III	MURCIA
<b>AUTOSERVICIOS</b>						
CLIENTES AÑO (MILES)	33,0	18,0	10,0	17,0	16,0	27,0
CLIENTES/M2	441,0	249,0	160,0	226,0	228,0	399,0
COMPRA MEDIA	843,0	1.065	1.240	1.021	1.110	926,0
VENTA ANUAL (MILL.PTS.)	27,8	19,2	12,4	17,4	17,8	25,0
<b>SUPERSERVICIOS</b>						
CLIENTES/AÑO (MILES)	95,0	55,0	17,0	63,0	48,0	71,0
CLIENTES/M2	450,0	246,0	100,0	282,0	200,0	338,0
COMPRA MEDIA	1.137	1.838	1.087,5	1.285	1.635	1.138
VENTA ANUAL (MILL.PTS.)	108,0	76,1	18,5	81,0	78,5	80,8
<b>SUPERMERCADOS</b>						
CLIENTES/AÑO (MILES)	222,0	305,0	—	171,0	307,0	495,0
CLIENTES/M2	334,0	329,0	—	236,0	260,0	526,0
COMPRA MEDIA	1.607	2.482	—	2.223	2.645	2.711
VENTA ANUAL (MILL.PTS.)	356,8	757,0	—	380,1	812,0	1.341,9

Habitat I: Municipios de hasta 10.000 hab. Habitat II: Municipios de entre 10.000 y 50.000 hab.

Habitat III: Municipios de más de 50.000 hab. (excepto Murcia capital)

FUENTE: Dirección General de Comercio Interior (1991).

CUADRO Nº 17

**GRADO DE ASOCIACIONISMO DE LAS EMPRESAS MAYORISTAS MURCIANAS**

	PARA LA COMPRA DE PRODUCTOS		PARA LA VENTA DE PRODUCTOS	
	REGION	ESPAÑA	REGION	ESPAÑA
<b>INDEPENDIENTES</b>				
EMPRESAS	1.558	41.920	1.877	44.241
% S/TOTAL EMPRESAS	82,5	90,6	96,8	95,6
<b>ASOCIADAS</b>				
EMPRESAS	330	4.362	61	2.041
% S/TOTAL EMPRESAS	17,5	9,4	3,2	4,4
<b>TOTAL</b>	<b>1.888</b>	<b>46.282</b>	<b>1.888</b>	<b>46.282</b>

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (1990).

El cuadro 18 nos muestra una aproximación al nivel de asociacionismo minorista observado en la Región de Murcia, en comparación con la media nacional. Se trata de una primera aproximación, puesto que el concepto de vinculación incluye no sólo todo el asociacionismo sino también el comercio integrado. Según esto podemos decir que el comercio minorista murciano está más vinculado que el nacional.

De entre los minoristas inmersos en diversas fórmulas de asociacionismo comercial, la mayoría de ellos están integrados en cadenas voluntarias (ver cuadro 19). Este hecho refleja la especialización que, a nivel nacional, están logrando las distintas cadenas voluntarias captando al pequeño comerciante, predominante en esta zona, a través de la instalación de una red de autoservicios mayoristas a los que se puede acceder adquiriendo la condición de socio de la cadena.

También se ha producido el nacimiento de las franquicias en el mercado minorista murciano, un 1,2% en 1987 después de ser casi inexistentes en 1980. Esta fórmula de asociacionismo está estrechamente ligada al subsector textil, de confección, calzado y cuero, en los que la explotación en exclusiva de una marca comercial prestigiosa puede ser rentable para el franquiciado.

De hecho, cada rama de actividad adopta de forma principal una fórmula asociativa diferente. De este modo, los establecimientos de alimentación optan predominantemente hacia la asociación en cadenas voluntarias, los de venta de droguería y artículos de limpieza se decantan hacia las cooperativas de compra, los de automoción y carburantes tienden a la franquicia, y los de equipamientos del hogar y electrodomésticos comienzan a integrarse en cadenas sucursales. Todo el sector de la distribución está especializándose en sectores concretos, para responder mejor a las necesidades e intereses de sus asociados.

Por último, respecto a las razones de no pertenencia a asociación, en un estudio llevado a cabo sobre el comer-

# EQUIPMAG 94

## SALON INTERNACIONAL DEL EQUIPAMIENTO DE LOS PUNTOS DE VENTA

*Del 24 al 28 de Octubre de 1994, 20.000 visitantes verán los 300 stands de EQUIPMAG 94, que abrirá sus puertas en el Hall 5 del Parque de Exposiciones de la Porte de Versailles de París. Fiel a su costumbre, el Salón tratará del punto de venta en su totalidad, del acondicionamiento a la seguridad, pasando por la informática. Asimismo, se llevarán a cabo cuatro medias-jornadas temáticas.*

### A NUEVO CONSUMIDOR, NUEVO COMERCIO

*Los años 90 verán cómo las nuevas tecnologías y los nuevos equipos revolucionan el universo del comercio y de la distribución. Para satisfacer la demanda del consumidor, los datos de marketing informatizado se pagarán a precio de oro. Para proponer productos cada vez más frescos, la cadena del frío relacionará, en tiempos récords, al productor con la vitrina refrigerada del comercio. Gracias a la alianza entre logística e informática, la productividad de la distribución permitirá precios a la baja para el consumidor. El comercio del futuro nacerá de un nuevo equilibrio.*

### LAS GRANDES SUPERFICIES

*Los espectaculares cambios que conllevan la comunicación electrónica y la evolución microinformática van a acortar las distancias entre distribuidores, productores y consumidores. Los ficheros serán mejores; los distribuidores lo sabrán todo sobre sus clientes (estilos de vida, costumbres de compra, deseos, etc.). Los plazos de transmisión de la información se reducirán muchísimo: los distribuidores podrán así responder mejor a las necesidades de su clientela y los industriales producir "a la carta" para la misma clientela.*

### EL COMERCIANTE INDEPENDIENTE

*El diseño asistido por ordenador ha entrado ya en los comercios especializados, en la decoración de la casa. En un establecimiento de Madrid los clientes no sólo pueden establecer un plano de su cocina, sino también moverse por él en realidad virtual y así abrir los armarios, el horno y el frigorífico... Asimismo, la radiofrecuencia, que permite comprar sin tener que hacer cola en la caja, se emplea ya en algunos comercios de ropa. como "The Gap", en Estados Unidos, donde las vendedoras-azafatas acompañan a los clientes con terminales portátiles.*

### EL CONSUMIDOR

*En cuanto al consumidor, nuevos sistemas le permitirán comprar de otra manera. La era de la electrónica permite comprar a domicilio. E incluso si se entra en una gran superficie, el ambiente será distinto, gracias, entre otros, al "self-scanning". Se trata simplemente de registrar uno mismo sus compras a medida que se van metiendo en el carro y de pagar al salir, gracias a un aparato automático, por supuesto. Por otra parte, el carrito en más de 200 supermercados americanos es un videocart: un ordenador de a bordo permite indicar, en una pantalla, todas las ofertas del día y orientar a los clientes en las diferentes secciones. Y además...¡habla!*

Para usted,  
hemos contado  
301 buenas razones  
para visitar  
EQUIPMAG 94.

Que sea director de un comercio, comprador

de la gran distribución

o proyectista para el comercio, Equipmag 94  
esta especialmente concebido para Vd.

300 expositores le esperan para presentarle  
la oferta más completa en equipamiento  
especializado, escaparatismo, decoración, mobiliario y  
tecnologías nuevas, en informática y seguridad.

¿Una razón suplementaria ?

Un ciclo de conferencias muy atractivas, animadas  
por personalidades reconocidas del mundo  
del comercio y de la distribución.

Decididamente, no puede faltar a

Equipmag 94.

# EQUIPMAG

EL SALON DEL EQUIPAMIENTO DE LOS PUNTOS DE VENTA

Del 24 al 28 de octubre de 1994,  
Paris - Porte de Versailles - Francia.

SE ACUDE POR SUS NOVEDADES,  
SE VUELVE POR SU PROFESIONALIDAD

PROMOSALONS - Avenida General Peron, 26 - 28020 MADRID - ESPAÑA

Cupón a recortar y a devolver a: PROMOSALONS - Avenida General Peron, 26 - 28020 MADRID - ESPAÑA

Deseo recibir:  invitación(es)  un dossier "expositor"

Apellidos: ..... Nombre: .....

Cargo: ..... Empresa: .....

Actividad: ..... Dirección: .....

Código postal: ..... Ciudad: .....

País: ..... Tel: ..... Fax: .....

CUADRO Nº 18  
GRADO DE ASOCIACIONISMO EN LOS ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS MURCIANOS

	REGION	REGION	REGION	ESPAÑA
	TOTAL	% S/TOTAL	% S/TOTAL	% S/TOTAL
<b>ORGANIZACION</b>	<b>1987</b>	<b>1987</b>	<b>1980</b>	<b>1980</b>
INDEPENDIENTE	12.475	87,5	84,8	94,3
ASOCIADOS (TOTAL)	888	6,2	15,2	5,7
CADENA VOLUNTARIA	308	2,2	4,8	1,1
CADENA FRANQUICIA	173	1,2	—	0,2
AGRUPACION COMPRAS	15	0,1	0,8	0,3
COOPERATIVA DETALLISTA	179	1,3	5,3	1,3
CADENA SUCURSALISTA	194	1,4	1,2	1,1
COOPERATIVA DE CONSUMO	10	0,1	—	0,2
OTRAS	9	0,1	0,6	0,4
NS/NC	—	—	2,5	1,3
<b>TOTAL</b>	<b>14.251</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

FUENTE: Gris y otros (1987). IRESCO (1980).

CUADRO Nº 19  
NIVELES DE VINCULACION EN EL COMERCIO MINORISTA

	MURCIA	ESPAÑA
TOTAL EMPRESAS	11.949	454.857
% INDEPENDIENTES	85,5	87,3
% VINCULADAS	14,5	12,7

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (1990).

CUADRO Nº 20  
RAZONES DE NO ASOCIACIONISMO EN EL COMERCIO DE MOLINA DE SEGURA

RAZONES	%
DESCONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE ASOCIACION	27,4
PREFERENCIA POR LA ACTUACION INDEPENDIENTE	33,9
FALTA DE ACUERDO DENTRO DE LAS ASOCIACIONES	17,7
INEXISTENCIA DE ASOCIACION	11,3
RECHAZO A ASOCIARSE CON LA COMPETENCIA	4,9
MAL FUNCIONAMIENTO DE LAS ASOCIACIONES EXISTENTES	4,8

FUENTE: Munuera y otros (1989).



cio en Molina de Segura (Munuera y otros, 1989) se aluden a las razones de "preferencia por actuar individualmente" (33,9% de las respuestas) y desconocimiento de alguna asociación para el tipo de producto fundamental con el que se está trabajando" (27,4% de los comercios encuestados). Por el contrario las razones de "no asociación con competidores" y "mal funcionamiento de las asociaciones existentes" apenas si tiene relevancia (cuadro 20).

## CONCLUSIONES

Como conclusión de este trabajo, queremos señalar que el comercio murciano ha estado sometido a una profunda reconversión durante la década de los ochenta, que todavía sigue vigente, debido a la implantación de nuevas fór-



mulas comerciales más avanzadas tecnológicamente y más atractivas para los compradores. Este hecho, unido a la infradotación comercial con la se arrancaba en 1980, ha hecho que en esta Región se haya producido un gran reajuste comercial con serias repercusiones no sólo económicas sino también, y de modo muy importante, sociales.

La necesidad de un censo de establecimientos actualizado se pone más de manifiesto a partir del hecho de que, las posibles medidas políticas tendentes a una reestructuración de este sector económico, han de ser controladas a la luz de sus resultados, sobre todo, para evitar que se adopten acciones inadecuadas en un sector tan importante para la Región como el comercial, que representa el 13% del VAB regional y el 15% de la población activa ocupada. □

**MIGUEL HERNANDEZ,**

**JOSE LUIS MUNUERA Y ENRIQUE FLORES**

Area de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad de Murcia.



### BIBLIOGRAFIA

- BANCO DE BILBAO (1985), "Renta Nacional de España 1983".
- BANESTO (varios años), "Anuario del Mercado Español".
- DIRECCION GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (DGCI) (1987), "El Comprador Español. Hábitos de Compra". DGCI. Madrid.
- DIRECCION GENERAL DE COMERCIO INTERIOR (DGCI) (1991), "Situación Estructural y Funcionamiento del Autoservicio y Supermercado en España". DGCI. Madrid.
- DIRECCION GENERAL DE ECONOMIA Y PLANIFICACION (1991), "Anuario Estadístico de la Región de Murcia 1990". Consejería de Economía y Fomento de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Murcia.
- DIRECCION GENERAL DE ECONOMIA Y PLANIFICACION (1993), "Anuario Estadístico de la Región de Murcia 1991". Consejería de Economía y Fomento de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- GRIS, J.; CASTAÑO, R. Y PEREZ, E. (1987), "Problemas de la tienda tradicional ante los grandes establecimientos," *Esta Región*, nº 13 (Diciembre).
- GRIS, J. (1989), "Prosigue el avance de las grandes plataformas comerciales," *Esta Región*, nº 18 (Julio-Agosto), pp. 18-20.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE) (1982), "Censo de locales 1980". INE.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE) (1990), "Encuesta de Comercio Interior 1988". INE.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA (INE) (1992), "Censo de locales 1990". INE.
- IRESCO (1980), "Características estructurales del comercio en España". Ministerio de Economía y Hacienda.
- IRESCO-Consejo de Cámaras de Comercio de Murcia (1985), "Programa de Tratamiento Integral del Comercio 1983". IRESCO-Consejo Cámaras de Comercio de Murcia. Murcia.
- MUNUERA, J.L.; FUENTES, A.; BERNAL, M.; MARTINEZ, B.; RUBIO, M.P. Y SOTO, R. (1988), "Estudio de las Boutiques en Murcia," Ponencia presentada al IV Encuentro Nacional de Escaparatismo. Consejería Economía y Hacienda. Murcia
- MUNUERA, J.L.; GONZALEZ-AMOR, M.C.; MEROÑO, P.; MORAL, M.D.; NIETO, A. Y NIETO, P. (1988), "El comercio de Cartagena ante la implantación de un hipermercado," *Distribución Actualidad*, nº 154 (Octubre), pp. 141-159.
- MUNUERA, J.L.; DIAZ, J.A.; GARCIA, N.; GARCIA, G.; NICOLAS, J.A. Y PEÑARANDA, A. (1989), "Estudio sobre el comercio de Molina de Segura". Dirección de Comercio y Artesanía de la Comunidad Autónoma de la región de Murcia.
- MUNUERA, J.L.; FLORES, E. Y HERNANDEZ, M. (1993), "La distribución comercial" en Colino, J. (ed.), *Estructura Económica de la Región de Murcia*. Ed. Civitas. Cap. 16.
- MUNUERA, J.L.; HERNANDEZ, M.; CANTERO, G.; GALLEGOS, F.; HELLIN, J. Y MEROÑO, J. (1991), "Problemática y situación actual de las plazas de abastos," *Distribución Actualidad*, nº 187 (Octubre), pp. 83-107.
- REBOLLO, A. (1994), "Geografía Comercial de España: Distribución Regional del Mercado Minorista," *Distribución y Consumo*, nº 13 (Enero), pp. 10-33.
- SERRANO, J.M. (1987), "Distribución municipal del comercio al por menor en la Región de Murcia," *Esta Región*, nº 5 (Abril), pp. 28-35.