

Capítulo 7

La distribución comercial en la Unión Europea

7.1. Principales indicadores del sector en la Unión Europea

El análisis de las características estructurales del sector de distribución comercial en la Unión Europea se ha realizado con los datos oficiales correspondientes al año 2002. Estos datos proceden de Eurostat, en concreto, de *European Business Facts and Figures* (Edición 2004) y de *Structural Business Statistics*.

En este apartado se analizan los datos relativos al sector de la distribución comercial, Divisiones 51 y 52 de la Clasificación Estadística de Actividades Económicas en la Comunidad Europea (NACE), es decir, comercio al por mayor y comercio minorista, iniciando el estudio por este último.

7.1.1. Comercio minorista

El sector del comercio minorista en la Unión Europea ha mostrado la consolidación de ciertas tendencias en los últimos años. *En primer lugar*, destaca la adopción de las nuevas tecnologías por los comerciantes, lo que les ha permitido automatizar los controles de existencias, sus pedidos y entregas así como responder con mayor rapidez a los cambios en las preferencias de los consumidores. Al mismo tiempo, el uso de Internet ha extendido la gama de posibilidades para los comerciantes, reduciendo las barreras geográficas.

En segundo lugar, se observa el incre-

mento del comercio vía Web, produciéndose un desplazamiento gradual desde los tradicionales métodos de compra en tienda o en mercados hacia la compra a distancia. Cada vez más comerciantes minoristas utilizan las ventas en Internet para completar sus formatos tradicionales. Sin embargo, la venta a domicilio no es algo nuevo pues otros formatos como la venta puerta a puerta o la venta por catálogo ya forman parte de los canales habituales de compra.

Por último, cabe señalar entre los objetivos de la Comisión Europea en este periodo, la mejora de la competitividad de la empresas en el sector servicios, incluyendo el sector del comercio minorista, a través de la reducción de barreras administrativas, con un marco legal que facilite la oferta de servicios y el establecimiento de empresas en otros Estados miembros.

Los principales indicadores del sector comercio minorista en la Unión Europea en 2002 se encuentran en el Cuadro 7.1. El análisis de los datos muestra las diferencias existentes entre los Estados miembros, consecuencia de las distintas estructuras comerciales de cada uno de ellos. Estas diferencias son, en algunas ocasiones más evidentes, cuando se compara con algunos de los países de la ampliación. Por ello, además de ofrecer los datos de los 25 Estados miembros en el año 2002, se va a diferenciar, siempre que sea posible entre la UE-15 y la Europa de los 25.

El comercio minorista en la Europa-25 registró un facturación de 1.802.077 millo-



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

CUADRO 7.1
 COMERCIO MINORISTA. CNAE 52. PRINCIPALES INDICADORES. AÑO 2002

	Nº empresas unidades	Facturación mill. €	% Facturación	Valor Añadido mill. €	Inversión bruta mill. € ^a	Nº Empleados unidades	Coste medio por empleado miles €	Costes Personal mill. €	Product./ empleado miles €/ empleado
Bélgica.....	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Dinamarca.....	24.049	30.439	1,7	5.627	622,0	203.697	21,6	4.035,5	27,6
Alemania.....	246.004	317.020	17,6	65.527	4.343,8	2.455.256	20,6	44.805,2	26,7
Grecia.....	—	—	—	—	—	—	—	—	—
España.....	522.372	161.064	8,9	31.745	5.310,6	1.581.292	16,2	17.263,7	20,1
Francia.....	383.197	333.501	18,5	58.741	8.117,4	1.681.612	25,9	39.145,8	34,9
Irlanda.....	18.324	20.694	1,1	4.242	601,8	154.976	17,8	2.403,2	27,4
Italia.....	730.113	228.133	12,7	37.701	7.504,2	1.725.501	22,2	16.985,0	21,8
Luxemburgo.....	2.663	3.337	0,2	617	—	17.559	24,1	368,7	35,2
Países Bajos.....	80.730	81.630	4,5	17.259	2.020,7	746.073	15,2	9.993,4	23,1
Austria.....	41.813	39.298	2,2	7.898	914,2	298.106	21,5	5.539,9	26,5
Portugal.....	138.442	29.147	1,6	4.677	1.017,4	366.106	10,9	2.852,5	12,8
Finlandia.....	22.952	25.732	1,4	4.420	470,8	126.376	24,9	2.893,0	35,0
Suecia.....	56.501	45.223	2,5	8.023	871,5	251.137	28,4	6.140,4	31,9
Reino Unido.....	207.513	378.820	21,0	78.518	14.983,0	3.076.949	16,6	47.396,3	25,5
UE 15 (e).....	2.474.673	1.694.038	94,0	324.995	46.777,4	12.684.640	20,4	199.822,6	26,6
Chequia.....	140.768	20.188	1,1	2.727	433,0	392.493	5,6	1.390,9	6,9
Estonia.....	4.848	2.144	0,1	239	82,9	42.742	4,0	163,9	5,6
Chipre.....	12.635	3.399	0,2	576	95,5	28.528	16,9	365,8	20,2
Letonia.....	13.311	2.578	0,1	327	129,0	90.649	—	181,8	—
Lituania.....	14.406	3.296	0,2	388	87,6	99.586	2,7	240,7	3,9
Hungría.....	119.572	17.046	0,9	1.612	611,0	366.085	5,0	1.243,3	4,4
Malta.....	8.161	1.189	0,1	211	17,6	14.800	8,7	61,8	14,3
Polonia.....	431.868	49.420	2,7	6.084	1.209,7	1.207.210	9,1	5.131,0	5,0
Eslovenia.....	8.485	4.936	0,3	717	283,9	53.982	11,1	545,6	13,3
Eslovaquia.....	3.599	3.843	0,2	371	228,6	65.684	4,6	297,2	5,7
UE-25 (e).....	3.232.326	1.802.077	100,0	338.247	49.956,2	15.046.399	17,1	209.444,6	18,60

— No disponible
 (e) Valor estimado.
 Fuente: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.


 DISTRIBUCIÓN
 COMERCIAL

nes de euros en 2002, mientras que en la UE-15, la facturación alcanzó 1.694.038 millones de euros, es decir, el 94 por 100 de la facturación en la UE-25. La participación del sector minorista, en términos de facturación, no alcanza un tercio (29,5 por 100) del total de la distribución comercial en la UE-25 (Cuadro 7.2). El mayor porcentaje de participación lo obtiene el Reino Unido con un 21 por 100, en segundo lugar se encuentra Francia con un 18,5 por 100, seguido de Alemania con un 17,6 por 100 e Italia (12,7 por 100). En quinto lugar y a cierta distancia se sitúa España con un 8,9 por 100.

El valor añadido del sector del comercio al por menor en la UE-15 fue de 324.995 millones de euros en 2002, un 96,1 por 100 del total de la UE-25, alrededor de 13.000 millones menos que en el conjunto de los 25 Estados miembros

(338.247 millones). Comparando con el total del sector de la distribución comercial, el valor añadido del comercio minorista representa un porcentaje del 39 por 100. Por países, fue el Reino Unido el que aportó un mayor porcentaje con un 23,2 por 100, Alemania un 19,4 por 100, Francia un 17,4 e Italia un 11,1 por 100. En quinto lugar se encuentra España con un 9,4 por 100.

La estructura empresarial del sector del comercio minorista en la UE ha experimentado un notable incremento en el número de empresas, como consecuencia de la incorporación de los 10 países de la ampliación, este aumento va unido al incremento de cerca de 75 millones de consumidores, como se muestra en el Cuadro 7.3. En 2002 el número de empresas del sector en la UE-25 se elevaba a 3.232.326 de las cuales 2.474.673 correspondían a la UE-

CUADRO 7.2
 DISTRIBUCIÓN COMERCIAL UE-25. AÑO 2002

	Facturación mill. €	%	Valor Añadido mill. €	%	Nº Empleados unidades	%	Product./empleado miles €/empleado
Mayorista	3.314.564	54,3	391.531	45,5	8.379.638	31	47.200
Minorista	1.802.077	29,5	338.247	39,3	15.046.399	56	18.600
Vehículos.....	991.101,9	16,2	130.597,5	15,2	3.574.939	13	36.800
Total.....	6.107.743	100,0	860.376	100,0	27.000.976	100	31.864

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.

 CUADRO 7.3
 COMERCIO MINORISTA UE-25. AÑO 2002

	Nº empresas (unidades)	Población (miles)	Nº empresas/1000 habitantes (unidades)	Nº Empleados (unidades)	Nº Empleados por empresa (unidades)
Belgica	—	10.309,7	—	—	—
Dinamarca.....	24.049	5.368,4	4,5	203.697	8,5
Alemania	246.004	82.440,3	3,0	2.455.256	10,0
Grecia.....	—	10.968,7	—	—	—
España.....	522.372	40.850,5	12,8	1.581.292	3,0
Francia	383.197	59.342,5	6,5	1.681.612	4,4
Irlanda	18.324	3.899,9	4,7	154.976	8,5
Italia.....	730.113	56.993,7	12,8	1.725.501	2,4
Luxemburgo	2.663	444,1	6,0	17.559	6,6
Países Bajos	80.730	16.105,3	5,0	746.073	9,2
Austria	41.813	8.065,1	5,2	298.106	7,1
Portugal.....	138.442	10.329,3	13,4	366.106	2,6
Finlandia.....	22.952	5.194,9	4,4	126.376	5,5
Suecia.....	56.501	8.909,1	6,3	251.137	4,4
Reino Unido	207.513	59.139,9	3,5	3.076.949	14,8
UE 15 (e).....	2.474.673	378.361,4	6,5	12.684.640	5,1
Chequia.....	140.768	10.206,4	13,8	392.493	2,8
Estonia	4.848	1.361,2	3,6	42.742	8,8
Chipre.....	12.635	705,5	17,9	28.528	2,3
Letonia	13.311	2.345,8	5,7	90.649	6,8
Lituania.....	14.406	3.475,6	4,1	99.586	6,9
Hungría.....	119.572	10.174,9	11,8	366.085	3,1
Malta	8.161	394,6	20,7	14.800	1,8
Polonia	431.868	38.242,2	11,3	1.207.210	2,8
Eslovenia.....	8.485	1.994,0	4,3	53.982	6,4
Eslovaquia.....	3.599	5.378,8	0,7	65.684	18,3
UE-25 (e).....	3.232.326	452.640,4	7,1	15.046.399	4,7

— No disponible
 (e) Valor estimado.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.



15 (76,5 por 100). El mayor número de empresas se registra en Italia con 730.113. El segundo lugar, lo ocupa España con 522.372, el tercero Polonia con 431.868, seguido de Francia con 383.197 empresas. Si se relaciona el número de empresas con el tamaño de la población, los tres primeros puestos son ocupados por países de la reciente ampliación. En el primer lugar se encuentra Malta con 20,7 empresas por cada 1.000 habitantes, seguido de Chipre con 17,9 empresas y Chequia con 13,8 empresas. Los tres puestos siguientes corres-

ponden a países de la UE-15, Portugal con 13,4 empresas, e Italia y España con el mismo número de empresas, 12,8 por cada 1.000 habitantes.

El comercio al por menor empleó más de 15 millones de personas en la Unión Europea a 25 en 2002, de los cuales 12.684.640 de empleados (el 84,3 por 100) lo eran en la UE-15. El mayor número de personas empleadas se registra en el Reino Unido con un 20,4 por 100 del total de la UE-25. A continuación se encuentra Alemania con un 16,3 por 100, Italia con un

CUADRO 7.4
 COMERCIO MINORISTA. CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO. 2002

	EMPLEO MASCULINO		TIEMPO COMPLETO		EMPLEADOS CUENTA AJENA	
	valor %	índice servicios=100	valor %	índice servicios=100	valor %	índice servicios=100
UE- 25.....	—	—	—	—	—	—
UE- 15.....	40,3	71,5	69,1	86,2	75,3	93,2
Bélgica.....	42,4	71,6	73,6	90,0	66,1	85,3
Chequia.....	30,7	57,9	91,2	96,9	71,4	94,8
Dinamarca.....	47,6	79,8	61,4	77,5	85,7	97,7
Alemania.....	31,2	60,9	61,4	81,8	85,9	101,2
Estonia.....	36,4	70,1	96,4	101,9	87,2	95,3
Grecia.....	52,1	84,8	96,0	99,6	43,7	75,6
España.....	40,7	70,5	89,5	98,3	63,6	85,5
Francia.....	40,6	71,5	74,9	88,3	82,2	92,7
Irlanda.....	37,3	70,4	65,3	82,4	86,1	102,2
Italia.....	53,6	86,6	89,8	99,4	46,0	76,5
Chipre.....	45,9	86,8	88,5	95,1	63,6	84,1
Letonia.....	24,1	51,9	91,5	98,4	88,8	97,0
Lituania.....	33,2	63,6	90,2	98,6	68,6	81,7
Luxemburgo.....	35,9	63,9	81,7	92,4	83,7	93,0
Hungría.....	36,5	67,8	94,2	98,2	73,9	91,7
Malta.....	60,9	87,7	86,9	98,5	60,5	74,8
Países Bajos.....	39,7	67,7	34,8	60,0	86,7	98,8
Austria.....	29,5	59,7	—	—	87,7	101,0
Polonia.....	—	—	—	—	—	—
Portugal.....	42,5	76,2	89,7	96,8	57,3	81,1
Eslovenia.....	39,2	74,4	94,7	100,1	89,7	103,3
Eslovaquia.....	31,0	59,7	97,4	99,5	81,7	95,1
Finlandia.....	32,8	61,7	67,2	80,7	84,6	96,9
Suecia.....	36,1	60,9	58,8	74,2	82,8	96,9
Reino Unido.....	39,8	70,9	49,5	69,0	89,6	102,2

— No disponible.

Fuente: Eurostat. Labour Force Survey.


**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

11,5 por 100 y Francia con un 11,2 por 100. De los países de la ampliación el primer lugar lo alcanza Polonia con un 8 por 100 de total de la UE-25. Comparando con el total del sector de la distribución, el comercio minorista emplea al 56 por 100 del total de empleados del sector. Respecto al tamaño de las empresas del sector, la media de la UE-25 se sitúa en 4,7 empleados por empresa. Las empresas con mayor número de empleados se encuentran en Eslovaquia con 18,3 empleados, el Reino Unido con 14,8 empleados, Alemania con 10 empleados, los Países Bajos con 9,2 y en quinto lugar, Dinamarca e Irlanda con 8,5 empleados por empresa.

Las características del empleo en el comercio minorista se muestran en el Cuadro 7.4. Los datos señalan que en la Europa-15, el comercio minorista emplea un elevado porcentaje de mujeres con un 59,7 por 100 del total de empleados. Este resultado

destaca tanto sobre la media de mujeres empleadas del conjunto del sector servicios, que se encuentra en el 43,7 por 100, como sobre la media del sector de la distribución comercial, que se sitúa en el 47,3 por 100. Comparando con otros sectores de la economía, el comercio minorista tiene la segunda mayor proporción de mujeres, después del sector de la confección y teñido de pieles con un 76,2 por 100.

El análisis de la composición del empleo por países confirma el alto empleo femenino en la mayoría de los Estados miembros, donde el número de mujeres supera el 50 por 100, salvo en Malta (39,1 por 100), Italia (46,4 por 100) y Grecia (47,9 por 100). El alto porcentaje de mujeres es aún mayor en países como Suecia, donde alcanza el 63,9 por 100 del total de empleos mientras la media en el sector servicios es de 40,8 por 100. Si bien, el porcentaje más elevado se encuentra en

Letonia con un 75,9 por 100, seguido de Austria con un 70,6 por 100 y Eslovaquia 69 por 100. La menor diferencia se produce en Chipre donde las mujeres empleadas en el comercio minorista alcanzan el 54,1 por 100 y la media del sector servicios se sitúa en el 47,1 por 100.

La distinción del empleo en tiempo completo y parcial nos muestra que el 69,1 por 100 de las personas empleadas en la UE-15 en 2002 trabajaban a tiempo completo, un 11 por 100 menos que el correspondiente al sector servicios (80,1 por 100). El comercio minorista registra la menor proporción de empleo a tiempo completo del sector empresarial de la UE-15, debido en parte a la necesidad de contar con trabajadores tanto a lo largo del horario comercial como los fines de semana. En casi todos los Estados miembros la proporción de empleo a tiempo completo es menor en el sector del comercio minorista que la media del sector servicios. Excepciones a esta regla son Estonia (96,4 por 100) y Eslovenia (94,7 por 100) donde los porcentajes de empleo a tiempo completo son similares a los registrados en el sector servicios. En España, el porcentaje de trabajadores a tiempo completo es bastante elevado, alcanzando el 89,5 por 100 del total del empleo del comercio al por menor. La mayor diferencia entre el sector del comercio minorista y la media del sector servicios se registró en los Países Bajos donde el 58 por 100 de los empleados en los servicios trabajaban a tiempo completo y solo el 34,8 por 100 lo hacen en el sector del comercio minorista.

El porcentaje de trabajadores por cuenta ajena es también menor en el comercio minorista que en el sector servicios en la Europa-15. Mientras el 80,8 por 100 de los empleados en el sector servicios lo eran por cuenta ajena, la proporción en el comercio al por menor era del 75,3 por 100. Esta característica del empleo en el co-

mercio minorista, debida principalmente a la mayor proporción de autoempleo y de empleo familiar, se registra en la mayoría de los países miembros a excepción de Alemania, Austria, Eslovenia y Reino Unido. Malta, Lituania, Grecia, Italia y Portugal presentan la mayor diferencia con el sector servicios al tener la menor proporción de trabajadores por cuenta ajena. España se acerca a estos últimos países con un porcentaje de trabajadores por cuenta ajena del 63,6 por 100.

El sector del comercio minorista registra una baja productividad aparente (valor añadido al coste de los factores en relación con el número de personas empleadas) comparada con el comercio mayorista y de vehículos. La productividad aparente por persona empleada en el comercio minorista fue de 18.600 euros en la UE-25, comparada con los 36.800 euros del comercio de vehículos y los 47.200 euros del comercio mayorista. El coste medio por empleado en el comercio al por menor fue también menor (17.100 euros por empleado) que el registrado en el resto del sector de la distribución comercial en la UE-25. Estos valores son resultado, entre otros factores, de la alta tasa de trabajadores a tiempo parcial en el comercio minorista.

La mayor productividad por persona empleada la alcanzó Luxemburgo con 35.200 euros, seguida de Finlandia con 35.000 euros, Francia con 34.900 euros y Suecia (31.900 euros). España registró una productividad de 20.100 euros, lo que le situaría en el décimo tercer lugar de la Unión Europea en términos de productividad.

7.1.2. Comercio mayorista

Los datos obtenidos para el sector del comercio mayorista (Cuadro 7.5) muestran un modesto o incluso nulo crecimiento del mismo en 2002. De hecho, mientras la facturación experimentó un leve incremento,



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

CUADRO 7.5
 COMERCIO MAYORISTA. CNAE 51. PRINCIPALES INDICADORES. AÑO 2002

	Nº empresas (unidades)	Nº empleados por empresa (unidades)	Facturación mill. €	Valor añadido mill. €	Inversión bruta mill. €	Nº empleados (unidades)	Coste medio por empleado miles €	Costes personal mill. €	Product/ empleado miles €
Bélgica	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Chequia	64.850	4,0	42.062,8	4.323,0	770,9	247.050	10,2	1.910,2	17,5
Dinamarca	15.844	10,5	90.029,5	10.564,9	1.231,4	166.306	43,7	7.074,7	63,5
Alemania	87.566	13,1	561.783,2	64.295,1	5.659,1	1.149.281	37,3	39.723,2	55,9
Estonia	5.826	6,0	5.016,1	485,2	133,8	33.165	6,8	213,5	14,6
Grecia	—	—	—	—	—	—	—	—	—
España	188.708	5,4	312.148,9	36.164,6	5.832,4	1.017.473	23,6	20.693,1	35,5
Francia	165.592	6,3	551.567,6	56.882,4	5.522,7	1.037.463	39,9	40.862,3	54,8
Irlanda	5.705	12,3	34.749,7	3.958,6	478,5	70.344	33,7	2.219,2	56,3
Italia	418.030	2,5	348.121,6	44.047,5	6.784,2	1.058.465	30,1	16.654,9	41,6
Chipre	2.162	8,0	3.462,1	570,5	124,3	18.021	18,8	332,4	31,7
Letonia	4.987	—	5.932,5	729,5	153,9	43.862	—	167,9	—
Lituania	6.714	9,0	6.061,9	579,4	139,1	59.705	4,6	263,7	9,7
Luxemburgo	3.294	4,2	13.089,3	1.038,8	—	13.891	39,3	492,3	74,8
Hungría	31.518	6,0	31.353,2	2.808,1	616,4	178.404	8,9	1.324,8	15,7
Malta	3.091	3,0	1.444,5	222,8	23,8	9.858	11,7	91,0	22,6
Países Bajos	55.955	8,3	266.665,6	34.633,0	2.655,0	464.510	40,6	17.607,4	74,6
Austria	24.328	8,6	92.077,6	11.959,6	1.320,2	208.951	38,9	7.443,6	57,2
Polonia	124.333	5,0	109.026,2	10.653,5	1.626,7	683.280	15,7	7.328,2	15,6
Portugal	56.623	4,8	60.967,9	6.927,2	1.313,3	269.017	16,8	4.027,0	25,8
Eslovenia	11.828	4,0	7.656,8	915,1	152,3	42.905	15,1	595,4	21,3
Eslovaquia	7.572	10,0	10.483,7	856,9	322,8	77.762	6,4	488,9	11,0
Finlandia	15.532	5,4	47.957,7	5.525,6	587,2	83.624	41,2	3.332,7	66,1
Suecia	41.764	5,2	94.314,7	11.746,3	1.211,5	216.602	43,9	8.568,3	54,2
Reino Unido	113.812	10,8	618.590,9	81.643,5	7.522,3	1.229.699	37,3	42.562,7	66,4
UE 25 (e)	1.455.634	6,9	3.314.564,0	391.531,1	44.181,8	8.379.638	30,2	223.977,4	47,2

— No disponible

(e) Valor estimado.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.


 DISTRIBUCIÓN
 COMERCIAL

el empleo disminuyó. El volumen de negocio en el sector del comercio mayorista ascendió en la UE-25 en 2002 a 3.314.564 millones de euros, lo que supuso un incremento de medio punto respecto al año 2001 y que contrasta con el aumento del 10 por 100 que se registró en el año 2000.

El valor añadido del sector en el año 2002 fue de 391.531 millones de euros, lo que representa un 45,5 por 100 del total del sector de la distribución comercial. El Reino Unido registró la más alta cifra de valor añadido de los Estados miembros con 81.643,5 millones de euros, le sigue Alemania con una cifra de 64.295,1 millones de euros, Francia con 56.882,4 millones de euros, Italia con 44.047,5 millones de euros y España con 36.164,6 millones de euros. Estos cinco países representan el 72 por 100 del total del valor añadido de los 25 países de la Unión Europea. De los países de la ampliación fue Polonia el Estado con un mayor valor añadido alcan-

zando un cifra de 10.653,5 millones de euros, el 3 por 100 del total de la UE-25.

En términos de empleo, los cinco mayores Estados miembros de la UE-25 muestran similares niveles de empleo que van desde 1.017.473 empleados, el 12 por 100 del total, de España a 1.229.699, un 15 por 100, del Reino Unido. En el conjunto del sector de la distribución comercial, el comercio mayorista representa el 31 por 100 del total de empleados y, sin embargo, aporta más de la mitad del volumen de negocio (54,3 por 100) del total de la distribución. Es de destacar cómo el índice de empleo del sector mayorista ha disminuido un 1,5 por 100 en los años 2001 y 2002. Comparando con el total del sector de la distribución comercial, éste aumentó un 0,8 por 100 en 2001 y un 1 por 100 en 2002.

Desde el punto de vista de las características del empleo (ver Cuadro 7.6), existen importantes diferencias entre el sector del comercio mayorista y el resto de la dis-

CUADRO 7.6
 COMERCIO MAYORISTA. CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO. 2002

	EMPLEO MASCULINO		TIEMPO COMPLETO		EMPLEADOS CUENTA AJENA	
	valor %	indice servicios=100	valor %	indice servicios=100	valor %	indice servicios=100
UE-25	—	—	—	—	—	—
UE-15	68,3	121,2	89,5	111,7	83,0	102,8
Bélgica	62,7	105,9	84,8	103,7	82,6	106,6
Chequia.....	58,8	110,7	96,6	102,6	73,1	97,0
Dinamarca.....	69,2	116,0	93,3	117,8	88,1	100,5
Alemania.....	64,0	124,8	84,5	112,7	85,7	101,0
Estonia.....	55,9	107,8	98,5	104,1	93,6	102,2
Grecia.....	70,5	114,7	98,3	102,0	69,7	120,5
España.....	71,7	124,2	96,8	106,4	80,2	107,8
Francia.....	67,8	119,3	92,7	109,3	92,4	104,1
Irlanda.....	73,1	138,1	89,0	112,3	82,0	97,3
Italia.....	69,3	112,0	92,9	102,9	59,5	99,0
Chipre.....	62,6	118,4	93,9	100,9	78,3	103,6
Letonia.....	65,9	142,0	97,2	104,6	95,3	104,1
Lituania.....	64,3	123,1	92,6	101,3	92,6	110,2
Luxemburgo.....	69,1	123,0	92,1	104,1	92,3	102,7
Hungría.....	58,9	109,4	97,0	101,0	85,5	106,0
Malta.....	74,9	107,9	95,8	108,5	86,3	106,7
Países Bajos.....	70,8	120,7	75,5	130,3	92,5	105,4
Austria.....	63,2	127,7	—	—	88,4	101,8
Polonia.....	—	—	—	—	—	—
Portugal.....	72,6	130,2	94,6	102,0	75,4	106,7
Eslovenia.....	50,8	96,3	96,2	101,7	82,9	95,5
Eslovaquia.....	58,7	113,1	99,4	101,5	84,3	98,0
Finlandia.....	67,4	126,9	93,9	112,8	88,8	101,8
Suecia.....	72,1	121,7	89,5	113,0	86,6	101,4
Reino Unido.....	68,9	122,9	87,1	121,4	87,9	100,3

— No disponible

Fuente: Eurostat. Labour Force Survey.


 DISTRIBUCIÓN
 COMERCIAL

tribución comercial. Los hombres representan más de los dos tercios de las personas empleadas en el sector del comercio mayorista en 2002 y en ninguno de los Estados miembros para los que existen datos disponibles hay una mayoría de mujeres trabajadoras. El que más se acerca es Eslovenia donde los niveles son prácticamente iguales.

El porcentaje de empleados a tiempo completo fue en la UE-15 de 89,5 por 100, prácticamente el mismo que en el sector del comercio de vehículos (90,7 por 100) y bastante superior al del comercio al por menor (69,1 por 100), este comportamiento del empleo se repite en todos los países. La participación de los trabajadores por cuenta ajena en el empleo total en la UE-15 fue del 83 por 100, porcentaje superior al registrado en los otros dos sectores de la distribución comercial. Esta característica se mantiene en la mayoría de

los países a excepción de Alemania, Irlanda, Austria, Eslovenia y el Reino Unido. La diferencia entre sectores se hace mayor en países como Grecia, Lituania y Malta donde los trabajadores por cuenta ajena representaban un 23 por 100 más en el sector del comercio al por mayor que en el comercio minorista

La productividad aparente en el sector en 2002 fue de 47.200 euros por persona empleada, la mayor de todo el sector de la distribución comercial y mas del doble de la registrada en el sector del comercio al por menor. Destaca en primer lugar, Luxemburgo con 74.800 euros por persona empleada y los Países Bajos con 74.600. Los tres países siguientes se encuentran prácticamente igualados con una alta cifra de productividad, Reino Unido (66.400 euros por persona empleada), Finlandia (66.100 euros) y Dinamarca (63.500 euros). El coste medio por persona empleada

ada en el sector del comercio mayorista en 2002 fue de 30.200 euros por empleado en la UE-25. Los países con más elevados costes medios por trabajador fueron Suecia con 43.900 euros por empleado, Dinamarca con 43.700 euros, Finlandia 41.200 euros y los Países Bajos donde el coste medio se sitúa en 40.600 euros por persona empleada.

España con una productividad de 35.500 euros se encuentra por debajo de la media de la UE-25 de 47.200 euros. Sin embargo, supera a Portugal (25.800 euros) y a la totalidad de los países de la ampliación a 25 Miembros.

7.2. Principales grupos de distribución europeos



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

El panorama de la distribución comercial actual está influido por el proceso de globalización económica al que estamos asistiendo en los últimos años. Este proceso da como resultado la concentración y asociación de las principales empresas de distribución para hacerse competitivas en mercados exteriores y en el doméstico. Los grandes grupos de distribución sin duda lideran el sector. En muchas ocasiones estas empresas encuentran dificultades para implantarse y expandirse en otros países.

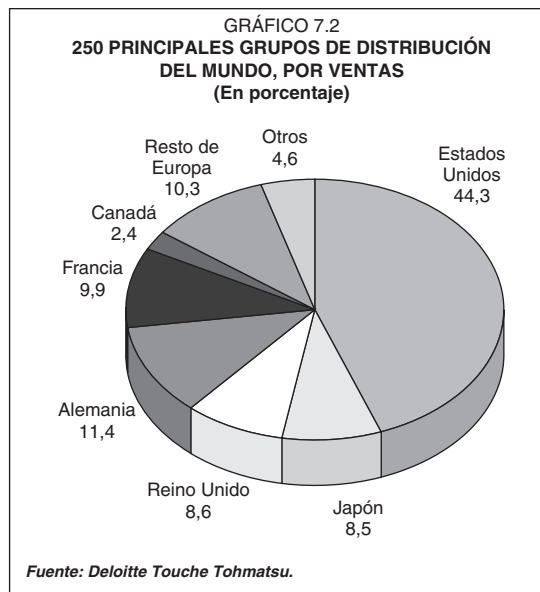
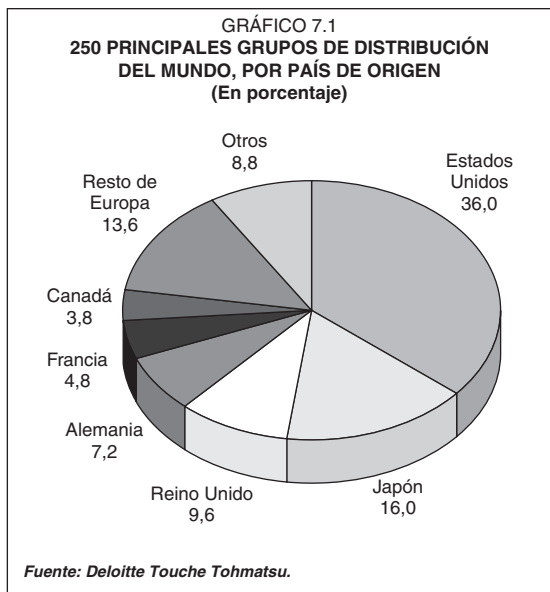
Los datos analizados en este apartado corresponden al año 2004. Han sido extraídos del informe elaborado a nivel mundial por la consultora *Deloitte Touche Tohmatsu* «2006 *Global Powers of Retailing*» (enero 2006), en el que clasifica a las 250 empresas de distribución minoristas más importantes del mundo. Conviene destacar algunos datos relevantes del listado mundial: las 250 empresas concentran unas ventas de 2,84 billones de dólares en 2004, prácticamente una tercera parte de las ventas minoristas mundiales que se estiman en unos 9 billones de dólares. En 2004, para

conseguir un puesto en la lista mundial, una compañía debía tener unas ventas en distribución minorista de al menos 2.300 millones de dólares, mientras que en el año anterior se incluían empresas con ventas de 2.200 millones de dólares.

Como en 2003, los 10 primeros puestos no han variado prácticamente. La empresa estadounidense *Wal-Mart* ocupa la primera posición con un volumen de ventas de 236.483 millones de euros, triplicando al número 2 del listado, la francesa *Carrefour* con unas ventas en 2004 de 74.262 millones de euros. En tercer lugar la americana *Home Depot* con unas ventas de 60.004 millones de euros y en cuarto lugar la empresa alemana *Metro* con unas ventas de 57.857 millones de euros. Además, el conjunto de los diez primeros grupos de distribución tuvieron en 2004 unas ventas de 677,4 mil millones de euros, lo que supone un 28,8 por 100 del total de las 250 compañías de distribución más grandes del mundo, frente al 28,4 por 100 del año anterior.

Otro dato a considerar es el país de origen de cada empresa. Se representa en el Gráfico 7.1 el porcentaje de empresas por país de origen y en el Gráfico 7.2 por ventas. Hay un claro predominio de empresas estadounidenses (90), que representan 36 por 100 de las 250 empresas, y el 44,3 por 100 de las ventas globales del listado. Aparece a continuación Japón, quien ostenta 40 empresas del listado, aunque éstas se sitúan en los puestos inferiores, ya que se trata de empresas más pequeñas que encuentran dificultades para salir de su país para seguir creciendo. El 35,2 por 100 de empresas tienen origen europeo, que representan el 40,2 por 100 del total de ventas, por orden: 24 son de Reino Unido, 18 de Alemania y 12 proceden de Francia, aunque las empresas de estos dos países arrojan mayores ventas.

Por otra parte, aunque en el listado mundial se evidencia el fenómeno de globaliza-



ción, este año aparentemente se ralentiza. Las 250 principales empresas de distribución minorista venden sus productos en 118 países frente a los 135 países diferentes del año pasado. En el año 2004, cada empresa estaba establecida en 5,5 países de media, al igual que en 2003, frente a 4,5 países de media en 1997. Del listado de 2004, 104 grandes distribuidores no contemplan internacionalización en sus operaciones; esto ocurre en la mitad de las estadounidenses y en el 60 por 100 de las japonesas. Treinta y nueve empresas del listado total operan solamente en dos países. En el otro extremo, 44 empresas del listado están presentes en 10 o más países. La empresa más internacional es la española Inditex con tiendas en 56 países, seguido por Carrefour que está presente en 35 países y por Ikea en 33. Se puede afirmar que las empresas francesas y alemanas son las que tienen mayor ambición por conquistar nuevas fronteras, debido a que el gasto en consumo de los hogares de sus países respectivos está estancado, hay mucha competencia, y se enfrentan a una severa regulación.

En el Cuadro 7.7 se muestran los 83 principales grupos de distribución europeos, in-

cluidos en el listado de las 250 principales empresas de distribución minorista a nivel mundial. Se indica la posición que ocupan en la lista europea y en la lista mundial, el país de origen, el tipo de formato, el volumen de ventas en el año 2004 (expresado en millones de euros), los países donde operan, y el crecimiento anual de la compañía en 5 años (entre 1999-2004), expresado en porcentaje. Del listado de las 83 grandes empresas de distribución comercial europeas (33,2 por 100 del total mundial) se pueden sacar las siguientes conclusiones: la cifra de ventas total de estas empresas en 2004 fue de 913.000 millones de euros; esto representa un 40,2 por 100 respecto de las ventas de las 250 principales empresas del mundo. El 28 por 100 de las principales empresas europeas minoristas son de origen británico, el 22 por 100 alemán, el 13 por 100 francés, el 7 por 100 italiano y el 6 por 100 español (5 empresas españolas están incluidas en el listado). No hay ninguna empresa procedente de los países de la ampliación europea. El 52 por 100 de las principales empresas de distribución comercial europeas están centradas, con diferentes formatos, en la distribución de alimentación.



**DISTRIBUCIÓN
 COMERCIAL**

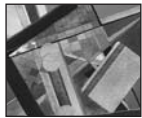
LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA EN 2005

CUADRO 7.7
PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN EUROPEOS

POSICIÓN UE	POSICIÓN MUNDIAL	PAÍS DE ORIGEN	EMPRESA	FORMATOS	VENTAS MINORISTAS 2004 (millones €)	PAÍSES EN LOS QUE OPERA	% CRECIMIENTO 1999/2004
1	2	Francia	Carrefour, S.A.	Cash & Carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales, supermercados	74.262	Argentina, Bélgica, Brasil, China, Colombia, Rep. Checa, Rep. Dominicana, Egipto, Francia, Polinesia Francesa, Grecia, Guadalupe, Indonesia, Italia, Japón, Malasia, Martinica, México, Omán, Polonia, Portugal, Qatar, Reunión, Rumania, Arabia Saudí, Singapur, Eslovaquia, España, Corea S., Suiza, Taiwán, Tailandia, Túnez, Turquía, UAE	6,7
2	4	Alemania	Metro AG	Cash & Carry, almacén mayorista, grandes almacenes, electrónica, hogar, hipermercados, centros comerciales, supermercados	57.857	Austria, Bélgica, Bulgaria, China, Croacia, Rep. Checa, Dinamarca, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, India, Italia, Japón, Luxemburgo, Moldavia, Marruecos, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania, Rusia, Eslovaquia, España, Suiza, Turquía, Ucrania, R. Unido, Vietnam	5,3
3	5	Reino Unido	Tesco plc	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, hipermercados, centros comerciales, supermercados	51.824	China, Rep. Checa, Hungría, Japón, Irlanda, Malasia, Polonia, Corea S., Eslovaquia, Taiwán, Tailandia, Turquía, R. Unido	12,6
4	9	Países Bajos	Koninklijke Ahold N.V	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, tiendas de descuento, parafarmacia, farmacia, hipermercados, centro comercial, especializadas, supermercados	37.139	Rep. Checa, Estonia, Letonia, Lituania, Países Bajos, Polonia, Eslovaquia, Estados Unidos	4,3
5	10	Alemania	Aldi GmbH & Co. oHG	Tiendas de descuento, supermercados	35.574	Australia, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Irlanda, España, Reino Unido, Estados Unidos	5,4
6	11	Alemania	Scharz Unternehmens Treuhand KG	Tiendas de descuento, hipermercado, centro comercial	35.480	Austria, Bélgica, Croacia, Rep. Checa, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, República de Irlanda, Italia, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Eslovaquia, España, Suiza, Reino Unido	16,2
7	12	Alemania	Rewe-Zentral Ag	Tiendas especializadas en ropa y calzado, cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centro comercial abierto, tiendas de descuento, parafarmacia, farmacia, electrónica, hogar, hipermercado, centros comerciales, supermercados	35.471	Austria, Bulgaria, Croacia, República Checa, Francia, Alemania, Hungría, Italia, Polonia, Rumanía, Rusia, Eslovaquia, Suiza, Ucrania	2,5
8	13	Francia	ITM Développement International (aka Intermarché)	Tiendas especializadas en ropa y calzado, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, tiendas de descuento, hogar, supermercados	34.592	Bélgica, Bosnia-Herzegovina, Francia, Alemania, Polonia, Portugal, Rumanía, Serbia, España	2,5

Tipo de cambio: 1 euro=1.2061 S.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Deloitte Touche Tohmatsu.



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

CAPÍTULO 7. LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN LA UNIÓN EUROPEA

CUADRO 7.7 (cont.) PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN EUROPEOS							
POSICIÓN UE	POSICIÓN MUNDIAL	PAÍS DE ORIGEN	EMPRESA	FORMATOS	VENTAS MINORISTAS 2004 (millones €)	PAÍSES EN LOS QUE OPERA	% CRECIMIENTO 1999/2004
9	16	Francia	Groupe Auchan S.A.	Grandes almacenes, tiendas de descuento, electrónica, hogar, hipermercados, centros comerciales, supermercados	30.987	Argentina, China, Francia, Hungría, Italia, Luxemburgo, Marruecos, Polonia, Portugal, Rusia, España, Taiwan	6,4
10	21	Francia	Centres Distributeurs E. Leclerc	Tiendas de conveniencia, centro comercial abierto, hipermercados, centros comerciales, supermercados	28.877	Francia, Italia, Polonia, Portugal, Eslovenia, España	7,2
11	22	Alemania	Edeka Zentrale AG & Co. KG	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centro comercial abierto, tiendas de descuento, hogar, hipermercados, centros comerciales, supermercados	26.635	Austria, República Checa, Dinamarca, Alemania, Rusia	0,9
12	25	Alemania	Tengelmann Verwaltungs- und Beteiligungs GmbH	Tiendas especializadas en ropa y calzado, cash & carry, almacén mayorista, tiendas de descuento, hogar, hipermercados, centros comerciales, supermercados	24.037	Austria, Bosnia-H, Canadá, China, Rep. Checa, Alemania, Hungría, Italia, Polonia, Portugal, Rusia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suiza, Estados Unidos	-0,4
13	26	Francia	Casino Guichard-Perrachon S.A.	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, grandes almacenes, tiendas de descuento, electrónica, hipermercados, centros comerciales, supermercados	23.235	Argentina, Bahrain, Brasil, Colombia, Comores, Francia, Madagascar, Mauricio, Mayotte, México, Países Bajos, Polonia, Reunión, Taiwán, Tailandia, Uruguay, Estados Unidos, Venezuela, Vietnam	8,3
14	27	Reino Unido	J Sainsbury plc	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, hipermercados, centros comerciales, supermercados	22.832	Reino Unido	-1,4
15	31	Reino Unido	Wm. Morrison Supermarkets plc	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, hipermercados, centros comerciales, supermercados	18.739	Reino Unido	32,9
16	32	Belgica	Delhaize Group	Cash & Carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros Comerciales abiertos, parafarmacia, farmacia, hipermercados, centros comerciales, supermercados	18.535	Bélgica, Rep. Checa, Alemania, Grecia, Indonesia, Luxemburgo, Rumania, Eslovaquia, Estados Unidos	4,7
17	37	Alemania	KarstadtQuelle AG	Grandes almacenes, sin establecimiento	13.585	Austria, Bélgica, Bosnia-H, Croacia, Rep. Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Hungría, Italia, Letonia, Países Bajos, Polonia, Rusia, Serbia-Montenegro, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido	-2,4
18	39	Francia	PPR Group (formerly Pinault-Printemps-Redoute)	Tiendas especializadas en ropa y calzado, grandes almacenes, sin establecimiento	13.053	Austria, Bangladesh, Bélgica, Brasil, China, Croacia, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hong Kong SAR, India, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Corea del Sur, España, Suecia, Suiza, Taiwán, Turquía, Reino Unido, Estados Unidos	4,5

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Deloitte Touche Tohmatsu.



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA EN 2005

CUADRO 7.7 (cont.) PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN EUROPEOS							
POSICIÓN UE	POSICIÓN MUNDIAL	PAÍS DE ORIGEN	EMPRESA	FORMATOS	VENTAS MINORISTAS 2004 (millones €)	PAÍSES EN LOS QUE OPERA	% CRECIMIENTO 1999/2004
19	42	España	El Corte Inglés S.A.	Tiendas especializadas en ropa y calzado, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, grandes almacenes, electrónica, hipermercados, centros comerciales, supermercados	12.820	España, Portugal	4,9
20	44	Suecia	The Ikea Group	Tienda especializada	12.031	Australia, Austria, Bélgica, Canadá, China, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hong Kong, Hungría, Islandia, Israel, Italia, Kuwait, Malasia, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rusia, Arabia Saudí, Singapur, Eslovaquia, España, Suecia, Suiza, Taiwán, Turquía, Reino Unido, Estados Unidos	8,6
21	46	Reino Unido	Marks & Spencer plc	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, grandes almacenes	11.804	Bahrain, Bermudas, Croacia, Chipre, Rep. Checa, Grecia, Hong Kong, Hungría, India, Indonesia, Kuwait, Malasia, Malta, Omán, Filipinas, Polonia, Qatar, Irlanda, Rumanía, Arabia Saudí, Singapur, Corea Del Sur, Tailandia, Turquía, EAU, Reino Unido, Estados Unidos	-1,2
22	47	Reino Unido	Kingfisher plc	Hogar	11.658	China, Francia, Irlanda, Italia, Polonia, España, Taiwán, Turquía, Reino Unido	-6,7
23	49	Italia	Coop Italia	Tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales, supermercados	10.784	Croacia, Italia	6,2
24	51	Reino Unido	DSG International plc (formerly Dixons Group plc)	Electrónica	10.068	Rep. Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Noruega, España, Suecia, Reino Unido	11,3
25	52	Alemania	Otto Group	Tiendas especializadas en ropa y calzado, cash & carry, almacén mayorista, sin establecimiento	9.883	Austria, Bélgica, China, Rep. Checa, Francia, Alemania, Hungría, Italia, Japón, Corea, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumanía, Eslovaquia, España, Suiza, Reino Unido, Estados Unidos	-14,2
26	54	Suecia	Coop Norden AB	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, tiendas de descuento, hogar, hipermercados, centros comerciales, supermercados	9.784	Dinamarca, Noruega, Suecia	—
27	55	Bélgica	Louis Delhaize S.A.	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales, supermercados	9.728	Bélgica, Francia, Guayana Francesa, Guadalupe, Hungría, Luxemburgo, Martinica, Rumanía, Reino Unido	5,0
28	60	Reino Unido	GUS plc	Hogar, sin establecimiento	8.880	Australia, China, Francia, Alemania, Guam, Hong Kong, Italia, Japón, Malasia, Países Bajos, Filipinas, Rusia, Saipan, Irlanda, Singapur, España, Corea del Sur, Suiza, Taiwán, Tailandia, Reino Unido, Estados Unidos	5,3

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Deloitte Touche Tohmatsu.



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

CUADRO 7.7 (cont.) PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN EUROPEOS							
POSICIÓN UE	POSICIÓN MUNDIAL	PAÍS DE ORIGEN	EMPRESA	FORMATOS	VENTAS MINORISTAS 2004 (millones €)	PAÍSES EN LOS QUE OPERA	% CRECIMIENTO 1999/2004
29	66	España	Mercadona S.A.	Supermercados	8.399	España	26,4
30	69	Francia	Systeme U Centrale Nationale	Hipermercados, centros comerciales, supermercados	8.131	Francia, Martinica, Mauricio, Reunión	9,5
31	75	Reino Unido	John Lewis, Partnership plc	Grandes almacenes, hipermercados, centros comerciales, supermercados	7.251	Reino Unido	4,9
32	76	Reino Unido	Boots Group plc	Parafarmacia, Farmacia	7.194	Hong Kong, Finlandia, Irlanda, Países Bajos, Nueva Zelanda, Noruega, Sudáfrica, Suiza, Taiwan, Tailandia, Reino Unido, Estados Unidos	0,0
33	77	Reino Unido	Somerfield plc	Tiendas de conveniencia, centro comercial abierto, tiendas de descuento, supermercados	7.188	Reino Unido	-3,1
34	86	Reino Unido	SPAR, Österreichische Warenhandels-AG	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, hipermercados, centros comerciales, supermercados	6.394	Austria, República Checa, Hungría, Italia, Eslovenia	6,5
35	91	Alemania	Anton Schleckner	Parafarmacia, farmacia, hipermercados, centros comerciales	6.098	Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, España	7,4
36	92	Reino Unido	Kesa Electricals plc	Electrónica,	6.033	Bélgica, Rep. Checa, Francia, Países Bajos, Eslovaquia, Reino Unido	—
37	93	Suecia	H&M Hennes & Mauritz AB	Tiendas especializadas en ropa y calzado	6.023	Austria, Bélgica, Canadá, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido, Estados Unidos	14,0
38	95	Finlandia	Kesko Corp.	Tiendas especializadas en ropa y calzado, grandes almacenes, tiendas de descuento, electrónica, hogar, hipermercados, centros comerciales, supermercados	5.931	Estonia, Finlandia, Letonia, Lituania, Suecia	6,9
39	98	Italia	Conad Consorzio Nazionale, Dettaglianti Srl	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, hipermercados, centros comerciales, supermercados	5.802	Italia	9,5
40	99	Francia	Leroy Merlin Groupe	Hogar	5.757	Brasil, China, Francia, Italia, Polonia, Portugal, Rusia, España	13,4
41	101	Finlandia	S Group (SOK)	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, grandes almacenes, tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales, supermercados	5.709	Estonia, Finlandia	6,80

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Deloitte Touche Tohmatsu.



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA EN 2005

 CUADRO 7.7 (cont.)
 PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN EUROPEOS

POSICIÓN UE	POSICIÓN MUNDIAL	PAÍS DE ORIGEN	EMPRESA	FORMATOS	VENTAS MINORISTAS 2004 (millones €)	PAÍSES EN LOS QUE OPERA	% CRECIMIENTO 1999/2004
42	102	España	Inditex	Tiendas especializadas en ropa y calzado	5.592	Andorra, Austria, Argentina, Bahrain, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Chipre, Rep. Checa, Dinamarca, República Dominicana, El Salvador, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hong Kong SAR, Hungría, Islandia, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Jordania, Kuwait, Letonia, Líbano, Lituania, Luxemburgo, Malasia, Malta, México, Marruecos, Países Bajos, Noruega, Panamá, Polonia, Portugal, Qatar, Rumanía, Rusia, Arabia Saudí, Singapur, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Turquía, UAE, Reino Unido, Estados Unidos, Uruguay, Venezuela	23,2
43	106	Reino Unido	Cooperative Group Ltd.	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, grandes almacenes, parafarmacia, farmacia, hipermercado, centros comerciales, supermercados	5.244	Reino Unido	—
44	107	Bélgica	C&A	Tiendas especializadas en ropa y calzado	5.156	Austria, Bélgica, República Checa, Francia, Alemania, Hungría, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal, España, Suiza	11,6
45	109	España	Grupo Eroski	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales, supermercados	5.010	Francia, España	4,7
46	111	Dinamarca	Dansk Supermarked A/S	Tiendas especializadas en ropa y calzado, grandes almacenes, tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales	4.922	Dinamarca, Alemania, Polonia, Suecia, Reino Unido	4,0
47	116	Países Bajos	Royal Vendex KBB	Tiendas especializadas en ropa y calzado, grandes almacenes, tiendas de descuento, electrónica, hogar	4.554	Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, España	0,0
48	125	Bélgica	Ets Franz Colruyt, S.A.	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, tiendas de descuento, supermercados	4.153	Bélgica, Francia	12,0
49	126	Reino Unido	Next Plc	Tiendas especializadas en ropa y calzado	4.105	Bahrain, Chipre, Rep. Checa, Dinamarca, Islandia, Indonesia, Japón, Kuwait, Líbano, Malta, Omán, Qatar, Arabia Saudí, Irlanda, UAE, Reino Unido	16,2
50	127	Francia	Galeries Lafayette	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, grandes almacenes, hipermercados, centros comerciales	4.088	Francia	—
51	132	Italia	Esselunga S.p.A	Supermercados	3.986	Italia	10,4

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Deloitte Touche Tohmatsu.


 DISTRIBUCIÓN
 COMERCIAL

CAPÍTULO 7. LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN LA UNIÓN EUROPEA

CUADRO 7.7 (cont.) PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN EUROPEOS							
POSICIÓN UE	POSICIÓN MUNDIAL	PAÍS DE ORIGEN	EMPRESA	FORMATOS	VENTAS MINORISTAS 2004 (millones €)	PAÍSES EN LOS QUE OPERA	% CRECIMIENTO 1999/2004
52	134	Reino Unido	Littlewoods Ltd.	Grandes almacenes, sin establecimiento	3.951	Reino Unido	6,5
53	135	Alemania	Globus Holding GmbH & Co. KG	Electrónica, hogar, hipermercados, centros comerciales	3.884	República Checa, Alemania	3,5
54	136	Irlanda	Musgrave Group Ltd.	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, supermercados	3.815	Irlanda, España, Reino Unido	16,4
55	141	Portugal	Modelo Continente SGPS, S.A.	Tiendas especializadas en ropa y calzado, cash & carry, almacén mayorista, tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, electrónica, hogar, hipermercados, centros comerciales, tiendas especializadas, supermercados	3.656	Brasil, Portugal	-2,1
56	143	Países Bajos	Laurus	Hipermercados, centros comerciales, supermercados	3.607	Bélgica, Países Bajos	-8,9
57	145	Francia	Decathlon	Tiendas especializadas	3.539	Bélgica, Brasil, China, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, España, Reino Unido, Estados Unidos	9,3
58	150	Francia	LVMH	Grandes almacenes, tiendas especializadas,	3.485	Australia, Canadá, República Checa, Francia, Grecia, Guam, Hong Kong SAR, Italia, Japón, Luxemburgo, Malasia, Nueva Zelanda, Polonia, Portugal, Rumanía, Saipan, Singapur, Corea del Sur, España, Taiwán, Reino Unido, Estados Unidos	9,2
59	151	Reino Unido	Woolworths Group plc.	Grandes almacenes tiendas especializadas,	3.467	Reino Unido	—
60	154	Portugal	Jerónimo Martins, SGPS S.A.	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales, supermercados	3.336	Polonia, Portugal	-3,9
61	158	Países Bajos	SHV Makro	Cash & carry, almacén mayorista, tiendas especializadas	3.247	Argentina, Brasil, China, Colombia, Indonesia, Malasia, Filipinas, Tailandia, Venezuela	-5,0
62	171	Alemania	Celesio Ag	Parafarmacia, farmacia	2.944	Bélgica, República Checa, Irlanda, Italia, Países Bajos, Noruega, Reino Unido	14,4
63	173	Reino Unido	HMV Group plc	Tiendas especializadas	2.898	Australia, Canadá, Hong Kong SAR, Irlanda, Japón, Singapur, Reino Unido	6,3
64	176	Alemania	Dm-drogerie markt GmbH+Co.KG	Parafarmacia, farmacia	2.835	Austria, Croacia, República Checa, Alemania, Hungría, Italia, Serbia-Montenegro, Eslovaquia, Eslovenia	11,3
65	178	Reino Unido	Debenhams Retail plc	Grandes almacenes	2.806	Bahrain, Chipre, República Checa, Dinamarca, Islandia, Indonesia, Kuwait, Malasia, Qatar, Irlanda, Arabia Saudí, Suecia, UAE, Reino Unido	6,7

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Deloitte Touche Tohmatsu.



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA EN 2005

CUADRO 7.7 (cont.) PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN EUROPEOS							
POSICIÓN UE	POSICIÓN MUNDIAL	PAÍS DE ORIGEN	EMPRESA	FORMATOS	VENTAS MINORISTAS 2004 (millones €)	PAÍSES EN LOS QUE OPERA	% CRECIMIENTO 1999/2004
66	180	Suecia	Axfood AB	Tiendas de conveniencia, centro comercial abierto, tiendas de descuento, supermercados	2.759	Finlandia, Suecia	—
67	183	Alemania	Norma Lebensmittelfilialbetrieb, GmbH & Co. KG	Tiendas de descuento, parafarmacia, farmacia	2.705	República Checa, Francia, Alemania	5,1
68	187	España	Caprabo, S.A.	Supermercados	2.655	Rumanía, España	18,4
69	194	Reino Unido	Focus Wickes Group	Hogar	2.601	Reino Unido	26,2
70	197	Francia	Hachette Distribution Services	Tiendas especializadas	2.579	Austria, Bélgica, Canadá, República Checa, Francia, Alemania, Hungría, Polonia, Portugal, Rumanía, Rusia, Singapur, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suiza, Estados Unidos	—
71	200	Alemania	Bauhaus GmbH & Co.KG	Hogar	2.542	Austria, Croacia, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Eslovenia, España, Suecia, Turquía	5,6
72	206	Reino Unido	Signet Group plc	Tiendas especializadas	2.460	Reino Unido, Estados Unidos	7,3
73	208	Italia	Luxottica Group	Tiendas especializadas	2.420	Australia, Austria, Bélgica, Canadá, República Checa, Francia, Hong Kong SAR, Irlanda, Malasia, Países Bajos, Nueva Zelanda, Portugal, Puerto Rico, Singapur, España, Reino Unido, Estados Unidos.	11,6
74	209	Reino Unido	Arcadia Group	Tiendas especializadas en ropa y calzado	2.416	Austria, Bahrain, Bosnia, Chile, Croacia, Chipre, Dinamarca, Alemania, Islandia, Israel, Kuwait, Malasia, Malta, Oman, Filipinas, Polonia, Portugal, Qatar, Arabia Saudí, Singapur, Eslovenia, España, Suecia, Turquía, UAE, Reino Unido	1,7
75	215	Alemania	Douglas Holding AG	Tiendas especializadas en ropa y calzado	2.307	Austria, Francia, República Checa, Dinamarca, Alemania, Italia, Hungría, Mónaco, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rusia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suiza, Estados Unidos	0,5
76	219	Italia	Gruppo PAM S.p.A. Gecos S.A.	Tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales, supermercados	2.268	Italia	3,0
77	220	Alemania	Bertelsmann AG	Sin establecimiento	2.243	Australia, Austria, Bélgica, Canadá, China, República Checa, Francia, Alemania, Hungría, Italia, Japón, Países Bajos, Nueva Zelanda, Polonia, Portugal, Eslovaquia, Suecia, Suiza, Corea del Sur, España, Ucrania, Reino Unido, Estados Unidos	-7,3
78	224	Reino Unido	The Carphone Warehouse Group plc	Electrónica	2.200	Bélgica, Francia, Alemania, Irlanda, Países Bajos, Portugal, España, Suecia, Suiza, Reino Unido	22,2
79	226	Alemania	HORNBACK-Baumarkt-AG	Hogar	2.172	Austria, República Checa, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Eslovenia, Suecia, Suiza	12,0

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Deloitte Touche Tohmatsu.



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

CUADRO 7.7 (cont.) PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN EUROPEOS							
POSICIÓN UE	POSICIÓN MUNDIAL	PAÍS DE ORIGEN	EMPRESA	FORMATOS	VENTAS MINORISTAS 2004 (millones €)	PAÍSES EN LOS QUE OPERA	% CRECIMIENTO 1999/2004
80	231	Reino Unido	WH Smith	Tiendas especializadas	2.142	Reino Unido	-0,2
81	233	Reino Unido	Phones4U	Electrónica	2.110	Reino Unido	—
82	234	Italia	Finiper S.p.a	Hipermercado, centro comercial, especializadas	2.075	Italia	8,2
83	241	Alemania	Dohle-Handels Gruppe Holding GMBH & Co.KG	Tiendas especializadas en ropa y calzado, cash & carry, almacén mayorista, tiendas de descuento, electrónica, hogar, hipermercados, centros comerciales, supermercados	2.001	Bulgaria, Alemania	0,2
TOTAL					913.001		

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Deloitte Touche Tohmatsu.

En el Cuadro 7.8 se muestra el listado de las empresas de distribución comercial minorista que más han crecido en el periodo comprendido entre 1999 y 2004, con datos calculados con la moneda local y extraídos del mismo informe de *Deloitte Touche Tohmatsu*.

Las empresas de distribución que han tenido un porcentaje de crecimiento anual más acusado, han desarrollado diferentes estrategias de crecimiento, que en todos los casos han dado resultados satisfactorios. En este sentido, algunas empresas han optado por abrir nuevos establecimientos en el propio país o en mercados exteriores, como es el caso de la española Inditex (con un 23,2 por 100 de crecimiento anual). Otras, han crecido por fusiones o adquisiciones de otras empresas de distribución, en muchos casos sus propios competidores, como la empresa Carprabo en España, creciendo un 18,4 por 100 anual.

Otras empresas han adaptado su oferta a las preferencias del consumidor. En este sentido han proliferado con éxito tiendas de descuento y tiendas de conveniencia. Es de destacar el crecimiento

tan espectacular experimentado en el segmento del bazar, considerando las populares tiendas de «todo a 100», «1 dólar» o «100 yen». Numerosos autores han apreciado esta tendencia, señalando que ciertos consumidores buscan exclusivamente conseguir los productos a un mejor precio, y es previsible que esta preferencia se prolongue a corto-medio plazo.

Aparte de estas estrategias, hay que considerar que el crecimiento del sector de la vivienda, en esta última década, ha beneficiado a los establecimientos de hogar, bricolaje, a los distribuidores de electrodomésticos, de menaje, de muebles incluso de electrónica. Es el caso de la británica *Focus Wickes* que ha crecido más de 26,2 por 100 cada año entre 1999 y 2004.

En 2004, a diferencia de lo que ocurrió en 2003, los grandes grupos de distribución orientados a la alimentación en distintos formatos, han experimentado crecimientos importantes, situándose a la cabeza de la clasificación, especialmente aquellos que tienen tiendas de conveniencia y de descuento.

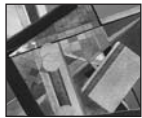


LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ESPAÑA EN 2005

CUADRO 7.8
EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL QUE MÁS HAN CRECIDO ENTRE 1999-2004

Posición por crto. anual	Posición por ventas	País de origen	Empresa	Formatos	Facturación 2004 (Millones €)	% Crecimiento anual (1999-2004)
1	202	Estados Unidos	Roundy's Inc	Supermercados	2.535,44	56,7
2	80	Canadá	The Jean Coutu Group (Pjc) Inc	Farmacia y parafarmacia	6.807,89	55,0
3	133	Canadá	Katz Group, Inc	Farmacia y parafarmacia	3.978,94	49,2
4	210	Japón	Kintetsu Department Store Co.Ltd	Grandes almacenes	2.347,23	48,9
5	82	Canadá	Alimentation Couche-Tard, Inc	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos y tiendas especializadas	6.686,84	45,4
6	100	Estados Unidos	Amazon. Com, Inc	Sin establecimiento	5.738,33	33,4
7	31	Reino Unido	Wm.Morrison Supermarkets, plc	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, hipermercados, centros comerciales y supermercados	18.738,91	32,9
8	90	Hong Kong SAR	As Watson & Company, Ltd	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, farmacia, y parafarmacia, electrónica, hipermercados, centros comerciales, tiendas especializadas y supermercados	6.187,71	32,5
9	238	Estados Unidos	The Sports Authority, Inc	Tiendas especializadas	2.019,73	29,0
10	228	Chile	S.A.C.I. Falabella	Grandes almacenes, hogar, hipermercados y centros comerciales	2.162,34	27,5
11	64	Japón	Yamada Denki Co Ltd	Electrónica	8.518,36	27,1
12	198	Brasil	Casas Bahia Sa	Electrónica	2.556,17	26,7
13	66	España	Mercadona SA	Supermercados	8.398,97	26,4
14	194	Reino Unido	Focus Wickes Group, Ltd	Hogar	2.600,95	26,2
15	201	Australia	Eesfarmers Limited/Bunning	Hogar	2.541,25	25,6
16	199	Japón	Fast Retailing Co, Ltd	Tiendas especializadas en ropa y calzado	2.550,37	24,8
17	57	Estados Unidos	Dell Inc	Sin establecimiento	9.413,81	24,5
18	230	Corea Del Sur	Gs Retail Co, Ltd (Formerly Lg Mart)	Tiendas de conveniencia, centros comerciales abiertos, grandes almacenes, tiendas de descuento, hipermercados, centros comerciales y supermercados	2.146,59	24,4
19	112	Corea Del Sur	Shinsegae Co, Ltd	Grandes almacenes, hipermercados y centros comerciales	4.793,96	23,7
20	102	España	Inditex	Tiendas de ropa y calzado, otras especializadas	5.591,58	23,2
21	188	Japón	Gigas K's Denki Corporation	Electrónica	2.653,18	22,9
22	122	Estados Unidos	Bed Bath And Beyond, Inc	Tiendas especializadas	4.268,30	22,3
23	224	Reino Unido	The Carphone Warehouse Group Plc	Electrónica	2.199,65	22,2
24	161	Sudafrica	Massmart Holdings Limited	Almacén mayorista, tiendas de descuento, hogar y supermercados	3.139,04	21,3
25	195	Estados Unidos	Dollar Tree Stores, Inc	Tiendas de descuento	2.591,82	21,1
26	56	Estados Unidos	Kohl's Corporation	Grandes almacenes	9.700,69	20,8

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.
Fuente: Deloitte Touche Tohmatsu.



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

CUADRO 7.8
 EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL QUE MÁS HAN CRECIDO ENTRE 1999-2004

Posición por crto. Anual	Posición por ventas	País de origen	Empresa	Formatos	Facturación 2004 (Millones €)	% Crecimiento anual (1999-2004)
27	85	Corea Del Sur	Lotte Group	Tiendas de conveniencia, grandes almacenes, hipermercados, centros comerciales y supermercados	6.566,62	20,3
28	160	Estados Unidos	Wohle Foods Markets Inc	Supermercados	3.204,54	19,8
29	213	Estados Unidos	Sheetz, Inc	Tiendas de conveniencia y grandes almacenes	2.321,53	19,3
30	187	España	Caprabo, SA	Supermercado	2.654,84	18,4
31	123	Sudafrica	Pick'n Pay Retailers (Pty), Ltd	Tiendas de conveniencia, grandes almacenes, farmacia y parafarmacia, hipermercados, centros comerciales y supermercados	4.219,38	18,2
32	17	Estados Unidos	Lowe's Companies, Inc	Hogar	30.232,98	18,1
33	205	Japón	Daiso Sangyo, Inc	Tiendas de descuento	2.472,43	17,4
34	28	Estados Unidos	Best Buy Co, Inc	Electrónica	22.745,21	17,0
35	146	Japón	Bic Camera Co, Ltd	Electrónica	3.528,73	16,7
36	144	Brasil	Companhia Brasileira de Distribuicao, SA Grupo Pao de Açúcar	Electrónica, hipermercados, centros comerciales y supermercados	3.568,53	16,7
37	193	Estados Unidos	Williams-Sonoma, Inc	Sin establecimiento y tiendas especializadas	2.600,95	16,5
38	136	Irlanda	Musgrave Group, Ltd	Almacén mayorista, tienda de conveniencia, grandes almacenes y supermercados	3.814,77	16,4
39	126	Reino Unido	Next, plc	Tiendas especializadas en ropa y calzado y otros	4.104,97	16,2
40	11	Alemania	Schwarz Unternehmens Treuhand KG	Tiendas de descuento, hipermercados y centros comerciales	35.480,47	16,2
41	15	Estados Unidos	Walgreen, Co	Farmacia y parafarmacia	31.098,58	16,0
42	164	Mexico	Organización Soriana SA de C.V.	Almacén mayorista, hipermercados y centros comerciales	3.096,76	15,8
43	174	Estados Unidos	The Pantry, Inc	Tiendas de conveniencia y centros comerciales abiertos	2.896,11	15,8
44	221	Estados Unidos	Linens'n Things, Inc	Tiendas especializadas	2.206,28	15,4
45	165	Estados Unidos	Stater Bros. Holdings, Inc	Supermercados	3.071,88	15,2
46	114	Estados Unidos	Liberty Media Corp/QVC, Inc	Sin establecimiento	4.715,20	14,8
47	245	Estados Unidos	Lac/Interactivcorp/HSN	Sin establecimiento	1.974,96	14,6
48	87	Estados Unidos	Dollar General Corporation	Tiendas de descuento	6.351,88	14,5
49	171	Alemania	Celesio AG	Farmacia y parafarmacia	2.944,20	14,4
50	250	Estados Unidos	Charming Shoppes, Inc	Tiendas especializadas en ropa y calzado	1.933,50	14,3

Tipo de cambio: 1 euro=1,2061 \$.
 Fuente: Deloitte Touche Tohmatsu.



**DISTRIBUCIÓN
 COMERCIAL**

**CUADRO 7.9
DEMOGRAFÍA DE EMPRESAS COMERCIALES EN EUROPA**

País	Ratio de creación (1)		Ratio de permanencia (2)		Ratio de desaparición (3)	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Unión Europea.....	7,16	6,9		72,74	7,58	
Bélgica.....	5,65					
República Checa.....		13,26			12,07	13,72
Dinamarca.....	9,26	8,7	58,3	56,72	10,6	
Estonia.....	12,36	14,3			14,71	12,82
España.....	8,18	7,8	70,07	70,59	7,6	7,35
Italia.....	6,58	6,39	70,37	75,73	6,7	7,28
Letonia.....	15,26	8,71			14,66	10,35
Lituania.....	10,26	10,22			15,25	7,81
Luxemburgo.....	9,95	8,97	75,57	72,98	9,67	10,33
Hungría.....	10,57	10,13			9,96	10,69
Países Bajos.....	6,59	6,49		68,19	10,15	
Portugal.....	6,1	6,69	71,58		1,41	5,16
Eslovenia.....	7,16	7,22			8,12	8,48
Eslovaquia.....	11,92	15,99			9,62	16,12
Finlandia.....	6,55	6,7	61,45	64,24	7,62	7,7
Suecia.....	5,88	5,61	82	85,66	6,92	6,81
Reino Unido.....	7,48		74,14		9,48	
Rumanía.....	9,28	9,03			12,37	12,83
Noruega.....	8,17	8,64	68,3	68,43	7,5	

(1) Número de empresas que se crean en un año/ número de empresas activas ese mismo año.
 (2) Número de empresas que sobreviven en t que nacieron en t-2/ número de empresas activas en t.
 (3) Número de empresas que desaparecen en un año/ número de empresas activas ese mismo año.
 Fuente: Eurostat.



DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

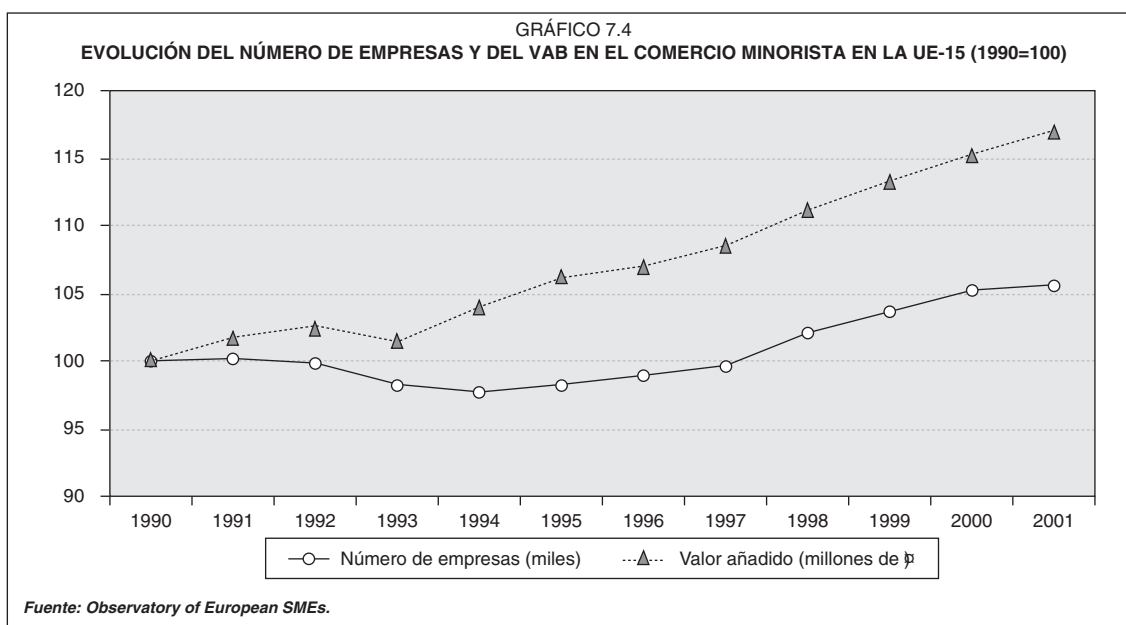
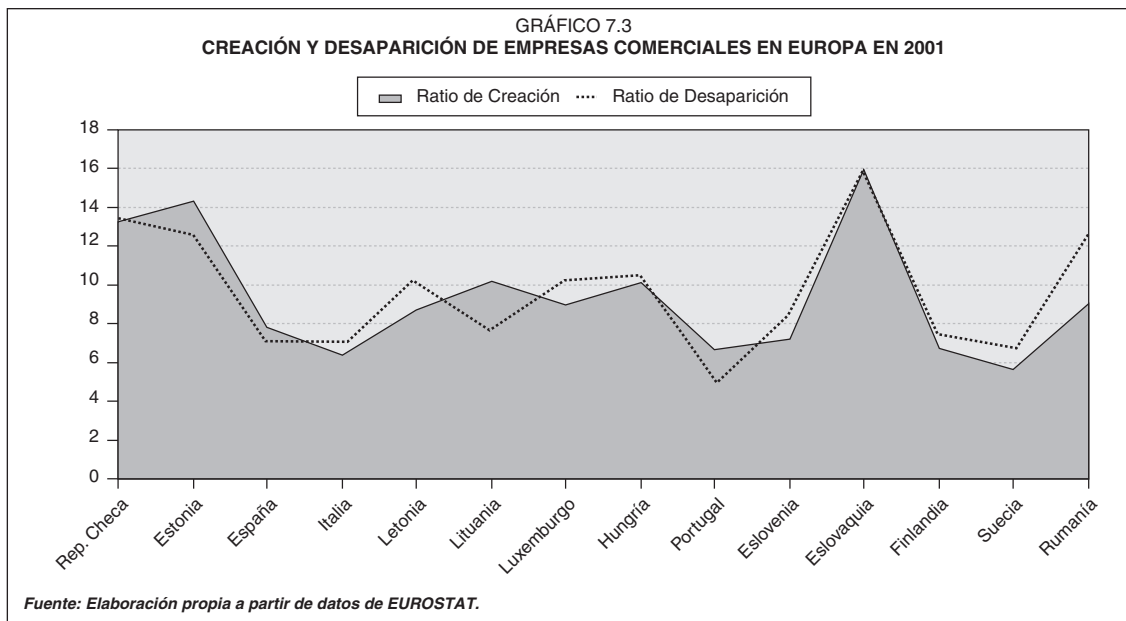
Por último, hay que destacar que los tres grandes mercados emergentes: China, Rusia e India atraen el interés de los grandes grupos de distribución. China con un potencial mercado de consumo que representa 1.300 millones de habitantes, además de la reciente entrada en la OMC, los altos índices económicos que arrojan las estadísticas, y la apertura de su mercado, representa un futuro mercado a explotar. No obstante, los propios distribuidores del país se apresuran para ir adquiriendo cada vez más cuota de mercado mediante adquisiciones o propia expansión dificultando la entrada de los competidores extranjeros. Rusia es el mayor mercado y el que tiene mayores perspectivas de crecer en las economías de Europa Central y del Este, a pesar del riesgo que supone una infraestructura deficiente y una complicada legislación. Doce empresas del listado de las 250 grandes incluyen a Rusia en su expansión internacional. Por último, aunque solamente 5 empresas de las 250 grandes están presentes en la India debido a las dificultades

para establecerse en este país, ya que sólo permiten operaciones tipo franquicia y ventas mayoristas, recientemente el gobierno hindú ha anunciado que va a respaldar las inversiones extranjeras directas a los minoristas de alimentación, lo que anima a los grandes grupos de distribución a estudiar el mercado.

7.3. Estudio de demografía de las empresas europeas

En el Cuadro 7.9 se compara la demografía de las empresas comerciales españolas con las de la Unión Europea además de las de Rumanía y Noruega. España tiene una ratio de creación por encima de la media de los países europeos en las tres ramas del comercio, pero la permanencia de estas empresas es menor, especialmente en la rama minorista.

En el Gráfico 7.3 se representan los ratios de creación y de desaparición para las empresas de algunos países europeos



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

para el año 2001. Se observa cómo en la mayor parte de los países europeos, el ratio de desaparición es superior al de creación, por lo que podemos concluir que el número de empresas de comercio desciende en el año 2001. España, Lituania y Portugal son los únicos países que rompen con esta tendencia, presentando ratios de creación superiores a los de desaparición.

En general, en los países del este de Europa es donde más empresas se crean, y también donde más empresas desaparecen. Por ramas de actividad la evolución es la siguiente:

— Para el comercio de vehículos de motor el ratio de creación es alto en países del este como Letonia, Lituania, Hungría, Eslovaquia y Estonia, aunque en estos dos últimos también es alto el ratio

de desaparición. En Italia el ratio de creación está muy por debajo de la media europea.

— En el comercio mayorista, como en el caso anterior destaca el alto ratio de creación en Estonia, Rumanía y Eslovaquia coincidiendo con un alto ratio de desaparición. Letonia es la excepción, con un ratio de creación del 15 por 100 y un ratio de desaparición similar al de países como España o Finlandia.

— Para el comercio minorista el ratio de creación en Letonia y Eslovaquia destaca por encima del resto de los países

con datos disponibles. El ratio de desaparición de los países del este está por encima de los de la UE-15.

Desde 1997 hasta 2001 aumentó el número de empresas minoristas en la Unión Europea. En el Gráfico 7.4 se representa la evolución de los índices de empresas y del valor añadido bruto del comercio minorista en la Unión Europea de los 15, tomando como base 1990=100. Se ha producido una mejor evolución en el VAB que aportan estas empresas que en el número de empresas, por lo que la productividad es cada vez mayor.



DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL