



XI Congreso Internacional de la AEHE

4 y 5 de Septiembre 2014

Colegio Universitario de Estudios Financieros (CUNEF)

Madrid

Sesión:

**LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA ESPAÑA CONTEMPORÁNEA:
UN ENFOQUE REGIONAL Y EMPRESARIAL**

Título de la comunicación:

**Medio siglo de transformaciones en la distribución alimentaria en España (1960-2010).
El caso de Aragón.**

Autor:

Luis Germán Zubero

Filiación académica:

Departamento de Estructura e Historia Económica y Economía Pública

Universidad de Zaragoza

Dirección electrónica de contacto:

lgerman@unizar.es

Medio siglo de transformaciones en la distribución alimentaria en España (1960-2010). El caso de Aragón.

En el contexto de la reciente y creciente concentración e internacionalización de la distribución alimentaria en España, se lleva a cabo en esta comunicación un repaso a las principales transformaciones de la moderna distribución alimentaria en Aragón durante el último medio siglo, los cambios habidos en las formas comerciales, tanto mayoristas como minoristas, y la decadente evolución del capital comercial local ante el creciente protagonismo de los grandes grupos de distribución.

Fue en la década de los años sesenta cuando se iniciaron las pioneras experiencias locales, protagonizadas por mayoristas asociados a la expansiva franquicia holandesa Spar (Spar Española), algunas primeras transformaciones de minoristas tradicionales en autoservicios y supermercados y la primera inversión en Aragón de la gran distribución minorista francesa en este ámbito (Sabeco).

Durante los años setenta, a partir de empresas mayoristas locales, surgieron nuevas importantes empresas de distribución minorista (Dagesa, Digma, ésta última vinculada a capital británico). Empresas que, junto a Sabeco, iniciaron ya en esos años la implantación de su actividad comercial fuera de Zaragoza y de Aragón. Vinculadas tanto al sucursalismo (creación de tiendas propias) como a la creación de franquicias.

Los años ochenta marcaron la expansión de estas empresas aragonesas de distribución. Durante la segunda mitad de la década, Digma y Sabeco se posicionaban entre las primeras 15 empresas de distribución alimentaria en España y ambas -junto con Dagesa- se situaban dentro del grupo de las 15 principales empresas domiciliadas en Aragón. A ellas se sumó en 1988 la nueva sociedad local Galerías Primero S. A. Asimismo, en el inicio de esta década, se produjo la llegada a Aragón de El Corte Inglés y del primer Hipermercado (Alcampo); el siguiente, de Pryca (Carrefour), solo se inauguró a finales de la década.

Sin embargo, el proceso de crecimiento y concentración empresarial del sector, provocó en los años noventa la desaparición de grandes empresas domiciliadas en Aragón, tanto Digma como Dagesa, la integración de Sabeco en el grupo Auchan, así como la implantación de nuevas grandes empresas minoristas (Día, Mercadona, Lidl, Eroski) especialmente vinculadas al formato de autoservicios y supermercados; también la expansión, durante la segunda mitad de la década, del formato de Hiper por el capital francés (Auchan y Promodés) y español (Hiperacor) muy vinculados a la promoción de Centros Comerciales -casi todos ellos localizados en Zaragoza- que ha continuado durante la primera década del nuevo siglo.

Durante la primera década del nuevo siglo, se ha producido finalmente la desaparición de la única gran distribuidora alimentaria de capital local, Galerías Primero S. A., tras años de haber alcanzado el liderazgo del mercado minorista alimentario de Aragón. Un mercado muy concentrado ya en cinco grupos, protagonizado en esta década por el dinamismo emprendedor de Mercadona.

1. Antecedentes. El tradicional comercio de Alimentación en Zaragoza durante la primera mitad del siglo XX.

La evolución del comercio alimentario en Aragón durante el siglo XX se vinculó al creciente protagonismo de la ciudad de Zaragoza en el peso demográfico regional. Si en 1900 los cien mil habitantes de la ciudad solo representaban el 10,8 % en 1950 la ciudad contaba ya con algo menos de un cuarto de millón de habitantes, que suponían el 22,4 % del total de la población aragonesa. Con todo, fue en la etapa siguiente (entre 1950 y finales de los años setenta) la etapa de mayor expansión y aceleración en la concentración: en 1981, Zaragoza con 572 mil habitantes concentraba ya algo más de la mitad de la población regional. La ciudad pasó de ser el octavo municipio español en tamaño de población (1900) al quinto puesto, desde 1960 (Germán, 2012).

Esa creciente concentración de la población aragonesa en torno a Zaragoza se ha mostrado paralela a la creciente localización del comercio regional en dicho entorno, en un contexto de pérdida secular de peso demográfico y comercial de Aragón en el conjunto de España. En torno a la mitad de las licencias comerciales se localizaban en 1980 en la capital aragonesa, que consolidaba su potencial de mercado. En 1991 la ciudad concentraba el 60 % del censo de comerciantes minoristas de Aragón. El peso demográfico de Aragón, que a principios de siglo era el 4,9 %, se había reducido al 3,2 % en 1980 a pesar del fuerte crecimiento de su capital; en ese momento el peso de las licencias comerciales de Aragón representaban el 3,4 % del conjunto español. Recordemos, asimismo, que el peso del comercio alimentario durante la segunda mitad del siglo XX ha sido declinante, en paralelo con la reducción del peso del gasto alimentario. Así, en Aragón a principios de los años sesenta el peso de la rama alimentaria (medido en licencias comerciales) representaba en torno al 60 % del total comercial, en 1980 ya solo era del 41 % (Escolano, 1985).

La ciudad de Zaragoza contaba desde 1903 con un nuevo Mercado Central, sito en la Plaza de Lanuza, así como con un Mercado de Pescados y un Matadero Municipal. Durante la primera mitad del siglo XX, la distribución alimentaria se repartía entre mayoristas y minoristas/detallistas. Conocemos muy poco sobre el funcionamiento de estos protagonistas mercantiles y las relaciones entre ambos sectores, tanto en el ámbito de los productos frescos y perecederos (pan, vino y aceite; frutas y verduras; carnes y pescados,...) como el de los ultramarinos (envasados o a granel). El comercio mayorista alimentario zaragozano estaba protagonizado por un pequeño núcleo de almacenistas de coloniales que adquirirían la mayor parte de sus mercancías importadas desde los puertos próximos (Barcelona, Bilbao, Santander y San Sebastián...) y suministraban sus productos a los detallistas, exportando a otras provincias para su consumo, en especial, especias molidas y azúcar empaquetado. Durante el primer tercio del siglo XX el censo local de almacenistas fue relativamente estable con tendencia al alza durante los años de la Gran Guerra y caída desde los años veinte (cuadro 1). El negocio de los almacenistas de la capital se vio limitado por la creación de una expansiva sociedad, La Mutualidad Mercantil, empresa mayorista constituida por

detallistas locales “para comprar directamente a los centros productores o a los comerciantes importadores”.

El notable aumento del censo de detallistas de comestibles y ultramarinos (cuadro 2) se produjo especialmente durante los años veinte y supuso una creciente y dura competencia en su seno agravada durante los estancados años treinta. Existían, asimismo, en la ciudad diversas cooperativas de consumo (de funcionarios) y economatos que limitaban el negocio minorista.

Tanto unos como otros, mayoristas y detallistas zaragozanos, contaban antes de la guerra civil con sus respectivas asociaciones gremiales: éstos se agrupaban en La Defensa Comercial (209 afiliados en 1931), asociación vinculada a la Confederación Gremial Española (1912), presidida en los años treinta por el zaragozano Mariano Marraco. Los mayoristas se agrupaban en los años veinte en la Asociación de Almacenistas de Coloniales y desde finales de la década existió una Asociación de Mayoristas del Ramo de la Alimentación dentro de la importante Federación Patronal zaragozana de comerciantes e industriales (1912), entidad que promovió en 1931 la poderosa Unión Nacional Económica. Un almacenista de coloniales, Francisco Blesa

Cuadro 1. CENSO DE CONTRIBUYENTES DE COLONIALES AL POR MAYOR EN ZARAGOZA (1921-30)

1921	1924	1927	1930
BLESA Francisco	BLESA Francisco	BLESA Francisco	BLESA Francisco
ARRIETA Pablo			
DELATAS y PARDO	DELATAS R. e Hijo	DELATAS R. e Hijo	DELATAS R. e Hijo
Hijo de NAVARRO PEREZ	Hijo de NAVARRO PEREZ		
MERMEJO Gerardo			
Sobrinos Nicolás GIMENEZ	GIMENEZ y GIMENEZ	GIMENEZ y GIMENEZ	GIMENEZ y GIMENEZ
Vda. de José ARAGUES	Vda. de José ARAGUES	Vda. de José ARAGUES	Vda. de José ARAGUES
Vda. de M. FELEZ			
Lorenzo CAPITAN			
DELATAS Pantaleón	DELATAS Pantaleón	DELATAS Pantaleón	DELATAS Pantaleón
LLAMAS Juan e Hijo	LLAMAS Juan e Hijo		
Vda. y Sobrino J. SANTAFE			
BUERA Mariano			
SANCHEZ y MELUS			
Sindicato Central de Aragón	Sindicato Central de A.		
ALATRUEY Leopoldo			
GUEDEA Antonio S. C.	GUEDEA Antonio S. C.	GUEDEA Antonio S. C.	GUEDEA Antonio S. C.
LORDA SERRATE José	LORDA SERRATE José		
CAMPOS Domingo	CAMPOS Domingo	CAMPOS Domingo	CAMPOS Domingo
GIMENEZ y Cia.	GIMENEZ y Cia.	GIMENEZ y Cia.	GIMENEZ y Cia. S.A.
TOMEIO Esteban S. C.	TOMEIO Esteban S. C.	TOMEIO Esteban S. en C.	TOMEIO Esteban S. en C.
SANCHO Mariano			
FERNANDEZ Pablo			
La Mutualidad Mercantil	La Mutualidad Mercantil	La Mutualidad Mercantil	La Mutualidad Mercantil S.A.
ARBELOA Aniano	ARBELOA Aniano	ARBELOA Aniano	ARBELOA Aniano
GENZOR José Alonso			
PARDO Emiliano y Cia.			
GARCIA Rafael S. en C.			
LASCASAS Santiago	LASCASAS Santiago	LASCASAS Santiago	LASCASAS Santiago
CORTES Mariano			
	OÑATE Felisa	OÑATE Felisa	
	NAVASCUES Felipe	NAVASCUES Felipe	NAVASCUES Enrique
	PEREZ PUEYO Miguel	PEREZ PUEYO Miguel	PEREZ PUEYO Miguel
	ESTRADA Francisco	ESTRADA Teresa	
	ARA LARRIPA Angel S. C.	ARA LARRIPA Angel	ARA LARRIPA Angel
	HERNANDEZ Aurelio		
	CALAVIA Jacinto		
	FERRER BLASCO Julián		
	RIVAS Pío		
		MOMBIELA Miguel	MOMBIELA Miguel
		AZARA, CARNICER y Cia.	AZARA, CARNICER y Cia.
			RAMON MENE Víctor
			LAHOZ MINGUILLON José
Total: 30	25	19	19

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza.

Comín, presidió durante los años treinta la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza.

Cuadro 2A.

CENSO DE COMERCIANTES DE ALIMENTACION EN LA PROVINCIA DE ZARAGOZA, 1909-50.

	Almacenistas de Coloniales	Detallistas de Ultramarinos y Comestibles
1909	23	193
1914	16	201
1921	31	178
1926	25	300
1929	25	933
1931	21	729
1934	22	1004
1937	16	823
1940	31	930
1945	38	1074
1950	35	1144

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza

Durante los años cincuenta, el mundo comercial alimentario en Aragón seguía protagonizado por los tradicionales formatos: por un lado, el comercio mayorista representado por los almacenistas y un comercio minorista apoyado en los establecimientos regentados por los tenderos/detallistas.

Cuadro 2B.

CENSO DE COMERCIANTES DE ALIMENTACION EN LA PROVINCIA DE ZARAGOZA, 1950-59.

	1950 Mayoristas	1950 Minoristas	1959 Mayoristas	1959 Minoristas	1959 (capital) Mayoristas	1959(capital) Minoristas
Coloniales	35	1580*	34	2159*	19	847*
Frutas y legumbres	57	589	73	519	36	435
Pescados	23	339	22	362	17	203
Jamones y embutidos	9	123	9	383	4	236
Carnes frescas		761		714		105
Tablajeros		244		133		98
Pan y bollos de leche		48		139		71
Venta de leche		231		140		73

*: Tiendas de Ultramarinos, Comestibles y Abacerías.

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza.

2. Inicio de la modernización de la distribución minorista alimentaria en Aragón (1959-1973).

España a mediados del novecientos era una economía atrasada en un moderno contexto europeo próximo que contaba ya con una importante presencia de innovaciones comerciales protagonizadas por la difusión de la técnica de venta en autoservicio. En España, solo a partir de la segunda mitad de los años cincuenta se iniciaron acciones modernizadoras en el ámbito de la distribución alimentaria: por un lado, el papel de los programas integrados en el Plan Marshall (que propició la creación de la empresa nacional Compañía Auxiliar de Abastecimientos, Cabsa); por otro, la actividad de algunos emprendedores repatriados procedentes de Cuba y México (pionera creación de los almacenes populares Simago en 1960,...), así como la llegada en los años sesenta de cadenas voluntarias de distribución alimentaria europeas (Maixé, 2009).

Así, en Aragón solo desde finales de los años cincuenta se iniciaron las primeras experiencias locales de modernización de la distribución minorista. El primer antecedente de la incorporación del nuevo sistema de autoservicio, podemos encontrarlo en la creación de un supermercado en Zaragoza, uno de los ocho establecimientos creados por la empresa nacional Cabsa.

La revolución comercial vinculada al autoservicio fue impulsada, especialmente, por mayoristas; pero contó, asimismo, con la participación de algunos minoristas asociados. La principal propuesta de aquéllos fue desarrollada por la cadena holandesa Spar que creó en 1959 su filial Spar España S. A. Un año más tarde se implantó la cadena Vegé. En la segunda mitad de los años sesenta, grupos de mayoristas españoles se asociaron en la creación de centrales de compras de ámbito estatal (la principal, Ifa se constituyó en 1967). Desde el ámbito minorista, la constitución en 1959 de la sociedad Zaragoza Autoservicio S. A. (Zas), por diversos comerciantes detallistas locales, seguida en 1960 por la de Supermercados Aragoneses S. A.

Spar España actuaba como una Central de compras. En 1960 formaban parte de la organización una treintena de centrales distribuidoras que atendían a 2227 detallistas. En Aragón actuaban 3 centrales (con 215 detallistas, casi la décima parte del total del censo de detallistas): en Zaragoza, Solanilla Hermanos S. R. C. era la principal (con 180 detallistas); Pedro Sarto en Teruel (con 22 detallistas) y Ricardo Sánchez en Calatayud (con 13 detallistas). J. M^a Solanilla Pelegrín pasó a formar parte del Consejo de Administración de Spar España (Maixé, 2009). En 1964 la sociedad colectiva Solanilla Hermanos se transformó en anónima: Central Distribuidora Solanilla Hermanos S. A. (Cedisa), presidida por J. M^a, secundado en sendas vicepresidencias por sus hermanos Antonio y Joaquín. De un capital social inicial de tres millones se pasó en 1969 a treinta millones totalmente suscritos. La familia Solanilla participó en la constitución en 1971 de la sociedad Superets Zaragoza S. A. (Suzasa) con un capital inicial de 6 millones de pesetas aumentados al año siguiente hasta 29,5 millones; empresa presidida por J. M^a Solanilla y que en 1976 cambió de nombre por Superservicios Zaragoza S.A.

El turolense Pedro Sarto, regresado a España en 1959, tras varios años de formación comercial en Europa (en 1958-59, en la central de Spar en Amsterdam) se incorporó en

1960 al impulso de la cadena Spar en la provincia de Teruel (Germán dir., 2009: 373-74).

A la cadena Unión Vegé Española, promovida por Unión Vegé Internacional, se asoció en Aragón la sociedad zaragozana Sucesores de Giménez y Cia (Gimcosa) surgida en 1960 como transformación de Giménez y Cia. S. L. (1947), a su vez transformación de la pionera comanditaria Giménez y Cia presente en el censo de almacenistas zaragozanos activos durante el primer tercio del siglo XX. Gimcosa estaba presidida por J. M^a López Pardo y constituida con un capital de dos millones de pesetas (que pasaron a ser 19 en 1968). En 1971 se incorporaba como secretario y consejero delegado de la sociedad Miguel Monserrat Mesanza, yerno de López Pardo.

En la formación de la central de compras Ifa Española S. A. tuvo un importante protagonismo la sociedad oscense Cabrero e Hijos S. L. (1941). Su presidente, Gregorio Cabrero Balaguer, iba a presidir la central Ifa durante los años setenta (hasta 1983). En 1969 se instaló en Huesca el primer cash&carry Ifa del Altoaragón (Germán dir., 2009: 300-302).

En el ámbito minorista, surgieron diversas iniciativas innovadoras, difusoras del autoservicio. Así, en 1959, en Zaragoza varios detallistas locales (Almajano, Cuartero, Fau, García Casado, Gil Iranzu, Hueso, Urbez, Vela,...) constituyeron la sociedad Zaragoza Autoservicio S. A. (con un capital de 3, 3 millones de pesetas), presidida por Gerardo Vela Sanz. En 1960, la zaragozana familia Blasco constituyó la sociedad Supermercados Aragoneses S. A. con un capital de 1,2 millones de pesetas (ampliados a seis en 1967). Presidida por J. L. Blasco Sancho, la sociedad era propietaria de un pionero supermercado en la calle Delicias (anagrama *Supermax*). En 1967 se amplió a diez millones el capital social, con cuatro millones aportados por la sociedad francesa Doks de France (que incorporó dos consejeros), doblados a veinte por el capital francés en 1970. El abogado José Angel Atienza Moreno pasó en 1969 a ser el nuevo presidente de la sociedad. A partir de ese momento, la empresa inició su rápida implantación fuera de Zaragoza (Logroño).

A finales de la década (1968) se produjo la constitución de la sociedad Mercazaragoza (inaugurada en 1972), adscrita a la red estatal de Mercas, una de las principales infraestructuras logísticas de la distribución alimentaria en España.

3. De la consolidación de las empresas alimentarias locales a la inicial implantación de los hipermercados (1974-1985).

Durante la década posterior a la crisis de mediados de los setenta, el proceso de modernización en la distribución alimentaria en España se aceleró, liquidando ya el protagonismo del comercio tradicional: aunque el número de tiendas tradicionales seguía representando en 1985 casi el 83 % del total, el peso del volumen de ventas (estimado por Nielsen) del comercio tradicional se había reducido del 63 % en 1977 al 36% en 1985 (Puelles, 1986). Comercio tradicional abocado a su transformación en autoservicio/ supermercado o como tienda especializada. El ámbito mayorista siguió

promoviendo su inserción en grandes Centrales de compras y se enfrentaba asimismo al importante reto de insertarse en el ámbito minorista y montar tiendas propias.

El ranking de las principales empresas distribuidoras alimentarias en España ya estaba protagonizado a principios de los ochenta por la pionera implantación en nuestro país desde los años setenta de grandes empresas francesas, propiciada por una restrictiva política francesa al desarrollo interior de grandes superficies comerciales (Castro, 2010): el grupo Carrefour (que participaba al 50 % con Simago en Promotora de Hipermercados¹, de la que eran filiales Almar y Grandes Superficies) y el grupo Promodés/Continente (el grupo Auchan penetró en España en 1981), especializados en la promoción de hipermercados. Junto con Simago, el capital español estaba ya presente con algunas empresas (Eroski, Mercadona...) que iban a conseguir un largo y expansivo recorrido.

El negocio de estas grandes empresas de distribución minorista se beneficiaba de una financiación favorable, a través del pago diferido a sus proveedores. Recordemos que, desde 1982 se inició la rápida incorporación de la tecnología de la lectura óptica en los establecimientos comerciales.

Cuadro 3. PRINCIPALES EMPRESAS DISTRIBUCION ALIMENTARIA EN ESPAÑA, 1981.

	Cifra negocio*	Empleo
1. Promotora de Hipermercados (Simago-Carrefour)	41037	3200
2. Simago	23924	3883
3. Makro	23492	1086
4. Sociedad Auxiliar de Distribución (Continente)	19577	1615
5. Eroski Sdad. Coop.	14893	1003
6. Coop. Gruma	8760	252
7. Almar (Grupo Promotora...)	8700	480
8. Nuevos Métodos Comerciales	8300	1256
9. Distribuciones Giménez y Cia.	7367	330
10. Coaliment Granollers	6800	200
11. Mercadona	6500	660
12. Grandes Superficies (Grupo Promotora...)	6132	535
13. Coeba	5621	640
14. Día	sd	sd
15. Sebastián de la Fuente S. L.	5250	360

*: Facturación en millones de pts.

No se incluyen los grandes almacenes: El Corte Inglés (148178 millones), Galerías Preciados (39327 millones)

Fuente: Fomento de la Producción (ed. 1982).

En dicho ranking español de principios de los ochenta ya estaba presente la renovada empresa zaragozana Distribuciones Giménez y Cia. (Digsa) y en los puestos próximos a entrar en la lista se situaba la otra empresa local Sabeco.

En Aragón en esta década (1975-1985) se produjo la expansión de las empresas de distribución alimentaria domiciliadas en Zaragoza, las dos principales –Digsa y

¹ En 1986 Simago vendió su participación del 50 % de Promotora de Hipermercados

Supermercados Aragoneses (desde 1979, Sabeco)- protagonizadas por capital extranjero y que iban a expandir su actividad fuera de Aragón. Las empresas de distribución alimentaria ganaron peso en el protagonismo empresarial aragonés. Si en 1975 solo Sabeco estaba dentro del ranking de las 15 principales empresas aragonesas por ventas, en 1980 ya eran dos (se incorporaba Digma al ranking) y en 1985 ya eran tres (con Dagesa). Todavía en estos años fue muy escasa la presencia en Aragón de las empresas líderes del sector en España. En ese momento, Aragón solo contaba con la presencia de un pionero hipermercado en Utebo (Alcampo, 1981).

Cuadro 4. MAYORES EMPRESAS DOMICILIADAS EN ARAGON EN 1980. Millones pts.

	Facturación
1. Eléctricas Reunidas de Zaragoza S. A.	12336
2. A. Porta Labata	9700
3. Balay S. A.	7599
4. Distribuciones Giménez y Cia. (Digma)	5900
5. Agrar S. A.	5100
6. Transportes Ochoa	5000
7. S. A. Farmacéutica Aragonesa (Safa)	4939
8. Rico y Echevarría	4855
9. Fribin	4600
10. Saica	4583
11. Giesa	4378
12. Hierros Alfonso	4100
13. Pikolín S. A.	3669
14. Supermercados Sabeco S. A.	3640
15. General de Piensos	3492

Fuente: Fomento de la Producción.

Aragón pasó de contar con casi 30 mil m² de superficie de autoservicios y supermercados en 1975 a 56 mil en 1982, un 3,3 % del total español, un peso algo superior al de su peso demográfico (3,2): casi el 69 % de dicha superficie comercial estaba concentrada en el municipio de Zaragoza (Escolano, 1985).

Supermercados Aragoneses, empresa vinculada a la sociedad francesa Docks de France², llevó a cabo en esta década una notable actividad. En 1975 amplió su capital social a 67 millones de pesetas. En 1976 contaba ya con una red de 15 supermercados (9 en Zaragoza, 3 en Vitoria, 1 en Ejea, Tudela y Logroño). Desde ese momento actuó ya como consejero delegado de la sociedad y director general Miguel Ganuza Parisot. Fue en 1979 cuando se produjo el cambio de denominación de la sociedad, desde entonces Supermercados Sabeco S. A., ampliando su capital social a 70 millones de pesetas. Sabeco inició una nueva línea de tiendas de autoservicio en pequeñas poblaciones, con la denominación Aro Rojo. En 1985, con 22 supermercados (había ampliado en los

² Docks de France, asimismo, constituyó en Oyarzun (Guipuzcoa) la Sociedad Hispánica de Desarrollo para la explotación desde 1977 de un hipermercado. Esta sociedad, dirigida por Miguel Ganuza, director general de Supermercados Sabeco, formaba con Sabeco el grupo de Docks de France en España.

ochenta su actividad a Burgos y Bilbao), Sabeco inauguró su Almacén de productos de gran consumo, en Villanueva de Gállego (15.000 m² iniciales), centralizando su logística en esta población próxima a Zaragoza. En 1987 el capital social de Sabeco era ya de 525 millones de pesetas.

Cuadro 5.

FACTURACION Y EMPLEO EMPRESAS ALIMENTARIAS ZARAGOZANAS, 1975-85.

	Ingresos*			Empleo		
	1975	1980	1985	1975	1980	1985
DIGSA		5893	17763		308	470
SABECO	957	3640	11445	345	495	622
DAGESA			7449			543
SOLANILLA			3935			120

Fuente: Fomento de la Producción

En 1976 se constituyó Distribuciones Giménez y Cia S. A. (Digsa) con un capital de cien millones diez mil de pesetas (desembolsado al 25 %) suscrito por la compañía holandesa (Amsterdam) Weatsheaf Holding B. V. Digsa inicialmente estuvo presidida por José María López Pardo y con Miguel Monserrat Mesanza como secretario³. En 1978 López Pardo renunció a la presidencia, pasando Miguel Monserrat a ser vicepresidente y director general de la empresa ahora presidida por el británico David Bardsley. El capital social de Digsa alcanzó los 234 millones de pesetas en 1985 (propiedad de la compañía británica The Dee Corporation) y estaba presidida desde 1982 por R. Kevin O’Keeffe. En 1979 la compañía explotaba 7 cash&carry y 28 tiendas “Compre bien” en Aragón y Navarra y contaba con 75 tiendas Vegé-Ahorro (en franquicia, en 1981 ya eran cien). La empresa controlaba el 50 % del capital de la sociedad barcelonesa Distribuciones Jordán S. A.; pero las actividades de Digsa en estos años, hasta 1985, se centraron en el ámbito local (Aragón y Navarra).

Distribuidores de Alimentación para Grandes Empresas S. A. (Dagesa) era una sociedad que se constituyó en Zaragoza en 1974, con un capital de cuatro millones de pesetas, vinculada a la familia Sesé Biescas, gestionada por Manuel Sesé Saura como administrador único. En 1984 amplió su capital social hasta 41 millones de pesetas. En 1986 contaba con 36 supermercados con la marca Eco-Dagesa.

La Central Distribuidora Solanilla Hermanos S. A. siguió estando centrada en la distribución de Spar para Aragón, La Rioja y Navarra y Lérida. Mantuvo en estos años, desde 1978, un capital social de 34 millones de pesetas. Situaba ya en 1985 su nivel de facturación muy por debajo de las otras tres cadenas zaragozanas analizadas. La familia Solanilla seguía gestionando las nueve tiendas detallistas de Superet Zaragoza S. A.

³ En “Confesiones de Miguel Monserrat” (Anuario de la Distribución 1992: 160-5), éste señalaba cómo a finales de 1976 se constituyó Distribuciones Giménez y Cia. “con un 75 % de capital inglés y un 25 % de la anterior Sucesores de Giménez y Cia. que vende sus activos a Distribuciones Giménez y Cia.”

Zaragoza Autoservicio S. A., presidida por Gerardo Vela, aumentó su capitalización en este periodo: de los 3,3 millones de pesetas iniciales pasaba a 15 millones en 1979 llegando hasta 30 en 1985. No hay información sobre su implantación comercial⁴.

En 1981 -poco después de la constitución de los nuevos ayuntamientos democráticos- se produjo la tardía llegada del primer hipermercado a Aragón, cuando ya se contabilizaban en España en dicho año 34 establecimientos, en su mayor parte vinculados a los potentes grupos franceses Carrefour y Continente (Promodés). En Utebo, localidad próxima a Zaragoza, se instaló el primer hiper Alcampo, de la empresa francesa Auchan. En ese mismo año se localizó en el centro de Zaragoza El Corte Inglés. Hasta los años noventa todavía no se implantó ningún otro hiper en Aragón ya promovidos casi todos ellos por dichas empresas francesas. Simago, empresa líder del sector, que contaba a mediados de los setenta con una extensa red comercial en España (46 tiendas y 2 hiper) había inaugurado su primera tienda en Aragón en 1975, en Zaragoza. Una muestra, en definitiva, de la escasa implantación de las principales empresas de distribución alimentaria española en Aragón hasta finales de los años ochenta.

4. 1985-2000. Concentración de la distribución alimentaria: del inicial protagonismo en Aragón de las sociedades locales al creciente peso de los grandes grupos estatales de distribución minorista.

En este periodo, tras la incorporación de España a la CEE, siguió reduciéndose en España la cuota de mercado alimentario de las tiendas tradicionales (31% en 2001), si bien todavía siguieron controlando casi la mitad de las ventas de la alimentación fresca, frente a la constante caída de la cuota de los productos secos (envasados) hasta un 15 % (2001), en beneficio de la gran distribución minorista que tendió a concentrarse: si en 1991 las ocho primeras empresas controlaban el 33 % de las ventas, en 2001 ya era el 67 %. Concentración en España en ese momento inferior a la existente en la mayor parte de los países de la Unión Europea. Procesos de concentración que se basaron tanto mediante crecimiento interno como externo, a través de compras o fusiones de otras empresas (Cruz y otros, 2003).

En el ámbito mayorista de las Centrales de compra se produjo asimismo un fuerte proceso de concentración, reduciéndose en los noventa su número (de 21 en 1990 a solo 2 en el año 2000); por su parte, las grandes empresas minoristas integraron la función mayorista, constituyendo sus propias centrales de compra.

Este escenario de fuerte concentración de la gran distribución minorista consolidó, a su favor, crecientes relaciones desiguales con los restantes componentes sectoriales de la cadena alimentaria (Langreo y Germán, en prensa 2014), que incluía la entrada de la gran distribución en el capital de empresas de dichos sectores productivos y la creciente importancia de las marcas propias/ blancas.

⁴ Esta sociedad quebró en 1997.

En Aragón, durante la segunda mitad de la década de los ochenta continuó la expansión de las principales empresas locales de distribución alimentaria. Al inicial protagonismo de Digma y Sabeco y Dagesa dentro del ranking de las empresas aragonesas (por facturación) se añadieron a dicho ranking en 1990 otras dos empresas, Galerías Primero (1988) y Dirsa (por cambio de domicilio social).

Cuadro 6. MAYORES EMPRESAS DOMICILIADAS EN ARAGON EN 1990. Millones de pts.

	Facturación
1. General Motors S. A.	365101
2. Distribuciones Giménez y Cia. (Digma)	70000
3. Distribuciones Reus S. A. (Dirsa)	52334
4. Eléctricas Reunidas de Zaragoza S. A.	45556
5. Balay S. A.	34472
6. Supermercados Sabeco S. A.	30528
7. S. A. Farmacéutica Aragonesa (Safa)	17902
8. Giesa-Schindler S. A.	17481
9. Saica	15969
10. Doux Ibérica S. A.	15510
11. Distribuciones de Alimentación para Grandes Empresas (Dagesa)	14320
12. Pikolín S. A.	13447
13. Matadero General Frigorífico de Binéfar (Fribin)	12200
14. Campo Ebro Industrial S. A.	11007
15. Galerías Primero S. A.	10800

Fuente: Fomento de la Producción.

Digma, Dirsa y Sabeco se situaban a finales de los años ochenta entre las primeras 15 empresas de distribución alimentaria de España.

Cuadro 7. PRINCIPALES EMPRESAS DISTRIBUCION ALIMENTARIA EN ESPAÑA, 1988.

	Cifra negocio*	Empleo
1. Hipermercados Pryca S. A.	212556	7282
2. Sdad. Auxiliar de Distribución S. A. (Continente)	145000	6500
3. Alcampo S. A.	121500	5000
4. Mercadona S. A.	81000	5000
5. Hipercor S. A.	75000	4000
6. Simago S. A.	51092	3192
7. Eroski, Sdad. Cooperativa	47522	1683
8. Makro, Autoservicio Mayorista S. A.	44442	1497
9. Distribuidora Internacional de Alimentación S. A.(Día)	39784	1000
10. Distribuciones Reus S. A. (Dirsa)	34573	510
11. Distribuciones Giménez y Cia. S. A. (Digma)	33081	905
12. Coop. Gruma (Grupo)	30500	
13. Coaliment Granollers S. A. (Grupo)	25632	398
14. Coop. Gruma	22130	260
15. Supermercados Sabeco S. A.	20759	1029

*: Facturación en millones de pts.

Fuente: Alimarket.

Digsa, bajo la dirección de Miguel Monserrat, a mediados de los ochenta decidió ampliar sus actividades fuera de su ámbito local inicial. En 1985 adquirió por mil cien millones de pesetas la empresa madrileña mayorista Diasa Algete, así como su subsidiaria minorista Cada Día S. A. creando Digsa Villalba. En 1988 la sociedad británica Ashley Group adquirió la propiedad de Digsa a su antiguo grupo inversor, permaneciendo el equipo de Monserrat (ahora presidente de la sociedad) en la gestión del grupo y se aceleró la política de adquisiciones. A finales de 1989, Digsa adquirió por 4200 millones de pesetas Almacenes Castillo S. A. (Loja, Granada) que contaba con 5 cash y 5 tiendas, un almacén y 50 franquicias en Andalucía Oriental, constituyendo Digsa Castillo. En 1990 Digsa adquirió la empresa catalana Dismo S.A. Dismo contaba con almacenes en Moncada, Granollers e Ibiza y había adquirido en 1988 la empresa de Albacete Merkal S. A. (con almacén propio) y actividad también en Cuenca (Merkal Cuenca S. A.), así como el grupo García Pagán en Cartagena. En 1989 Dismo contaba con 93 tiendas detallistas.

En 1991 el grupo Digsa, con casi tres mil empleados, sus ventas alcanzaban los 76 mil millones de pesetas que le posicionaban en el puesto nueve del ranking de las mayores empresas de distribución alimentaria en España. El grupo contaba con 16 cash y 275 tiendas (con una superficie de ventas algo superior a 106 mil m² y otros 53 m² de almacenes). El grupo disponía de centrales distribuidoras en Zaragoza (17,8 mil millones de ventas), Collado Villalba (Madrid, con 18,4), Sta. Perpetua de Mogodá (Barcelona, con 14,5), Chinchilla (Albacete, con 12,7) y Loja (Granada, con 12,7). A pesar de su notable tamaño Digsa no contaba con Central de compras propia y estaba incorporada a la central Selex Ibérica.

Digsa Zaragoza, localizaba en el Polígono Malpica de esta ciudad (sede social del grupo) su Central distribuidora regional. Operaba con 65 tiendas propias en Aragón, La Rioja, Soria, Navarra y Lérida, con el rótulo “Compre Bien”; de ellas 36 en Zaragoza y otras diez en el resto de Aragón. Disponía de 9 cash, de ellos 4 en Zaragoza, 2 en Navarra y otro en Huesca, Teruel y Lérida. El peso regional de las ventas suponían ya solo en torno al 23 % del total del grupo.

Ese año, 1991, Miguel Monserrat fue elegido presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza. Sin embargo, dos años más tarde el grupo Digsa entró en suspensión de pagos y en 1995 se produjo la quiebra de la sociedad. Paralelamente, desde 1993 una grave enfermedad llevó a su presidente a la muerte al año siguiente.

Cuadro 8.

FACTURACION Y EMPLEO EMPRESAS ALIMENTARIAS ZARAGOZANAS, 1985-95.

	Ingresos*			Empleo		
	1985	1990	1995	1985	1990	1995
DIGSA	17763	70000		470	2700	
SABECO	11445	30528	75688	622	1663	2875
DAGESA	7449	14320		543	800	
G. PRIMERO		10800	13125		640	540
SOLANILLA	3935	6450	5205	120	170	82

* Millones de pesetas.

Fuente Fomento de la Producción.

Supermercados Sabeco, integrado en el grupo francés Docks de France, llevó a cabo una importante expansión en la década 1985-1995. Su capital social pasó de 525 millones de 1987 a 875 en 1995. Los 22 supermercados de 1985 se habían ampliado a 55 (y 82 franquicias) en 1995. En 1988 incorporó once nuevos supermercados, diez de ellos adquiridos a la empresa madrileña Kanguro. En 1995, su implantación seguía estando localizada en Aragón (41% de su superficie de ventas), La Rioja, Navarra, Soria, Burgos, Vitoria y Bilbao, pero también Cataluña y Vinaroz. En Aragón, la concentración de instalaciones (supermercados) en Zaragoza se complementaba ahora con la implantación de pequeños hipermercados (de más de 2000 m² de sala de ventas) en las principales cabeceras de comarca (Huesca, Barbastro, Fraga; Alcañiz, Teruel; Ejea, Calatayud,). En estos años se consolidó la centralización de la gestión de la empresa desde Zaragoza. A la ampliación del Almacén central de Villanueva de Gállego se sumaron las oficinas de Servicios de Apoyo. En Villanueva compró en 1994 una nave anexa al gran Almacén destinada a almacén de Hogar, Bazar y Textil. En Mercazaragoza inauguró en 1995 una gran cámara de refrigeración (9200 m²) como Plataforma de producto fresco. Asimismo, en Mercazaragoza contaba con una sala de despique de cárnicos a través de su filial Industrias cárnicas El Cachirulo. Había adquirido también la sociedad Cárnicas Cesaraugusta (ambas sociedades se fusionaron en 1991 en la sociedad Cesaraugusta). En 1996, Docks de France fue objeto de una opa desde el grupo Auchan, resuelta finalmente a favor de ésta, lo que supuso la integración de Sabeco en el grupo Auchan y la conversión de este grupo en primer operador comercial alimentario en Aragón. Miguel Ganuza continuó siendo el director general de la compañía.

Dagesa llevó a cabo la expansión de su actividad entre 1985 y 1991. En 1987 aumentó su capital social de 41 a 102,5 millones de pesetas. Integró como filial a la empresa de Tarragona Supermercados Catalanes S. A. (Sucasa, 25 tiendas en 1990) dirigida por M^a Luisa Sesé Biescas, hija del dueño de Dagesa, Manuel Sesé Saura. Este participaba con un 50 % en el capital de la sociedad oscense Supermax S. A. (17 tiendas) de la que era asimismo presidente. En 1990 Dagesa compró Supermercados Agud, de Tudela (8 tiendas). Esta expansión, sin embargo, tocó techo en los años siguientes. Dagesa pasó a estar controlada desde 1994 por el grupo Cofir (Corporación Financiera Reunida, contaba con el 80 % de su capital). En 1995 Dagesa contaba con 98 tiendas (con una superficie total de venta de 48 mil m², un 78 % localizada en Aragón). De ellas 44 tiendas en Zaragoza (con un 51 % de su superficie total de venta). Ese año la nueva Dagesa compró una docena de supermercados Compre Bien de Digma, así como la empresa catalana Distop (65 supermercados); Sucasa fue vendida en 1996 a Condal Aliment S.A. A principios de 1997 Cofir vendió Dagesa al grupo balear Distribución Mercat/ Syp. La alianza establecida ese año entre el grupo Eroski con Udama S. L. (filial de Mercat) por la que participaba al 50 % en dicha sociedad, con el objeto de explotar las tiendas del grupo isleño Mercat en la península (entre ellas las de Dagesa)

bajo el anagrama Consum consolidó con gran impacto la implantación del grupo Eroski en Aragón⁵.

El comerciante zaragozano Plácido Muñoz Colás (Germán dir., 2009: 415-417) constituyó en 1988 Galerías Primero S. A. con un capital de diez millones de pesetas, ampliados al año siguiente a 270, 33 millones, actuando el promotor como administrador único de la sociedad. En 1995 ésta contaba con un almacén central y 10 tiendas/grandes almacenes destinados minoritariamente a alimentación (ésta solo representaba en torno a la tercera parte de la superficie de ventas y en torno a la mitad de la facturación). Su mayor arraigo en este ámbito alimentario se produjo a partir de 1994 año en que adquirió los Ultramarinos Casa Fau S. A.⁶, empresa zaragozana en suspensión de pagos que contaba ese año con 15 tiendas en la ciudad. A finales de 2000, Galerías Primero -con un capital social de 295,3 millones de pesetas- ya contaba, además del almacén central, con 35 tiendas todas localizadas en Zaragoza y casi el 60 % de su facturación era alimentación.

Distribuciones Reus S. A. (Dirsa), se había constituido en Reus (Tarragona) en 1981, con un capital de 25 millones de pesetas (aumentados en 1986 a 325 millones, con cargo a Reservas) y estaba presidida por Andrés Rodríguez Figuerola, actuando como secretario y consejero delegado de la sociedad el zaragozano Juan Jesús González Cabrejas. Dirsa contaba en 1987 con sendas centrales distribuidoras en Reus (Tarragona), Mallén (Zaragoza), San Antonio Vilamayor (Barcelona), Villanubla (Valladolid) y Santiago de Compostela

En 1987 la empresa trasladó el domicilio social de Reus a Mallén. En 1988 la sociedad fue adquirida por Tabacalera (75 % del capital) y González Cabrejas pasó a presidirla. En 1990 Dirsa tras su compra por el BBV pasó al poco tiempo al grupo Día S. A., filial del francés grupo Promodés (promotor, asimismo, de los hipermercados Continente⁷), lo que supuso su traslado social a Madrid desde 1991. Así, a través de la compra de Dirsa se produjo la implantación del grupo Día en Aragón. En 1994 Día contaba en Aragón con el almacén de Mallén y 74 tiendas (19310 m²) -de ellas 48 tiendas en Zaragoza (11610 m²)- lo que suponía casi la décima parte del total de la infraestructura detallista española del grupo Día. El grupo Promodés afianzó su presencia en Aragón en 1995 con la creación de un hipermercado Continente en el Centro Augusta de Zaragoza.

A finales de siglo, los dos grandes grupos franceses, Pryca y Promodés, se fusionaron creando el grupo Carrefour, con sus dos líneas de actuación: los grandes hipermercados y la línea de supermercados de descuento protagonizada por Día.

La Central Distribuidora Solanilla seguía como central distribuidora regional de Spar. Spar dejó de ser central de compras en los noventa para integrarse en la central Euromadi. En 1990 Solanilla amplió su capital a 200 millones de pesetas (con cargo a la cuenta de reservas). Si todavía el nivel de facturación de Solanilla creció hasta

⁵ Hasta ese momento la presencia de Eroski en Aragón se limitaba a la provincia de Huesca, contando desde 1993 con un hipermercado en su capital.

⁶ Sociedad promovida por el comerciante local Lorenzo Fau Oliván en 1988 con un capital de 300 mil pesetas, ampliado al año siguiente a 25 millones de pesetas. En 1990 contaba con veinte tiendas en Zaragoza (con 6750 m² de sala de ventas) y una facturación estimadas en 4500 millones.

⁷ En 1997 Continente compró la red de supermercados Simago.

principios de los noventa, éste se redujo ya en los años siguientes: si en 1990, además de su almacén, contaba con 22 supermercados y 6 cash y 160 franquicias, en 1995 se habían reducido a 16 y 4 respectivamente así como a 122 las franquicias. En 1999, la empresa presentó suspensión de pagos, lo que provocó su disolución.

Cuatro empresas domiciliadas en Aragón -Dagesa, Sabeco, Digma y Primero- eran las principales empresas distribuidoras alimentarias minoristas operativas en Aragón a principios de los años noventa. Junto a ellas se posicionaban tres importantes grupos franceses: el pionero hiper de Alcampo (Utebo, Zaragoza, 1981), el de Pryca (Zaragoza, 1990) y la nueva implantación del grupo Día.

Cuadro 9.

EMPRESAS DISTRIBUIDORAS ALIMENTARIAS OPERATIVAS EN ARAGON (1991).

	Capital	Superficie ventas (m ²)	%
1. Galerías Primero S. A.	L(ocal)	19480 (1)	13,3
2. Dagesa S.A.	L	18000	12,3
3. Supermercados Sabeco S. A.	F	13517	9,3
4. Grupo Digma	UK	12731	8,7
5. Alcampo S. A.	F	12000	8,2
6. C. Comerciales Pryca	F	10500	7,2
7. Día S. A.	F	10000 (2)	6,8
8. Supermax S.A. (filial de Dagesa)	L	8755	6,0
9. Ultramarinos Casa Fau S. A.	L	7100	4,9
10. M. B. Gigante S. A.	E	6000 (3)	4,1
11. Cabrero e Hijos S. A.	L	5560	3,8
12. C. Distribuidora Solanilla S. A.	L	5120	3,5
13. Simago S. A.	E-F	2577	1,8
Restantes empresas		14685	10,1
Total superficie sala de ventas estimada		146025	100,0

(1) Solo algo menos del 30 % destinada a Alimentación

(2) Superficie estimada para 34 tiendas (adquiridas a Dirsa en 1990).

(3) Hiper de Barbastro vendido a Sabeco en 1992

Fuente: Anuario de la Distribución, 1992.

En los años noventa se produjo la desaparición de una gran parte de estas grandes empresas alimentarias domiciliadas en Aragón y la nueva implantación en Aragón de importantes y dinámicas empresas de la gran distribución minorista en España (el grupo Promodés y su filial Día –fusionados en 1999 en el grupo Carrefour-, Eroski, Lidl, Mercadona e Hipercor).

Cuadro 10. PRINCIPALES EMPRESAS DISTRIBUCION ALIMENTARIA EN ESPAÑA, 2000.

Cifra negocio* % 2000-1988 Empleo

1. Centros C. Carrefour	1146251	321**	40727
2. Grupo Eroski	700215	1473	23317
3. Mercadona	519820	642	21200
4. Día (Grupo Carrefour)	396306	996	10360
5. Hipercor (Grupo El Corte Inglés)	395000	707***	12800
6. Alcampo (Grupo Auchan)	386322	318	12400
7. Superdiplo (Grupo)	218271		6850
8. Caprabo (Grupo)	217121	1642	10000
9. Grupo El Arbol	160000		9000
10. Makro Autoservicio Mayorista	157768	355	2384
11. El Corte Inglés (Supermercados)	135000	707***	s.d.
12. Supermercados Sabeco (Grupo Auchan)	117000	564	5242
13. Lidl	115000		4650
14. Gadisa (Grupo)	101985		4100
15. Ahorramás (Grupo)	99631		3300

*: Millones de pesetas

** : % de aumento de la facturación en 2000 de Carrefour, respecto de la de Prica y SAD (Promodés) en 1988.

***: % de aumento de la facturación en 2000 conjunta de Hipercor y El Corte Inglés (Supermercados)

Fuente: Alimarket.

Recordemos que en 1990 se había producido la adquisición de Dirsa por la cadena de descuento Día; Digma presentó suspensión de pagos en 1993 y estado de quiebra en 1995; Dagesa se integró en 1997 en el expansivo grupo Eroski (creado en 1990 por fusión de las cooperativas Eroski y Consum); Sabeco se integró en el grupo Auchan en 1996, grupo líder en Aragón (que amplió su presencia local con la promoción en 1994 y 1997 de otros dos grandes hipermercados Alcampo en Zaragoza).

Si las adquisiciones de empresas locales posibilitaron en esta década a Día y a Eroski su fuerte implantación en Aragón, otros importantes grupos (Mercadona, Lidl e Hipercor) desembarcaron en estos años: el expansivo grupo valenciano Mercadona (1977) lo hizo en 1992, pero en 2000 (sumaba en torno a medio millar de tiendas en España) todavía solo contaba con 5 supermercados en Aragón (4 en Zaragoza y 1 en Teruel). El recién llegado grupo alemán Lidl –vía Barcelona, con una primera tienda en Alcañiz- desde 1994; en el 2000 Lidl (319 tiendas en España) ya contaba con una docena de supermercados en Aragón, de ellos nueve en Zaragoza. Hipercor (con 22 hiper en España en 2000) se implantó en Zaragoza en 1997 (10.000 m²) asociado al centro comercial Grancasa. En 1995 El Corte Inglés había absorbido a Galerías Preciados, lo que supuso doblar su presencia en Zaragoza con dos establecimientos que acogían sendos supermercados.

A finales del siglo, solo dos empresas domiciliadas en Aragón -Sabeco (integrada en el grupo Auchan) y Galerías Primero- mantuvieron su presencia en el ranking de las principales empresas distribuidoras alimentarias operantes en Aragón. El grupo Auchan y Eroski –junto a Galerías Primero, Carrefour y su filial Día- pasaron a ser a finales de siglo las empresas líderes de la distribución alimentaria en Aragón.

Cuadro 11.

EMPRESAS DISTRIBUIDORAS ALIMENTARIAS OPERATIVAS EN ARAGON (1999)*.

	Capital	metros cuadrados	% Aragón	% España
1. Auchan-Sabeco	F	56644	21,0	5,3
2. Eroski-Consum	E	46832	17,3	8,4
3. Galerías Primero	L	33660	12,5	1,4
4. Carrerfour-Champion	F	24505	9,1	16,2
5. Día (del Grupo Carrefour)	F	23031	8,5	6,1
6. Hipercor-El Corte Inglés	E	13250	4,9	3,1
7. Lidl autoservicios	D	7200	3,0	2,4
8. ITM (Intermarche)	F	7080	2,6	1,0
9. Cabrero e Hijos	L	6756	2,5	0,1
10. Coop. Ltda. Alvimar	L	5260	2,0	0,1
11. Mercadona	E	4874	1,8	4,3
12. 7 Alimentación 7	E	3813	1,4	0,1
Restantes empresas		37108	13,7	
Total superficie estimada		270013	100,0	

* Superficie de sala de ventas.

Fuente: Anuario de la Distribución, 2000-01, elaborado por Flavián, Fuster y Polo (2001).

Esas cinco empresas concentraban ya en 1999 en torno al 68 % del total de la superficie de ventas en Aragón, una cuota muy superior a la que tenían a principios de la década.

En esa década de los noventa se produjo, asimismo, el auge de la implantación de Centros Comerciales –muy concentrados en Zaragoza- vinculados a la creciente presencia de Hipermercados, propuesta que ha seguido implantándose durante la primera década del nuevo siglo.

Cuadro 12. CENTROS COMERCIALES EN ARAGON (2010).

	Inauguración	Municipio	Superficie (m ²)	Hiper asociado	Superficie (m ²)
ALCAMPO UTEBO	1981	Utebo (Z)	30056	Alcampo	10500
INDEPENDENCIA	1983	Zaragoza	7152	no tiene	
PRYCA ZARAGOZA	1990	Zaragoza	18273	Pryca-Carrefour	10500
COSO REAL HUESCA	1993	Huesca	14000	Eroski*	4073
AUGUSTA	1995	Zaragoza	62447	Continente-Carrefour	14825
LOS PORCHES AUDIORAMA	1995	Zaragoza	9234	Sabeco-Simply*	2917
ALCAMPO LOS ENLACES	1997	Zaragoza	16000	Alcampo	10900
GRANCASA	1997	Zaragoza	77344	Hipercor	10000
UTRILLAS PLAZA	2000	Zaragoza	18000	Alcampo	9900
EROSKI JACA	2001	Jaca (Hu)	11629	Eroski*	3371
PUERTA CINEGIA	2004	Zaragoza	7000	no tiene	
PLAZA IMPERIAL	2007	Zaragoza	134800	Eroski	8000
PUERTO VENECIA	2007	Zaragoza	83890	Hipercor	
ARAGONIA	2009	Zaragoza	30000	Mercadona	

* Hiper de pequeño tamaño
Fuente: CESA (2011), Alimarket.

Se consolidó la presencia del capital francés en este ámbito: por un lado, a la presencia de Pryca (1990) se sumó la nueva implantación de un hiper Continente (1995) del grupo Promodés; ambas empresas se fusionaron en 1999 dentro del grupo Carrefour. Por otro lado, a la pionera implantación del hiper Alcampo de Utebo, se sumaron a finales de los noventa otros dos nuevos hiper del grupo Auchan en Zaragoza (Los Enlaces y Utrillas).

A finales de siglo, Aragón el comercio alimentario presentaba una clara especialización en el formato de supermercados (al sumar el 4 % del total español de superficies de venta), el principal protagonista de la gran distribución minorista; mientras el peso relativo de hiper era solo del 3 % y del 2,6 % en centros comerciales (1996).

5. 2000-2010: Mayor concentración y casi desaparición del capital local

Durante la primera década del nuevo siglo –hasta el inicio de la grave crisis- continuó en España el crecimiento del sector, aunque a un ritmo algo inferior al de la anterior década. Crecimiento, que se ha apoyado desde finales de siglo especialmente en el creciente protagonismo del formato de los supermercados frente al menor dinamismo del de los hipermercados que parece haber entrado en una fase de saturación (Cuesta, 2004). Siguen figurando a la cabeza del ranking durante esta década las mismas cinco empresas (Carrefour, Eroski, el Corte Inglés, Mercadona y Auchan), pero han cambiado sus posiciones. Entre las principales empresas de distribución alimentaria (cuadro 13) destaca el impulso de dos de ellas: por un lado, Mercadona, que ya se ha afianzado como la empresa líder del sector, superando al grupo Carrefour y al grupo Eroski (en 2004 la cooperativa Consum se separaba de este grupo y en 2007 Eroski compraba Caprabo); por otro lado, el avance de Lidl que ha pasado del puesto 13 al 7.

Cuadro 13.

PRINCIPALES EMPRESAS DISTRIBUCION ALIMENTARIA EN ESPAÑA, 2010.

	Cifra negocio*	% 2010-2000	Empleo
1. Mercadona	15242,8	488	63500
2. Centros C. Carrefour (Grupo**)	8600,0	125	44000
3. Grupo Eroski (División Alimentación)	6478,1	154	37100
4. Dia (Grupo Carrefour)	4116,0	173	19235
5. Alcampo (Grupo Auchan***)	3435,0	148	15400
6. Hipercor (Grupo El Corte Inglés****)	2610,0	110	15250
7. Lidl	2265,0	328	9500
8. Consum S. Coop.	1675,5		9889
9. Dinosol supermercados (Grupo)	1397,4	258	9600
10. Makro Autoservicio mayorista	1317,0	139	3394

11. Ahorramás (Grupo)	1298,0	217	9131
12. Miquel Alimentació Grup	960,0	189	3500
13. Supermercados Sabeco (Grupo Auchan)	923,0	131	5848
14. Gadisa (Grupo)	911,8	149	6138
15. Grupo El Arbol	850,0	88	7000

*: Millones de euros

** : El Grupo Carrefour tiene una facturación total de 14059 millones de euros.

***: El Grupo Auchan (Alcampo y Sabeco) tiene una facturación de 4358 millones.

****: El Grupo Alimentación del Corte Inglés tiene una facturación de 4188 millones.

Fuente: Alimarket.

En Aragón la distribución minorista alimentaria ha continuado creciendo en esta década hasta el estallido de la crisis, a partir del 2008. La superficie de sus salas de venta aumentó entre 1999 y 2008 un 36 % para estancarse en los años siguientes. En ese momento representaba en torno al 3,1 % del total español de superficie de ventas.

Cuadro 14.

SUPERFICIE SALA DE VENTAS MINORISTA ALIMENTARIA EN ARAGON, 1999-2010. (m²).

1999	270013	100
2002	284794	105
2003	295567	109
2004	308585	114
2005	318427	118
2006	345931	128
2007	357503	132
2008	368244	136
2009	362625	134
2010	370501	137

Fuente: CESA (varios años) a partir de Alimarket.

Durante estos años ha seguido aumentando la concentración del ámbito minorista alimentario en Aragón. Si en 1999 las ocho primeras empresas concentraban el 80,6 % de la superficie de ventas en 2009 la concentración ya era del 87,4 %. El grupo Auchan (Alcampo y Sabeco) perdía el liderazgo y cuota (pasó del 21 al 17 %) en beneficio de una expansiva Galerías Primero (que ganaba peso del 12 al 20 %), que sin embargo finalmente en plena crisis (2009) fue vendida al grupo castellano leonés El Arbol. Al igual que en el conjunto del Estado, Eroski y Carrefour (incluida su filial Día⁸) perdían asimismo cuota, frente al fuerte dinamismo de Mercadona (que pasaba

⁸ La integración de Día en el grupo Carrefour a finales de siglo se mantuvo solo una década. En 2011 se produjo la escisión de Día de Carrefour. En 2013 Día adquirió la cadena Schlecker, a mediados de 2014 se ha producido la compra del grupo El Arbol lo que consolida a Día en los primeros puestos del ranking de la distribución alimentaria española (cuadro 13) y en el liderazgo en Aragón.

de tener una cuota del 1,8 al 12,5) y se situaba ahora en el quinto puesto del ranking regional.

Cuadro 15.

EMPRESAS DISTRIBUIDORAS ALIMENTARIAS OPERATIVAS EN ARAGON, 1999-2009*. %.

	Capital	1999	2004	2009
1. Galerías Primero (1)	L	12,5	19,2	20,2
2. Grupo Auchan	F	21,0	18,7	16,8
3. Grupo Eroski	E	17,3	14,0	14,4
4. Grupo Carrefour (2)	F	17,6	16,1	13,3
5. Mercadona	E	1,8	6,8	12,5
6. Lidl	D	3,0	3,1	3,7
7. Grupo El Corte Inglés	E	4,9	3,9	3,4
8. Cabrero e Hijos	L	2,5	3,4	3,1
Total superficie estimada (m ²)		270013	308585	362625
% superficie 8 empresas sobre total		80,6	85,2	87,4

* Superficie de sala de ventas.

(1) Comprado en 2009 por el Grupo El Arbol.

(2) Incluye Dia

Fuente: CESA (2012). Elaboración a partir de Alimarket.

Galerías Primero impulsó desde el inicio del siglo una notable expansión de su actividad, ampliando su implantación desde Zaragoza al resto de Aragón. En 2006 casi había duplicado su número de tiendas respecto del año 2000 (ahora eran 67, de ellas 46 localizadas en Zaragoza) así como su superficies de ventas (aumentó de casi 45 mil m² a más de 80 mil). En 2004 se había producido la ampliación del capital social de 1,8 millones de euros a 11,8 millones, mediante la participación de dos nuevos socios: el grupo Nozaleda –a través de su empresa inmobiliaria Nozar S.A, que asumió un 28,3 % del capital de la sociedad- y la caja de ahorros local CAI (con otro 28,3 % de participación social); la familia Muñoz contaba con el restante 43,3%. En 2006 se produjo una nueva ampliación del capital social en diez millones de euros. En ese momento se materializó la dimisión como presidente y consejero delegado de Plácido Muñoz y su salida de la sociedad, cuyo capital ahora quedó repartido entre los dos socios restantes (Nozar, con un 60 %, y la CAI con el 40 % restante). La nueva presidencia de la sociedad la ocupó Luis Emilio Nozaleda y la vicepresidencia Tomás García Montes (director general de CAI). Los planes expansivos de los nuevos gestores pretendían ampliar la cuota de mercado en Aragón, abrirse a nuevas comunidades autónomas próximas y ampliar su capacidad logística (de 9 a 33 mil m²) con nuevas instalaciones en la Plataforma de Zaragoza (Plaza). Sin embargo, con el inicio de la crisis y del estallido de la burbuja inmobiliaria, a finales de 2008 CAI adquirió la participación mayoritaria del grupo Nozaleda y quedó como único propietario de la sociedad. En ese momento la sociedad contaba con 81 tiendas (con una superficie de 93 mil m²) y solo 7 localizadas fuera de Aragón. La inicial pretensión de venta de Galerías Primero a Supermercados Sabeco fracasó y finalmente fue suplida por la venta en 2009

de la sociedad al grupo vallisoletano El Arbol. A mediados de 2014 el grupo El Arbol ha sido comprado por Dia.

Cuadro 16.

FACTURACION Y EMPLEO EMPRESAS ALIMENTARIAS ARAGONESAS, 2000-09.

	Ingresos*			Empleo		
	2000	2005	2009	2000	2005	2009
SABECO	703,2	930,0	984,0	5242	6700	5736
G. PRIMERO	102,2	186,4	177,0	875	1300	1300
CABRERO E HIJOS	23,5	31,0	35,4	160	192	230
7 ALIMENTACION 7	29,2	29,3	35,1	110	136	136

* Millones de euros.

Fuente Alimarket.

Supermercados Sabeco, integrado en el Grupo Auchan (presente asimismo en Zaragoza con sus tres hipermercados Alcampo), creó a finales de 1999 su filial Sabeko Banaketa, encargada de gestionar el negocio en el País Vasco. En el 2000 Sabeco contaba con 9 plataformas: en Zaragoza (en Villanueva de Gállego y en Mercazaragoza), en Paterna (Valencia), Munguía (Vizcaya) y en Madrid (en Coslada y en Mercamadrid); a ellas se agregó en 2005 la de Miranda de Ebro. Localizaba su negocio distribuidor en el cuadrante NE peninsular, en un radio en torno a 300 Km. desde Zaragoza. En 2000 Sabeco contaba con 103 tiendas propias (con 131 mil m² de superficie total de venta, un 29 % localizada en Aragón) y 92 franquiciadas (21 mil m²). En 2009 ya eran 124 tiendas propias (con 168 mil m², de ellos un 32% en Aragón) y 117 franquicias (17 mil m²) e iniciaba su expansión al sur de Madrid, en Castilla-La Mancha. En 2006 Auchan decidió la transformación de los centros Sabeco a la nueva enseña Simply (ya presente en Francia e Italia), proceso culminado en 2010. En ese momento la sociedad estaba presidida por Miguel Ganuza, director general de la sociedad durante tres décadas.

Los siguientes protagonistas operadores minoristas en Aragón (cuadro 15) son los grandes grupos Eroski, Carrefour, Mercadona, Lidl y el Corte Inglés. Ya hemos señalado que Eroski y Carrefour (incluida su filial Día) perdían cuota en Aragón, frente al espectacular dinamismo de Mercadona que se situaba ahora en el quinto puesto del ranking regional.

Eroski que duplicó su superficie de venta minorista en España entre 2001 y 2009, apenas aumentó ya su red en Aragón (que pasó de una superficie de 49 a 59 mil m, lo que redujo su peso en el total de superficie del grupo del 6,4 al 3,7%) y le hizo perder cuota dentro del negocio minorista en Aragón (pasó del 17,3 al 14,4 % entre 1999 y 2009). Solo destacaron dos nuevas promociones: en 2001 un pequeño hiper en Jaca (3371 m²) y otro mayor en Zaragoza en el Centro comercial Plaza (8000 m²) de corta vida -inaugurado en 2007 y cerrado pocos años después- año de su fuerte endeudamiento con la compra de la sociedad catalana Caprabo⁹, coincidente con el

⁹ La compañía catalana Caprabo contaba en Aragón en 2006 solo con 9 supermercados (y una superficie de venta de 8005 m²). En ese momento su cuota de superficie de venta era solo del 2,3 % del total de Aragón.

inicio de la profunda crisis financiera e inmobiliaria. Así, la cuota de Eroski en Aragón, cayó en 2012 al 11,9 %.

El grupo Carrefour ha continuado manteniendo en Aragón sus dos grandes hipermercados zaragozanos (en Actur y en el Centro Augusta). Día –que ha mostrado en esta década un mayor dinamismo que los grandes hipermercados- ha seguido integrada en Carrefour hasta 2011 en que se ha excindido del grupo. Si a finales de siglo el grupo Carrefour (incluido Día) era, tras Auchan (Alcampo-Sabeco), el segundo grupo operativo alimentario en Aragón, en 2009 ha pasado a la cuarta posición (cuadro 15). A pesar del crecimiento de la superficie comercial de Dia en Aragón: en 1999 Día localizaba en Aragón 102 tiendas (con 23031 m²), con una cuota regional del 8,5 %; en 2010 las 98 tiendas (con 35294 m² suponían una cuota del 9,5 %), de ellas 41 en Zaragoza (con 16112 m²). La nueva Dia ha expandido su actividad en los últimos años: en 2013 adquirió la cadena Schlecker y a mediados de 2014 ha comprado el grupo El Arbol, lo que convierte a Dia –con gran diferencia- en el principal grupo distribuidor alimentario operativo en Aragón.

Mercadona se ha mostrado en España en esta década como la más expansiva empresa minorista alimentaria, superando al grupo Carrefour en el liderazgo del sector, algo impensable diez años antes. En Aragón su protagonismo es menor, pero el aumento de su cuota de mercado ha sido extraordinario (pasó entre 1999 y 2009 del 1,8 al 12,5 %). Su implantación se ha multiplicado pasando de 5 supermercados (con 5202 m²) en 2000 a 36 en 2009 (con 46435 m²), de ellos 19 en Zaragoza, el más reciente de ellos localizado en el Centro comercial Aragonia inaugurado ese año.

Lidl ha sido –tras Mercadona- la empresa que más ha crecido su facturación durante esta primera década del siglo, lo que le ha permitido pasar del puesto 13 al 7 en el ranking de mayores empresas de distribución minorista alimentaria en España. La expansión de su red en Aragón no ha sido tan espectacular manteniendo su cuota de mercado en algo más del 3 %. Su red en Aragón pasó de 12 tiendas descuento (9450 m²) en el año 2000 a 16 (14275 m²) en 2009.

El grupo El Corte Inglés, protagonizado hasta finales de siglo por sus grandes almacenes (que incluyen supermercados) e Hipercor (hipermercados) amplió en los años inmediatos su oferta de cadenas: Supercor (supermercados) y Tiendas de Conveniencia (tiendas Opencor, con un muy amplio horario comercial). Con todo, si la facturación del grupo (supermercados e Hipercor) en España en 1999 era similar a la de Mercadona, en 2010 la facturación de Mercadona ya era 3,6 veces la de la división de Alimentación del grupo Corte Inglés (cuadro 12). También en esta década, en Aragón/Zaragoza el grupo ha perdido cuota en la distribución alimentaria, pasando del 4,9 al 3,4%, dado el escaso aumento de su superficie de venta en Zaragoza en esta década (pasó de 13.600 m² a 17400 m²). Sin embargo, en los últimos años –en plena crisis económica- destaca la fuerte inversión del grupo en Aragón, puesta en la promoción conjunta en 2012 de El Corte Inglés e Hipercor, juntos (con 35 mil m² de nueva superficie comercial) en el zaragozano Centro comercial Puerto Venecia (2007).

Con la desaparición de Galerías Primero y la excepción de Sabeco/Simply, tan solo restan pequeñas empresas domiciliadas en Aragón, las más destacadas Cabrero y 7 Alimentación 7.

La veterana sociedad altoaragonesa Cabrero e Hijos ha seguido concentrando su actividad en la provincia de Huesca, donde comparte con Eroski el liderazgo en la distribución provincial. A principios de siglo contaba con 14 tiendas propias y 16 franquicias, 3 cash y dos almacenes. En 2008 sustituyó su antigua enseña Alvi por la nueva marca Altoaragón. En 2009 mantenía su red de 14 tiendas propias (8080 m²) y 14 franquicias (3385m²), 3 cash (2670 m²) y un almacén; de sus ventas un 63% era generado por sus tiendas propias, un 27 % por las mayoristas y un 10 % por el suministro a las franquicias. Entre 1999 y 2009 su cuota de superficie de venta en Aragón ha pasado del 2,5 al 3,1%.

La sociedad 7Alimentación7, constituida en 1993, con sede en Zuera (Zaragoza) ha tenido en esta década la licencia de la marca Spar en Aragón, La Rioja, Navarra y Soria. En 2006 contaba con 204 tiendas franquiciadas (24600 m²), de ellas 125 en Aragón (13771 m²) y 24 supermercados propios (8715 m²), de ellos 15 en Aragón (4888 m²). En Aragón alcanzaba en ese momento el 5,4 del total de su superficie de venta. Ese año fue absorbida por la sociedad de Granollers (Barcelona) Covalco, principal grupo mayorista actuante en Aragón a finales de la década¹⁰, que reforzó así su presencia en Aragón en el ámbito minorista, política expansiva que ha continuado durante los últimos años.

6. Conclusiones.

Este repaso a las principales transformaciones empresariales de la distribución alimentaria en Aragón desde la segunda mitad del siglo XX, con la implantación del autoservicio, nos ha mostrado un proceso de modernización del sector protagonizado tanto por el ámbito mayorista como por el minorista y apoyado por la Administración, sobre todo a través del fomento de una red logística de Mercas.

En Aragón, este proceso –crecientemente localizado en el ámbito zaragozano- ha estado inicialmente protagonizado –desde los años sesenta- por la incorporación de varios mayoristas locales (Solanilla, Suc. de Giménez, Cabrero...) a la formación de filiales españolas de cadenas voluntarias de ámbito europeo (las primeras, Spar, Vegé, Ifa,...) asociándose minoristas a las cadenas a través de dichos mayoristas, muchos de los cuales promocionaron además tiendas propias.

En el ámbito minorista, no parece haberse promovido apenas en este periodo en Aragón la cooperación entre detallistas (caso de Madrid con Gruma o de Granada con Coviran) , a pesar de que el sector contaba con una experiencia pionera de preguerra (La Mutualidad Mercantil).

¹⁰ Covalco (6894 m²), Makro (6090 m²) y Cabrero (2670 m²) eran en 2010 las tres principales empresas mayoristas (cash & carry) de Aragón. Entre las tres representaban ese año el 54 % de la superficie comercial mayorista de Aragón

Las iniciativas locales más exitosas desde finales de los sesenta se han vinculado a la participación de la inversión extranjera en varias empresas locales: Supermercados Aragoneses (desde 1979, Sabeco) y la renovación de Sucesores de Giménez y Cia. en Distribuciones Giménez y Cia (Digsa). A ellas se sumó otra nueva empresa local, Dagesa. Las dos primeras en clara expansión comercial en el cuadrante NE peninsular se posicionaban a finales de los ochenta entre las quince primeras empresas distribuidoras alimentarias en España. Hasta ese momento las principales empresas estatales del sector contaron con una escasa presencia en Aragón.

El fuerte proceso de concentración del sector, especialmente intenso durante los años noventa, aceleró las fusiones empresariales y la casi desaparición del capital local junto a la creciente implantación en Aragón de las grandes empresas distribuidoras minoristas (Auchan, Carrefour, Eroski, Mercadona, Lidl y el Corte Inglés). El último importante proyecto empresarial local estuvo protagonizado por Galerías Primero (1988) que ha liderado la distribución minorista alimentaria en Aragón durante la primera década del siglo, si bien finalmente –en el contexto de la actual crisis económica- se ha producido su venta al grupo castellano leonés El Arbol y la posterior integración de éste en el grupo Dia.

Bibliografía.

- ALIMARKET (varios años, desde 1989) *Informe Anual*. Desde 1995, *Informe Anual Distribución*, Madrid.
- ANUARIO DE LA DISTRIBUCION (1992), Madrid.
- CAMARA OFICIAL DEL COMERCIO Y DE LA INDUSTRIA DE ZARAGOZA (varios años) *Desarrollo industrial y comercial de Zaragoza*, Zaragoza.
- CASARES, J. (1982) “Dualismo en el comercio interior. Alternativas futuras”, en *Información Comercial Española*, 582, Madrid, pp. .
- CASARES, J. (2004) “Las transformaciones en la distribución comercial (1978-2003). Nuevas ideas para contemplar el paisaje”, en *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, 2-3. Monográfico: 25 años de economía de mercado, Madrid, pp. 107-27.
- CASARES, J., MARTIN V. J. y ARANDA E. (2000) “Vértigo en la distribución comercial. Concentración, competencia, empleo y relaciones con proveedores” en *Distribución y Consumo*, Madrid, 49, pp. 5-25.
- CASARES, J. y MARTIN V. J. (2003) “Evolución de la distribución comercial y de los hábitos de compra: del dualismo al polimorfismo”, en *Información Comercial Española*, 811, Madrid, pp. 323-347.
- CASARES, J. y REBOLLO, A. (1991) “Distribución comercial. La aceleración del cambio. 1966-1991. Veinticinco años de revolución comercial en España”, en *Distribución y Consumo*, Madrid, 1, pp. 10-38.
- CASARES, J. y REBOLLO, A. (2005³) *Distribución comercial*, Thomson-Civitas, Madrid.
- CASTRO, R. (2010) “Maquinas de vender. Una historia de la gran distribución francesa en España desde los años setenta”, *Revista de Historia Industrial*, 44, pp. 97-137.
- CESA (varios años) *Informe sobre la situación económica y social de Aragón*, Zaragoza.
- CRUZ I., REBOLLO A. y YAGÜE M. J. (2003) “Concentración y competencia en los canales de distribución de productos alimenticios” en *Papeles de Economía Española*, 96, pp.112-133.
- CRUZ I. (2012) *Canales de Distribución. Especial referencia a los productos de Alimentación*, Pirámide, Madrid.
- CUESTA, P. (2004) “Treinta años de Hipermercados en España. ¿Saturación o renovación?”, *Distribución y Consumo*, Madrid, 80, pp. 46-56.
- CUESTA, P. y RUBIO, D. (2002) “Características del sistema de distribución comercial en Andalucía” en *Boletín Económico de Andalucía*, 31-32, Sevilla, pp. 135-149.
- DISTRIBUCION ACTUALIDAD (varios años) “Dossier de Hipermercados”, Madrid.
- ESCOLANO, S. (1985) *Comercio y territorio en Aragón : evolución y localización del comercio minorista*, IFC, Zaragoza.
- ESTEVE, N. (1982) “Sistemas organizativos en el comercio”, en *Información Comercial Española*, 582, Madrid, pp. 111-117.
- FLAVIAN, C. y POLO Y. (1994) “Distribución comercial en Aragón. Perspectivas de futuro”, en *Distribución y Consumo*, Madrid, 16, pp. 82-97.
- FLAVIAN, C. y POLO Y. (2001) “Geografía comercial de España. Aragón”, en *Distribución y Consumo*, Madrid, 57, pp. 105-23.
- L. GERMAN dir. (2009) *Grandes empresarios aragoneses*, Lid, Madrid.
- L. GERMAN, R. HERNANDEZ y J. MORENO coords. (2009) *Economía alimentaria en España durante el siglo XX Mº*. Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Madrid.
- GRANDÍO, A. y MAIXE, J. C., (2008) *Vegalsa Eroski 1945- 2007. Homenaje a un emprendedor, Ventura González Prieto y la Distribución Alimentaria en Galicia*, Ed. Vegalsa Eroski.

- JIMENEZ, D. y otros (2004) “La distribución comercial minorista en la Europa de 15+10” en *Distribución y Consumo*, 82, Madrid, pp. 5-20
- LAMO DE ESPINOSA, J. y FIEL, C. (1994) “Situación y perspectivas del sector de la distribución alimentaria”, *Papeles de Economía Española*, 60-61, Madrid, pp. 302-315.
- LANGREO, A. (2002) “Nuevas formas de distribución de alimentos” en J, M^a GARCIA ÁLVAREZ-COQUE, *Mediterráneo Económico*, 2, *La Agricultura Mediterránea en el siglo XXI*, Almería.
- LANGREO, A. (2011) “Gran distribución en Andalucía y su influencia en el sistema alimentario andaluz”, en *Informe Anual del sector Agrario en Andalucía 2010*.
- LANGREO, A. y GERMAN, L. (en prensa, 2014) “El papel de la Industria y la Distribución alimentaria en los cambios de dieta en España durante el siglo XX”.
- MAIXE, J. C. (2009). "La modernización de la distribución alimentaria en España, 1947-1995", *Revista de Historia Industrial*, Madrid, 41 (3), pp. 109-144.
- MORENO, J. (2012) “Los españoles y la revolución comercial mexicana: las cadenas de supermercados, 1921-201”, en *Investigaciones de Historia Económica*, 8 (2), pp. 69-82.
- PAREJO A. y ZAMBRANA J. F. (2008) “El comercio Interior” en *Estadísticas históricas sobre el comercio interior y exterior, los transportes y las comunicaciones en Andalucía, siglo XX*, IEA, Sevilla, pp. 37-93.
- PUELLES, J. A. (1986) “Situación de los canales de distribución de la Industria Alimentaria española” en *Estudios sobre Consumo*, 9, Madrid, pp. 23-42.
- REBOLLO, A. (1994) “Geografía comercial de España. Distribución regional del mercado minorista” en *Distribución y Consumo*, Madrid, 13, pp. 10-33.
- REBOLLO, A. (1999) “Concentración en el sector de la distribución comercial en España”, en *Distribución y Consumo*, Madrid, 47, pp. 28-42.
- REBOLLO, A. (2000) “Geografía comercial de España. Distribución regional de la oferta y demanda de servicios comerciales” en *Distribución y Consumo*, Madrid, 50, pp. 123-60.