

10. EL COMERCIO

RESUMEN

El año 2008 había en las Islas Baleares 19.800 empresas del sector del comercio, es decir, el 21,21% del total de empresas, disminuyendo más de medio punto respecto del 2007. Un 67,45% de estas empresas se dedicaban al comercio al por menor, un 23% al comercio al por mayor y un 9,55% a la venta, mantenimiento y reparación de vehículos. Donde se ha producido la disminución porcentual respecto al año 2007, es precisamente en las empresas que se dedican al comercio al por menor.

El PIB generado por el sector del comercio a las Islas Baleares el año 2006 fue de 1.965 millones de euros, cifra que representa un 8,1% del PIB de las Islas Baleares y que lo sitúa como el cuarto sector de actividad de nuestra economía, sólo por detrás de la hostelería (19,2%), las actividades inmobiliarias (16,1%) y la construcción (10,2%). Respecto del año anterior, el PIB del sector comercio aumentó su volumen en un 3,7%, mientras que el sector servicios en su conjunto lo hacía en un 3,8% y el PIB general en un 3,2%.

El volumen de negocio del sector comercio durante el 2006 fue de 10.253 millones de euros y el valor de la producción agregada de 2.981 millones de euros. Casi un 63% de esta producción agregada generó un valor añadido, distribuido entre un 59% de gastos de personal y un 41% de excedente bruto de explotación.

El número de personas ocupadas en el sector del comercio fue al 2006 de 71.111 por término medio anual, mientras que la productividad global del sector se situó entorno a los 26.338 euros por persona ocupada, es decir, 5.293 euros más baja que la productividad del sector del comercio en el Estado español. Si bien el año 2005 se podía matizar esta más baja productividad que se daba en tan solo en el sector del comercio al por mayor y a la venta, mantenimiento y reparación de vehículos, este 2006 los datos nos indican una disminución de la productividad generalizada del sector respecto al Estado español.

Si nos fijamos en la evolución coyuntural del sector, podemos comprobar como, en las Islas Baleares, las ventas del comercio al por menor decrecieron durante el 2008 un 1,32%, a un ritmo ligeramente superior al del conjunto del Estado español (1,03%). La ocupación en el comercio al por menor se disminuyó a lo largo del año un 3,41%, cinco decimas por encima del nivel del Estado español, donde la ocupación disminuyó el 2,91%.

10.1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo, dedicado al análisis del sector del comercio, se estructura en cuatro grandes bloques. En el primero se aborda el análisis desde un punto de vista estructural. Así, se establece una medida del sector comercial en relación

con el resto de sectores económicos con respecto al número de empresas registradas. Además, para alcanzar el peso de la actividad comercial también recurre a los datos que cada año publica La Caixa en el Anuario Económico de España, gracias a los cuales es posible observar el detalle de la actividad comercial por tipo de comercio.

El bloque central de este capítulo hace referencia a los principales agregados del sector del comercio y se basa en la explotación de la Encuesta anual de comercio que cada año publica el INE y que se encuentra vinculada con la Encuesta de servicios⁵⁴. En este caso, los datos corresponden al año 2006.

Esta encuesta toma como referencia la clasificación nacional de actividades económicas (CNAE 93), de forma que el conjunto de la actividad comercial queda comprendida en tres grandes ramas de actividades:

- Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; venta al por menor de combustible para vehículos de motor (en lo sucesivo, venta, mantenimiento y reparación de vehículos).
- Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, a excepción de vehículos de motor y motocicletas (en lo sucesivo, comercio al por mayor).
- Comercio al por menor, a excepción de comercio de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos (en lo sucesivo, comercio al por menor).

En el tercer bloque se enfoca el análisis del sector del comercio desde una vertiente más coyuntural y, a partir del índice de comercio al por menor que publica el INE, se estudia la evolución más reciente del sector, tanto en términos de actividad como de ocupación.

10.2. ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL SECTOR COMERCIAL

En las Islas Baleares había el año 2008, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), un total de 19.800 empresas dedicadas a la actividad comercial. Este dato representa que a lo largo del año el número de empresas del sector del comercio continuó la tendencia descendente mostrada a lo largo de los últimos años. Desde el año 2004, ha habido un descenso de 1.864 empresas, esto es una disminución case del 9% en cuatro años.

Si se compara con el resto de sectores económicos, se observa que la actividad comercial el año 2008 concentraba el 21,51% del total de empresas

⁵⁴ Ver *Enquesta de serveis a les Illes Balears, Consell Econòmic i Social de les Illes Balears*, IBESTAT, INE, Palma, 2008.

que había en las Islas Baleares. Además, dentro el sector de los servicios, la actividad comercial representaba el 27,51%. Pero mientras que el número de empresas de servicios se incrementaba a lo largo del año el 4%, a la construcción, el 0,81%, y a la industria, un 0,69%, el número de empresas comerciales decreció más de medio punto.

También destaca que cada empresa de la rama del comercio presenta una mediana de 1,2 locales, para un total de 23.785 locales comerciales. Este ratio se mantiene como la más elevada de todos los sectores, lo cual es indicativa del alto grado de sucursalización del mundo del comercio. (Véase el cuadro AI-47).

El índice comercial que elabora La Caixa, y que en base a la recaudación del impuesto de actividades económicas (IAE) refleja el peso relativo de la actividad comercial respecto del total del Estado español, referido en este caso al año 2006, era de 2.116, es decir, que la actividad comercial de las Islas Baleares representaba el 2,17% de la actividad comercial en cualquier parte del Estado español. La actividad comercial de carácter minorista contaba con una mejor posición relativa que no paso el comercio al por mayor. Por otra parte, se constata como el peso de la actividad comercial ha ido disminuyendo desde el 2003, y se ha situado por debajo del peso demográfico y del peso económico general que tenían las Islas Baleares en el contexto español. (Véase el cuadro AI-48).

El año 2008 el 67,45% de las empresas comerciales se dedicaban al comercio al por menor, mientras que el 22,98% lo hacían en el comercio al por mayor, y el 9,57% eran empresas del subsector de venta, mantenimiento y reparación de vehículos. La ligera disminución del número de empresas comerciales experimentado el 2008 que hemos señalado más arriba es atribuible exclusivamente a la disminución del número de empresas dedicadas al comercio al por menor (1,51%), que contó con 205 empresas menos que el año 2007 y 2.125 menos que el año 2004. (Véase el cuadro AI-49).

Si nos fijamos en el número de asalariados de las empresas comerciales, vemos como el 45,02% de las empresas no registraba ninguna persona asalariada, mientras que el 44,89% tenían de 1 a 5 asalariados y el 8,38% tenían de 6 a 19. El comercio al por menor era el grupo de actividad que presentaba globalmente un menor número de asalariados por empresa, mientras que las empresas que se dedicaban a la venta, mantenimiento y reparación de vehículos eran las que más personas asalariadas ocupaban por empresa.

También conviene poner mención en la superficie mediana de los establecimientos comerciales y en las diferencias que se observaban según el tipo de actividad. En este caso, la fuente de información es el Anuario Económico de España que publica La Caixa, según el cual el número de

actividades comerciales se aproxima a partir de las licencias de comercio sujetas al IAE.

El número de establecimientos comerciales, de los cuales no hay información censal, se aproxima a partir del número de actividades económicas (pese a que un establecimiento comercial puede tener una o varias actividades). Así, el 2007 había en las Islas Baleares 29.881 establecimientos comerciales, el 4,93% más que el 2006. Hablamos de 4.298 actividades comerciales al por mayor y de 25.583 actividades comerciales al por menor. (Véase el cuadro AI-50).

Durante el periodo 2002-2007 el número de establecimientos comerciales al por mayor creció el 21,34%, mientras que los de comercio al por menor lo hicieron el 23,97%. El comercio al por menor de productos de alimentación creció el 29,97%, el de productos de no alimentación lo hizo en el 21,36%, mientras que el comercio mixto creció el 23,65%. Buena parte de este incremento es imputable al ejercicio 2004, y el crecimiento es los otros años mucho más moderado. (Véase el cuadro AI-51).

En conjunto, los establecimientos de comercio al por menor tenían una superficie mediana de 117 m² por establecimiento. De entre estos, los establecimientos la actividad principal de los cuales era la distribución de productos de alimentación eran los de menor superficie mediana, con 71 m²; los comercios que no eran de alimentación (vestido y calzado, hogar y otras) ocupaban por término medio 132 m²; por su parte, el comercio mixto (grandes almacenes, hipermercados, almacenes populares, mercados y comercio ambulante, y otras) era el que contaba con establecimientos más grandes, con 187 m² por término medio. (Véase el cuadro AI-52).

La superficie total del comercio al por menor experimentó, entre 1998 y 2007, un incremento del 27,7%, y fue el sector de la alimentación en el cual este incremento se manifestó de forma más acentuada (43,6%). (Véase el cuadro AI-53).

10.3. LOS CENTROS COMERCIALES

Durante el 2007 el número de centros comerciales en las Islas Baleares se mantuvo estable. Aún así, a lo largo del año el total de la superficie bruta arrendable pasó a ser de 181.947 m², esto es aproximadamente 16.000 m² menos que el año anterior. La superficie mediana era así de 20.216 m², mientras que la densidad de centros comerciales de las Islas Baleares (día 31 de diciembre de 2007) era de 176 m² por cada 1.000 habitantes, una cifra inferior a los 257 m²/1.000 h. del Estado español. (Véase el cuadro AI-54).

10.4. PRINCIPALES AGREGADOS DEL SECTOR COMERCIAL

Según datos de la Contabilidad Regional de España (INE), el PIB generado por el sector del comercio a las Islas Baleares el año 2006 fue de 1.965 millones de euros, cifra que representa el 8,1% del PIB de las Islas Baleares y que lo convierte en el cuarto sector de actividad de nuestra economía, sólo por detrás de la hostelería (19,3%), las actividades inmobiliarias (16,1%) y la construcción (10,2%). Respecto del año anterior, el PIB a precios corrientes del sector comercio creció el 3,7%, mientras el conjunto del sector de los servicios lo hizo en el 3,8% y el PIB general, el 3,2%.

10.4.1. GRANDES PUNTOS DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LAS ISLAS BALEARES Y EN EL ESTADO ESPAÑOL

La productividad en el sector del comercio en las Islas Baleares, entendida como la aportación de cada persona ocupada en la generación de rentas de las empresas, fue el año 2006 de 26.338 euros, esto es, 5.293 euros más baja que la productividad del sector del comercio en el Estado español. (Véase el cuadro I-77).

Si bien, por lo que respecta a la productividad en las Islas Baleares al sector casi no existe diferencia entre el año 2005 y el 2006, y por el contrario el diferencial respecto a la productividad del sector al conjunto del Estado español se incrementa con un 30%. Según se desprende de las tasas calculadas para el global del sector, la generación de valor añadido a partir de la producción fue 5 puntos más alta a las Islas Baleares (63%) que el del Estado español (58%). En la distribución de este valor añadido la relación entre gastos de personal/excedente bruto de explotación es negativa respecto al Estado español en un 2%. Si lo comparamos con el año anterior, hace falta volver a señalar un incremento proporcional de los gastos de personal respecto a la generación de excedente, el que hace que volvamos a una situación que ya se daba los de años 2001 a 2004, y que el año pasado habían conseguido cambiar.

Si lo desglosamos por sub sectores, la mayor productividad del sector del comercio observada en el Estado español responde básicamente a la diferencia de productividad manifestada tanto en el comercio al por mayor, como en la venta, mantenimiento y reparación de vehículos. En cambio, la diferencia en la productividad del comercio al por menor, si bien este año también es negativa, en proporción no es tan enorme como en los otros subsectores referenciados.

Siguiendo el esquema comparativo entre los resultados en las Islas Baleares y en el Estado español, la tasa de valor añadido se sitúa claramente por sobre de las Islas Baleares en el subsector del comercio al por mayor, mientras que en el subsector de la automoción es nulo, e imperceptible en el subsector de venta al por menor. Tanto en las Islas Baleares como en el Estado español la mayor tasa de valor añadido la genera el comercio al por menor, con un 67% y 66% respectivamente. Con respecto al comercio al por mayor, en las Islas Baleares

este subsector genera el 63% del valor añadido versus al Estado español que es un 54%, datos iguales que el año anterior. Por el contrario, la tasa de valor añadido del subsector de la automoción ha disminuido tanto en las Islas Baleares como en el Estado español respecto al año 2005. Y este año se da la paradoja de que esta tasa es de un 51% tanto aquí como el resto del Estado.

Por otra parte, la distribución del valor añadido por subsectores ofrece un panorama bastante más par entre las Islas Baleares y el Estado español. En los dos casos el mayor porcentaje de gastos de personal corresponde al subsector de la automoción, 70% y 60% respectivamente, mientras que en el subsector del comercio al por menor, los gastos de personal son, con respecto a las Islas Baleares, del 56%, y al Estado español es del 57%. El excedente bruto de explotación que se desprende del valor añadido generado es, en cambio, proporcionalmente superior en el subsector del comercio al por menor que al resto de subsectores, y en el caso de la automoción, en las Islas Baleares y en el Estado español, llega tan sólo al 30% y al 40% respectivamente, cosa que demuestra que se trata de un sector intenso en mano de obra, y mucho más acentuado en las Islas Baleares.

10.4.2. ANÁLISIS DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LAS ISLAS BALEARES
Según se desprende de los datos de la encuesta, el sector del comercio movió el año 2006 una cifra de negocio de 10.253 millones de euros (369 millones más que el año anterior). (Véase el cuadro I-78).

De esta manera, el valor de la producción agregada fue de 2.981 millones de euros y casi el 63% de esta producción generó un valor añadido, distribuido entre el 59% de gastos de personal y el 41% de excedente bruto de explotación.

Si distinguimos entre los tres subsectores que configuran el sector del comercio, se observa como la cifra de negocio generada por el comercio al por mayor representa el 44% de la cifra de negocio del conjunto del sector, mientras que el comercio al por menor y la automoción representan el 40% y el 16% respectivamente. En cambio, con respecto al valor de la producción, el peso del comercio al por menor es casi del 46%, si bien ha disminuido un punto porcentual respecto el año anterior.

Esta misma pauta se mantiene en relación con el valor añadido generado a partir del proceso productivo, y nuevamente el comercio al por menor es el responsable en este caso de casi el 50% del valor añadido del sector comercio. Así, el comercio al por menor obtuvo como resultado de su producción el 68% de valor añadido, porcentaje que se reduce en el caso del comercio al por mayor y la automoción al 62% y 50% respectivamente.

La distribución del valor añadido también fue muy desigual entre los diferentes subsectores. Mientras que el comercio al por menor distribuía prácticamente en

un diferencial más reducido el valor añadido entre gastos de personal y excedente bruto de explotación, dado que eran del 56% y 44%, respectivamente, el comercio al por mayor y la automoción debieron responder a unos gastos de personal relativamente mucho más importantes, 61% y 70% respectivamente.

El número de personas ocupadas en el sector del comercio fue el 2006 de 71.111 por término medio a lo largo del año. Si observamos el comportamiento por trimestres, se constata una pauta claramente estacional que tiende a incrementar la ocupación en el segundo y el tercer trimestre, que es lógico dado la fuerte incidencia del sector turístico dentro de la economía balear. El 71% de esta ocupación la generan las pequeñas empresas. Por subsectores, el comercio al por menor concentra el 58% del total de la ocupación del sector comercial; el comercio al por mayor, el 30%, y la automoción, el 12%. (Véase el cuadro I-79).

Si analizamos la estructura laboral del sector comercial, vemos como la estabilidad de la ocupación fue del 79%, y los trabajadores de las pequeñas empresas serían los que disfrutaban de más estabilidad (del 81,3%, ante el 67,1% de los de las grandes empresas). Si lo comparamos con el 2004, la estabilidad de la ocupación ha aumentado casi seis puntos porcentuales, y es en las pequeñas empresas dónde lo ha hecho con más intensidad (6,8%). Respecto de la participación femenina, observamos que los valores se situaron casi en el 45% (porcentaje parecido al año anterior). Por lo tanto, estos datos dibujan una tendencia de sostenimiento de la presencia de la mujer en el sector, paralela a un aumento de la estabilidad laboral, y a las facilidades dadas por poder compartir la situación laboral con las obligaciones familiares. (Véase el cuadro I-80).

Si nos referimos a los tres subsectores, la estabilidad en la ocupación fue más alta en la automoción y el comercio al por mayor, 79% y 75% respectivamente, mientras que en el comercio al por menor fue del 68%. La participación femenina, en cambio, es claramente mayoritaria en el comercio al por menor, en el cual las mujeres son mayoría con una tasa del 62%, pero mucho más modesta en el comercio al por mayor, 26%, y en la automoción, 15%. Por su parte, la externalidad en la ocupación es mínima en todas las ramas del comercio. (Véase el cuadro I-81).

10.5. EVOLUCIÓN COYUNTURAL DEL COMERCIO AL POR MENOR

A la hora de analizar la evolución más reciente del comercio al por menor disponemos de la información que proporciona la Encuesta de coyuntura de comercio al por menor, publicada mensualmente por el INE. El índice de comercio al por menor al detalle base 2005 nos muestra la evolución de las ventas del comercio al por menor. En las Islas Baleares, las ventas decrecieron durante el 2008 el 1,32%, ligeramente por encima del decrecimiento mediano

observado al resto de comunidades autónomas, que fue del 1,03% por término medio. (Véase el cuadro AI-55).

A lo largo del 2008 el comercio al por menor siguió en las Islas Baleares una tendencia claramente marcada por el efecto de la estacionalidad característica de nuestra economía. De esta manera, fue entre los meses de mayo y septiembre que se experimentó un volumen de ventas más importante respecto del resto del año. Los meses de julio y agosto, coincidiendo con la afluencia turística estival, fueron los de ventas más elevadas (estos meses también coincidieron con las rebajas de verano, aunque su influencia en el volumen de ventas se apreció que no fue excesiva). (Véase el cuadro AI-56 y gráfico AI-28).

Si lo comparamos con la evolución observada al Estado español, la estacionalidad de la economía isleña es, otra vez, el elemento explicativo del mayor valor del índice en las Islas Baleares entre los meses de mayo y octubre, mientras que el resto del año se situaba por debajo del índice registrado al Estado español. En ambos casos, dejando de lado los efectos estacionales y en sintonía con el que hemos apuntado más arriba, se evidencia una tendencia positiva a lo largo del año 2008.

La ocupación en el comercio al por menor decreció durante el 2008 el 3,41%, cinco decimas más que en el ámbito del Estado español, dónde la ocupación va también a decrecer el 2,91%. (Véase el cuadro AI-57 y gráfico AI-29).

Al margen de esta tendencia decreciente de la ocupación respecto del año anterior, se vuelve a evidenciar o constatar también la presencia de una pauta estacional en los términos de la evolución de las ventas.