

## **RESUMEN**

El año 2004 había en las Islas Baleares 21.664 empresas del sector del comercio, es decir, el 25,36% del total de empresas, de manera que se produjo un incremento del 14% respecto del 2003. El 71% de estas empresas se dedicaban al comercio al detalle; el 20%, al comercio al por mayor, y el 9% a la venta, el mantenimiento y la reparación de vehículos.

Desde el punto de vista estructural, la encuesta anual de comercio del 2002, la última de la que se dispone a día de hoy, nos informa de que el sector del comercio es lo más importante en cuanto a cifra de negocio, con casi 9.000 millones de euros, de manera que el año 2002 concentraba el 40,1% de la facturación de las empresas de servicios (el turismo sólo representaba el 35,2%). El valor de la producción agregada fue de 2.332 millones de euros. Más de un 68% de esta producción agregada generó un valor añadido, distribuido entre el 57% de gastos de personal y el 43% de excedente bruto de explotación. En conjunto, el sector del comercio aportó en el año 2002 un 10,51% del valor añadido bruto (VAB) generado en las Islas Baleares y un 12,27% del VAB del sector servicios.

El número de personas ocupadas en el sector del comercio fue en el 2002 de 66.842 como media a lo largo del año. Finalmente, la productividad global del sector se situó entorno a los 22.611 euros por persona ocupada, es decir, 3.775 euros más baja que la productividad del sector del comercio en el Estado español, cosa que se puede matizar según cuál sea el subsector analizado, ya que, por ejemplo, en el comercio al detalle la productividad es bastante parecida.

Si nos fijamos en la evolución coyuntural del sector, podemos comprobar que en las Islas Baleares las ventas del comercio

al detalle crecieron durante el 2004 un 5,69%, esto es: 1,5 puntos más que en el 2003, y a un ritmo parecido al conjunto español. La ocupación en el comercio al detalle se incrementó a lo largo del año un 1,14%, dos décimas más que en España, donde la ocupación lo hizo un 0,94%. Por otro lado, la inflación en el sector del comercio al detalle se estima que fue en el 2004 del 2,4%, cinco décimas más baja que la inflación en el conjunto del Estado.

## **9.1. INTRODUCCIÓN**

La definición de «comercio» se recoge en la Ley 11/2001, de 15 de junio, de ordenación de la actividad comercial en las Islas Baleares, según la cual se entiende por actividad comercial «la consistente en situar u ofrecer en el mercado los productos naturales o elaborados, por cuenta propia o ajena, mediante personas físicas o jurídicas, así como los servicios que se deriven, independientemente de la modalidad o del soporte utilizado para su realización, tanto si se lleva a cabo en régimen de comercio al por mayor o al detalle».

Partiendo de esta definición de la actividad comercial, y tomando como referencia la clasificación nacional de actividades económicas (CNAE-93), el conjunto de la actividad comercial queda comprendida en tres ramas de actividades:

a) Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; venta al detalle de combustible para vehículos de motor (en lo sucesivo, venta, mantenimiento y reparación de vehículos).

b) Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, salvo los vehículos de motor y las motocicletas (en lo sucesivo, comercio al por mayor).

c) Comercio al detalle, salvo el comercio de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; reparación de efectos personales y utensilios domésticos (en lo sucesivo, comercio al detalle).

Éste es el marco a partir del cual analizaremos las principales variables del sector comercial: en primer lugar, haremos referencia a la actividad comercial en conjunto y, posteriormente, nos referiremos específicamente a cada uno de los tres grupos de actividades que hemos mencionado.

## 9.2. LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL SECTOR COMERCIAL

En las Islas Baleares había el año 2004, según el directorio central de empresas (DIRCE) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), un total de 21.664 empresas dedicadas a algún tipo de actividad comercial. Este dato representa que a lo largo del año el número de empresas del sector del comercio se incrementó en más de 2.700, mientras que el año anterior este incremento sólo había sido de 270 empresas. Pero para resaltar la relevancia de estas cifras conviene ponerlas en relación con el número de empresas del resto de sectores económicos. (Ver el cuadro I-81.)

De esta manera, se observa que la actividad comercial el año 2004 concentraba el 25,36% del total de empresas que había en las Islas Baleares. Además, dentro del sector servicios, una de cada tres empresas se dedicaba a la actividad comercial. De hecho, durante el 2004 el crecimiento del número de empresas comerciales se produjo al mismo ritmo (14,27%) que en el conjunto del sector servicios (14,75%), pero muy por encima del incremento registrado en el número de empresas en la industria (2,47%) o en la construcción (7,15%).

También se destaca que cada empresa de la rama del comercio presentó una media de 1,19 locales, para un total de 25.753 locales comerciales. Esta ratio se mantiene como la más elevada de todos los sectores, lo cual es indicativo del alto grado de sucursalización del mundo del comercio.

Otro dato que puede ayudar a entender el peso del comercio dentro del conjunto de la economía balear es el índice comercial que elabora «la Caixa» y que, sobre la base de la recaudación del impuesto de actividades económicas (IAE), refleja el peso relativo de la actividad comercial

respecto del conjunto del Estado. El valor de este índice referido al 2003 era de 2.340, es decir, que la actividad comercial en las Islas Baleares representaba el 2,34% de la actividad comercial por todo el Estado. La actividad comercial de cariz minorista dispone de una posición relativa mejor (2,48%) que el comercio al por mayor (2,09%). Por otro lado, el peso de la actividad comercial, al crecer más de una décima respecto del año 2002, fue ligeramente superior al peso demográfico y al peso económico general que tenían las Islas Baleares en el contexto español. (Ver el cuadro I-82.)

En cuanto a las empresas comerciales, en el año 2004 tenían claramente un peso mayor las que se dedicaban al comercio al detalle, con 15.480 empresas, mientras que 4.316 empresas eran de comercio al por mayor y 1.868 eran empresas del subsector de la venta, el mantenimiento y la reparación de vehículos. El importante crecimiento del número de empresas comerciales experimentado en el 2004 que hemos señalado más arriba es atribuible sobre todo al crecimiento del número de empresas dedicadas al comercio al detalle (18,26%), que dispuso de 2.390 empresas más que el año 2003. (Ver el cuadro I-83.)

Si nos fijamos en el número de asalariados de las empresas comerciales, se ve que el 48,09% de las empresas no tenía ninguna persona asalariada, mientras que el 43,27% tenían de uno a cinco asalariados y el 7,35% tenían de seis a diecinueve. El comercio al detalle era el grupo de actividad que presentaba globalmente un número menor de asalariados por empresa, mientras que las empresas que se dedicaban a la venta, el mantenimiento y la reparación de vehículos eran las que más personas asalariadas ocupaban por empresa.

También conviene hacer mención a la superficie media de los establecimientos comerciales y a las diferencias que se

observaban según el tipo de actividad. En este caso, la fuente de información es el Anuario Económico de España 2004, que publica «la Caixa», en el que el número de actividades comerciales se calcula a partir de las licencias de comercio sujetas al impuesto de actividades económicas.

Al número de establecimientos comerciales, de los cuales no hay información censal, se intenta hacer una aproximación a partir del número de actividades económicas (aunque un establecimiento comercial puede tener una o diversas actividades). Así, en el 2004 había en las Islas Baleares 27.422 establecimientos comerciales, un 10,8% más que en el 2003. Nos referimos a 3.944 actividades comerciales al por mayor y de 23.478 actividades comerciales al detalle. (Ver el cuadro I-84.)

Durante el período 1997-2004 el número de establecimientos comerciales al por mayor creció el 16,9%, mientras que el de comercio al detalle aumentó el 27,8%. El comercio al detalle de productos de alimentación creció el 31,9%; el de productos de no alimentación, el 24,4%, mientras que el comercio mixto repuntó el 44,9%. No obstante, más de la mitad de este incremento es imputable al último ejercicio y el crecimiento los años anteriores es mucho más moderado. (Ver el cuadro I-85.)

En conjunto, los establecimientos de comercio al detalle tenían una superficie media de 117,85 metros cuadrados por establecimiento. De éstos, los establecimientos cuya actividad principal era la distribución de productos de alimentación eran los de menor superficie media, con 71,26 metros cuadrados; los comercios que no eran de alimentación (vestido y calzado, hogar y otros) ocupaban de media 140,59 metros cuadrados y, por otro lado, el comercio mixto (grandes almacenes, hipermercados, almacenes populares,

mercados y comercio ambulante, y otros) era el que disponía de establecimientos mayores, con 182,32 metros cuadrados de media. (Ver el cuadro I- 86.)

La superficie total del comercio al detalle experimentó, entre 1998 y el 2004, un incremento del 18%, y fue en el sector de la alimentación donde este incremento se manifestó de manera más acentuada (24%). (Ver el cuadro I-87.)

### 9.3. LOS CENTROS COMERCIALES<sup>65</sup>

Durante el 2004 el número de centros comerciales en las Islas Baleares se mantuvo estable y continuaron abiertos los mismos nueve centros que había en el 2003. No obstante, lo que sí varió, después de la ampliación del centro de Portopí, fue el total de la superficie bruta arrendable, que pasó a ser de 196.808 metros cuadrados. La superficie media era de 21.867,56 metros cuadrados, mientras que la densidad de centros comerciales de las Islas Baleares en el 2004 era de 206 metros cuadrados por cada mil habitantes, una cifra inferior a los 219 metros cuadrados por cada mil habitantes del Estado español. (Ver el cuadro I-88.)

### 9.4. LOS AGREGADOS PRINCIPALES DEL SECTOR COMERCIAL

En este apartado se analizan las principales variables estructurales del sector comercial a partir de la encuesta de servicios del Instituto Nacional de Estadística. También, se señalan los grandes rasgos estructurales del comercio balear en relación con el resto del Estado.

#### 9.4.1. ASPECTOS METODOLÓGICOS

<sup>65</sup> El anuario de «la Caixa» se refiere a: Mercadona (Palmnova), Alcampo (Marratxí), Festiva Park (Marratxí), Ocimax (Palma), Porto Pi (Palma), s'Escorxador (Palma), Radio Borne (Palma), Carrefour Palma II (Coll d'en Rabassa) y Carrefour Palma I (Palma). En el caso de Ocimax se da actividad de ocio. No incluye, sin embargo, entre otros, los SYP de Mahón y de Ibiza, ni tampoco el Hiper Centro de Ibiza.

Por tercer año consecutivo, los principales agregados del sector comercial los obtenemos a partir de la información que ofrece la encuesta anual de comercio, en este caso del año 2002, que elabora el INE. Esta encuesta se hizo por primera vez en 1999, aunque de manera transitoria, hasta vincularse a la encuesta de servicios, que presenta desde el año 2000 un estudio integrado del sector, cosa que hasta entonces se había hecho de manera discontinua y dispersa.<sup>66</sup>

#### 9.4.2. ASPECTOS PRINCIPALES DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LAS ISLAS BALEARES Y EN EL ESTADO ESPAÑOL

Con casi 9.000 millones de euros de cifra de negocio, el comercio es el principal sector económico de las Islas Baleares, incluso por delante del turismo, de manera que el año 2002 concentraba el 40,1% de la facturación de las empresas de servicios (el turismo sólo representaba el 35,2%). A pesar de esto, la comparación con el Estado español sí que evidencia el peso de la actividad turística en la economía balear (y, en consecuencia, un menor peso relativo de la actividad comercial), cómo lo demuestra el hecho de que la facturación del sector del comercio representa en este caso el 63,9% del volumen total de facturación del sector servicios, frente al 6,4% del turismo.

La productividad en el sector del comercio en las Islas Baleares fue en el año 2002 de 22.611 euros por persona ocupada; esto es: 3.775 euros más baja que la productividad del sector del comercio en el Estado español y 1.269 euros más baja que el dato obtenido para el 2001. Según se desprende de las tasas calculadas para el global del sector, la generación de valor añadido a partir de la producción fue siete puntos más alta en las Islas

<sup>66</sup> Esta información se puede ampliar en el estudio *La encuesta de servicios en las Islas Baleares*, editado por el Consejo Económico y Social de las Islas Baleares y el Instituto Nacional de Estadística, Palma, 2005.

Baleares (65%) que en el Estado español (58%). En cambio, la distribución de este valor añadido sigue un patrón bastante parecido en las Islas Baleares y en el Estado español; los gastos de personal se sitúan alrededor del 57% y el excedente bruto de explotación, entorno al 43%. Respecto del año anterior, hay que reseñar el incremento porcentual de los gastos de personal en detrimento de la generación de excedente, incremento que se ha puesto de manifiesto sobretudo en las Islas Baleares, en las que en el año 2001 se observaba un equilibrio casi perfecto entre los gastos de personal y el excedente de explotación. (Ver el cuadro I-89.)

Si lo desglosamos por subsectores, la mayor productividad del sector del comercio observada en el Estado español responde básicamente al diferencial de productividad manifestada en el comercio al por mayor y, en menor manera, en la venta, el mantenimiento y la reparación de vehículos. En cambio, la productividad del comercio al detalle de las Islas Baleares es muy parecida a la del Estado español, incluso algo superior. (Ver el gráfico I-23.)

Siguiendo el esquema comparativo entre los resultados en las Islas Baleares y en el Estado español, la tasa de valor añadido en todos los subsectores claramente es más alta en las Islas Baleares. Tanto en las Islas Baleares como en el Estado español, la mayor tasa de valor añadido, la general el comercio al detalle, pero mientras que en las Islas es del 72%, en el Estado español se reduce al 67%. Por lo que respecta al comercio al por mayor, las diferencias también son notorias a favor de las Islas Baleares, en las que este subsector genera el 61% del valor añadido, mientras que en el conjunto del Estado español esta tasa sólo es del 53%. El subsector de la automoción es el que presenta una igualdad mayor: un 53% en las Islas Baleares y un 51% en el Estado español.

Por otro lado, la distribución del valor añadido por subsectores ofrece un panorama bastante más parejo entre las Islas Baleares y el Estado español. En ambos casos el mayor porcentaje de gastos de personal corresponde al subsector de la automoción –el 67% y el 63%, respectivamente–. Mientras que en el subsector del comercio al detalle los gastos de personal son del 52% con respecto a las Islas Baleares y del 54% en cuanto al Estado español. La distribución de la tasa de excedente bruto de explotación es, en cambio, proporcionalmente más alta en el subsector del comercio al detalle que en el resto de subsectores y, en el caso de la automoción, ni en las Islas Baleares ni en el Estado español llega al 40%, circunstancia que demuestra que se trata de un sector intensivo en mano de obra. (Ver los gráficos I-24 y I-25.)

#### **9.4.3. ANÁLISIS DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LAS ISLAS BALEARES**

Según se desprende de los datos de la encuesta, el sector del comercio movió en el año 2002 una cifra de negocio de 8.933 millones de euros, que se distribuía entre los 5.786 millones de euros de las pequeñas empresas (con menos de veinte trabajadores) y los 3.147 de las grandes empresas (con veinte trabajadores o más).

El 98,1% de la facturación de estas empresas se produjo en las Islas Baleares, mientras que sólo el 1,9% se hacía en el resto del Estado. Esta cifra representa, además, el 80,7% del total facturado en las Islas Baleares por empresas del sector del comercio, mientras que el otro 19,3% es facturación por parte de empresas de fuera de las Islas Baleares con establecimientos abiertos en nuestra comunidad. (Ver el cuadro I-90.)

Por otro lado, el valor de la producción agregada fue de 2.332 millones de euros, y el valor añadido a coste de los factores fue de 1.511 millones de euros, distribuido entre el 57% de gastos de personal y el 43% de excedente bruto de explotación. En conjunto, el sector del comercio aportó en el año 2002 un 10,51% del valor añadido bruto (VAB) generado en las Islas Baleares y un 12,27% del VAB del sector servicios.<sup>67</sup> La productividad global del sector se situó entorno a los 22.611 euros por persona ocupada y era más alta en las grandes empresas que se dedicaban al comercio al por mayor. (Ver el gráfico I-26.)

Si distinguimos entre los tres subsectores que configuran el sector del comercio, se observa que la cifra de negocio generada por el comercio al detalle y al por mayor es bastante parecida y representa en conjunto casi el 85% de la cifra de negocio del conjunto del sector. En cambio, por lo que respecta al valor de la producción, el peso del comercio al detalle es casi del 50%. (Ver el cuadro I-91.)

Esta misma pauta se mantiene en relación con al valor añadido generado a partir del proceso productivo, en el que nuevamente el comercio al detalle es responsable de más del 50% del valor añadido del sector comercio. Así, el comercio al detalle obtuvo como resultado de su producción el 73% de valor añadido, porcentaje que se redujo en el caso del comercio al por mayor y de la automoción al 62% y al 52%, respectivamente.

La distribución del valor añadido también fue bastante desigual entre los diferentes subsectores. Mientras que el comercio al detalle distribuía prácticamente a partes iguales el valor añadido entre gastos de personal y excedente bruto de explotación, el comercio al por mayor y la automoción tuvieron que hacer frente a unos gastos de personal mucho más

importantes, del 63% y del 67%, respectivamente.

El número de personas ocupadas en el sector del comercio fue en el año 2002 de 66.842 como media 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 trimestre y en el tercero. El 73% de esta ocupación, la generan las pequeñas empresas. Por subsectores, el comercio al detalle concentra el 59% del total de la ocupación del sector comercial; el comercio al por mayor, el 30%, y la automoción, el 11%. (Ver el cuadro I-92.)

Si analizamos la estructura laboral del sector comercial, se ve que la estabilidad de la ocupación estuvo por encima del 67% y son los trabajadores de las pequeñas empresas los que tenían una estabilidad mayor (del 72%, frente al 58% de los trabajadores de las grandes empresas). Respecto de la participación femenina, observamos que los valores se situaban por encima del 40%, con una presencia mayor de las mujeres en las pequeñas empresas. La tasa de externalidad en la ocupación fue ínfima, con valores siempre inferiores al 1%. (Ver el cuadro I-93.)

Si se hace referencia a los tres subsectores, la estabilidad en la ocupación fue más alta en la automoción y en el comercio al por mayor –el 79% y el 69%, respectivamente–, mientras que en el comercio al detalle, en el que las mujeres son mayoría, con una tasa superior al 60%, pero mucho más modesta en el comercio al por mayor (24%) y en la automoción (15%). Por otro lado, la externalidad en al ocupación vuelve a ser testimonial en todos los casos y sólo en el comercio al por mayor se acerca al 2%. (Ver el cuadro I-94.)

## 9.5. LA EVOLUCIÓN COYUNTURAL DEL COMERCIO AL DETALLE

<sup>67</sup> Instituto Nacional de Estadística, contabilidad regional de España (CRE-95)

A la hora de analizar la evolución más reciente del comercio al detalle disponemos de la información que proporciona la encuesta de coyuntura de comercio al detalle, que publica mensualmente el INE.<sup>68</sup> El índice de comercio al detalle, base 2002, nos muestra la evolución de las ventas del comercio al detalle. En las Islas Baleares, las ventas crecieron durante el 2004 un 5,69% (1,5 puntos más que en el 2003), de acuerdo con el crecimiento medio observado en el resto de comunidades autónomas, que fue del 5,49%. (Ver el cuadro I- 95.)

A lo largo del 2004 el comercio al detalle en las Islas Baleares siguió una tendencia claramente marcada por el efecto de la estacionalidad, característico de nuestra economía. De esta manera, fue entre los meses de mayo y octubre que se produjo un volumen de ventas más importante respecto del resto del año. El mes de julio fue el de más ventas, con la coincidencia de la afluencia turística estival con las rebajas de verano. (Ver el cuadro I-96.)

Si lo comparamos con la evolución que ha seguido en el 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 en el Estado español. En ambos casos, dejando de lado los efectos estacionales, se evidencia una ligera tendencia creciente a lo largo del año 2004. (Ver el gráfico I-27.)

El comportamiento del comercio al detalle durante el 2004 con respecto a la ocupación fue bastante similar a la evolución de las ventas que acabamos de comentar. Así, la ocupación en el comercio al detalle se incrementó a lo largo del año un 1,14%, dos décimas más

que en el ámbito del Estado español, en el que la ocupación aumentó el 0,94%. (Ver el cuadro I-97.)

Al margen de esta ligera tendencia creciente de la ocupación respecto del año anterior, se constata también la presencia de una pauta estacional en términos de la evolución de las ventas, si bien en este caso la tendencia interanual indica un cierto distanciamiento entre el ritmo de crecimiento de la ocupación, mayor en el Estado español que en las Islas Baleares. (Ver el cuadro I-98 y el gráfico I-28.)

Con respecto a los precios, no se dispone de ninguno indicador que abarque el sector del comercio al detalle en conjunto. En cualquier caso, sí que es posible aproximarse a partir de los precios de aquellos grupos de productos que son característicos de la venta al detalle y que, por lo tanto, pueden ser representativos de los precios del sector. Así, hemos obtenido un indicador de la evolución de los precios del sector del comercio a partir de la combinación de los precios de los grupos de productos siguientes: la alimentación y las bebidas no alcohólicas, las bebidas alcohólicas y el tabaco, el vestido y el calzado, el menaje del hogar y la medicina.

La inflación en el sector del comercio al detalle fue en el 2004 del 2,4%, cinco décimas más baja que la inflación en el Estado español. Los precios siguieron una tendencia alcista, a pesar de que en los meses de invierno (enero, febrero y diciembre) y en los de verano (julio y agosto) decrecieron respecto del mes anterior. En relación con el 2003, el período comprendido entre los meses de mayo a septiembre fue el más inflacionista. (Ver el cuadro I-99 y el gráfico I-29.)

<sup>68</sup> Se puede considerar como una encuesta complementaria a la encuesta anual de comercio.