

## 9. COMERCIO

### RESUMEN

En el año 2006 había en las Islas Baleares 20.064 empresas del sector del comercio, es decir, el 22,79% del total de empresas, de manera que el número disminuye un 2% respecto del 2005. El 68,4% de estas empresas se dedicaban al comercio al por menor; el 22,3%, al comercio al por mayor, y el 9,3%, a la venta, al mantenimiento y a la reparación de vehículos.

Si nos fijamos en la evolución coyuntural del sector, podemos comprobar que en las Islas Baleares las ventas del comercio al por menor crecieron durante el 2006 un 3,27% -prácticamente la misma cifra que el año pasado, 3,29%- pero muy lejos del crecimiento medio observado en el resto de comunidades autónomas (5,03%). La ocupación en el comercio al por menor se incrementó a lo largo del año un 1,98%, cuatro décimas más del nivel del Estado español, donde la ocupación aumentó un 1,58%. Por otra parte, la inflación en el sector del comercio al por menor se estima que fue en el 2006 del 2,1%, una décima por encima que la inflación en el Estado español.

Desde un punto de vista estructural, la última encuesta anual de servicios destaca que el volumen de negocio del sector del comercio durante el 2004 alcanzó casi los diez mil millones de euros y el valor de la producción agregada generó un valor añadido que se distribuye entre el 62% de gastos de personal y el 38% de excedente bruto de explotación.

Por otra parte, el número de personas ocupadas en el sector del comercio fue de 72.301 de media anual, mientras que la productividad global del sector se sitúa entorno a los 23.157 euros por persona ocupada, es decir, 5.970 euros más bajo que la productividad del sector del comercio en el Estado español.

Esta circunstancia se puede matizar según cual sea el subsector analizado, ya que, por ejemplo, en el comercio al por menor la productividad es fuertemente parecida. Asimismo, el VAB generado a coste de los factores para el sector del comercio en las Islas Baleares en el año 2004 fue de 1.061,8 millones de euros. Si distinguimos entre los tres subsectores que configuran el sector del comercio, se observa como la cifra de negocio generada para el comercio al por mayor representa el 45% de la cifra de negocio del conjunto del sector, mientras que el comercio al por menor y la automoción representan el 38% y el 17% del total.

El PIB generado para el sector del comercio en las Islas Baleares representó el 8,3% del PIB total, convirtiéndose, por tanto, en el cuarto sector de actividad de nuestra economía, solamente por detrás de la hostelería (21,7%), de las actividades inmobiliarias (14,9%) y de la construcción (9,2%). Respecto al año anterior, el VAB a coste de los factores del sector comercio disminuyó el volumen un 4,6%, hecho que contrasta con el crecimiento positivo del 0,6% para el conjunto del sector en España.

## 9. COMERCIO

### 9.1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo, dedicado al análisis del sector del comercio, se estructura en tres grandes bloques. En el primero de ellos 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 respecto al número de empresas registradas. Además, para colapsar el peso de la actividad comercial también se recorre a los datos que cada año publica “la Caixa” con 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 incidencia en los principales agregados del sector del comercio y se basa en la explotación de la *Encuesta de servicios*. En este caso los datos corresponden al año 2004. Esta encuesta coge como referencia la *Clasificación Nacional de Actividades Económicas* (CNAE 93), de manera que el conjunto de la actividad comercial queda comprendida entre grandes ramas de actividad:

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

Finalmente, en el tercer bloque se enfoca el análisis 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.

### 9.2. ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL SECTOR COMERCIAL

En las Islas Baleares había en el año 2006, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), un total de 20.064 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 enseñada ya durante el 2005, años durante los cuales disminuyó en 1.600 el número de empresas. La consolidación de este retroceso significa también romper con el crecimiento que desde el 2002 enseñó la actividad comercial, siempre respecto al número de empresas registradas. (Ver el cuadro A I-39.)

Si se establece la comparación con el resto de sectores económicos, se observa que la actividad comercial en el año 2006 concentraba el 22,79% del total de empresas que había en las Islas Baleares. Además, dentro del sector servicios, prácticamente una de cada tres empresas se dedicaba a la actividad

comercial. Durante el 2006 el número de empresas comerciales disminuyó un 2%, frente al crecimiento del resto del sector servicios (1,9%), el incremento registrado en el número de empresas en la construcción (4,6%) o la disminución en el sector industrial (-2,5%).

También destaca que cada empresa de la rama del comercio presentase una media de 1,2 locales, para un total de 23.481 locales comerciales. Este ratio se mantiene como el más elevado de todos los sectores, lo que es indicativo del alto grado de sucursalización del mundo del comercio.

#### **Pendiente:**

El índice comercial que elabora “la Caixa”, y que en base a la recaudación de impuestos de actividades económicas (IAE) refleja el peso relativo de la actividad comercial respecto del total del Estado español, referido en este caso al año 2004, era de 2.226, es decir, que la actividad comercial en las Islas Baleares representaba un 2,23% de la actividad comercial por todas partes del Estado español. La actividad comercial de cariz minorista contaba con una mejor posición relativa que no el comercio al por mayor. Por otra parte, el peso de la actividad comercial, al disminuir más de una décima respecto del año 2003, fue ligeramente inferior al peso demográfico y al peso económico que tienen las Islas Baleares en el contexto español. (Ver el cuadro A I-40.)

En el año 2006 un 68,4% de las empresa comerciales se dedicaban al comercio al por menor, mientras que un 22,3% al comercio al por mayor, y un 9,3% eran empresas del subsector de venta, mantenimiento y reparación de vehículos. La importante disminución del número de empresas comerciales experimentado en el 2006 que hemos señalado anteriormente es atribuible sobre todo a la disminución del número de empresas dedicadas al comercio al por menor (-3,3%), que contó con 469 empresas menos que en el año 2005 y 1.760 menos que en el año 2004. (Ver el cuadro A I-41.)

Si nos fijamos en el número de asalariados de las empresas comerciales vemos como el 45,8% de las empresas no registraba ninguna persona asalariada, mientras que el 44,7% tenían de 1 a 5 asalariados y el 8,1% 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 hacer mención en la superficie media de los establecimientos comerciales y en las diferencias que se observan según el tipo de actividad. En este caso, la fuente de información es el *Anuario Económico de España 2007* que publica “la Caixa”, donde el número de actividades comerciales se aproxima a partir de las licencias de comercio sujetas al IAE.

#### **Pendiente:**

Podemos hacer una aproximación al número de establecimientos comerciales, de los cuales no existe información censal, se aproxima a partir del número de actividades económicas (a pesar que un establecimiento comercial puede tener una o diversas actividades). Así, en el 2005 había en las Islas Baleares 27.881 establecimientos comerciales, un 1,7% más que en el 2004. Estamos hablando de 3.982 actividades comerciales al por mayor y 23.899 actividades comerciales al por menor. (Ver el cuadro A I-42.)

Durante el período 1997-2005 el número de establecimientos al por mayor creció un 18%, mientras que los de comercio al por menor alcanzaron un 30%. El comercio al por menor de productos de alimentación creció un 38,8%, el de productos de no alimentación lo hizo en un 26,1%, mientras que el comercio mixto creció un 34,1%. Buena parte de este incremento es imputable al ejercicio 2004, siendo el crecimiento en los otros años mucho más moderado. (Ver el cuadro A I-43.)

En conjunto, los establecimientos de comercio al detalle tenían una superficie media de 118 m<sup>2</sup> 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 media, con 72 m<sup>2</sup>; los comercios que no eran de alimentación (vestido y calzado, hogar y otros) ocupaban de media 132 m<sup>2</sup>; por su parte, el comercio mixto (grandes almacenes, hipermercados, almacenes populares, mercados y comercio ambulante, y otros) era el que contaba con establecimientos más grandes, con 177 m<sup>2</sup> de media. (Ver el cuadro A I-44.)

La superficie total del comercio al por menor experimentó, entre 1998 y el 2005, un incremento de un 18,5%, y fue el sector de la alimentación donde este incremento se manifestó de forma más acentuada (25,2%). (Ver el cuadro A I-45.)

### 9.3. LOS CENTROS COMERCIALES

#### **Pendiente:**

Durante el 2005 el número de centros comerciales en las Islas Baleares se mantuvo estable. A pesar de que, a lo largo del año si que se produjeron cambios significativos: el cierre de un centro comercial del casco antiguo de Palma, la ampliación del centro comercial de Es Coll d'en Rabassa y la apertura de un nuevo centro en el Arenal de Lluçmajor<sup>99</sup>. De esta forma el total de la superficie bruta arrendable pasó a ser de 178.348 m<sup>2</sup>. La superficie media era de 19.816 m<sup>2</sup>, mientras que la densidad de centros comerciales de las Islas Baleares (a 30/06/2006) era de 180 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes, una cifra inferior a los 243 m<sup>2</sup>/1.000 h. del Estado español. (Ver el cuadro A I-46.)

---

<sup>99</sup> Mercadota (Palmanova), el Arenal (Lluçmajor), Alcampo (Marratxí), Festival Park (Marratxí), Ocimax (Palma), Portopí (Palma), s'Escorxador (Palma), Carrefour Palma II (Coll d'en Rabassa) y Carrefour Palma I (Palma).

#### 9.4. LOS AÑADIDOS PRINCIPALES DEL SECTOR COMERCIAL

Según datos de la Contabilidad Regional de España (INE), el PIB generado por el sector del comercio en las Islas Baleares en el año 2004 fue de 1.761 millones de euros, cifra que representa un 8,3% 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 (21,7%), las actividades inmobiliarias (14,9%) y la construcción (9,2%). Respecto del año anterior, el PIB del sector comercio creció un 2,5%, la misma variación que experimentó el conjunto del sector servicios y una décima por debajo del PIB general.

##### 9.4.1. GRANDES CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LAS ISLAS BALEARES Y EN EL ESTADO ESPAÑOL

La productividad en el sector del comercio en las Islas Baleares, entendido como la aportación de cada persona ocupada a la generación de rentas de las empresas, fue en el año 2004 de 23.157 euros, esto es, 5.970 euros más bajo que la productividad del sector del comercio en el Estado Español y prácticamente equivalente al dato obtenido en el 2003. Según se desprende de las tasas calculadas por el global del sector, la generación del valor añadido a partir de la producción fue de 5,8 puntos más lata en las Islas Baleares (64,3%) que en el Estado español (58,5%). En la distribución de este valor añadido la relación entre gastos de personal / excedente bruto de explotación es más lato en las Islas Baleares que en el Estado español. Respecto al año anterior, señalar el incremento porcentual de los gastos de personal en detrimento de la generación de excedente, incremento que se ha puesto de manifiesto sobre todo en las Islas Baleares, donde se confirma la tendencia de los últimos años en los cuales la proporción del valor añadido absorbido por los gastos de personal ha crecido en 10,3 puntos (desde 2001). Esta tendencia está claramente correlacionada con el aumento progresivo del diferencial de productividad entre las Islas Baleares y el Estado español, ya que la baja productividad del sector observada en las Islas Baleares supone que cada vez se haya de destinar una mayor proporción del valor añadido generado en gastos de personal. (Ver el cuadro A I-47.)

Si lo desglosamos por subsectores, la mayor productividad del sector del comercio observada en el Estado español responde básicamente al diferencial de productividad manifestado en el comercio al por mayor y, en menor medida, en la venta, mantenimiento y reparación de vehículos. En cambio, el diferencial en la productividad del comercio al por menor es fuertemente menor. (Ver el gráfico A I-14.)

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 encima en las Islas Baleares en los subsectores de la automoción y el comercio al por mayor. Tanto en las Islas Baleares como en el Estado español la mayor tasa de valor añadido la genera el comercio al por menor, con más de un 65% en los dos casos. Respecto al comercio al por mayor y a la automoción, en las Islas Baleares estos subsectores generan, respectivamente, un 63% y un 65% de valor añadido, mientras que en el Estado español las tasas son del 54% y 53%.

Por otra parte, la distribución del valor añadido por subsectores ofrece un panorama fuertemente 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, 65% y 60% respectivamente, mientras que en el subsector del comercio al por menor, los gastos de personal son, respecto a las Islas Baleares, del 61%, siendo en el Estado español del 56%. 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 en el resto de subsectores, y en el caso de la automoción, en las Islas Baleares y en el Estado español, llega tan sólo al 35% y al 40%, respectivamente, viniendo a demostrar que se trata de un sector intenso en mano de obra. (Ver los gráficos A I-15 y A I-16.)

#### 9.4.2. ANÁLISIS DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LAS ISLAS BALEARES

Según se desprende de los datos de la encuesta, el sector del comercio movió en el año 2004 una cifra de negocio 9.997 millones de euros (982 millones más que en el año anterior), que se distribuía entre los 6.182 millones de euros de las pequeñas empresas (con menos de 20 personas ocupadas) y los 3.816 de las grandes empresas (con 20 o más personas ocupadas). (Ver el cuadro A I-48 y el gráfico A I-17.)

De esta forma, el valor de la producción agregada fue de 2.604 millones de euros, prácticamente un 65% de esta producción agregada generó un valor añadido, distribuido entre 62% de gastos de personal y un 38% de excedente bruto de explotación. En cuanto a la productividad, fue más alta en las grandes empresas que se dedicaban al comercio al por mayor, donde casi llegó a los 30.000 euros. (Ver los cuadros A I-49 y A I-50 y el gráfico A I-18.)

Si distinguimos entre los tres subsectores que configuran el sector del comercio, se observa como la cifra e negocio generada para el comercio al por mayor representa el 45% de la cifra de negocio del conjunto del sector, mientras que el comercio al por menor y la automoción representan el 38% y el 17% respectivamente. En cambio, respecto al valor de la producción, el peso del comercio al por menor es prácticamente del 45%. (Ver el cuadro A I-51 y el gráfico A I-19.)

La distribución del valor añadido también fue fuertemente desigual entre los diferentes subsectores. Mientras el comercio al por menor 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 relativamente muy importantes, 62% y 65%, respectivamente.

El número de personas ocupadas en el sector del comercio fue en 2004 de 72.301 de media a lo largo del año. Si observamos el comportamiento por trimestres, se constata un pauta claramente estacional que tiende a incrementar la ocupación en el segundo y tercer trimestre. El 72% de esta ocupación lo generan las pequeñas empresas. Por subsectores, el comercio al

por menor concentra el 57% del total de la ocupación del sector comercial, el comercio al por mayor un 31% y la automoción un 12%. (Ver el cuadro A I-52, gráficos A I-20 y A I-21.)

Si analizamos la estructura laboral del sector comercial, vemos como la estabilidad de la ocupación fue del 68,3%, siendo los trabajadores de las pequeñas empresas los que disfrutaban de una mayor estabilidad (del 71,7%, frente al 61,8% de las de las grandes empresas). Si lo comparamos con el 2003, la estabilidad de la ocupación ha bajado 3 puntos porcentuales, siendo en las pequeñas empresas donde lo ha hecho con más intensidad (-5%). Respecto a la participación femenina, observamos que los valores se sitúan por encima del 47% (3,8 puntos más que en el año anterior). Por tanto, estos datos dibujan una tendencia de mayor presencia de la mujer en el sector, paralelamente, pero, en un aumento de la inestabilidad laboral. (Ver el cuadro A I-49.)

Si hacemos referencia a los tres subsectores, la estabilidad en la ocupación fue más alta en la automoción y en el comercio al por mayor, 82% y 76% respectivamente, mientras que en el comercio al por menor fue del 62%. La participación femenina, en cambio, es mayoritaria en el comercio al por menor, donde las mujeres son mayoría con una tasa del 62%, pero mucho más modesta en el comercio al por mayor, 26,5, y en la automoción, 16,5. Por su parte, la externalidad en la ocupación es del 1,7% en el comercio al por mayor, del 1% en la automoción y casi insignificante en el comercio al por menor. (Ver el cuadro A I-50.)

## 9.5. LA EVOLUCIÓN COYUNTURAL DEL COMERCIO AL POR MENOR

A l ahora 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 por el INE. El índice de comercio al por menor base 2005 nos muestra la evolución de las ventas del comercio al por menor. En las Islas Baleares, las ventas crecieron durante el 2006 un 3,27%, prácticamente a un idéntico ritmo que lo hiciera en el 2005, pero muy lejos del crecimiento medio observado en el resto de las comunidades autónomas, que fue del 5,03% de media. (Ver el cuadro A I-53.)

A lo largo del 2006 el comercio al por menor siguió en las Islas Baleares una tendencia claramente marcada por e efecto de la estacionalidad característico de nuestra economía. De esta forma, fue entre los meses de mayo y octubre que se experimentó un volumen de ventas más importante respecto del resto del año. Los meses de julio y agosto fueron de mayores ventas, coincidiendo la afluencia turística estival con las rebajas de verano. (Ver el cuadro A I-54.)

Si lo comparamos con la evolución observada en el Estado español, la estacionalidad de la economía isleña e, 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 y

en sintonía con lo que hemos apuntado más arriba, se evidencia una tendencia positiva a lo largo del año 2006. (Ver el gráfico A I-22.)

La ocupación en el comercio al detalle creció durante el 2006 un 1,98%, cuatro décimas más que el nivel del Estado español, donde la ocupación aumentó un 1,58%. (Ver el cuadro A I-55.)

Al margen de esta ligera tendencia creciente de la ocupación respecto al año anterior, se constata también la presencia de una pauta estacional en los términos de la evolución de las ventas. (Ver el cuadro A I-56 y el gráfico A I-22.)

En cuanto a los precios, no se dispone de ningún indicador que abastezca el sector del comercio al por menor en su conjunto. En cualquier caso, si que es posible aproximarse a partir de los precios de estos grupos de productos que son característicos de la venta al por menos y que, por 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 siguientes grupos de productos: alimentación y bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas y tabaco, vestido y calzado, raramente del hogar y medicina.

De esta forma podemos estimar que la inflación en el sector del comercio al por menor fue en el 2006 del 2,1%, nueve décimas por debajo del 2005 y una décima por encima de la inflación del Estado español. Los precios siguieron una tendencia alcista, pese a que los meses de invierno (enero y febrero) y los de verano (julio y agosto) decrecieron respecto al mes anterior. (Ver el cuadro A I-57 y el gráfico A I-23.)

#### 9.5.1. DATOS DE OPINIÓN DEL SECTOR DE L COMERCIO AL POR MENOR

- La percepción de los comerciantes sobre la evolución experimentada en su comercio es positiva para un 48% de los encuestados, mientras que un 40% valora esta evolución como regular y el 12% da una estimación negativa.
- Si nos referimos a la evolución experimentada en los comercios de la zona, la valoración que hacen los comerciantes es positiva en un 37% de los casos, considerada como regular en un 48% y como negativa en un 15%.
- Un 42% de los comerciantes consideran que el número de clientes no ha experimentado ninguna variación respecto al año anterior, mientras que para un 36% ha aumentado y para un 22% ha disminuido. De los que responden que ha habido algún aumento o bien alguna disminución, prácticamente el 70% afirman que la variación (en positivo o negativo) ha sido por debajo del 10%.
- Respecto al volumen de ventas, un 38% de los comerciantes considera que no ha habido variación, mientras que el 62% restante, el 30% manifiesta que se ha incrementado y el 32% que ha disminuido.

Aproximadamente el 50% de los que responden que sí que se han dado variaciones del volumen de ventas consideran que estas variaciones con inferiores al 10%; un 36% que ha variado entre un 10% y un 20% y un 13% que lo ha hecho más del 20%.

- Un 35% de los comerciantes encuestados afirma que han incrementado sus precios, un 57% dice que no les han modificado y un 8% que los han tenido que disminuir. El 80% de los que han aumentado los precios responde que la variación ha sido inferior al 10% y oscila alrededor del 3-4%.
- Los costes de explotación han experimentado un aumento en el 59% de los comercios, un 40% manifiesta no haber sufrido variación, y sólo un 1% considera que han disminuido. En la mayoría de los casos (67%) el incremento de los costes de explotación ha sido inferior al 10%.
- En cuanto a los márgenes comerciales, el 74% no los ha variado, el 16% los ha reducido, mientras que el 10% los ha aumentado. Tanto los que han reducido los márgenes como los que los han aumentado lo han hecho mayoritariamente (65% y 63%, respectivamente) menos de un 10%.