

Análisis del Comercio Interior en Andalucía. Año 2015

Dirección General de Comercio. Junta de Sevilla
Universidad de Sevilla

1. PRODUCCIÓN

- El comercio es una **actividad clave en la economía andaluza y española** (12,1% y 12'8% del VAB total, respectivamente), registrando un crecimiento más intenso en Andalucía (2,5%) que en España (1,5%).
- El **aumento del peso del sector comercial en el VAB andaluz** ha estado motivado por el comportamiento anticíclico del sector comercial durante la crisis y por la contracción de otras actividades productivas.
- El **ritmo de crecimiento en el comercio al por menor** en Andalucía durante 2015 (3,1%) es **más intenso que España (1,7%)**.

Indicadores de producción y actividad (tasas de variación anuales y porcentajes)

	Andalucía	España
VAB Comercio/ VAB Total economía	12,1 (2013)	12,8 (2015)
Crecimiento VAB economía 2013/14 (CRE)	1,4	1,4
Crecimiento VAB Comercio 2013/14 (EAC)	2,5	1,5
Crecimiento del Índice Cifra negocios Comercio 2014/2015	4,5	4,8
Crecimiento del Índice Cifra de negocios Comercio al por menor 2014/2015	3,1	1,7

Fuente: INE e IECA

2. DEMANDA

- El **consumo de los hogares vuelve a convertirse en el motor de la economía andaluza**, creciendo en 2015 a mayor ritmo que el conjunto de la economía de la Comunidad, situándose en los niveles que tenía en 2007.
- En Andalucía, el **gasto comercializable** (el que se destina a la compra en establecimientos comerciales) representa el **41,4% del gasto total**, con una mayor significación que en España (39,0%).

Fuente: INE e IECA

Indicadores de demanda de los hogares (tasas de variación anuales y porcentajes)

	Andalucía	España
Crecimiento del Consumo de los Hogares 2014/2015	3,5	3,1
Crecimiento del gasto total de los hogares en bienes y servicios 2014/2015	1,3	2,3
Crecimiento del gasto medio por hogar 2014/2015	0,6	1,9
Crecimiento del gasto medio por persona 2014/2015	1,2	2,4
Crecimiento del gasto comercializable 2014/2015	-1,1	1,9
Participación del gasto comercializable en el gasto total 2015	41,4	39,0
Participación del gasto comercializable de Andalucía en el gasto comercializable de España 2015	16,3	

3. MÁRGENES COMERCIALES

- El crecimiento del **Margen Comercial Bruto** (MCB) de la distribución comercial en Andalucía permite apreciar un aumento de su tamaño y peso en el conjunto de la economía, en mayor proporción que en España, diferencia que resulta especialmente intensa en el caso del **comercio al por menor**.

Margen Comercial Bruto (tasas de variación y porcentajes)

MARGEN COMERCIAL BRUTO	Andalucía	España
Crecimiento MCB Total Comercio 2013/2014	3,7	3,2
Crecimiento MCB Comercio por mayor 2013/2014	5	5
Crecimiento MCB Comercio por menor 2013/2014	2,6	0,7
Total Comercio (% MCB sobre total ventas)	23	23,1
Comercio por mayor (% MCB sobre total ventas)	27,8	28,9
Comercio por menor (% MCB sobre total ventas)	20,2	21

Fuente: INE e IECA

4. MERCADO DE TRABAJO

- El crecimiento de la población ocupada en el comercio durante el último año ha sido del 5,5%, muy superior al experimentado en el conjunto de España (1,9%).
- La **población ocupada en el comercio andaluz representa el 18%** del conjunto de los ocupados en la Comunidad. Los asalariados son el 68,8%, y la tasa de temporalidad es del 29,1%.

Indicadores del mercado de trabajo (tasas de variación anuales y porcentajes)

	Andalucía	España
Crecimiento de la población activa 2014/2015	2,0	0,7
Crecimiento de la población ocupada 2014/2015	5,5	1,9
Crecimiento de la población desempleada 2014/2015	-19,4	-10,2
Índice de feminización de la ocupación	93,4	101,7
Participación de la población ocupada en el comercio en la ocupación de la economía 2015	18,0	16,4
Tasa de salarización 2015	68,8	73,5
Tasa de temporalidad 2015	29,1	21,4

Fuente: INE e IECA

5.1. EMPRESAS

- En Andalucía hay 134.340 empresas en el sector comercial, lo que representa el 27,4% del total de las empresas de la Comunidad Autónoma.
- El **comercio al por menor** sigue representando **la actividad de mayor importancia en el tejido empresarial andaluz**, aglutinando el 18,4% del total de empresas de la Comunidad, (con 90.226 empresas).

Indicadores del tejido empresarial (tasas de variación anuales y porcentajes)

	Comercio Vehículos	Comercio x mayor	Comercio x menor	Total Comercio
Nº Empresas (2015)	12.708	31.406	90.226	134.340
Variación nº empresas 2014/2015.	2,0	1,7	-1	-0,1
% Sobre total de empresas Andalucía	2,5	6,4	18,4	27,4
% Sobre empresas comercio Andalucía	9,4	23,3	67,2	100
% Sobre empresas comercio España	17,6	14,1	19,5	17,7

Fuente: INE

5.2. LOCALES

- En Andalucía hay **162.105 locales** destinados al comercio, lo que supone el 29,0% del total de los locales en la Comunidad.
- Los locales destinados al **comercio al por menor** (109.712) suponen el 67,7% del conjunto de los locales en Andalucía.

Indicadores del número de locales (tasas de variación anuales y porcentajes)

	Comercio Vehículos	Comercio x mayor	Comercio x menor	Total Comercio
Nº Locales (2015)	15.237	37.156	109.712	162.105
Variación 2014/2015	2,2	1,9	- 0,7	0,1
% Sobre total locales Andalucía	2,7	6,6	19,6	29,0
% Sobre locales Comercio Andalucía	9,4	22,9	67,7	100,0
% Sobre locales Comercio España.	17,5	14,3	19,0	17,6

Fuente: INE.

6. INVERSIÓN

- El **esfuerzo inversor** del sector comercial andaluz (9,9% sobre VAB) es superior al del conjunto del Estado (9,2% sobre el VAB), destacando el crecimiento de la inversión de las empresas con sede central en Andalucía (11,4% de 2014 a 2015).

Indicadores de inversión en activos materiales (tasas de variación anuales y porcentajes)

	Andalucía	España
Tasa de inversión 2014	9,9	9,2
Crecimiento de la inversión 2014/2015	-3,2	1,8
Tasa de inversión de las empresas con sede central en Andalucía 2014	9,9	
Crecimiento de la inversión de las empresas con sede central en Andalucía 2014/2015	11,4	

Fuente: INE e IECA

7. CONCENTRACIÓN

➤ La concentración por formato de la **distribución comercial alimentaria** andaluza ha mantenido prácticamente inalterada su cuota de mercado, destacando el mayor peso del **Autoservicio (19,6%)** respecto al porcentaje de participación de este formatos en España.

**Concentración de la superficie de venta minorista por formatos en Andalucía, 2008-2015
(en porcentajes)**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Autoservicio	19	18,7	18,7	18,4	18,4	18,,2	19,2	19,6
Supermercado	67,3	67,7	67,3	67,5	67,4	67,7	69,1	69,2
Hipermercado	13,8	13,6	14	14,1	14,2	14,1	14,0	13,9

Fuente: Alimarket

**Concentración de la superficie de venta minorista por formatos en España, 2008-2015
(en porcentajes)**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Autoservicio	16,7	15,8	15,9	15,9	16,1	16,4	16,7	16,7
Supermercado	68,4	69,1	68,7	69,2	69,1	69,2	69,1	69,2
Hipermercado	14,9	14,8	15,1	14,9	14,8	14,4	14,2	14,1

Fuente: Alimarket

8. INNOVACIÓN

- Las empresas comerciales andaluzas han realizado un esfuerzo en innovación similar al de las empresas comerciales del conjunto de España, destacando el realizado en innovación no tecnológica.

Indicadores de innovación (porcentajes)

	Andalucía	España
Intensidad innovadora 2014	0,1	0,1
Empresas con Innovación Tecnológica sobre el total de empresas 2014	9,8	9,6
Empresas con Innovación No Tecnológica sobre el total de empresas 2014	30,1	23,8

Fuente: INE e IECA

9. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC)

- **El 14,8% del gasto de las empresas andaluzas en TIC** proviene del gasto de las empresas comerciales, y es similar al de las empresas comerciales de España.
- El 70,3% de las empresas comerciales andaluzas tiene **conexión a Internet y página web**, y el 29,9% permite realizar pedidos o reservas on-line.

Indicadores de uso de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones 2015 en empresas comerciales (porcentajes)

	Andalucía	España
Empresas con conexión a Internet y sitio/página web	70,3	78,1
Realización de pedidos o reservas on-line	29,9	25,8
Empresas que disponían de alguna aplicación informática para gestionar información de clientes (herramientas CRM) 2015	41,7	46,5
Crecimiento del gasto total en TIC 2013/2015	38,7	66,7
Gasto total TIC empresas comerciales/ gasto total en TIC conjunto de empresas 2015	14,8	14,7

Fuente: INE e IECA

10. COMPETITIVIDAD

- La **productividad** en términos de competitividad-precio en Andalucía ha crecido el 1,6% de 2013 a 2014 (último año del que se tienen datos a día de hoy).
- El **análisis de la competitividad** en el sector comercial de Andalucía en sentido amplio hace necesaria la **consideración de otros indicadores superiores** al estrictamente microeconómico, tales como el esfuerzo inversor de las empresas, la intensidad innovadora, la incorporación de las TIC, o la formación y cualificación del capital humano. Estos factores son **determinantes** en el logro de **ventajas competitivas**.

Indicadores de Competitividad-precio, 2014 (euros y porcentajes)

		Andalucía	España
COMERCIO	Productividad (€/ocupado)	25.337	31.694
	Variación 2013/2014	1,6	2,7
COMERCIO POR MENOR	Productividad (€/ocupado)	21.396	23.505
	Variación 2013/2014	-0,7	0,9

Fuente: INE, IECA.



JUNTA DE ANDALUCÍA

CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO