

Problemática actual de la distribución comercial española (un estado de la cuestión)*

Autor: *Juan Velarde Fuertes*

Catedrático Emérito de Economía

Universidad Complutense de Madrid

Vicepresidente de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas

Resumen

Tras una especie de análisis anatómico del comercio minorista español, y sus consecuencias en general, con aplicación muy concreta a la realidad española. Se ofrece una abundante bibliografía.

Palabras clave: comercio minorista, empleo, polémica sobre apertura de centros.

* Una síntesis se explicó en la inauguración del Curso 2009-2010 de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial en la Universidad de Oviedo, el 16 de octubre de 2009.

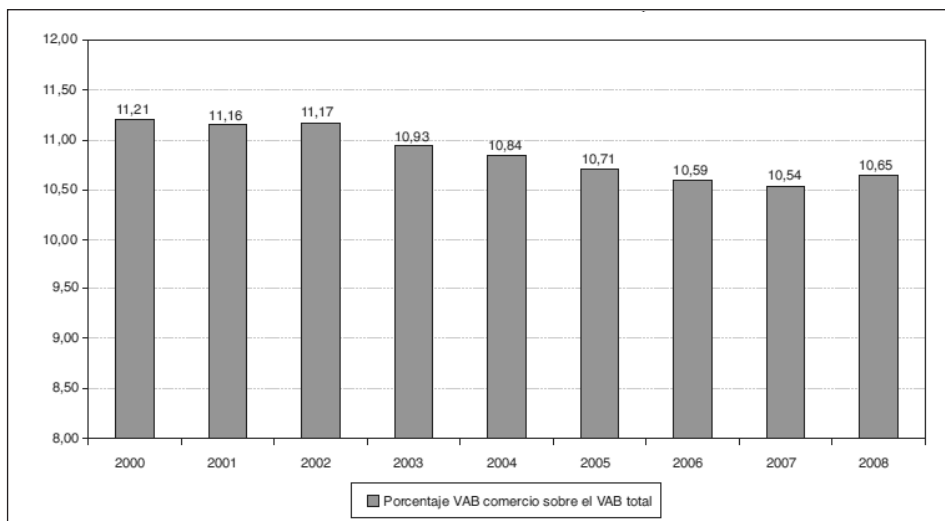
I. Introducción

En el sector comercial es preciso distinguir dos planteamientos diferentes. Lo que corresponde al ámbito mayorista, que se plantea en ámbitos como en el de las Ferias Internacionales y Nacionales, o en el del sector del automóvil, o en el de las entidades relacionadas con los productos agrarios dentro de la Política Agrícola Común, y los problemas del comercio minorista. Respecto a la primera cuestión, sólo merece la pena indicar que la expansión marcha de acuerdo con el desarrollo económico y con nuestra vinculación a instancias internacionales. Pero sobre la segunda, abiertamente polémica, sí se necesita hacer algunas consideraciones importantes desde el punto de vista de la economía.

II. Análisis anatómico

En primer lugar, los datos exactos actuales se pueden consultar en dos espléndidos números monográficos: el del 16 al 31 de julio de 2009, del “Boletín Económico de Información Comercial Española”, titulado “La distribución comercial en España en 2008” que se debe completar con el también monográfico “La distribución comercial en España en 2009”, asimismo del “Boletín Económico de Información Comercial Española”, del 16 al 31 de julio de 2010. Por supuesto el año 2008 fue ya un año de crisis, pero aun así se observa en él que el comercio supuso el 15'43% del sector servicios y un 10'39% del VAB español en un descenso continuo desde el año 2000 con una reacción en el año 2008 (Gráfico 1).

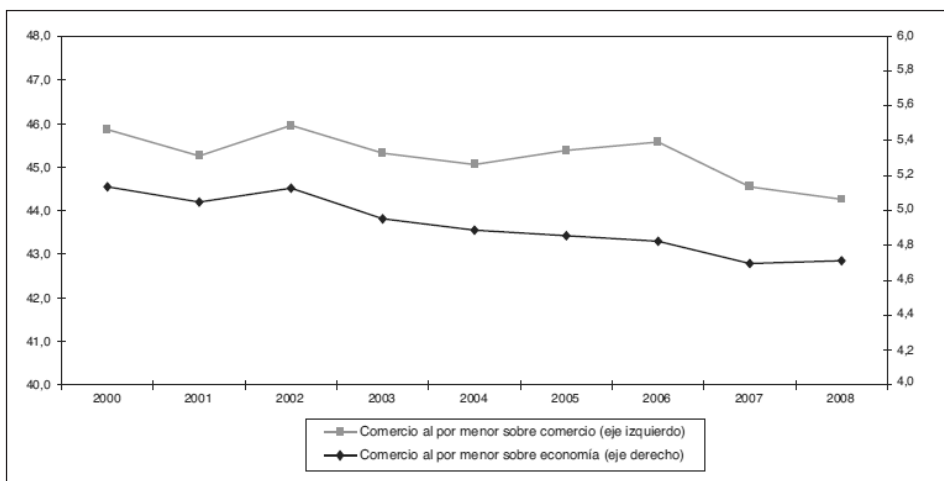
Gráfico 1. Porcentaje VAB Comercio sobre VAB total. Evolución 2000-2008



Fuente: INE, Contabilidad Nacional de España. Ministerio de Economía y Hacienda.

Como señala ese estudio, “se observa la disminución en 2008 del peso del comercio minorista en el VAB total del sector del comercio, tras la ligera recuperación de los años 2005 y 2006... La participación del VAB del comercio minorista sobre el VAB total de la economía ha pasado del 5'1 en el año 2000 al 4'7% en el año 2008”. Véase esto en el Gráfico 2. Esto es congruente con el Cuadro 1, que muestra una caída del comercio, y en particular del minorista respecto al número de locales que existen en la economía española.

Gráfico 2. Porcentaje del comercial al por menor sobre total comercio y total economía



Fuente: Elaboración a partir del INE, Contabilidad Nacional. Ministerio de Economía y Hacienda.

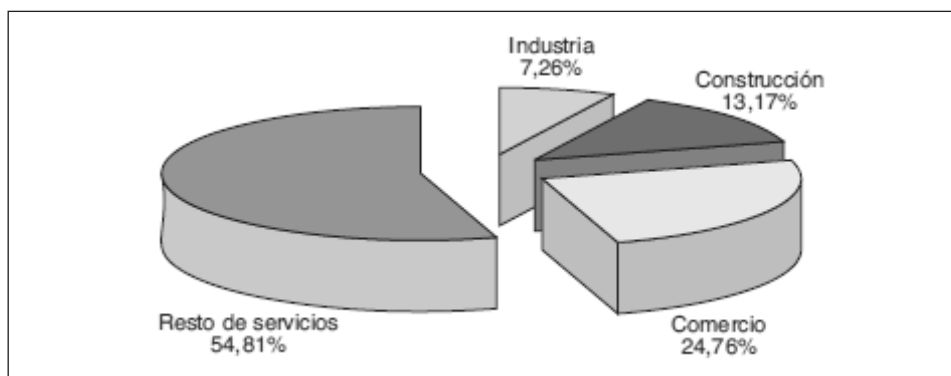
Cuadro 1

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE LOCALES					
Año	Total	Total comercio		Comercio minorista	
		Nº locales	Porcentaje sobre total	Nº locales	Porcentaje sobre total
1996	2.734.885	947.854	34,66	664.322	24,29
1997	2.764.782	954.672	34,53	667.210	24,13
1998	2.804.081	945.318	33,71	653.728	23,31
1999	2.856.564	940.689	32,93	646.793	22,64
2000	2.875.674	913.256	31,73	617.305	21,47
2001	2.920.503	912.617	31,25	612.737	20,98
2002	2.998.930	919.203	30,65	616.714	20,56
2003	3.114.063	935708	30,05	626.555	20,12
2004	3.267.864	962.470	29,45	642.823	19,67
2005	3.385.827	974.605	28,78	644.048	19,02
2006	3.525.845	979.794	27,79	639.984	18,15
2007	3.710.805	997.155	26,87	646.804	17,43
2008	3.816.906	1.001.101	26,23	645.198	16,90
Variación 96-08 (%)	39,56	5,62	-	-2,88	-
Variación 07-08 (%)	2,86	0,40	-	-0,25	-

Fuente: DIRCE del INE.

A 1 de enero de 2009, las empresas encuadradas en el sector del comercio suponían el 24'76% del total de las empresas españolas activas –Gráfico 3–, siendo el formato predominante el de persona física sin asalariados. En cuanto a la tasa de supervivencia de las empresas comerciales, sólo el 39'5% de las creadas en 1999 permanecían activas en 2008. En el comercio minorista tienen más de nueve años, en 2008 (Cuadro 2), sólo el 30'06% de las empresas.

Gráfico 3. Distribución de las empresas por sectores a 1/1/2009 (Porcentaje del total de empresas)



Fuente: DIRCE del INE (CNAE-1993). Ministerio de Economía y Hacienda.

Cuadro 2

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES SEGÚN SU EDAD EN 2008							
Comercio		50 Vehículos de motor		51 Comercio mayorista		52 Comercio minorista	
Edad	Porcentaje	Edad	Porcentaje	Edad	Porcentaje	Edad	Porcentaje
0	10,04	0	8,53	0	9,66	0	10,44
1	9,01	1	7,40	1	8,96	1	9,27
2	8,64	2	7,34	2	8,70	2	8,79
3	7,79	3	6,66	3	7,87	3	7,90
4	7,05	4	5,74	4	7,07	4	7,21
5	6,29	5	5,41	5	6,19	5	6,42
6	5,55	6	4,88	6	5,55	6	5,62
7	5,32	7	4,73	7	5,47	7	5,32
8	4,80	8	4,69	8	4,88	8	4,77
9	4,33	9	4,38	9	4,61	9	4,20
más de 9	31,17	más de 9	40,25	más de 9	31,05	más de 9	30,06

Fuente: DIRCE y elaboración propia.

Pronto se verá la importancia de esto. Por lo que respecta a la densidad general media, ésta era de 13'89 establecimientos minoristas por 1.000 habitantes en 2008. Por Comunidades Autónomas, véase su distribución en el Cuadro 3 y el de actividades minoristas en el Cuadro 4. Los ocupados en todo el sector del comercio, ascendían

a 2.974.730 en 2009, el 15'75% del total de esta magnitud (Cuadro 5), y de ellos, 1.887.930 lo eran en el comercio minorista, o sea, el 63'47% del empleo en el sector comercial, siendo mujeres ya el 50'10% de estos ocupados en el sector comercio, y en el comercio minorista, el 63'07% (Cuadro 6). Con contrato temporal se encuentra el 25'40% de los asalariados del comercio –por debajo de la media de toda la economía española-, y los ocupados a tiempo parcial, son el 13'8%, frente al 12'8% del conjunto de la economía nacional.

Cuadro 3

DENSIDAD COMERCIAL POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Número de locales de comercio al por menor por cada 1000 habitantes)				
	1999	2007	2008	2009
Ceuta y Melilla.....	22,67	17,58	17,18	17,88
Galicia	15,11	15,56	15,35	15,40
Extremadura.....	13,57	15,22	15,01	15,06
Baleares	19,93	16,08	15,18	14,92
Canarias	17,21	15,43	15,10	14,78
Andalucía	15,23	15,13	14,81	14,67
País Vasco	15,71	13,84	14,37	14,27
La Rioja	18,00	14,68	14,37	14,07
Cataluña	18,70	14,16	13,77	14,05
Castilla y León.....	15,88	14,24	13,98	14,03
Comunidad Valenciana	16,92	14,68	14,23	14,00
Nacional	16,09	14,31	13,98	13,89
Asturias	12,36	14,24	13,91	13,85
Castilla-La Mancha.....	16,54	13,99	13,58	13,37
Cantabria.....	16,05	13,78	13,44	13,32
Murcia.....	15,71	13,61	13,37	12,94
Navarra.....	18,24	13,39	12,90	12,92
Aragón.....	16,43	12,96	12,63	12,63
Madrid	13,97	12,50	12,06	11,80

Fuente: Elaboración propia a partir del DIRCE. MEH.

Cuadro 4

NÚMERO DE ACTIVIDADES COMERCIALES MINORISTAS POR 1000 HABITANTES					
Comunidad autónoma	Actividades minoristas	Alimentación	No alimentación	Comercio mixto y otros	Variación actividades comerciales minoristas 03-08 (Porcentaje)
Andalucía	21,78	7,38	12,61	1,79	16,9
Aragón	21,38	8,40	11,09	1,89	3,6
Asturias	24,64	9,70	12,79	2,15	10,7
Baleares	23,26	6,92	14,75	1,59	18,8
Canarias.....	22,35	6,03	13,09	3,24	11,9
Cantabria.....	23,92	9,60	12,34	1,98	10,1
Castilla y León	22,62	8,72	12,04	1,86	2,8
Castilla-La Mancha	21,99	7,68	12,02	2,29	13,4
Cataluña	22,31	8,22	12,65	1,43	11,4
Comunidad Valenciana	21,62	7,67	12,26	1,69	15,0
Extremadura	26,44	10,10	12,81	3,54	6,5
Galicia	23,70	7,60	14,12	1,97	10,3
Madrid	16,82	4,95	10,85	1,02	18,3
Murcia	19,67	6,47	11,60	1,60	18,8
Navarra	27,35	11,45	13,27	2,63	18,6
País Vasco	18,82	6,82	10,84	1,16	0,9
La Rioja.....	24,16	9,42	13,23	1,50	10,3
Ceuta y Melilla	29,68	12,89	14,48	2,32	3,5
NACIONAL.....	21,50	7,44	12,31	1,75	1,75

Fuente: Anuario Económico de España 2009. La Caixa.

Cuadro 5

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN ACTIVA Y DE LA POBLACIÓN OCUPADA EN ESPAÑA Y EN EL SECTOR COMERCIO TASAS DE PARO (Miles de personas y porcentaje)										
Año		Total economía			Total comercio			Total comercio / Total economía		
		Activos	Ocupados	Tasa de paro	Activos	Ocupados	Tasa de paro	% Activos	% Ocupados	Tasa de paro*
2000	Media	18.002,28	15.505,90	13,87	2.747,48	2.512,03	8,57	15,26	16,20	5,30
2001	Media	18.530,83	16.146,28	12,87	2.804,33	2.565,33	8,52	15,13	15,89	4,35
2002	Media	18.785,63	16.630,33	11,47	2.814,28	2.577,18	8,42	14,98	15,50	3,05
2003	Media	19.538,15	17.295,95	11,48	2.947,18	2.698,73	8,43	15,06	15,60	3,05
2004	Media	20.184,50	17.970,85	10,97	3.064,55	2.817,55	8,06	15,18	15,68	2,91
2005	Media	20.885,73	18.973,25	9,16	3.062,93	2.886,85	5,75	14,67	15,22	3,41
2006	Media	21.584,78	19.747,65	8,51	3.149,78	2.983,50	5,28	14,59	15,11	3,23
2007	Media	22.189,90	20.356,00	8,26	3.306,48	3.128,58	5,38	14,90	15,37	2,88
2008	Media	22.848,25	20.257,63	11,34	3.476,83	3.239,13	6,84	15,22	15,99	4,50
2009	Media	23.037,48	18.887,98	18,01	3.325,70	2.974,73	10,55	14,44	15,75	7,46

* Diferencia entre la tasa de paro de la economía y la tasa de paro del total comercio en puntos porcentuales.
Fuente: Encuesta de población activa (INE) y elaboración propia. CNAE-1993 hasta 2008 y CNAE-2009 en adelante. MEH.

Cuadro 6

OCUPACIÓN FEMENINA. MUJERES OCUPADAS EN ESPAÑA, EN EL SECTOR COMERCIO Y EN EL COMERCIO MINORISTA (Miles de personas y porcentaje)							
Años		Total nacional		Comercio		Comercio minorista	
		Valor absoluto	Porcentaje	Valor absoluto	Porcentaje	Valor absoluto	Porcentaje
2000	Media	5.684,78	36,66	1.109,55	44,17	898,18	57,60
2001	Media	5.995,73	37,13	1.161,05	45,26	945,55	58,40
2002	Media	6.265,30	37,67	1.157,03	44,90	929,15	58,34
2003	Media	6.643,08	38,40	1.238,65	45,89	1.011,03	59,50
2004	Media	7.036,55	39,15	1.324,50	47,00	1.077,93	60,39
2005	Media	7.584,45	39,97	1.363,48	47,23	1.099,65	61,29
2006	Media	8.005,08	40,54	1.444,88	48,43	1.150,18	61,93
2007	Media	8.368,78	41,11	1.533,95	49,03	1.217,23	62,72
2008	Media	8.536,95	42,14	1.585,40	48,95	1.242,93	62,96
2009	Media	8.241,55	43,63	1.490,33	50,10	1.190,73	63,07

Fuente: Encuesta de población activa (INE) y elaboración propia. CNAE-1993 hasta 2008 y CNAE-2009 en adelante. MEH.

Por lo que se refiere al examen de sus balances, según las informaciones de la Central de Balances del Banco de España y su colaboración con los Registros Mercantiles, su evolución de 2001 a 2007 muestra la pérdida de peso de los indicadores de rentabilidad en el periodo, señalándose en el “Boletín Económico del ICE” de 2009, citado, que “con la excepción del margen bruto, puesto que el aumento acumulado desde 2001 del margen bruto en el caso minorista (7’58%) es superior al del total del comercio (7’42%), la reducción de la rentabilidad financiera antes de impuestos ronda los dos puntos porcentuales en el periodo analizado. En cuanto a los indicadores de actividad, se incrementa el coste de personal en casi dos puntos porcentuales desde el año 2001, (que) continúa con la escalada alcista en 2007, siendo además su importe superior al coste del personal del sector (19’10 frente a 16’69) a lo que hay que añadir la contención de la rotación de activos en el último año que desciende en torno a 27 puntos porcentuales respecto a 2001... Un factor característico del comercio minorista es la elevada diferencia entre los indicadores que definen las deudas con sus proveedores y las que los clientes mantienen con las

empresas minoristas. Puesto que se ha producido una caída en la cuenta de acreedores mayor que la ligera disminución en la cuenta de deudores, la diferencia entre acreedores comerciales y deudores comerciales se reduce hasta el 10'82% del volumen total de ventas, hecho que no obsta para que siga existiendo una elevada financiación que las empresas de distribución minorista obtienen por la dilación del pago a sus proveedores”.

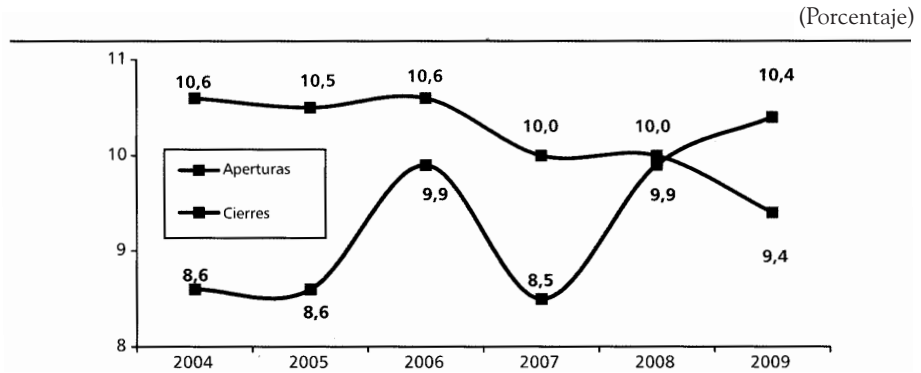
Aumenta la solvencia del comercio minorista en el periodo 2001-2007, al observarse que se reduce en 1'42 puntos porcentuales la participación de fondos propios en el pasivo, porque bajan las deudas a corto plazo y el porcentaje de endeudamiento, del 68'38% en 2001 lo hace al 63'18% en 2007. En el referido estudio del “Boletín Económico de Información Comercial Española” de 2009 se indica que la Central de Balances Anual del Banco de España refleja el diferencial “entre los plazos de pago a proveedores y los de cobro a clientes de forma más acusada que lo señalado más arriba”, seguramente porque la mencionada Central de Balances “se refiere fundamentalmente a las empresas minoristas de mayor tamaño, y por tanto con mayor poder de negociación de plazos con proveedores”. La diferencia, en este concreto colectivo, de pagos-cobros, en días, se registra en el Cuadro 7.

Cuadro 7

Años	Diferencias pagos-cobros en días
2001	67'7
2002	69'0
2003	67'9
2004	69'2
2005	63'0
2006	63'5
2007	60'0

Naturalmente, como consecuencia de la crisis, esta realidad ha cambiado. Como resultado, según se lee en el Informe Anual ANGED 09, “el año 2009 es el primero, desde que se manejan datos, en el que el porcentaje de cierres, de empresas dedicadas al conjunto del comercio, supera al de aperturas. También en términos absolutos queda patente la situación de crisis, puesto que se crearon un menor número de empresas y desaparecen un mayor número que en 2008” (Gráfico 4).

Gráfico 4. Evolución de las aperturas y cierres anuales de empresas de distribución



Fuente: Elaboración ANGED con datos del INE. Dirce 2009 (CNAE: 45, 46 y 47)

Finalmente en el estudio mencionado se indica que “la productividad referida al empleo es claramente inferior en el conjunto minorista que en el mayorista, como era de esperar. Su evolución muestra una tendencia creciente en el periodo, si bien en las ventas respecto a gastos de personal, su comportamiento intertemporal es estable”. Como se observa también en el Cuadro 8, aumentaba con mucha fuerza el porcentaje de ventas por empleado, medido en miles de euros. No se trata de un pronóstico arriesgado, que indicará muchas cosas sobre la coyuntura actual, el indicar que en el año 2008 se observará también aquí un claro cambio de tendencia.

Cuadro 8

Años	Ventas/gastos de personal	Ventas/empleado (miles de euros)
2001	8'2	164'2
2002	8'2	167'4
2003	8'4	175'0
2004	8'4	178'3
2005	8'3	179'7
2006	8'1	187'9
2007	8'2	195'8

La ordenación de los diversos países de la Unión Europea-27, según Eurostat con arreglo a la productividad aparente por empleado en este sector minorista, medida por el valor añadido al coste de los factores dividido por el número de personas empleada no muestra precisamente una excelente situación española (Cuadro 9).

Cuadro 9

COMPARACIÓN PRODUCTIVIDAD COMERCIO MINORISTA ESPAÑA/UNIÓN EUROPEA		
CNAE 52-Año 2007	Productividad aparente por empleado (1) (Miles de euros)	Productividad ajustada al salario (2) (Porcentaje)
Alemania.....	28,1	137,8
Austria.....	29,2	122,7
Bélgica.....	35,7	130,8
Bulgaria.....	3,0	153,0
Chipre.....	24,4	130,1
Dinamarca.....	31,8	131,9
Eslovaquia.....	14,8	195,3
Eslovenia.....	23,7	151,5
España.....	24,4	124,1
Estonia.....	13,2	156,4
Finlandia.....	38,0	140,7
Francia.....	38,4	128,8
Grecia.....	17,4	104,4
Hungría.....	8,3	113,4
Irlanda.....	33,4	141,2
Italia.....	24,1	95,0
Letonia.....	9,1	184,1
Lituania.....	7,3	131,4
Luxemburgo.....	54,3	183,7
Malta.....	-	-
Países Bajos.....	23,9	145,2
Polonia.....	8,9	154,3
Portugal.....	13,8	141,2
Reino Unido.....	29,1	154,3
Rep. Checa.....	11,5	126,2
Rumanía.....	5,4	161,5
Suecia.....	35,3	111,1
UE-27.....	24,6	129,91

(1) Valor añadido al coste de los factores/nºde personas empleadas.
 (2) Valor añadido al coste de los factores/costes de personal x 100.
Fuente: Eurostat.

Todo esto, naturalmente, afecta al conjunto del comercio y especialmente al minorista. De él se conocen muchas cosas gracias a dos libros fundamentales: el de Javier Casares y Alfonso Rebollo, “Distribución comercial” (Civitas) y el de Javier Casares, “Una aproximación socioeconómica a la rebelión de las masas” (Dickinson). Son esenciales también la aportación del Observatorio Sectorial del BBVA, que en noviembre de 2008 publicó “Distribución comercial: ¿equilibrio de intereses?”, así como el trabajo del M^a de los Llanos Matea y Juan S. Mora, “La evolución de la regulación del comercio minorista en España y sus implicaciones macroeconómicas”, (Banco de España, documento de trabajo 0908, 2009). Sabemos así, por este último trabajo que “el comercio minorista es un sector con gran relevancia en Espa-

ña, como lo demuestra el que representara el 4'7% del VAB de la economía en 2006 y el 9'5 del total de ocupados en 2007", aunque todavía aumenta su importancia al considerar "que su actividad consiste en poner a disposición del consumidor una buena parte de los bienes de consumo, por lo cual el comportamiento de este sector puede tener una importancia crucial en variables tales como los precios finales de los productos". Todo lo anterior ha terminado por concluir en un panorama donde el pequeño comercio presiona para obtener alguna ventaja derivada del intervencionismo del Sector público, y tiene fuerza política y social porque con datos referidos a 2005, derivados del registro del Impuesto de Actividades Económicas, el comercio minorista ofrece el siguiente panorama: en un total de 80.478 establecimientos, corresponde el 36'6% a alimentación, que ofrece, por supuesto, un aspecto abigarrado que va desde tiendas generalistas de ultramarinos, a otros negocios especializados, como pueden ser las fruterías, o pequeñas tiendas con técnicas de autoservicio; el 15'8% a vestido y calzado; otro 15'8% a atenciones del hogar, y un 31'8% a todo un amplio conjunto de actividades. Según los datos básicos del "Anuario la Caixa", los totales y porcentajes se ofrecen para el año 2007 en el Cuadro 10, respecto a la superficie comercial minorista, en miles de m².

Cuadro 10

Subsectores	Superficie	Porcentaje sobre el total de la superficie	Incremento porcentual sobre la superficie en 2005
Alimentación	21.225	17'82	17'39
Vestido y calzado	17.761	14'92	3'38
Hogar	27.057	22'73	7'75
Resto no alimenticio	36.869	30'97	6'94
Comercio por secciones	10.961	9'21	9'71
Otros	5.181	4'35	2'53
TOTAL	119.054	100'00	15'49

Si contemplamos este conjunto desde el punto de vista jurídico, la variedad es notable. Desde sociedades anónimas a cooperativas de consumo, y por supuesto, a vendedores ambulantes, típicos de los países mediterráneos, toda una gama completísima ahí se despliega. Pero además, en el comercio minorista se encuentran, como resultado de toda esta evolución, los supermercados; los grupos de los denominados establecimientos de descuento, que así intentan, con un surtido limitado, una gran rotación de existencias, y están a veces vinculados a cadenas; los hipermercados, rodeados desde finales de los años ochenta, de pequeñas tiendas, y que de la perife-

ria de las ciudades pasan progresivamente a integrarse en las ciudades; los centros comerciales; los grandes almacenes y finalmente, en evidente proceso de decadencia, los almacenes populares. No se pueden olvidar tampoco, en la periferia de las grandes ciudades, las grandes superficies especializadas, por ejemplo en electrodomésticos o en juguetes, y los parques de fabricantes, o factory outlets, donde los industriales ofrecen restos de, a veces, marcas muy prestigiosas, porque no se han vendido y se les devuelven por los distribuidores, o son restos de temporada. En las cercanías de la capital de España hay centros de este tipo en Getafe y en Las Rozas de Madrid.

III. Consecuencias de esta anatomía

He efectuado esa especie de disección anatómica del sector de los servicios comerciales para que se comprenda, en primer lugar, su heterogeneidad. Derivada de ella, alguien diría que en algunos de los subsectores, como los relacionados con la realidad minorista, existe, por fuerza, una realidad competitiva ejemplar, típica de esa economía de mercado libre que tantas veces se ansía. Por consiguiente, parecería que es muy ventajoso para el funcionamiento de la economía de un país, la abundancia de minoristas, en este caso, en el sector del comercio. Pues bien; no es así.

Un gran economista asturiano, Valentín Andrés Álvarez, señaló cómo, afortunadamente para comprender este fenómeno, conviene diferenciar algo que en español no es igual: la concurrencia y la competencia. No así en inglés, con lo cual surgen más de una vez de ello dificultades para comprender ciertos fenómenos. Chamberlin es quien nos advirtió cómo la libre entrada de muchos competidores imperfectos hace que no reduzcan el precio hasta el suelo del coste marginal, que es sin embargo lo que genera la competencia perfecta. Y respecto al pequeño comercio, en su "Curso de Economía Moderna", aclara esto Samuelson, en un epígrafe titulado "Las industrias superpobladas", al indicar que "existen muchas ramas de la actividad económica caracterizadas por un excesivo número de empresas, la mayoría de las cuales realizan un reducido número de negocios, permaneciendo en el sector únicamente hasta que pierden su capital. Así, en el comercio al por menor se pueden citar como ejemplo de estos casos las tiendas de comestibles... y otras muchas que requieren un capital inicial pequeño... Pero ¿cómo es que entran nuevas empresas en estos sectores, siendo así que la mayoría de las existentes sufren pérdidas? Al parecer ello se debe, en parte, a ignorancia... Tales sectores económicos, crónicamente superpoblados, no son necesariamente lo que los economistas llaman de competencia perfecta... Desgraciadamente en la mayoría de los sectores superpoblados, la competencia es totalmente imperfecta. Los pequeños establecimientos, como son productores poco eficientes, no venden muy barato, y en lugar de competir en precios, intentan cobrar unos precios los más altos posibles y repartirse sencillamente el mercado".

IV. Características de la polémica española sobre el comercio minorista

Claro que un volumen de empleo tan grande determina una evidente presión sociológica y política cuyos resultados conviene estudiar en el caso de España. Algunos análisis sobre la situación en otros países no deben ser dejados de lado. Como nos indican Matea y Mora, M. Bertrand y F. Kramarz en su artículo “Does entry regulation hinder job creation? Evidence from the french retail industry”, en “Quarterly Journal of Economics”, noviembre 2002, así como Viviano en su trabajo “Entry regulations and labor market outcomes: evidence the italian retail trade sector”, editado por Economic Research Department del Banco de Italia, Working Paper n^o 594, junio 2006, e incluso el “Informe sobre España” del FMI en el año 2004, se observa que “cuanto más restrictiva es la política comercial menor es el empleo del sector”. Y esto se ratifica con el trabajo de M. Skuterud, “The impact of Sunday shopping on employment and hours of work in the retail industry. Evidence from Canada”, en la “European Economic Review”, 2005, donde se proporciona “la evidencia de cómo la relajación de la apertura en festivos en Canadá supuso un aumento del empleo”. M. Burda y P. Weil, en el documento multicopiado “Blue Laws”, de octubre 2005 concluyen que a mayores restricciones de la normativa, “menor es el empleo, los salarios y la productividad del sector”. En el caso español, aparte de lo señalado, A. W. Hoffmaister, en “Barriers on retail competition and juices: evidence from Spain”, WP/06/231/FMI, 2006, concluye que en España las barreras a la libertad comercial “se traducen en un aumento de los precios”. Y también para España, L. Orea, desde la Universidad de Oviedo, en su “The effect of legal barriers to entry in the spanish retail market: a local market analysis” (Departamento de Economía, mayo 2008) encuentra que la regulación introducida para nuestro país “ha sido efectiva a la hora de proteger al pequeño comercio”.

Agreguemos a esto la nota de Juan Sebastián Mora Sanguinetti, “Libertad de horarios, pequeño comercio y grandes superficies”, aparecida en Libros de Economía y Empresa, agosto 2009, donde glosa los libros siguientes: el coordinado por Xavier Montagut y Esther Vivas, “Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas” (Icaria-Antrazyt), que adelanto por mi cuenta que carece de valor científico; el dirigido por Fernando Bécker Zuazua y Victoriano Martín Martín, “Efectos económicos de la regulación de los horarios comerciales” (Dykinson-Universidad Rey Juan Carlos), que analiza las limitaciones normativas a la libertad comercial, en aspectos tales como los horarios comerciales o las restricciones derivadas de la “segunda licencia comercial” –sobre la que se volverá–, hasta llegar a la conclusión de “que las restricciones a la libertad de establecer el horario comercial no sólo no han logrado su supuesto objetivo de defender al pequeño formato comercial, sino que además han atentado contra un objetivo económico principal, beneficioso para todos, que es la competencia en el mercado”. Por eso, en esta última obra se pone de manifiesto que “tales limitaciones podrían incluso haber reforzado el poder de las grandes superficies ya establecidas... y en especial de los

supermercados, que he aquí que escapan de las restricciones impuestas a la gran distribución”, todo ello basado en un buen trabajo empírico.

Otro análisis esencial sobre esta cuestión es el de Ramón Tamames, “Informe sobre libertad comercial en España” (Ediciones 2010). En él se destaca “que los consumidores, cuando se les pregunta por sus gustos en cuanto a la actividad comercial, apoyan en su mayoría una mayor libertad de horarios”, para poder conciliar la vida familiar y laboral. Tras comparar nuestra legislación en este aspecto con la de la Unión Europea, que a partir de la Agenda de Lisboa y la Directiva de Servicios aprobada en 2006, busca la reducción de las restricciones comerciales, y también respecto a las de los Estados Unidos, de Nueva Zelanda y otros, destaca Tamames la ineficacia de las restricciones para defender el pequeño comercio, que apenas logra mantener su cuota de mercado, agregando que impulsan estas medidas los precios al alza y la productividad a la baja. Todos estos libros, pues, se unen a la serie de quienes defienden, como especialmente convenientes, las tesis de la libertad comercial y no el fuerte intervencionismo que en España se abate sobre el sector.

Añadamos que Mora, también había publicado sobre esta cuestión un artículo, “La reforma del sistema español de defensa de la competencia”, en el “Boletín Económico del Banco de España”, en el año 2008, el cual nos ha hecho recordar que es preciso tener en cuenta también factores relacionados con “la función de utilidad de una sociedad, como puede ser la labor social del comercio de proximidad o la pérdida de diversidad de los productos”. Podría agregarse, de la mano de Röpke, todo un conjunto de mejoras relacionadas con la creación de ambientes menos masificados, pero, como señala el propio Mora, la falta de cuantificación de estos factores, dificulta en grado sumo las posibilidades relacionadas con su integración con el resto de las conclusiones que se obtienen de los estudios serios. A mi juicio deben quedar como aquella recomendación que los médicos hacían en las recetas que se entregaban a los boticarios. Después de una serie de cuantificaciones, se agregaba: “Mézclese según arte”, pero, desde luego, ese arte no podía, de modo alguno alterar las cuantificaciones. De ahí la importancia del trabajo citado de Matea y Mora.

Y ¿qué es lo que se cuantifica y con qué consecuencias en el trabajo de Matea y Mora? En el paso de 1997 a 2007 es posible observar en el cuadro 11 que, salvo en el País Vasco, del que no existe documentación, y también salvo la excepción de Galicia, La Rioja y la Comunidad Valenciana, en el resto de las Comunidades Autónomas ha aumentado el grado de regulación del comercio minorista, como se muestra al comparar los datos de 1997 con los de 2007. Destaca, por cierto, el fuerte incremento de Asturias.

Cuadro 11

Comunidades Autónomas	Grado de regulación	
	1997	2007
Galicia	4'1	3'3
Asturias	3'5	6'2
Castilla y León	3'8	4'9
La Rioja	4'0	3'7
Cantabria	3'3	4'5
Madrid	3'2	4'0
Navarra	3'9	5'0
Aragón	4'1	5'5
Cataluña	4'1	5'4
Comunidad Valenciana	4'6	4'2
Baleares	4'0	5'2
Castilla-La Mancha	3'3	4'0
Murcia	3'5	5'0
Extremadura	3'3	5'5
Andalucía	3'5	5'1
Canarias	4'5	5'3

Son las Comunidades Autónomas, al tener transferida la competencia sobre el mercado interior, las que, efectivamente lo regulan. La justificación que hacen de este casi general incremento se encuentra en las exposiciones de motivos donde la basan en “la vertebración de las ciudades o la mejora de la calidad medioambiental del entorno”. Debe agregarse que, como se lee en “Cauces. Cuadernos del Consejo Económico y Social”, verano 2009, el Pleno del Consejo Económico y Social de España aprobó, el 21 de mayo de 2009 un dictamen sobre el Anteproyecto de Ley por el que se modifica la ley 7/2996, el 15 de enero, de ordenación del comercio minorista y otras normas complementarias. En tal dictamen, aparte de criticar que en el “Informe de impacto por razón de género”, en la Memoria general justificativa y en la económica, “no se abordan suficientemente los efectos esperados en la realidad socioeconómica española”, especialmente censura que, si bien no suprime “el actual régimen de autorizaciones para la instalación de establecimientos comerciales”, limita esta libertad aduciendo que se hará si existen “imperiosas razones” de interés general, citando “la protección del medio ambiente y del entorno urbano, la ordenación del territorio y la conservación del patrimonio histórico y artístico”, pero sin exactamente vincular esto con todas las razones de interés general que admite la Directiva europea de Servicios en el apartado 8 de su artículo 4, y esto a más de no hacer referencia explícita a cómo estas novedades son capaces de fomentar la com-

petitividad y “la mejora de la calidad en el empleo”. Da la impresión de ser este intento legislativo un paso en falso. Tiene toda la razón el editorial de “Expansión” publicado el 8 de agosto de 2009, “Normativa comercial y unidad de mercado”, que señala cómo, por esta ruptura del mercado, “el descontento de los comerciantes con las diferencias de criterio entre Comunidades es palmario”, pero he aquí que “ante esta realidad, el Gobierno ha optado una vez más por lavarse las manos y pasar de puntillas en este espinoso asunto al elaborar la reciente reforma de la Ley estatal de Comercio. Un marco normativo que ya ha fracasado antes de entrar en vigor, pues consagra la pervivencia de 17 criterios distintos en cada uno de los aspectos de la regulación comercial, en contra del espíritu de la normativa comunitaria”. Como acertadamente expone el profesor Antonio Cidoncha Martín en su trabajo “La unidad de mercado como límite constitucional a la descentralización: un balance”, en el volumen de Lorenzo Bernaldo de Quirós et al., “La unidad de mercado en la España actual” (Instituto de Estudios Económicos, 2010), “no tendría ningún sentido que, después de abrir nuestro mercado a través de la integración en el mercado europeo, lo cerráramos a partir de la transferencia creciente de competencias a las Comunidades Autónomas. Un mercado no puede abrirse y cerrarse a la vez; no puede integrarse en un mercado más amplio y fragmentarse internamente al mismo tiempo. Esto no sólo es que no tenga sentido, es que no es posible jurídicamente. No lo permite ni nuestra Constitución ni la «Constitución económica» europea”.

De ahí la importancia del trabajo de Matea y Mora, porque tras estudiar las consecuencias del Real Decreto-Ley 2/1985, de 30 de abril, de liberalización de horarios comerciales, un tanto completada por la sentencia 225/93 del 8 de julio del Tribunal Constitucional, señalan que así se dio lugar al Real Decreto-Ley 22/1993, que abrió la puerta hacia unas mayores libertades. Estas se ampliarán por el Real Decreto-Ley 6/2000, pero la Ley 7/1996 de 15 de enero, de ordenación del Comercio Minorista, “introdujo una serie de exigencias administrativas, entre las que hay que citar la imposición a los grandes establecimientos comerciales (aquellos con al menos 2.500 m²) de una segunda licencia específica para su apertura”. De igual manera, “se prohibió la venta a pérdida y se introdujo la limitación de los plazos de pago a las grandes superficies. Esta última cuestión se ha reforzado posteriormente a través de la Ley 55/1999 de 29 de diciembre de medidas fiscales, administrativas y de orden social, así como de la Ley 3/2004, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales”. Y todo esto aparte de la licencia que debe obtenerse “del Ayuntamiento, y cuya concesión corresponde a la administración autonómica, y que se justifica por la incidencia que pueden tener sobre el comercio de los municipios colindantes”. Esto último ya había sido establecido por el País Vasco en 1983; por la Comunidad Valenciana en 1986; por Cataluña en 1987; por Galicia y Navarra en 1988; por Aragón en 1989, y por Canarias en 1994.

Agréguense a esto las limitaciones a la libertad comercial de las Comunidades Autónomas en “veranos comerciales, periodos de rebajas, definición de estableci-

mientos para los que se requiere una licencia de la Comunidad, moratorias o impuestos específicos para las grandes superficies”. Además, en el periodo 1997-2007, diez comunidades autónomas –Andalucía, Aragón (sólo en la comarca de Zaragoza), Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Navarra, País Vasco y Asturias-, han implantado en algún momento -Canarias, en todo ese periodo- estas moratorias comerciales, durante las cuales existe prohibición completa al establecimiento de grandes superficies comerciales.

El inmejorable análisis crítico de esta realidad jurídica, cuyo antecedente más remoto, en lo que conozco, es el trabajo de E. Gómez-Reino y Carnota, “Libertad de empresa y horarios comerciales”, (Jornadas sobre la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, Xunta de Galicia, 1996) se encuentra en el ensayo de los profesores Helena Villarejo y Antonio Calonge, “Unidad de mercado y comercio interior”, en el volumen de Lorenzo Bernaldo de Quirós et al., “La unidad de mercado en la España actual” (Instituto de Estudios Económicos, 2010, donde, entre otras cosas queda claro que la Directiva Comunitaria 2006/123/CE relativa a los servicios en el mercado interior, afecta especialmente “a las normativas proteccionistas de distintos Estados miembros que, como España, desde hace años, han establecido una autorización específica para la apertura de grandes establecimientos comerciales, con la que se pretende limitar las consecuencias económicas de las nuevas implantaciones sobre la red comercial preexistente”. Agréguese que los estudios de la profesora Villarejo sobre esta Directiva relativa a los servicios en el mercado interior, en la “Revista de Derecho de la Unión Europea” y en toda una amplia serie de monografías, muestra la necesidad de modificar los planteamientos españoles actuales. Queda así claro que esta Directiva “no prohíbe las autorizaciones, pero las somete a una «presunción de culpabilidad» obligando a los Estados miembros a probar su inocencia. Pues bien, si en el ordenamiento jurídico español había unas autorizaciones «especialmente sospechosas», esas eran las autorizaciones exigidas para la implantación de los grandes establecimientos comerciales. Sospechosas, antes incluso de que se aprobara la Directiva, puesto que la Comisión Europea había abierto dos procedimientos de infracción contra el Reino de España por vulneración del artículo 43 del Tratado de la Comunidad Europea, porque consideraba que tanto la legislación catalana como la andaluza “restringen y obstaculizan el establecimiento de hipermercados”. La subyacente defensa de la realidad actual por parte de Teresa de Jesús Sánchez Armas, subdirectora general de Comercio Interior del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en el artículo “La directiva de servicios y su impacto en la distribución comercial”, en el “Boletín Económico de Información Comercial Española”, 1 a 15 de junio de 2010, no resultan precisamente justificadas. Véase este párrafo: “Por lo que se refiere al fundamento de esta opción legislativa estatal, consistente en mantener la posibilidad de que las Comunidades Autónomas puedan someter las instalaciones comerciales a Licencia, ya hemos dejado claro antes, que otras opciones legislativas más drásticas no eran plausibles de acuerdo con nuestro sistema constitucio-

nal de reparto de competencias y que, de rebasarse estas bases, se atentaría contra el fundamento de la política comercial de las Comunidades Autónomas”. Se sostiene, nada menos que con la Ley 1/2010 de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996 de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, han pasado, las autoridades de comercio autonómicas, “a velar por la garantía del abastecimiento adecuado de los ciudadanos en cualquier lugar de su territorio, a la vez que cuidan de otros bienes jurídicos que pueden resultar afectados, recabando e integrando los pronunciamientos de otras autoridades sin ambages, una respuesta clara al eventual solicitante sobre las posibilidades de concesión de la autorización, gracias a esta visión global de la cuestión”. El doctor Pangloss no lo hubiera redactado de otra manera.

Porque a pesar de todas estas maravillas legislativas, al estudiar mediante adecuadas técnicas estadísticas y econométricas la situación española derivada de todo eso, Matea y Mora nos señalan “que, en general, existe en la actualidad una regulación más restrictiva en el sector del comercio minorista que la que se encontraba en vigor al comienzo de periodo analizado (1997). Las discrepancias entre Comunidades Autónomas en el grado de regulación son también ahora superiores, con importantes diferencias en la evoluciones temporales entre ellas”. De paso así se contribuye a acentuar la segmentación del mercado español, con las consecuencias negativas que todos conocemos a partir del famoso trabajo “Increasing returns and economic progress” de Allyn Young publicado en “The Economic Journal” en 1928.

Pero, además, con toda una serie de salvedades derivadas de que la robustez de los resultados econométricos puede deberse a la escasez de la información disponible, surge una evidente tranquilidad –el profesor Torres diría con buen sentido que de este trabajo econométrico “sale lo que tiene que salir”- en relación con que “los resultados confirman la evidencia encontrada por otros autores para otros países en el sentido de que la mayor regulación estaría asociada a una mayor inflación, una menor ocupación en el sector y una mayor densidad comercial. En este último caso, con la excepción de los hipermercados para los que la disminución del grado de regulación se relacionaría con un mayor número de hipermercados por habitante”. Queda así justificado que el Gobernador del Banco de España, aun antes de disponer de este documento, el 17 de junio de 2008, al presentar el “Informe Anual del Banco de España”, denunciase la falta de apertura de sectores como el de la energía, las telecomunicaciones, los transportes o el comercio. Concretamente exigió Miguel Fernández Ordóñez aplicar “con rapidez y ambición” la Directiva de Servicios europea, y reducir las “restricciones” impuestas durante la última legislatura al comercio minorista.

He ahí una lógica exigencia, que se amplía cuando contemplamos (cuadro 12 preparado con datos presentados al parecer por Juan Delgado en su trabajo “¿Por qué es necesaria la reforma del sector servicios?”, publicado en “Cuadernos de Información Económica”, marzo-abril 2009) el índice de regulación del comercio minorista español comparado con una serie de países significativos.

Cuadro 12

Nº de orden	País	Índice de regulación sectorial del comercio minorista
1	Francia	3'1
2	España	2'7
3/4	Italia	2'6
	Estados Unidos	2'6
5	Alemania	2'4
6	Holanda	2'1
7	Gran Bretaña	2'0

No se puede olvidar que, como Delgado aduce de los trabajos de E. Basker, “The causes and consequences of Wal-Mart’s Growth”, en el “Journal of Economic Perspectives”, 2007, y L. Fuster, J. Haltiwanger y C. J. Krizan, en “Market selection, reallocation and restructuring in the U. S. retail trade sector in the 1990s”, en la “Review of Economics and Statistics”, 2006, “una de las razones por las cuales la productividad en Europa es inferior a la de Estados Unidos es la regulación más restrictiva en relación a los horarios de apertura, la urbanística, la administrativa para la apertura de nuevos establecimientos y la del mercado laboral que hacen que en Europa se hayan desarrollado menos los formatos de gran escala. Estos grandes hipermercados son los principales responsables del crecimiento del sector en Estados Unidos, tanto por el aumento de la presión competitiva como por la mayor productividad de los nuevos entrantes. La legislación urbanística y las barreras administrativas a la entrada afectan al tamaño de los supermercados, limitan la competencia y el crecimiento del sector y se traducen en último término, en una menor productividad”. Y he aquí que este problema de la productividad se encuentra en la raíz de nuestras dificultades en competitividad, y por ello, en lo que fundamenta la profundidad de la actual crisis económica que nos agobia, precisamente porque acaba por originar una típica crisis de la deuda externa.

Todo esto parece respaldar lo que Juan Manuel de Mingo, presidente de ANGED –Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución– señalaba al presentar ante ella el ejercicio de 2009, indicando rotundamente que “la sociedad española no merece una legislación comercial como la que tenemos, que busca disminuir nuestra competitividad con objeto de mejorar la situación de las empresas menos competitivas. El consumidor merece una política que favorezca la libre y leal competencia entre las empresas, ofreciendo cada una de ellas el mejor servicio, la mejor calidad y los precios más competitivos”.

Que alterar lo que existe puede causar molestias, es evidente, pero es urgente hacerlo. Como dice Espinel en el Descanso Sexto de su inmortal “Vida de Marcos de Obregón”, el Licenciado Alonso Rodríguez Navarro, varón de singular prudencia e ingenio, le dijo que él, “si perdía el tiempo, no tenía para quien apelar, sino para el arrepentimiento... (que) sigue a los daños sucedidos por propia culpa”. Esa posibilidad de perder el tiempo, en España, en estos muy serios momentos de su economía, considero que debe subrayarse que sería muy grave, y el responsable que deba arrepentirse no es un individuo, sino el conjunto de los gestores de la política económica.

