

Capítulo 4

EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

4.1. Evolución de las ventas del comercio al por menor

Los índices de comercio al por menor miden la evolución a corto plazo de la actividad de las empresas de distribución comercial. La variable estudiada es el volumen de ventas mensual por productos de una muestra representativa de empresas. Como base 100 del índice se toma la media de las facturaciones mensuales del año 2005.

4.1.1. Índice general de comercio al por menor

Como puede observarse en el Cuadro 4.1, si tenemos en cuenta todo el año 2008, el índice general de comercio al por menor a precios constantes cayó un 5,5 por 100 respecto al conjunto del año 2007. Los índices de comercio al por menor a precios constantes muestran la evolución de las ventas del sector minorista una vez deflactadas, para eliminar el efecto que las variaciones de los precios tienen sobre dichas ventas. En este periodo, por primera vez en la serie presentada, las ventas en volumen de la distribución minorista caen respecto al año anterior. Las ventas de productos de alimentación decrecen, aunque en menor medida que las ventas generales (-2,4 por 100), mientras que las ventas de productos no alimenticios son las que sufren una mayor caída (-7,6 por 100).

El Cuadro 4.1 recoge también la variación interanual de los índices de comercio al por menor a precios constantes de la media de 2004, 2005, 2006 y 2007, así como de cada uno de los meses de 2008. Es de destacar en estos años el reducido crecimiento de las ventas de alimentación frente al resto de productos. Patrón que se modifica sustan-

CUADRO 4.1
VARIACIÓN ANUAL DEL ÍNDICE GENERAL DE COMERCIO AL POR MENOR A PRECIOS CONSTANTES*

	Índice general		
	General	Alimentación	Resto
2004	2,8	0,4	4,4
2005	1,3	0,1	2,1
2006	1,6	0,7	2,2
2007	2,6	1,3	3,5
ene-08	-1,7	-0,3	-2,4
feb-08	0,6	3,1	-1,1
mar-08	-8,8	-5,2	-11,3
abr-08	-0,3	1,2	-1,2
may-08	-5,3	0	-8,6
jun-08	-9,9	-6,7	-12
jul-08	-4,9	-1,2	-7,1
ago-08	-7,7	-3,9	-10,7
sep-08	-5,5	-3,1	-7,2
oct-08	-6,9	-3	-9,4
nov-08	-9,7	-5,7	-12,4
dic-08	-6,1	-3,7	-7,7
2008	-5,5	-2,4	-7,6

* Calculada a partir de la tasa media anual.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

cialmente en el año 2008, dejando entrever el comportamiento más estable de las ventas de productos de alimentación respecto a la mayor volatilidad del resto de productos.

Las ventas de productos no alimenticios por tipo de producto registraron una caída del -4,1 por 100 para equipo personal, una disminución del -12,7 por 100 para equipo del hogar y un decrecimiento del -4,6 por 100 para otros bienes (Cuadro 4.2). Los productos de equipamiento para el hogar son, por tanto, los que más han sufrido un retraimiento de las ventas en el año 2008, ya auspiciado en los últimos meses de 2007.

Eliminando el efecto calendario (esto es, la diferencia del número de días hábiles que presenta un mes en los distintos años), el índice general de comercio al por menor a precios constantes cae un 5,7 por 100 en el año 2008 (Cuadro 4.3), recogiendo una disminución similar a la presentada a precios constantes (-5,5 por 100). ▷

CUADRO 4.2
VARIACIÓN ANUAL DE LOS ÍNDICES DE COMERCIO AL POR MENOR A PRECIOS CONSTANTES POR PRODUCTOS*

	Equipo personal	Equipamiento del hogar	Otros bienes
2004	3,7	5,0	4,7
2005	3,2	1,7	3,2
2006	4,5	3,7	1,1
2007	4,2	-0,3	4,4
ene-08	2,8	-5,5	-1,8
feb-08	2,5	-4	0,9
mar-08	-5,6	-17,4	-8,4
abr-08	-0,8	-5,5	3,6
may-08	-5,2	-12	-5,6
jun-08	-6,3	-18,2	-7,7
jul-08	1,6	-11	-5,3
ago-08	-6,2	-15,9	-6,4
sep-08	-3	-12,6	-3,7
oct-08	-7,5	-14,7	-5,8
nov-08	-12,5	-19,7	-9
dic-08	-8,6	-15,6	-5,8
2008	-4,1	-12,7	-4,6

* Calculada a partir de la tasa media anual.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

CUADRO 4.4
VARIACIÓN ANUAL DEL ÍNDICE DE GRANDES SUPERFICIES A PRECIOS CONSTANTES*

	Índice de grandes superficies		
	General	Alimentación	Resto
2004	4,4	0,7	6,6
2005	3,1	0,3	4,6
2006	2,6	0,2	3,9
2007	1,9	-1,0	3,7
ene-08	-1,7	-0,8	-1,6
feb-08	1,3	3,6	0,3
mar-08	-7,8	-4,1	-9,7
abr-08	-2,4	0,4	-3,5
may-08	-2,5	5,2	-6
jun-08	-11,6	-5,1	-14,5
jul-08	-4,7	1,4	-7,2
ago-08	-7,5	-0,6	-10,9
sep-08	-5,7	-1,7	-7,6
oct-08	-6,9	-2,4	-9,1
nov-08	-8,1	-3,3	-10,3
dic-08	-9,4	-7,6	-10,1
2008	-5,6	-1,3	-7,5

* Calculada a partir de la tasa media anual.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

CUADRO 4.3
VARIACIÓN DE LOS ÍNDICES DE COMERCIO AL POR MENOR A PRECIOS CONSTANTES (Ajustado por días hábiles)*

	Índice general	Índice grandes superficies
2004	2,4	4,1
2005	1,6	3,4
2006	2,0	2,7
2007	2,5	1,9
ene-08	-2,5	-2,2
feb-08	-2,6	-1,3
mar-08	-5,6	-6,7
abr-08	-3,4	-3,4
may-08	-5,3	-2,5
jun-08	-8,1	-10,4
jul-08	-6,1	-5,5
ago-08	-6,1	-6,5
sep-08	-7,1	-6,7
oct-08	-7,9	-7,6
nov-08	-8,1	-7,1
dic-08	-6,1	-9,4
2008	-5,7	-5,8

* Calculada a partir de la tasa media anual.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

cies han vivido un ajuste en sus ventas por productos similar al del comercio minorista en su conjunto. Puede observarse que, en todos los años reflejados en el Cuadro, son las ventas de productos alimenticios las que condicionan fuertemente las oscilaciones en las ventas generales, pues los productos de alimentación presentan tasas de variación más estables tanto en momentos de auge como de retroceso en las ventas. Las grandes superficies han podido moderar más las caídas en los productos de alimentación que el comercio minorista en general, mientras que la reducción en las ventas del resto de productos ha sido similar a la del resto de formatos.

Eliminando el efecto calendario, las grandes superficies han tenido una caída a precios constantes del 5,8 por 100 en 2008 respecto de 2007 (Cuadro 4.3).

4.1.2. Índice de ventas de grandes superficies

El índice de ventas de grandes superficies a precios constantes presenta una caída similar a la del conjunto del comercio minorista (-5,6 por 100) respecto al año anterior. Desglosado supone una tasa anual negativa del 1,3 por 100 para los productos de alimentación (retroceso en las ventas que ya se iniciaba en 2007) y una caída mayor (-7,5 por 100) en las ventas de no alimentación (Cuadro 4.4). Nuevamente se observa cómo las grandes superfi-

4.1.3. Índices de comercio al por menor según el tipo de distribución del comercio

En el Cuadro 4.5 se recoge la descomposición del índice de comercio al por menor según los distintos tipos de distribución comercial. En los tres años presentados se observa que las grandes cadenas son las que más han visto crecer sus ventas en volumen ▷

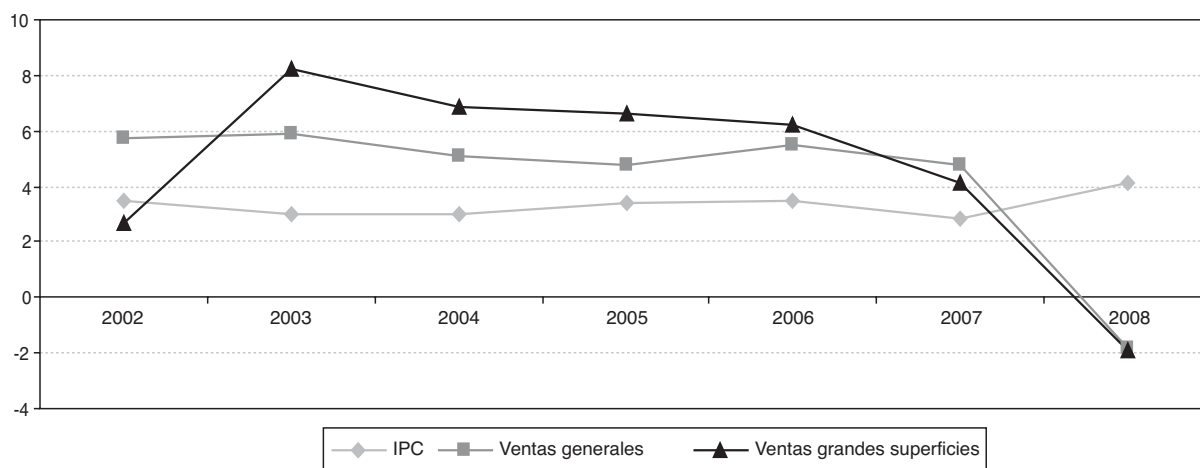
CUADRO 4.5
VARIACIÓN ANUAL DE LOS ÍNDICES DE COMERCIO AL POR MENOR A PRECIOS CONSTANTES SEGÚN EL TIPO DE DISTRIBUCIÓN

	Empresas unilocalizadas	Pequeñas cadenas	Grandes cadenas	Grandes superficies
2006	-1,2	1,0	7,9	2,6
2007	1,0	3,1	6,3	1,9
ene-08	-4,7	-1,9	4,2	-1,7
feb-08	-2,8	0	7,7	1,3
mar-08	-11,1	-12	-2,4	-7,8
abr-08	-2,1	-2,1	5,9	-2,4
may-08	-8,8	-9,8	3,4	-2,5
jun-08	-10,1	-12,5	-6,2	-11,6
jul-08	-7,2	-7,0	1,0	-4,7
ago-08	-8,6	-12,2	-2,8	-7,5
sep-08	-7,2	-10,7	1,1	-5,7
oct-08	-8,4	-12,2	-0,2	-6,9
nov-08	-11,1	-16,2	-3,0	-8,1
dic-08	-6,1	-10,1	0,3	-9,4
2008	-7,4	-8,9	0,8	-5,6

* Calculada a partir de la tasa media anual.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

GRÁFICO 4.1
VARIACIÓN ANUAL DE LOS ÍNDICES DE VENTAS DE COMERCIO AL POR MENOR A PRECIOS CORRIENTES
(Tasas medias acumuladas anuales)



Fuente: INE, ICM, IPC.

y las únicas que han mantenido en 2008 su volumen de oferta (0,8 por 100). Para el resto de las fórmulas comerciales, el año 2008 ha sido un año de reducción de su volumen de ventas, sobre todo para las pequeñas cadenas (-8,9 por 100). Las empresas unilocalizadas experimentan también una caída de ventas del 7,4 por 100 y las grandes superficies del 5,6 por 100.

En los años 2006 y 2007 el formato con mayor éxito en ventas fue las grandes cadenas de distribución, con crecimientos anuales del 7,9 por 100 y 6,3 por 100 respectivamente. Este hecho queda

corroborado con datos que se ofrecen en otros capítulos del presente informe en referencia al incremento de la cuota de mercado de esta forma de distribución comercial.

4.1.4. Evolución del índice general de comercio al por menor y del índice de grandes superficies

Al analizar la evolución a precios corrientes (sin descontar la inflación) del índice general de ▷

ventas del comercio al por menor y del índice de grandes superficies en el periodo 2002-2008 (Gráfico 4.1), hay que destacar que ambos índices han crecido todos los años por encima del índice de precios al consumo hasta el año 2007 (excepto el índice de grandes superficies en el año 2002). Durante 2008, por contra, se ha producido una caída en las ventas tanto en volumen como en valor, como prueba la reducción de las ventas a precios corrientes por debajo del IPC, tanto para el comercio en general como para las grandes superficies. También se puede subrayar la convergencia en tasas negativas entre las ventas de grandes superficies y el total de ventas de detallista, cuando en épocas de auge generalmente han sido las ventas de las primeras las que crecen en mayor medida (con la excepción del año 2007).

4.2. Análisis de los balances de las empresas de distribución

En este apartado se trata de exponer la evolución reciente de los principales indicadores y ratios que definen la actividad de las empresas del sector de la distribución comercial en su conjunto. Para ello se utilizará la información proporcionada por la Central de Balances del Banco de España de dos de sus bases de datos: en primer lugar, la base de empresas RSE (ratios sectoriales de sociedades no financieras), que suministra datos de distribuciones estadísticas de los balances de las empresas y que procede de la colaboración entre la Central de Balances del Banco de España y los Registros Mercantiles; en segundo lugar, la base de datos de la Central de Balances Anual, que suministra datos agregados de las empresas colaboradoras.

La información obtenida a partir de la primera se basa en una muestra mucho más amplia, de unas 120.000 empresas, de las cuales en 2007 las empresas del sector de distribución (ramas 50, 51 y 52 de la CNAE) suponían aproximadamente el 18 por 100 de la muestra, mientras que el número de empresas colaboradoras del Banco de España para su Central

de Balances Anual (CBA) es mucho más reducido, contando con alrededor de 9.000 empresas no financieras, y caracterizándose por una sobrerrepresentación de las grandes empresas (en la muestra de la Central de Balances el 49 por 100 de las empresas tiene 50 empleados o más, mientras que en el conjunto de la economía española las empresas con 50 empleados o más suponen únicamente el 0,89 por 100). No es de extrañar, por tanto, que los resultados no sean coincidentes.

Por último, se van a analizar también los datos de la base RSE para 2007, último año disponible, en otros países de nuestro entorno a partir de los datos del Comité Europeo de Centrales de Balances.

4.2.1. Información referida a empresas españolas

El análisis va a realizarse para el período 2001-2007, último año del que se dispone de información suministrada por la Central de Balances del Banco de España, y para el comercio en general (CNAE ramas 50, 51 y 52); el comercio al por mayor, excepto de vehículos a motor y motocicletas (CNAE 51); y el comercio al por menor, excluido combustibles, vehículos a motor y motocicletas (CNAE 52).

1. Total empresas comerciales (mayoristas y minoristas)

En el Cuadro 4.6 se recoge la evolución de determinados indicadores sobre la actividad del total de empresas de distribución comercial recogidas en la base RSE de la Central de Balances del Banco de España. Cabe destacar que, a pesar de que el margen bruto de explotación, medido como la relación entre el valor añadido y la cifra neta de negocio, ha aumentado en el período 2001-2007 en algo más de un punto porcentual, el margen neto se ha mantenido prácticamente estable en todo el periodo con un cambio de tendencia en 2006, iniciando una senda ascendente. ▷

CUADRO 4.6
TOTAL EMPRESAS COMERCIALES. TOTAL COMERCIO. EVOLUCIÓN DE INDICADORES. MEDIANA
(Porcentaje)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Indicadores de rentabilidad							
Margen bruto	19,26	19,49	19,81	19,98	20,17	20,41	20,69
Margen neto.....	2,12	2,04	2,01	1,92	1,87	1,94	2,20
Rentabilidad económica	4,23	3,92	3,71	3,45	3,23	3,29	3,77
Rentabilidad financiera antes de impuestos.....	13,10	12,36	12,54	11,97	11,19	11,34	11,60
Indicadores de actividad							
Coste de personal.....	15,25	15,61	16,05	16,27	16,66	16,75	16,69
Rotación del activo	186,20	180,38	176,34	172,21	166,27	158,40	158,01
Acreedores comerciales/Ventas	15,88	16,56	16,20	16,19	16,43	16,47	15,73
Deudores comerciales/Ventas	11,38	11,77	11,98	12,05	12,66	12,92	13,39
Indicadores de solvencia							
Endeudamiento	65,70	65,58	64,87	64,23	63,72	63,42	59,92
Deudas a corto plazo.....	62,92	62,74	61,78	61,05	60,26	59,61	56,53
Fondos propios/Pasivo	20,49	20,38	20,43	20,85	20,56	20,41	22,93

Fuente: Base de datos RSE (ratios sectoriales de sociedades no financieras españolas). Banco de España (Central de Balances) Registros de España (Registros Mercantiles - CPE).

Otros indicadores de resultados económicos y financieros han registrado deterioros importantes en el periodo de análisis, siendo especialmente relevante la reducción de casi dos puntos porcentuales en la rentabilidad financiera antes de impuestos. Para 2007 esta rentabilidad ha aumentado respecto al año anterior de forma que es coincidente con el aumento del margen neto, hecho que podría indicar que la presumible mejora en la gestión de las compras ha venido acompañada de mejoras en eficiencia en otros aspectos de la gestión o de un mayor nivel de servicios.

En 2007 se aprecia también la moderación por primera vez en toda la serie de los costes de personal respecto a 2006. Por contra, se produce una disminución de la eficiencia comercial, tal como señala la reducción en 26 puntos porcentuales en la rotación de activos, medida como la relación entre la cifra neta de negocio y el activo total, desde 2000 (cada vez menos ingresos por unidad monetaria invertida).

La estructura financiera ha experimentado un impulso desde 2003 en los fondos propios respecto al pasivo total, de forma que las empresas están recurriendo a mayor financiación propia que ajena y, como consecuencia, los ratios de endeudamiento y deudas a corto plazo disminuyen. El recurso a esta forma de financiación es especialmente relevante en el año 2007. La financiación de las ventas, medida como la relación entre los acreedores

comerciales y las ventas, que es un indicador del aplazamiento de pago a proveedores, ha seguido una evolución irregular en el periodo, debiendo destacarse el aumento registrado desde el año 2004 hasta 2006, y reduciéndose en 2007. La financiación a los clientes mediante la dilación del cobro es creciente en todo el periodo, como se desprende del aumento de la relación entre deudores comerciales y ventas. En todo caso, la diferencia entre una y otra siempre es favorable a la empresa comercial, que obtiene una cierta financiación a partir de sus proveedores y que supera a la que presta a sus clientes, llegando a ser de 2,34 puntos porcentuales en 2007, lo que muestra la existencia de una financiación global para estas empresas, consecuencia de las diferencias existentes entre los periodos de pago a proveedores y de cobro a clientes, más largos los primeros que los segundos.

La Central de Balances Anual del Banco de España (CBA), refleja los periodos de pago a proveedores y cobro a clientes de las empresas colaboradoras, que representan fundamentalmente a las de mayor tamaño, y que muestran un claro dominio de los aplazamientos de pago sobre los de cobro, como se refleja en el Cuadro 4.7.

En cuanto a la rentabilidad, el margen bruto de las empresas colaboradoras con la Central de Balances se encuentra en niveles casi siempre por encima del 29 por 100, con una ligera subida para el año 2007. No obstante, se sigue situando en niveles ▷

CUADRO 4.7
TOTAL EMPRESAS COMERCIALES. TOTAL COMERCIO. EVOLUCIÓN DE INDICADORES AGRUPADOS
PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Aplazamientos							
Plazo de cobro a clientes (días)	31,6	31,8	29,6	28,7	29,2	27,0	25,0
Plazo de pago a proveedores (días).....	55,1	58,5	55,4	54,0	52,4	49,5	49,9
Diferencia pagos-cobros (días)	23,5	26,7	25,8	25,3	23,2	22,5	24,9
Rentabilidad							
Margen bruto (porcentaje).....	30,00	32,05	27,50	29,99	30,27	29,52	30,13
Margen neto (porcentaje).....	3,75	4,17	3,65	3,99	3,80	3,69	3,60
Rotación de stocks.....	7,2	7,2	8,4	8,0	7,9	8,4	8,0
Productividad							
Ventas/gastos personal.....	11,9	10,9	11,8	12,0	12,3	12,7	13,1
Ventas/empleado (miles euros).....	277,2	262,2	292,0	299,8	313,1	335,8	357,2
Gastos personal/empleado	23,39	24,15	24,67	24,95	25,37	26,35	27,34
Ventas deflactadas/empleado (miles euros).....	269,9	252,1	284,6	290,5	301,9	327,0	342,8
Valor añadido/gastos personal.....	3,6	3,5	3,3	3,6	3,7	3,8	3,9
Valor añadido/empleado (miles euros).....	83,2	84,0	80,3	89,9	94,8	99,1	107,6

Fuente: Banco de España. Central de Balances Anual. Año 2007.

superiores a los de la base RSE, en la que no alcanza el 21 por 100. El margen neto (beneficio de explotación/ventas) es claramente decreciente en los cuatro últimos años analizados aunque superior al reflejado para la muestra más amplia de la base RSE. Es de destacar la caída de la rotación de *stocks* (compras/existencias) en el último año, lo que pone de relieve un empeoramiento en la gestión de éstos.

En la productividad, medida a través de varios indicadores que relacionan las ventas o el valor añadido con el personal empleado, se observa un crecimiento generalizado en todos ellos y, por ende, mejoras de la productividad de los empleados. Si relacionamos la productividad por factor trabajo (valor añadido por empleado) con el coste medio de personal (gastos de personal por empleado), vemos claramente cómo el primero supera a este último indicador durante todo el periodo analizado. Además, en 2007 el crecimiento del primero es de 8,6 por 100 respecto al año anterior, mientras que para el coste medio de personal esta tasa es de 3,8 por 100, lo que nos lleva a deducir que el resultado económico bruto de explotación por empleado es positivo con tendencia al aumento.

2. Empresas de comercio mayorista

Como se observa en el Cuadro 4.8, en general, los resultados son similares a los expresados para

el total del sector, con aumentos de margen bruto, neto y rentabilidad económica y antes de impuestos para 2007. La estabilidad de los costes de personal ha contribuido a sostener el margen bruto, pese a la caída de la rotación del activo, para terminar arrojando un aumento del neto. Los indicadores de solvencia reflejan la estructura financiera en los últimos años de las empresas del sector mayorista, con reducciones desde 2003 de las ratios de endeudamiento y en todo el periodo de las deudas a corto plazo, mientras que la financiación con cargo a fondos propios aumenta prácticamente en todo el periodo de análisis.

Debe destacarse que se ha producido un ligero descenso en los indicadores de acreedores comerciales, mientras que las facilidades crediticias a clientes (deudores comerciales sobre ventas) aumentan paulatinamente en todo el periodo. Es significativo el hecho de un diferencial positivo entre la ratio de deudores comerciales y acreedores de los mayoristas respecto al total del sector, lo que pone de manifiesto el esfuerzo financiero que realizan los mayoristas para proveer al sector minorista.

La Central de Balances del Banco de España (CBA) refleja los periodos de pago a proveedores y cobro a clientes de las empresas colaboradoras que, como se ha dicho, representan fundamentalmente a las de mayor tamaño. En este tipo de empresas los periodos de pago y cobro a clientes, que son generalmente otras empresas comerciales, son muy ▷

CAPÍTULO 4. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

CUADRO 4.8
TOTAL EMPRESAS DE COMERCIO MAYORISTA. CNAE 51. EVOLUCIÓN DE INDICADORES. MEDIANA
(Porcentaje)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Indicadores de rentabilidad							
Margen bruto.....	16,92	16,50	16,99	17,00	17,39	17,56	18,03
Margen neto.....	2,48	2,41	2,37	2,24	2,20	2,34	2,63
Rentabilidad económica.....	4,99	4,57	4,34	4,00	3,72	3,89	4,43
Rentabilidad financiera antes de impuestos.....	14,51	13,56	13,53	12,63	11,98	12,24	12,65
Indicadores de actividad							
Coste de personal.....	11,51	11,97	12,40	12,66	13,07	13,07	13,08
Rotación del activo.....	188,33	180,38	174,27	169,86	162,87	157,13	155,92
Acreedores comerciales/Ventas.....	16,81	18,03	17,37	17,29	17,18	17,24	16,65
Deudores comerciales/Ventas.....	17,13	17,85	18,63	18,63	19,62	19,96	20,23
Indicadores de solvencia							
Endeudamiento.....	64,89	62,27	63,66	62,94	62,19	62,09	58,23
Deudas a corto plazo.....	62,58	62,27	60,89	60,24	59,22	58,93	55,64
Fondos propios/Pasivo.....	23,62	23,41	23,95	24,46	24,36	24,10	27,24

Fuente: Base de datos RSE (ratios sectoriales de sociedades no financieras españolas). Banco de España (Central de Balances) Registros de España (Registros Mercantiles - CPE).

CUADRO 4.9
EMPRESAS COMERCIO MAYORISTA. CNAE 51. EVOLUCIÓN DE INDICADORES AGRUPADOS
PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Aplazamientos							
Plazo de cobro a clientes (días).....	47,3	49,3	46,6	46,2	44	42	40,0
Plazo de pago a proveedores (días).....	45,7	51,1	46,1	44,5	46	43	45,0
Diferencia pagos-cobros (días).....	-1,6	1,8	-0,5	-1,7	2	1	5,0
Rentabilidad							
Margen bruto (porcentaje).....	32,5	36,5	33,8	33,6	30,9	29,9	25,5
Margen neto (porcentaje).....	3,69	4,19	3,77	3,97	3,58	3,63	3,67
Rotación de stocks.....	7,3	6,8	7,5	7,5	7,8	8,3	8,4
Productividad							
Ventas/gastos personal.....	17,0	14,4	15,3	15,7	16,4	18,6	20,2
Ventas/empleado (miles euros).....	529,5	513,6	549,5	617,8	603,4	519,0	680,8
Gastos personal/empleo.....	31,16	35,58	36,01	39,34	36,74	27,89	33,64
Ventas deflactadas/empleo (miles euros).....	515,6	493,9	535,6	598,7	581,9	505,3	653,4
Valor añadido/gastos personal.....	5,5	5,3	5,2	5,3	5,1	5,6	5,1
Valor añadido/empleo (miles euros).....	172,3	187,5	186,1	207,4	186,7	155,3	171,9

Fuente: Banco de España. Central de Balances Anual. Año 2007.

similares, debiendo destacarse que a partir de 2004 el aplazamiento de los pagos es superior al de cobros, mostrando los días de aplazamiento a clientes una reducción desde 2002, mientras que los pagos a proveedores han oscilado a lo largo de la serie objeto de estudio, como se refleja en el Cuadro 4.9. En 2007, se ha producido una financiación extraordinaria del segmento mayorista mediante la reducción de dos días en el plazo de cobro y un aumento en esa misma cuantía de los días de aplazamiento a proveedores, reflejando así la mayor diferencia entre ambos en todo el ámbito temporal de análisis (5 días frente a los 24,9 días del total comercio).

La rentabilidad de las empresas mayoristas es superior, en términos de margen bruto, al conjunto

del sector comercial hasta el año 2006. En 2007 el margen bruto del sector mayorista cae en más de cuatro puntos porcentuales, situándose por primera vez por debajo de la rentabilidad del conjunto del sector, mientras que la de este último crece. El margen neto mantiene unos niveles más estables, ligeramente superiores a los del conjunto del sector.

La productividad de la empresa mayorista se acelera a partir de 2005, siendo todas las ratios relacionadas con el empleo muy superiores a las del conjunto de empresas del sector, pese a que en el total considerado anteriormente está incluida la rama 50 de la CNAE (sector del automóvil), muy productiva en el conjunto de la economía. Hay que destacar el crecimiento considerable de la ratio ventas sobre empleado y sobre gastos de perso- ▷

CUADRO 4.10
TOTAL EMPRESAS DE COMERCIO MINORISTA. CNAE 52. EVOLUCIÓN DE INDICADORES. MEDIANA
(Porcentaje)

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Indicadores de rentabilidad							
Margen bruto	20,57	20,85	20,99	21,18	21,38	21,71	22,13
Margen neto	1,79	1,70	1,63	1,60	1,55	1,59	1,75
Rentabilidad económica	3,40	3,22	2,99	2,78	2,64	2,63	2,86
Rentabilidad financiera antes de impuestos	12,04	11,49	11,37	11,02	8,62	10,34	10,28
Indicadores de actividad							
Coste de personal	17,37	17,69	18,09	18,38	18,65	18,83	19,10
Rotación del activo	180,30	175,61	172,26	168,05	163,34	153,37	153,60
Acreedores comerciales/Ventas	18,40	19,23	16,44	16,65	16,83	18,23	17,28
Deudores comerciales/Ventas	5,95	6,07	6,15	6,24	6,54	6,79	6,46
Indicadores de solvencia							
Endeudamiento	68,38	67,87	67,62	66,92	66,35	65,94	63,18
Deudas a corto plazo	64,69	64,16	63,90	62,69	61,90	60,82	58,50
Fondos propios/Pasivo	15,67	16,11	15,67	16,25	15,82	15,52	17,09

Fuente: Base de datos RSE (ratios sectoriales de sociedades no financieras españolas). Banco de España (Central de Balances) Registros de España (Registros Mercantiles - CPE).

nal, mientras que en términos de valor añadido éste disminuye en relación al gasto de personal y aumenta ligeramente respecto a los empleados.

3. Empresas de comercio minorista

La evolución de los indicadores económicos de estas empresas se recoge en el Cuadro 4.10. Es destacable la pérdida de peso de los indicadores de rentabilidad en el periodo comparando 2007 con 2001, con la excepción del margen bruto, puesto que el aumento acumulado desde 2001 del margen bruto en el caso minorista (7,58 por 100) es superior al del total comercio (7,42 por 100). 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 2 puntos porcentuales desde el año 2001, continuando con la escalada alcista en 2007, y siendo su importe superior al coste de 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, con una variación ligeramente inferior a la del conjunto del sector.

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 minoris-

tas. 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 por 100 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.

La solvencia del comercio minorista ha aumentado en el periodo 2001-2007 en cuanto a la participación de los fondos propios en el pasivo, que se ha reducido en 1,42 puntos porcentuales, decreciendo, en consonancia, las deudas a corto plazo y la ratio de endeudamiento. El comportamiento de las ratios de solvencia sigue un patrón similar al ocurrido en el comercio mayorista, siendo en este último mayor la financiación con fondos propios en todo el periodo.

La Central de Balances Anual del Banco de España (CBA), refleja el diferencial mencionado entre los plazos de pago a proveedores y los de cobro a clientes de forma más acusada. Estas diferencias más altas que las que se desprenden de la base de datos RSE son el resultado de que la CBA se refiere fundamentalmente a las empresas minoristas de mayor tamaño, y por tanto con mayor poder de negociación de plazos con proveedores. Pese a lo negativo de este indicador, resulta positiva la reducción en más de 10 días del plazo de ▷

CAPÍTULO 4. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

CUADRO 4.11
EMPRESAS COMERCIO MINORISTA. CNAE 52. EVOLUCIÓN DE INDICADORES AGRUPADOS PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Concepto	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Aplazamientos							
Plazo de cobro a clientes (días).....	11,1	10,1	9,0	7,1	8,0	7,1	7,0
Plazo de pago a proveedores (días).....	78,8	79,1	76,9	76,3	71,0	70,6	67,0
Diferencia pagos-cobros (días).....	67,7	69,0	67,9	69,2	63,0	63,5	60,0
Rentabilidad							
Margen bruto (porcentaje).....	26,71	27,67	26,06	26,99	27,24	27,50	27,75
Margen neto (porcentaje).....	4,01	4,29	3,94	4,57	4,71	4,55	4,51
Rotación de stocks.....	7,3	7,8	8,0	7,9	7,9	7,9	16,2
Productividad							
Ventas/gastos personal.....	8,2	8,2	8,4	8,4	8,3	8,1	8,2
Ventas/empleado (miles euros).....	164,2	167,4	175,0	178,3	179,7	187,9	195,8
Gastos personal/empleado.....	20,02	20,41	20,86	21,17	21,78	23,21	23,98
Ventas deflactadas/empleado (miles euros).....	159,8	160,9	170,5	172,8	173,3	183,0	187,9
Valor añadido/gastos personal.....	2,2	2,3	2,2	2,3	2,2	2,2	2,3
Valor añadido/empleado (miles euros).....	43,9	46,3	45,6	48,1	49,0	51,7	54,3

Fuente: Banco de España. Central de Balances Anual. Año 2007.

CUADRO 4.12
TOTAL EMPRESAS COMERCIALES. AÑO 2007. TOTAL COMERCIO. EVOLUCIÓN DE INDICADORES

Concepto	España	Austria	Bélgica	Francia	Italia	Portugal
Indicadores de rentabilidad						
Margen bruto.....	12,0	16,80	10,40	13,60	9,60	13,00
Margen neto.....	3,3	3,4	3,0	2,9	2,4	2,9
Rentabilidad económica.....	6,48	7,09	5,41	6,48	4,27	4,26
Rentabilidad financiera antes de impuestos.....	19,35	27,28	14,02	21,36	15,8	13,60
Indicadores de actividad						
Coste de personal.....	7	11,8	5,9	9,0	5,5	7,8
Rotación de stocks.....	196,22	208,4	180,35	223,52	177,97	147,06
Acreedores comerciales/Ventas.....	15,03	7,24	12,48	14,27	18,99	18,09
Deudores comerciales/Ventas.....	9,73	7,58	12,25	11,32	19,67	17,20
Indicadores de solvencia						
Endeudamiento.....	61,8	58,3	58,4	65,5	73,7	66,1
Deudas a corto plazo.....	48,8	45,2	44,1	51,8	65,4	53,6
Fondos propios/Pasivo.....	36,5	29,8	38,6	31,5	21,4	29,2

Fuente: Base de datos RSE (ratios sectoriales de sociedades no financieras españolas). Banco de España (Central de Balances) Registros de España (Registros Mercantiles - CPE). Comité Europeo de Centrales de Balances.

pago a proveedores en el periodo considerado, como se refleja en el Cuadro 4.11.

El margen bruto de la empresa minorista es relativamente superior al mayorista aunque inferior al del total del comercio, mostrando una evolución creciente desde el año 2003, con una tendencia global estable. Por contra, el margen neto es algo superior al del conjunto del sector y al mayorista, con una evolución en diente de sierra. La rotación de *stocks*, que se mantiene estable en los 5 últimos años analizados, despunta sin embargo en 2007 hasta duplicarse, reflejando una mejora en la utilización de los activos disponibles y el recurso a las existencias en las ventas.

La productividad referida al empleo es claramente inferior en el comercio minorista que en el mayo-

rista, como era de esperar. Su evolución muestra una tendencia creciente en todo el periodo, si bien en ventas respecto a gastos de personal su comportamiento intertemporal es estable. Las ventas deflactadas por empleado muestran una tendencia creciente, destacando el aumento significativo en el año 2006.

4.2.2. Información de otros países europeos

El Cuadro 4.12 recoge la comparación, para el año 2007 y para el conjunto del sector comercial, de los indicadores antes analizados, tanto de España como de otros países de nuestro entorno, procediendo los datos del Comité Europeo de Centrales de Balances. En el caso de España, los datos pro- ▷

cedentes del Comité Europeo de Centrales de Balances no coinciden con los obtenidos a través de la base RSE (Cuadro 4.6), ya que en esta última se recogen los datos referidos a la mediana.

En el margen neto de explotación, las diferencias son más reducidas, siendo España el segundo país que presenta el valor más alto, manteniéndose el resto en niveles muy similares. Esto queda reflejado también, en relación con la ratio anterior, en la rentabilidad económica, que indica el rendimiento de los activos con independencia de su financiación, cifra elevada en España con un 6,48 por 100 frente a la más reducida, que es la de Portugal, con una rentabilidad económica del 4,26 por 100.

En cuanto a la rentabilidad de los fondos propios (rentabilidad financiera antes de impuestos, que tiene en cuenta la estructura de financiación de las empresas), se observan ciertas diferencias, alcanzándose los niveles más altos en Austria y Francia (27,28 y 21,36 por 100 respectivamente) y los más bajos en Bélgica y Portugal (14,02 y 13,60 por 100 respectivamente). En la medida en que en Austria la participación de los fondos propios en el pasivo total es más baja, esto podría explicar que su rentabilidad antes de impuestos sobre fondos propios pueda ser más alta. En países como España y Bélgica la financiación propia parece ser muy relevante, de forma que la rentabilidad económica antes de impuestos es más reducida. Por ello, es de destacar que Italia posea una de las menores cifras de rentabilidad financiera de todos los países analizados (15,8 por 100) cuando es la que presenta la menor cifra de participación de fondos propios en el pasivo (21,4 por 100). Esto puede deberse al grado de apalancamiento financiero y por tanto a una estructura financiera inadecuada.

Austria es el país en el que los costes de personal son más elevados en relación con la cifra de negocio (11,8 por 100), en claro contraste con lo que sucede en Bélgica (5,9 por 100) e Italia (5,5 por 100). La eficiencia comercial, medida con el índice de rotación de activos, es muy desigual, alcanzándose la mayor eficiencia en Francia (223,52 por 100) y Austria (208,4 por 100), lo que

es causa parcial de la mayor rentabilidad económica y financiera de sus empresas comerciales. La más baja se alcanza en Portugal (177,06 por 100), país en el que se observa una rentabilidad financiera y económica de las más bajas.

Los indicadores de solvencia de las empresas comerciales son también diferentes en los países considerados. Así, alcanzan un elevado grado de solvencia, medido como la participación de los fondos propios en el pasivo, Bélgica, España, y Francia. El endeudamiento es superior en Italia, especialmente la deuda a corto plazo, que supone el 65 por 100 del pasivo, lo que evidencia la vulnerabilidad de las empresas comerciales en ese país. La situación de las empresas comerciales españolas, en lo que a solvencia se refiere, está en una de las mejores posiciones en relación a los otros cinco Estados de la Unión Europea analizados, ya que cuenta con el menor endeudamiento (aunque el endeudamiento es mayor en términos comparativos a corto plazo) y una de las mayores participaciones de fondos propios en el pasivo.

4.3. Principales ratios de las empresas de distribución alimentaria

Para poder analizar la evolución de las principales ratios de las empresas de distribución alimentaria se utiliza la base de datos de CABSAs, elaborada a partir de las cuentas de resultados de las empresas depositadas en los Registros Mercantiles.

Se ha realizado la comparación de las magnitudes contables de las empresas de distribución alimentaria de los años 2005, 2006 y 2007, agrupadas en tres bloques siguiendo el criterio del valor de sus ventas netas en el año 2007.

Así, en el Cuadro 4.13 se recogen las ratios de la agrupación de las 13 mayores empresas de distribución alimentaria, con unas ventas netas superiores a los 1.000 millones de euros en el año 2007. En el Cuadro 4.14 aparecen las ratios de la agrupación de las empresas de distribución alimentaria con unas ventas netas comprendidas entre los 100 y 1.000 millones de euros en el año 2007, que supo- ▷

CUADRO 4.13
RATIOS DE LAS EMPRESAS CON VENTAS NETAS SUPERIORES A 1.000 MILLONES DE EUROS EN 2007

	2007	2006	2005
Análisis del circulante			
Rotación de existencias (veces)	9,51	7,69	7,72
Rotación de clientes (veces)	24,01	19,97	17,85
Rotación de proveedores (veces)	4,98	4,14	3,99
Periodo medio de maduración			
PMM de existencias (días)	38	47	47
PMM de cobro a clientes (días)	15	18	20
PMM de pago a proveedores (días)	73	88	91
Periodo medio maduración financiero (PMMF) (días)	-20	-23	-24
Análisis de la liquidez			
Liquidez o solvencia técnica	0,76	0,79	0,82
Liquidez o coeficiente ácido	0,44	0,43	0,45
Tesorería inmediata	0,28	0,26	0,28
Análisis de la solvencia			
Solvencia	1,60	1,86	1,85
Grado de autonomía financiera	0,61	0,87	0,87
Endeudamiento (porcentaje)	62,67	53,97	54,06
Endeudamiento a largo plazo (porcentaje)	14,00	8,76	9,05
Calidad de la deuda (porcentaje)	22,77	16,60	17,14
Rotación de activos (veces)	1,67	1,49	1,49
Rotación de activos fijos (veces)	2,61	2,29	2,32
Ratios de rentabilidad			
Rentabilidad económica (porcentaje)	5,10	4,84	4,72
Rentabilidad económica bruta (porcentaje)	6,67	6,52	6,66
Rentabilidad financiera (porcentaje)	13,66	10,51	10,28
Rentabilidad financiera bruta (porcentaje)	17,86	14,17	14,49
Ratios de cash flow			
Cash flow sobre activo (porcentaje)	11,12	10,55	10,55
Cash flow sobre ventas (porcentaje)	6,67	7,09	7,07
Ratios de productividad			
Ventas por empleado (euros)	216.852,30	213.943,29	206.376,62
Beneficios por empleado (euros)	8.678,68	9.376,82	9.207,05
Coste medio por empleado (euros)	24.414,41	24.089,36	23.105,52
Productividad (euros)	1,56	1,58	1,61
Valor añadido por empleado (euros)	38.126,74	37.997,15	37.225,83

Número de empresas que cumplen la condición: 13.

Fuente: Base de datos Cabsa 2007.

nen un total de 59 empresas de tamaño mediano. Para acabar, en el Cuadro 4.15 se incluyen los ratios de la agrupación de las empresas de distribución alimentaria pequeñas, con unas ventas netas inferiores a los 100 millones de euros en el año 2007 y que suponen 535 empresas.

De la evolución de los ratios contenidas en los Cuadros 4.13, 4.14 y 4.15 se puede deducir lo siguiente:

- *Análisis del circulante*

La tendencia general de la evolución del circulante en el período 2005-2007 es la del incremento tanto de la rotación de la partida de existencias como de los deudores y acreedores, excepto en el caso de las empresas de menor facturación. La mayor rotación en existencias indica una mejora en la gestión de los surtidos, mientras que el aumento en la rota-

ción de clientes y proveedores denota un crecimiento de la velocidad de renovación de los mismos para el volumen de ventas alcanzado. La menor rotación de las empresas pequeñas responde a factores de escala y poder de negociación de la empresa.

- *Periodo medio de maduración*

- *PMM de existencias.* El PMM de existencias ha disminuido 9 días en 2007 tanto para las empresas grandes como para las medianas, de lo que se deduce que necesitan menos tiempo para vender los productos fabricados o comprados. En el caso de las empresas pequeñas, se mantiene constante durante los tres años.

- *PMM de cobro a deudores.* Sufre una disminución en el caso de las empresas grandes y medianas, mientras que para las pequeñas empresas, se produce un aumento progresivo. ▷

CUADRO 4.14
RATIOS DE LAS EMPRESAS CON VENTAS NETAS COMPRENDIDAS ENTRE 100 Y 1.000 MILLONES DE EUROS EN 2007

	2007	2006	2005
Análisis del circulante			
Rotación de existencias (veces)	13,83	10,28	9,91
Rotación de clientes (veces)	12,13	9,91	8,83
Rotación de proveedores (veces)	7,24	6,29	6,18
Periodo medio de maduración			
PMM de existencias (días)	26	35	36
PMM de cobro a clientes (días)	30	40	41
PMM de pago a proveedores (días)	50	57	59
Plazo medio maduración financiero (PMMF) (días)	6	18	18
Análisis de la liquidez			
Liquidez o solvencia técnica	0,89	1,02	1,1
Liquidez o coeficiente ácido	0,63	0,74	0,79
Tesorería inmediata	0,29	0,37	0,36
Análisis de la solvencia			
Solvencia	1,44	1,47	1,52
Grado de autonomía financiera	0,45	0,47	0,52
Endeudamiento (porcentaje)	69,43	68,44	66,07
Endeudamiento a largo plazo (porcentaje)	18,39	18,63	16,87
Calidad de la deuda (porcentaje)	26,87	27,7	26,1
Rotación de activos (veces)	1,84	1,75	1,75
Rotación de activos fijos (veces)	3,32	3,45	3,69
Ratios de rentabilidad			
Rentabilidad económica (porcentaje)	2,22	2,06	1,26
Rentabilidad económica bruta (porcentaje)	3,2	2,86	1,58
Rentabilidad financiera (porcentaje)	7,25	6,52	3,72
Rentabilidad financiera bruta (porcentaje)	10,46	9,06	4,67
Ratios de cash flow			
Cash flow sobre activo (porcentaje)	6,82	6,42	5,08
Cash flow sobre ventas (porcentaje)	3,7	3,68	2,9
Ratios de productividad			
Ventas por empleado (euros)	225.640,96	226.223,52	221.422,21
Beneficios por empleado (euros)	3.914,84	3.704,87	2.001,17
Coste medio por empleado (euros)	18.961,89	20.697,15	19.857,73
Productividad (euros)	1,4	1,37	1,38
Valor añadido por empleado (euros)	26.501,89	28.318,36	27.308,76

Número de empresas que cumplen la condición: 59.

Fuente: Base de datos Cabsa 2007.

– *PMM de pago a proveedores.* Su evolución es similar a la del PMM de cobro a deudores, si bien su valor absoluto es mucho mayor, situándose en 73 días para las empresas grandes, 50 para las medianas y 85 en el caso de las pequeñas.

– *Periodo Medio de Maduración Financiero (PMMF).* Para las grandes empresas el signo de esta ratio es negativo, lo que supone que los proveedores están financiando parte de la actividad no vinculada al ciclo productivo, gracias a que estas empresas cobran al contado o a plazos cortos y pagan a sus proveedores a plazos más elevados. Para las empresas pequeñas, el PMMF es positivo y creciente, mostrando cómo el plazo de pago a proveedores no les permite financiar el período de pago de las existencias y cobro a clientes.

• *Análisis de la liquidez*

– *Liquidez o solvencia técnica.* Las empresas

grandes y medianas presentan en 2007 un valor inferior a la unidad, lo que implica que sus bienes líquidos no serían suficientes para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo (fondo de maniobra negativo). El riesgo de estas empresas dependerá de la composición de su activo y pasivo. Las restricciones crediticias para la obtención de financiación por parte de las pequeñas empresas si presentan un margen de maniobra negativo les obliga a mantener una liquidez positiva corriente, habiéndose aumentado ésta en el último año.

– *Coficiente ácido.* Su valor es inferior a la unidad para todas las empresas, más acusado en las pequeñas y medianas empresas por su capacidad de aplazamiento de pago a proveedores.

• *Análisis de la solvencia*

– *Solvencia o ratio de cobertura.* Se encuentra por encima de la unidad para todos los grupos de ▷

CUADRO 4.15
 RATIOS DE LAS EMPRESAS CON VENTAS NETAS COMPRENDIDAS ENTRE 0 Y 100 MILLONES DE EUROS EN 2007

	2007	2006	2005
Análisis del circulante			
Rotación de existencias (veces).....	7,23	7,23	7,18
Rotación de clientes (veces).....	5,77	6,69	7,45
Rotación de proveedores (veces).....	4,28	4,28	4,56
Periodo medio de maduración			
PMM de existencias (días).....	50	50	50
PMM de cobro a clientes (días).....	63	54	48
PMM de pago a proveedores (días).....	85	85	80
Plazo medio maduración financiero (PMMF) (días).....	28	19	18
Análisis de la liquidez			
Liquidez o solvencia técnica.....	1,1	1,07	1,07
Liquidez o coeficiente ácido.....	0,73	0,71	0,68
Tesorería inmediata.....	0,24	0,24	0,22
Análisis de la solvencia			
Solvencia.....	1,79	1,68	1,67
Grado de autonomía financiera.....	0,79	0,72	0,71
Endeudamiento (porcentaje).....	56,10	59,85	60,08
Endeudamiento a largo plazo (porcentaje).....	8,78	24,38	23,68
Calidad de la deuda (porcentaje).....	15,75	43,43	42,02
Rotación de activos (veces).....	1,72	1,02	1,13
Rotación de activos fijos (veces).....	3,54	1,51	1,70
Ratios de rentabilidad			
Rentabilidad económica (porcentaje).....	3,22	4,88	3,01
Rentabilidad económica bruta (porcentaje).....	4,41	6,02	3,70
Rentabilidad financiera (porcentaje).....	7,33	12,17	7,55
Rentabilidad financiera bruta (porcentaje).....	10,05	15,00	9,26
Ratios de cash flow			
Cash flow sobre activo (porcentaje).....	6,92	9,37	7,07
Cash flow sobre ventas (porcentaje).....	4,03	9,20	6,27
Ratios de productividad			
Ventas por empleado (euros).....	236.223,68	256.238,31	255.918,06
Beneficios por empleado (euros).....	6.071,29	15.154,41	8.405,21
Coste medio por empleado (euros).....	21.508,03	26.361,11	26.025,97
Productividad (euros).....	1,39	1,59	1,58
Valor añadido por empleado (euros).....	29.893,32	41.967,82	41.059,87

Número de empresas que cumplen la condición: 535.
 Fuente: Base de datos Cabsa 2007.

empresas, aunque con tendencia a disminuir para el caso de las grandes y medianas empresas, con el fin de aprovechar mejor la financiación externa.

– *Endeudamiento*. Se produce un aumento de la financiación externa como porcentaje del pasivo en las grandes y medianas empresas y una reducción en las pequeñas.

– *Rotación de activos*. Es significativamente elevada para los tres grupos de empresas, correspondiendo el mayor valor a las empresas medianas.

– *Rotación de activos fijos*. Se relaciona con el aprovechamiento de la inversión en inmovilizado y es elevada para todas las empresas.

- *Ratios de rentabilidad*

– *Rentabilidad económica*. Se ha visto incrementada entre 2006 y 2007 para las grandes y medianas empresas y disminuida para las pequeñas.

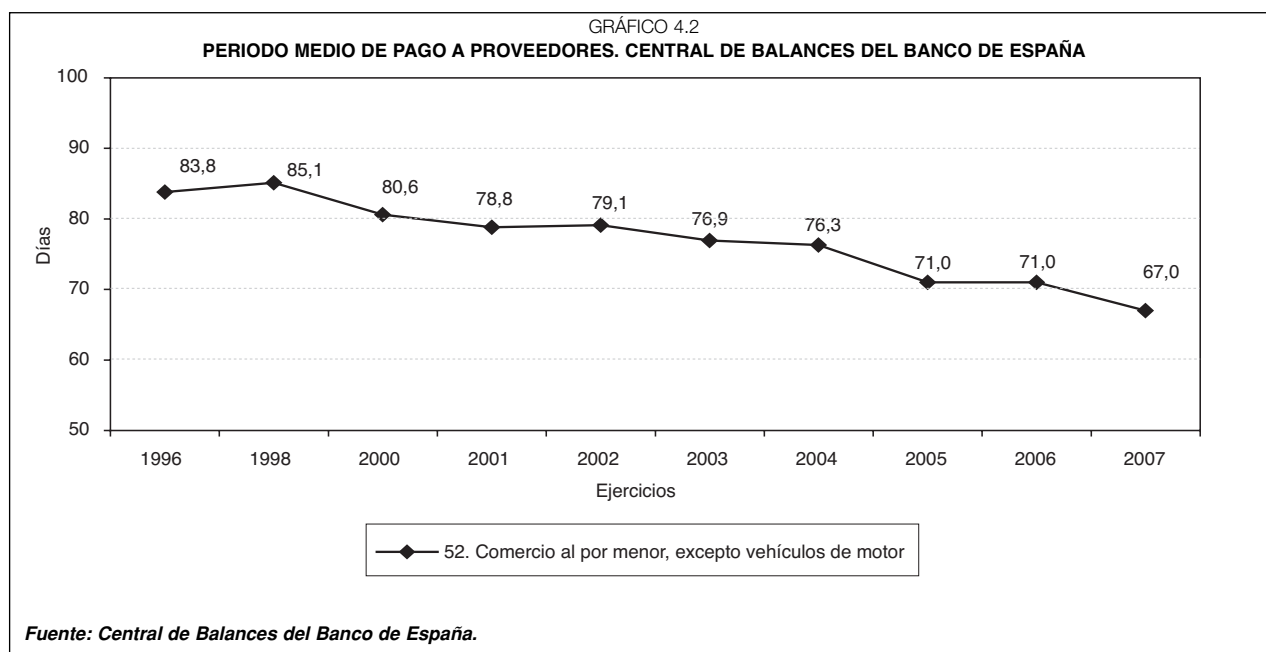
– *Rentabilidad financiera*. Se observa una tendencia creciente para las grandes y medianas empresas, pero las pequeñas sufren una reducción considerable en el último año.

- *Ratios de productividad*

– *Ventas y beneficio por empleado*. Las grandes empresas son las únicas en las que se observa un incremento de las ventas por empleado. En cuanto a los beneficios por empleado, disminuyen tanto en las grandes como en las pequeñas empresas, mientras que las medianas experimentan un ligero incremento.

– *Coste medio por empleado*. Para las grandes empresas sigue una tendencia creciente en todo el periodo, pero para las pequeñas y medianas empresas se produce una reducción en el último año.

– *Productividad*. En el caso de las grandes empresas, el aumento del coste medio por empleado ▷



parece haber corregido a la baja la productividad para 2007. En el caso de las medianas, la reducción de sus costes por empleado ha permitido aumentos de la productividad. Por último, las empresas de menor tamaño ven reducida su productividad debido al mayor descenso de las ventas por empleado.

– *Valor añadido por empleado.* En 2007 esta ratio crece para las grandes empresas y disminuye para las medianas y pequeñas empresas, para éstas últimas, además, de forma considerable.

4.4. Los aplazamientos de pago en el sector de la distribución comercial

La información proporcionada por la Central de Balances del Banco de España constituye una amplia muestra anual, a partir de la cual se pueden establecer conclusiones relevantes sobre la evolución de las principales magnitudes empresariales y en concreto respecto a las políticas de aplazamiento de pago, que se detallan a continuación.

Periodo medio de pago a proveedores

La evolución del periodo medio de pago a proveedores presenta en la agrupación 52 (Comercio al

por menor, excepto vehículos de motor, combustibles) una tendencia a la baja: en 1996 el periodo de pago a proveedores era de 84 días, y en 2007 había bajado hasta los 67 días (Gráfico 4.2)¹.

Cabe deducir que la promulgación de las distintas leyes que afectan a esta materia ha tenido un impacto efectivo en la reducción de los aplazamientos de pago. Así, la aprobación de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista pretendía, entre otras cosas, reforzar las garantías de cobro. En su artículo 17 se fijaron mecanismos para garantizar al acreedor la posibilidad de disponer de liquidez frente a los aplazamientos excesivos y el establecimiento de unos intereses mínimos de demora.

La modificación legal de la Ley 55/1999 de medidas fiscales estableció un aplazamiento máximo de 30 días para productos de alimentación fresca. Posteriormente, la Ley 47/2002 introdujo un conjunto de cautelas para precisar el cómputo de los periodos de aplazamiento. Por último, la Ley 3/2004, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, ha introducido una nueva modificación con el objeto de lograr una efectiva reducción de los ▷

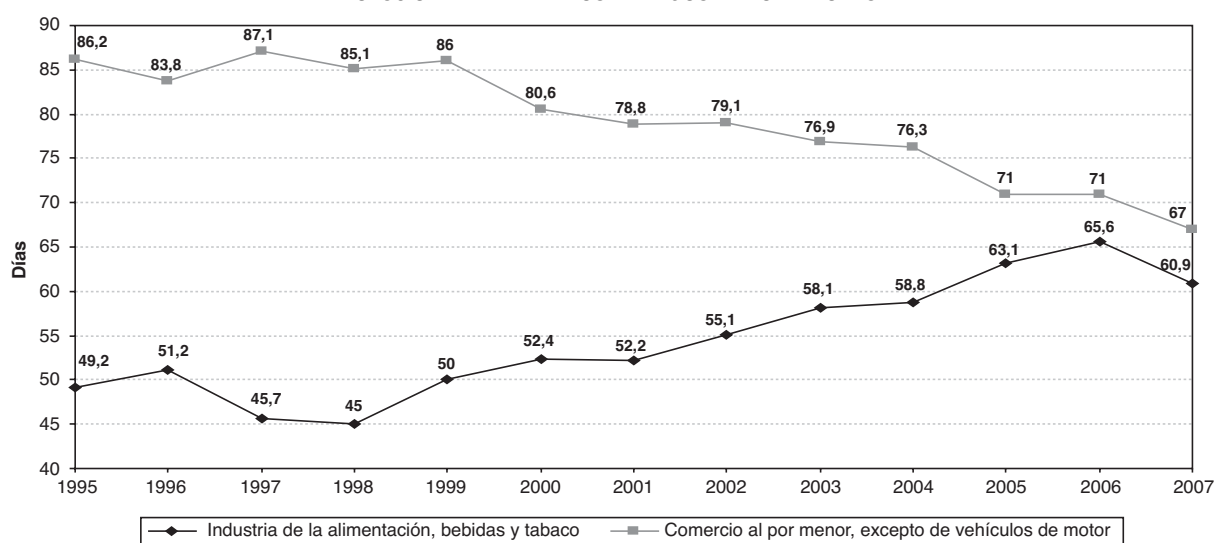
¹ En el momento de redactar este informe (junio de 2009), no hay disponibles datos de la Central de Balances del Banco de España correspondientes al año 2008.

CUADRO 4.16
PERÍODO MEDIO DE PAGO DE PROVEEDORES
(Número medio de días)

Agrupaciones de actividad de la CNAE	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Energía	43	42	36	37	34	34	39	44	36	39
Extracción de productos energéticos y otros minerales	88	94	81	75	90	84	93	50	73	53
Coquerías, refino y combustibles nucleares	32	26	24	18	28	23	27	26	23	27
Energía eléctrica, gas y agua	53	56	47	52	37	41	48	56	44	49
Industria	69	64	65	65	66	68	70	70	70	63
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	51	45	52	52	55	58	59	63	66	61
Industrias químicas	83	75	81	69	70	70	74	75	69	71
Transform. del vidrio, de la cerámica y de los metales	81	73	77	75	80	84	79	72	74	70
Ind. de material y equip. eléctrico, electrónico y óptico	84	80	68	73	70	59	57	76	74	61
Fabricación de material de transporte	61	59	55	60	60	64	67	67	68	56
Otras industrias manufactureras	79	78	80	75	79	76	78	73	73	71
Servicios de mercado	67	65	61	62	65	62	61	58	57	58
Comercio y reparación	65	62	57	55	59	55	54	52	50	50
50. Venta reparac. de vehículos y combustible	48	44	40	32	31	35	33	33	28	27
51. Comerc. al por mayor e intermediarios	57	54	49	46	51	46	45	46	43	45
52. Comercio al por menor	84	85	81	79	79	77	76	71	71	67
Transporte y comunicaciones	48	41	49	59	60	54	47	47	48	50
Otros servicios	97	105	102	109	110	112	119	113	110	128
Actividades con cobertura reducida	170	181	178	176	178	173	174	185	187	192

Fuente: Banco de España. Central de Balances. Análisis empresarial.

GRÁFICO 4.3
EVOLUCIÓN APLAZAMIENTOS DE PAGOS A PROVEEDORES



Fuente: Central de Balances del Banco de España.

aplazamientos de pago. Por otra parte, el Tribunal Superior de Justicia de la Unión Europea dictó, en diciembre de 2008, sentencia absolutoria a favor del Reino de España en la demanda planteada por la Comisión Europea por mala transposición de la Directiva de Morosidad.

Para el conjunto del sector comercio y reparación, entre 1996 y 2007 se produce una reducción de 65 días a 50 días. El aplazamiento de pago a proveedores en la industria de la alimentación, bebidas y

tabaco ha seguido durante todo el periodo citado una evolución creciente, salvo en el último año, pasando de 51 días en 1996 a 61 días en 2007 (en 2006 los aplazamientos de pagos de la industria de la alimentación, bebidas y tabaco llegaron a los 66 días). Estas diferentes evoluciones demuestran la influencia positiva de las diferentes normas reguladoras de los pagos en el comercio, frente a la industria, cuyos pagos hasta la Ley 3/2004 no se encontraban regulados (Cuadro 4.16). ▷

La distribución comercial en España en 2008

CUADRO 4.17
PERÍODO MEDIO DE COBRO A CLIENTES
(Número medio de días)

Agrupaciones de actividad de la CNAE	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Energía	38	38	34	40	40	39	42	42	37	42
Extracción de productos energéticos y otros minerales	68	70	76	76	83	62	52	51	56	71
Coquerías, refino y combustibles nucleares	26	24	26	24	33	27	32	33	29	37
Energía eléctrica, gas y agua	47	49	40	51	43	47	49	49	42	46
Industria	62	57	61	58	60	61	61	65	65	56
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	47	44	53	52	50	51	50	49	53	44
Industrias químicas	85	81	85	79	83	74	82	82	80	76
Transform. del vidrio, de la cerámica y de los metales	75	67	68	66	78	87	82	82	84	76
Ind. de material y equip. eléctrico, electrónico y óptico	91	85	80	78	78	70	71	79	76	65
Fabricación de material de transporte	35	31	37	33	37	39	35	36	36	32
Otras industrias manufactureras	89	87	86	80	75	75	74	78	83	73
Servicios de mercado	53	49	48	47	45	44	41	39	37	36
Comercio y reparación	42	39	35	32	32	30	29	29	27	25
50. Venta reparac. de vehículos y combustible	29	32	27	27	27	24	25	23	23	18
51. Comerc. al por mayor e intermediarios	62	60	52	47	49	47	46	44	42	40
52. Comercio al por menor	16	12	11	11	10	9	7	8	7	7
Transporte y comunicaciones	64	57	63	65	61	59	52	50	50	46
Otros servicios	86	76	81	77	73	79	74	70	58	67
Actividades con cobertura reducida	119	135	115	108	108	103	107	100	101	99

Fuente: Banco de España. Central de Balances. Análisis empresarial.

CUADRO 4.18
PERÍODO DE MADURACIÓN DE MERCADERÍAS
(Número medio de días)

Agrupaciones de actividad de la CNAE	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Energía	33	49	28	26	28	27	25	24	24	27
Extracción de productos energéticos y otros minerales	47	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Coquerías, refino y combustibles nucleares	31	28	21	18	23	22	18	20	19	22
Energía eléctrica, gas y agua	35	50	25	21	19	19	20	16	17	18
Industria	34	32	32	31	31	32	31	33	32	30
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	36	35	36	39	40	39	37	40	39	37
Industrias químicas	36	35	31	30	30	32	32	32	34	32
Transform. del vidrio, de la cerámica y de los metales	49	46	48	50	45	48	46	43	41	41
Ind. de material y equip. eléctrico, electrónico y óptico	38	33	37	31	29	30	25	27	30	27
Fabricación de material de transporte	22	20	21	19	22	20	20	22	20	18
Otras industrias manufactureras	46	47	46	43	43	43	41	42	42	41
Servicios de mercado	64	56	50	55	55	55	58	60	68	64
Comercio y reparación	45	44	40	41	40	36	36	35	35	34
50. Venta reparac. de vehículos y combustible	38	30	26	37	33	30	34	36	33	37
51. Comerc. al por mayor e intermediarios	44	43	37	37	38	31	31	29	29	27
52. Comercio al por menor,	49	52	51	49	46	45	44	44	44	43
Transporte y comunicaciones	40	30	28	28	30	31	23	27	22	24
Otros servicios	365	233	195	249	263	342	406	417	485	509
Actividades con cobertura reducida	53	38	58	59	53	65	76	90	121	113

Fuente: Banco de España. Central de Balances. Análisis empresarial.

En el gráfico 4.3 se puede observar la evolución comparada de los aplazamientos de pago en el comercio al por menor y en la industria de la alimentación, bebidas y tabaco en el periodo 1996-2007.

Periodo medio de cobro a clientes

El periodo medio de cobro a clientes en el comercio al por menor se redujo en el periodo 1996 a 2007. Esta cifra no se ve afectada por las previsiones legales, que no regulan esta circunstancia (Cuadro 4.17).

Periodo de maduración de mercaderías y/o materias primas

El periodo medio de maduración es un indicador de la eficiencia en la gestión del comercio y de la industria, recogiendo en un menor periodo una mayor rotación, que indica más eficiencia en la gestión de las mercancías y mejor ajuste del surtido a la demanda de los consumidores. En el periodo 1996 a 2007 se reduce el periodo medio de maduración en el comercio al por menor de 49 a 43 días, ▷

CUADRO 4.19
FINANCIACIÓN COMERCIAL NETA
(Número medio de días)

Agrupaciones de actividad de la CNAE	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Energía	16	19	12	17	18	17	16	11	11	14
Extracción de productos energéticos y otros minerales	40	37	44	44	49	33	19	22	17	36
Coquerías, refino y combustibles nucleares	7	10	10	12	14	13	14	14	12	17
Energía eléctrica, gas y agua	24	25	13	19	19	20	18	9	11	12
Industria	18	15	16	12	14	15	13	17	16	11
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	18	18	20	18	14	16	14	10	14	7
Industrias químicas	37	37	31	35	38	30	35	33	34	29
Transform. del vidrio, de la cerámica y de los metales	28	24	24	22	32	38	33	38	37	31
Ind. de material y equip. eléctrico, electrónico y óptico	38	31	28	25	27	28	28	21	18	20
Fabricación de material de transporte	-12	-16	-9	-18	-15	-14	-21	-20	-22	-15
Otras industrias manufactureras	44	41	37	35	29	29	27	36	40	31
Servicios de mercado	12	8	9	7	6	4	2	2	0	-1
Comercio y reparación	-10	-11	-11	-12	-14	-15	-15	-13	-12	-14
50. Venta reparac. de vehículos y combustible	-13	-9	-8	-3	-1	-8	-5	-7	-3	-7
51. Comerc. al por mayor e intermediarios	16	17	14	12	11	11	11	9	9	6
52. Comercio al por menor	-48	-54	-51	-50	-51	-51	-52	-47	-48	-45
Transporte y comunicaciones	54	46	45	46	42	43	37	34	33	29
Otros servicios	44	28	31	24	23	24	21	20	3	13
Actividades con cobertura reducida	9	16	-9	-13	-16	-17	-15	-33	-35	-42

Fuente: Banco de España. Central de Balances. Análisis empresarial.

CUADRO 4.20
CUADRO COMPARATIVO DE LOS PLAZOS DE PAGO A PROVEEDORES EN EL PERÍODO 1995-2005 EN LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA
(Datos en días)

	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Bélgica	49,7	51,9	55,1	49,0	49,5	48,4	48,8	46,0
Francia	56,4	58,8	62,0	57,6	54,4	53,9	55,4	53,1
España	87,7	85,1	82,1	81,9	79,9	79,0	77,1	74,9
Italia	89,9	97,4	97,8	98,7	90,5	88,5	90,6	85,8
Austria	57,5	49,4	42,9	46,8	42,3	39,0	39,7	40,4
Alemania	34,1	33,5	28,6	29,0	26,1	24,9	30,4	30,1
Portugal	-	104,5	73,4	67,1	76,1	71,6	72,2	77,3
Finlandia	-	27,3	25,3	25,7	25,7	24,8	25,9	-
Media 8 Países UE	46,9	63,5	58,4	57,0	55,6	53,8	55,0	58,2
Diferencia España Media 8	40,8	21,6	23,7	24,9	24,4	25,2	22,1	16,7

Fuente: Elaboración propia a partir de BACH Database.

lo que evidencia una mejora en la eficiencia real del sector.

Este indicador no se ve afectado por las medidas regulatorias analizadas, pero tiene interés valorarlo, ya que los aplazamientos de pago deben relacionarse con el periodo medio de maduración de las diferentes actividades económicas (Cuadro 4.18).

Financiación comercial neta

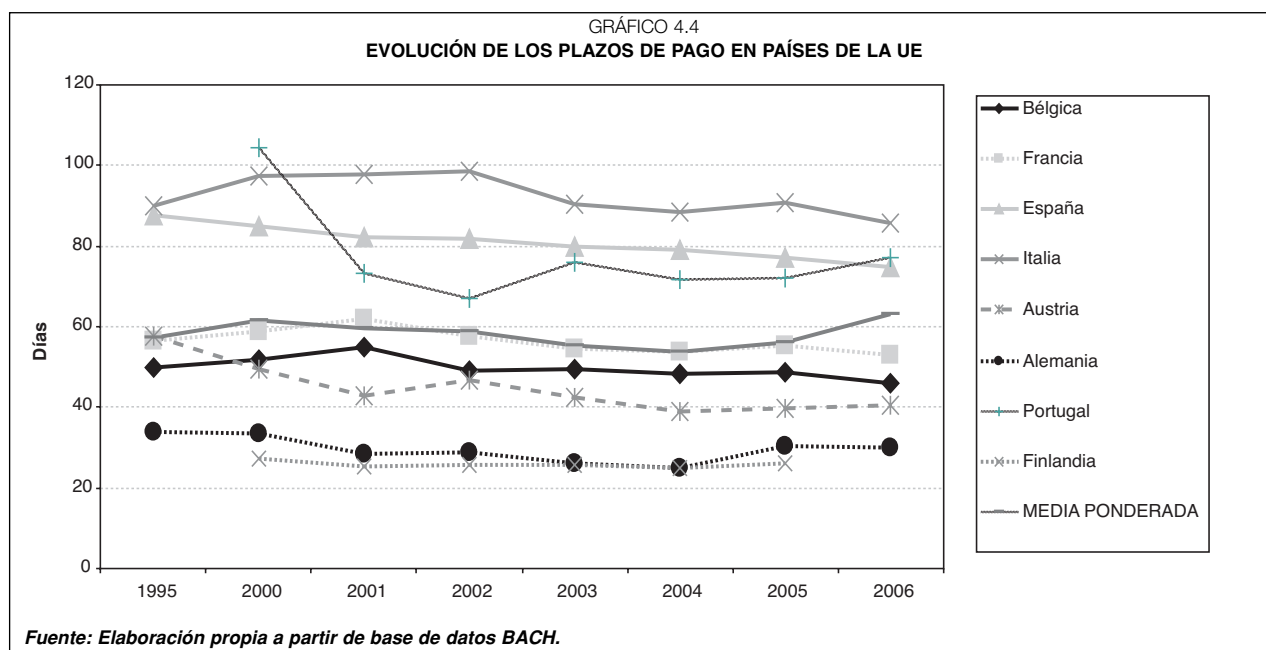
La financiación comercial neta recoge el número de días que la empresa financia respecto a su periodo de maduración. Es decir, la suma del periodo medio de cobro a clientes y el periodo medio de fabricación y/o venta, menos el periodo medio de pago a proveedores. Una cifra positiva implicaría

que la empresa tiene que financiar esos días del proceso productivo, mientras que un valor negativo implica una financiación de proveedores que excede en dichos días del periodo de maduración total.

La financiación comercial neta del comercio minorista aumentó en un día en el año 2006, pero se redujo en tres días en 2007. La industria de la alimentación, bebidas y tabaco pasa de financiar 14 días en 2004 a 7 días en 2007 (Cuadro 4.19).

4.4.1. Comparación con otros Estados de la Unión Europea

Tomando en consideración los datos correspondientes a empresas de los países que envían infor- ▷



mación a la base BACH, Bélgica, Francia, España, Italia, Austria, Alemania, Portugal y Finlandia, se puede conocer cuál ha sido la evolución en los hábitos de pago en los distintos países y las importantes diferencias existentes entre los mismos, derivadas de su legislación civil.

Así, en el año 2006 países como Italia, Portugal y España mantenían periodos de pago a proveedores relativamente amplios de 86, 77 y 75 días respectivamente, mientras que en Alemania, en Austria o en Bélgica estos periodos eran de tan sólo 30, 40 y 46 días respectivamente. En el caso español, se ha producido una continua reducción desde 2001, como se constata en el Cuadro 4.20.

El plazo medio de pago a proveedores del conjunto de estos ocho países era, en el año 2006, de 58 días. En España en 2006, el plazo de pago a proveedores superaba en 17 días la media del conjunto de ocho países.

En cuanto a la evolución experimentada por los plazos en los distintos países, se observan diferencias importantes. Así, en Alemania el plazo se ha reducido en 4 días desde el año 1995 al 2006, lo que representa una disminución de un 11 por 100 en estos once años.

En España la reducción ha sido la segunda en mayor cuantía. En el mismo periodo de tiempo ha

sido de casi 13 días, que representa un porcentaje algo mayor, el 15 por 100, respecto al plazo de 87,7 días que existía en 1995.

En Francia el plazo de pago a proveedores ha variado poco entre valores próximos a los 56,4 días de 1995, oscilando en el periodo de once años considerado tan sólo un 10 por 100 hacia arriba o hacia abajo del plazo del valor inicial.

En Italia, el país que mantiene el plazo de pago más alto de todos los países analizados, después de once años el plazo de pago a proveedores se ha reducido solamente en 4 días. No obstante, la evolución del plazo de pago muestra una tendencia a la baja, ya que ha podido reducir en más de 10 días los plazos existentes en el periodo 2000-2002, próximos a los cien días.

En Bélgica el plazo de pago a proveedores apenas ha variado hasta 2005, con una reducción importante en 2006, apreciándose únicamente un ascenso hasta los 55,1 días en el año 2001.

En Austria el plazo de pago ha experimentado una disminución notable, de casi 18 días entre 1995 (57,5 días) y 2005 (39,7 días), que equivale a una reducción del 31 por 100 en el periodo considerado, si bien en 2006 se ha producido un ligero ascenso.

Finlandia es el país con plazo de pago a proveedores más reducido de los ocho países conside- ▷

rados, 27,3 días en 2000 y 25,9 días en 2005, con un descenso de 1,4 días en ese periodo. En el momento de esta publicación no está disponible el dato en la Base BACH para el año 2006.

En Portugal el plazo de pago a proveedores ha tenido una ligera disminución, desde 73,4 días en 2001 a 72,2 días en 2005, si no tomamos en consideración el dato del año 2000, que es 104,5 días de plazo de pago a proveedores, la cifra más alta de los ocho países estudiados, que se explica por la escasa cobertura de la muestra de empresas analizadas en ese año en Portugal (Gráfico 4.4). En 2006, por contra, se produce un aumento de 5 días en los aplazamientos, situándose a niveles superiores a los de 2003.

Como se puede apreciar, existe una clara diferencia entre los países cuyo régimen jurídico se basa en el derecho romano y los de derecho germánico. En estos últimos, al ser necesario para adquirir la propiedad del bien haber realizado el pago del producto, los plazos de pago son más reducidos, mientras que en los países basados en el derecho romano (Italia, España, Portugal y Francia), se produce la adquisición de la propiedad sin que sea necesario pagar el producto.

4.5. La productividad en el sector de la distribución comercial

La medición de la productividad en el sector comercio ha encontrado dos tipos genéricos de dificultades: desde la oferta y desde la demanda de productos. Desde la oferta, tradicionalmente han existido dos formas de medir el valor del *output*: la cifra neta de negocio o ventas y el valor añadido a precios básicos. Tanto uno como el otro son aproximaciones al valor real de la producción final, dado que no incluyen determinados activos intangibles que incorporan o detraen valor al producto.

Desde la óptica de la demanda, se encierran otras objeciones a la hora de medir la productividad. El «precio implícito» de un producto, según la percepción individual y subjetiva del consumi-

dor, incorpora otros factores no tradicionales que se pretenden recoger a través del análisis del comportamiento del consumidor.

Entre otras variables presentes a la hora de ejercer un análisis comparativo de productividad por países cabe destacar la densidad comercial. Ésta puede esconder factores relevantes de productividad como los citados anteriormente. Así, la distribución comercial española se caracteriza estructuralmente por una densidad comercial alta, de forma que la productividad aparente por establecimiento tenderá a ser inferior a la de los países que tengan una densidad comercial más baja. Sin embargo, esta medida podría estar ocultando que el sector español cuente con mejor equipamiento, mayor calidad de los productos o un valor tácito superior en términos de proximidad al cliente y que, por tanto, tenga productividades reales superiores a las del mismo sector de otra economía con densidad comercial menor.

4.5.1. Evolución de la productividad por formatos comerciales

En 2008, el sector comercio, de manera independiente a su estructura por formatos, ve reducida su productividad tanto en términos de superficie como de empleados respecto al 2007. El estancamiento de la productividad afecta también a los formatos de distribución más modernos. Las peculiaridades del sector en cuanto a grandes inversiones para la puesta en funcionamiento de una instalación, así como el proceso empresarial expansivo de tipo multiformato, han podido ocasionar que la productividad muestre una tendencia al decrecimiento.

En el Cuadro 4.21 se observa que en todos los formatos, menos en el de supermercados de entre 1.000-2.499 metros cuadrados, la productividad, medida tanto por metro cuadrado como por empleado, se ha reducido respecto al año 2000. La mayor parte del ajuste recae sobre los supermercados de menor dimensión, dado que sus ventas deflactadas han caído en todo el período, aunque los hiper- ▷

CUADRO 4.21
EVOLUCIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD
POR FORMATOS COMERCIALES
(Euros constantes de 2000)

	Ventas por m ²	Base año 2000=100	Ventas por empleado	Base año 2000=100
Hipermercados				
2000	5.296	100,00	187.646	100,00
2001	5.082	95,96	179.251	95,53
2002	4.836	91,32	172.614	91,99
2003	4.850	91,59	176.372	93,99
2004	4.969	93,83	181.328	96,63
2005	4.892	92,37	177.904	94,81
2006	4.869	91,94	180.362	96,12
2007	4.549	85,90	175.489	93,52
2008	4.298	81,16	166.702	88,84
Supermercados 1.000-2.499m²				
2000	3.571	100,00	184.074	100,00
2001	3.559	99,66	182.141	98,95
2002	3.501	98,04	174.559	94,83
2003	3.771	105,60	182.104	98,93
2004	3.843	107,61	185.737	100,90
2005	3.941	110,37	189.450	102,92
2006	4.071	114,01	194.706	105,78
2007	4.050	113,42	200.495	108,92
2008	4.010	112,29	198.475	107,82
Supermercados 400-999m²				
2000	2.828	100,00	149.431	100,00
2001	2.793	98,75	146.602	98,11
2002	2.856	100,98	144.339	96,59
2003	2.897	102,44	146.477	98,02
2004	2.869	101,45	145.957	97,68
2005	2.805	99,18	142.707	95,50
2006	2.783	98,39	141.526	94,71
2007	2.734	96,68	139.086	93,08
2008	2.748	97,17	139.959	93,66
Supermercados 100-399m²				
2000	3.721	100,00	170.000	100,00
2001	3.772	101,37	173.515	102,07
2002	3.662	98,41	164.794	96,94
2003	3.666	98,52	162.774	95,75
2004	3.568	95,89	162.688	95,70
2005	3.572	96,00	162.862	95,80
2006	3.187	85,65	156.183	91,87
2007	3.057	82,16	148.567	87,39
2008	3.081	82,80	148.509	87,36

Fuente: Nielsen y elaboración propia.

mercados siguen una senda similar. Por contra, el formato que mejor evolución ha experimentado en todo el periodo de análisis es el de supermercados de gran tamaño en el que, desde el año 2000, la productividad ha crecido en términos de ventas por metro cuadrado en más de un 12 por 100 y casi un 8 por 100 en términos de empleo.

En lo que concierne al año 2008, la evolución de la productividad por formatos ha sido dispar. Para los hipermercados se han registrado descensos, pero para los supermercados se muestran mejorías en alguna de las categorías. Así para los supermercados

de 400-999 metros cuadrados, la productividad aumenta ligeramente tanto en función de la superficie como del empleado. En otros formatos, como los supermercados de 1.000-2.499 metros cuadrados, se observa una mejora de la productividad por empleado, y en los supermercados de 100-399 metros cuadrados en la productividad por metro cuadrado.

Las ventas por metro cuadrado de los hipermercados han vuelto a disminuir en 2008, como consecuencia de una caída de las ventas superior a la de la superficie. Los supermercados de gran tamaño continúan acercándose a la productividad por metro cuadrado de los hipermercados, a pesar de que en 2008 sufren por segundo año consecutivo una ligera disminución de la misma. El mantenimiento del empleo en los formatos de los supermercados nos indica que las caídas de productividad para el año 2008 son debidas al ajuste de las ventas que está viviendo el sector.

4.5.2. Productividad España/Unión Europea

La productividad del comercio minorista español es consonante con el peso de nuestro PIB respecto al del resto de países europeos. Así, la productividad aparente por empleado en España (23.800 euros) coincide prácticamente con la media de la UE-27 (23.900 euros). Ahora bien, si se tienen en cuenta los países de la UE-15, la productividad del comercio español es relativamente inferior. Todos nuestros vecinos de la UE-15 tienen productividades superiores a la nuestra, excepto Grecia, Países Bajos, Italia y Portugal. A pesar de ello, la productividad aparente en el año de referencia (2006) ha crecido en España en un punto porcentual, mientras que en otros países de nuestro entorno, como Francia o Alemania, este incremento ha sido menor, dejando entrever síntomas de convergencia.

Sin embargo, este avance en la productividad aparente por empleado en España, no se ha visto correspondido con un incremento similar en la productividad ajustada al salario. Esto implica que, en el año 2006, los avances en productividad por traba- ▷

CUADRO 4.22
COMPARACIÓN PRODUCTIVIDAD COMERCIO MINORISTA
ESPAÑA/UNIÓN EUROPEA

CNAE 52-Año 2006	Productividad aparente por empleado (1) (Miles de euros)	Productividad ajustada al salario (2) (Porcentaje)
Alemania.....	27,5	133,1
Austria.....	27,9	119,0
Bélgica.....	34,9	127,7
Bulgaria.....	-	-
Chipre.....	22,5	121,8
Dinamarca.....	31,5	134,4
Eslovaquia.....	12,0	191,6
Eslovenia.....	21,0	141,4
España.....	23,8	126,2
Estonia.....	11,4	163,3
Finlandia.....	36,9	141,8
Francia.....	37,1	128,1
Grecia.....	16,1	98,8
Hungría.....	7,2	111,9
Irlanda.....	32,6	144,0
Italia.....	23,7	96,4
Letonia.....	6,6	185,9
Lituania.....	5,3	120,7
Luxemburgo.....	46,6	151,2
Malta.....	-	-
Países Bajos.....	23,0	146,2
Polonia.....	7,5	145,3
Portugal.....	13,5	143,5
Reino Unido.....	29,5	154,2
Rep. Checa.....	10,4	125,5
Rumanía.....	4,1	170,5
Suecia.....	34,3	110,0
UE-27.....	23,9	128,1

(1) Valor añadido al coste de los factores/nº de personas empleadas

(2) Valor añadido al coste de los factores/costes de personal x 100

Fuente: Eurostat.

jador en España se han visto más que compensados con retribuciones crecientes. Por ello, aunque se mantenga la ventaja comparativa del comercio al por menor español en costes de personal respecto al resto de países avanzados de Europa, los trabajadores españoles del sector del comercio minorista están viviendo una convergencia en sus retribuciones con los principales países europeos (Cuadro 4.22).

4.5.3. Causas de la evolución de la productividad en la distribución comercial

La productividad aparente es el resultado de la división del valor añadido por el empleo. El Cuadro 4.23 recoge la evolución de las ventas nominales y de los empleados, así como unos índices calculados representativos de ellos. En este Cuadro se observa cómo el aumento nominal de las ventas ha venido acompañado hasta 2006 de una creciente generación de empleo, mientras que en el último año el crecimiento en términos nominales ha sido a causa del aumento de precios, pues las ventas a precios constantes caen. Como consecuencia, el comercio minorista ha ajustado la caída de ventas reales en términos de empleo en 2007.

La productividad del comercio español podría quedar explicada por tres factores estructurales que inciden directamente sobre ella: menor capacidad de compra, mayor densidad comercial y menor eficiencia derivada del tamaño.

$$\begin{aligned} \frac{\text{Ventas}}{\text{Empleados}} &= \frac{\text{Ventas}}{\text{Habitantes}} \times \frac{\text{Habitantes}}{\text{Tiendas}} \times \\ &\times \frac{\text{Tiendas}}{\text{Empresas}} \times \frac{\text{Empresas}}{\text{Empleados}} = \\ &= \left(\text{Capacidad de compra} \right) \left(\frac{1}{\text{Densidad comerc.}} \right) \\ &\left(\text{Tamaño medio empresas} \right) \left(\frac{1}{\text{Dimensión media plantilla}} \right) \end{aligned}$$

Si se desglosa la productividad en ventas por habitantes, habitantes por establecimientos, establecimientos por empresas y empresas por empleados, se pueden obtener indicadores de capacidad de ▷

CUADRO 4.23
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA 1999/2007

	Ventas (Miles de euros)	Ventas a precios de 2007 (Miles de euros)	Índice (1999=100)	Empleados	Índice (1999=100)
1999.....	129.191.704	168.595.174	100,00	1.439.387	100,00
2000.....	141.367.260	177.557.279	105,32	1.507.862	104,76
2001.....	147.694.361	180.630.204	107,14	1.508.956	104,83
2002.....	161.064.444	189.411.786	112,35	1.621.437	112,65
2003.....	168.759.659	193.398.569	114,71	1.647.439	114,45
2004.....	183.464.042	203.645.087	120,79	1.737.941	120,74
2005.....	193.777.696	207.342.135	122,98	1.792.367	124,52
2006.....	207.014.939	215.709.566	127,95	1.890.020	131,31
2007a.....	215.040.745	215.040.745	127,55	1.879.890	130,60

Fuente: INE.

CUADRO 4.24
PRODUCTIVIDAD EN EL COMERCIO MINORISTA EN ESPAÑA

	Productividad (ventas/empleo) (Miles euros 2007)	Capacidad de compra (ventas/habitante) (Miles euros 2007)	1/Densidad comercial (Habitantes/tienda)	Tamaño medio empresas (Tiendas/empresa)	1/Dimensión media plantilla (Empresas/empleados)
1999	117,130	4,194	66,467	1,147	0,366
2000	117,754	4,384	66,628	1,145	0,352
2001	119,705	4,393	68,194	1,152	0,347
2002	116,817	4,527	66,614	1,202	0,322
2003	117,393	4,527	68,721	1,191	0,317
2004	117,176	4,714	67,527	1,204	0,306
2005	115,681	4,701	68,277	1,206	0,299
2006	114,131	4,825	69,860	1,182	0,287
2007a	114,390	4,659	71,363	1,193	0,288

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE. Datos de número de locales y de empresas, Encuesta Anual de Comercio. Datos 2007, DIRCE y avance de la Encuesta Anual de Servicios.

compra, de densidad comercial, de tamaño medio de las empresas y de dimensión media de la plantilla (Cuadro 4.24).

Desde 2003 hasta 2006 la productividad en el comercio minorista ha estado decreciendo a causa de un tamaño medio empresarial reducido y de la sobredimensión de la plantilla en la empresa. Sin embargo, el aumento de la capacidad de compra y el crecimiento de los potenciales compradores (habitantes) por tienda han sido factores claves que han contribuido positivamente a compensar las pérdidas de productividad en nuestro país.

A raíz de los datos disponibles para 2007, se aprecia un cambio tendencial en las pautas seguidas en los últimos cinco años por la productividad del comercio minorista español. El ajuste en términos de empleo que ha realizado el sector, como consecuencia de su caída de ventas a precios constantes, ha alterado el indicador de productividad, impulsándolo al alza en este último año.

La coyuntura de la economía española iniciada en 2007 condicionó los indicadores de productividad. En este año, la población española siguió en aumen-

to, reduciendo la capacidad de compra por habitante. Pese a la fuerte reducción de este factor que estaba afectando positivamente a la productividad, la dimensión empresarial se reajusta en términos positivos, puesto que aumenta el número de tiendas por empresa de comercio minorista en 2007, sin que ello haya acarreado ineficiencias procedentes de aumentos de la dimensión media de la plantilla por empresa.

Sigue en 2007 el aumento iniciado en 2003 del tamaño medio de empresas (consecuencia del ajuste del pequeño comercio y del éxito de los grandes supermercados). Es más, a pesar del crecimiento del número de locales por empresas operantes, el aumento de la población española por el fenómeno de la inmigración ha sido muy superior al del número de tiendas, de forma que ha permitido reducir la excesiva densidad comercial española respecto a la europea, repercutiendo positivamente en la productividad. La tendencia a la reducción de la densidad comercial y el repunte en el tamaño medio de la empresa deberían contribuir de forma positiva a que las empresas puedan acceder a las economías derivadas del tamaño.