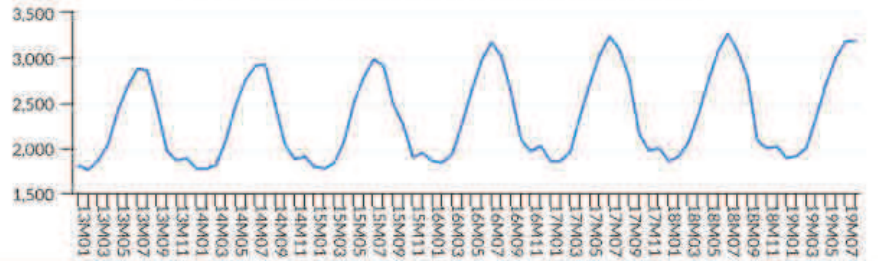


POBLACIÓN OCUPADA Y EMPRESAS EN EL SECTOR DEL COMERCIO

Gráfico 1. Población afiliada en el R.E.T.A. en Menorca en el sector del comercio al por menor, excepto venta de vehículos de motor y motocicletas (división CNAE 47).



Gráfico 2. Población afiliada en el Régimen General en Menorca en el sector del comercio al por menor, excepto venta de vehículos de motor y motocicletas (división CNAE 47).



MATRICULACIÓN DE VEHICULOS



Las matriculaciones del mes de agosto de 2019 llegan solamente al 67% de las que se registraron el mismo mes de 2018, debido sobretudo al comportamiento de los vehículos comerciales, con una reducción del 55%.

FACTURACIÓN DE LAS EMPRESAS

Sólo el 19% de las empresas declaran, en el mes de agosto de 2019, que su facturación fue superior a la del mismo mes de 2018. Por sectores, declara una facturación superior el 44% los establecimientos de turismo rural. Los datos específicos del comercio, se muestran en el gráfico 3.

Gráfico 3. Porcentaje de empresas que declaran una facturación superior a la del mismo mes del año anterior en el sector del comercio en Menorca.

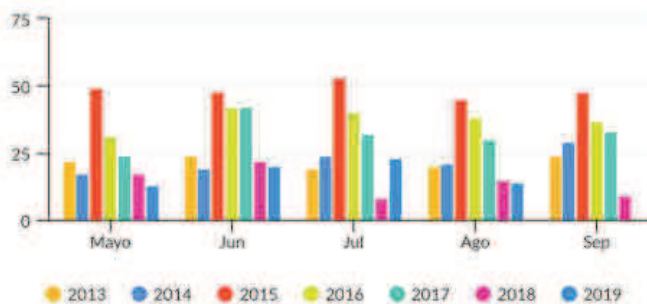


Gráfico 4. Número de empresas (promedio anual) de alta en la Seguridad Social en Menorca en el sector comercial. Sección CNAE G (incluye comercio al por mayor).



Con la colaboración de:



Enlace al Boletín digital: <https://www.obsam.cat/informes-indicadors/butlleti-de-conjuntura-economica/>

Fuentes de información: REE, OTIB, IBESTAT, CIM, PIME, TGSS, SOIB, i AENA

UNA NUEVA VALLA QUE SUPERAR PARA EL COMERCIO LOCAL

Joan Sánchez
Cercle d'Economia



Mientras la tormenta 'perfecta' (guerra comercial, *brexít*, Thomas Cook, etc...) va tomando forma sobre el crecimiento de las economías desarrolladas del mundo. Vamos a intentar abstenernos por un momento, si os parece, hablando de algo más local. El comercio y la situación del consumo en Menorca.

Cabe empezar diciendo que la coyuntura del comercio local no dista de la del comercio en el contexto español. Aunque con algunas limitaciones propias de nuestra economía insular. Léase la propia estacionalidad del consumo turístico que se suma a un catatónico tono del consumo local en los últimos tiempos. El consumo al igual que el empleo (de calidad) son las grandes asignaturas pendientes de la salida de la última gran crisis económica.

Se han derramado mares de tinta opi-

nando sobre las fórmulas sobre las que recuperar el poder adquisitivo de las familias (por la vía de los salarios) después de una fase de clara devaluación salarial y precarización de los contratos laborales. Mucho se ha debatido sobre el cambio de los fundamentos de un nuevo modelo de crecimiento.

Pero al final y como viene siendo tradicional en nuestro país, hemos esquivado las fórmulas de reforma estructural de la economía buscando sectores productivos de mayor valor añadido. O incidiendo en la adaptación de los sectores económicos más tradicionales en favor de una mayor productividad. Léase la industria, el sector primario, el sector comercial o el mismo sector turístico. El resultado: fintar las soluciones de medio y largo plazo, abrazando soluciones más cortoplacistas muchas veces centradas en imponer medidas fiscales y laborales a los sectores que no tienen sustento en el comportamiento de la propia demanda.

Ese es el caso del nuevo convenio colectivo del comercio en Balears. Tras haber revalorizado hace escasos 3 años los niveles salariales por encima de la evolución del nivel de vida, ahora supone pa-

ra el sector un 11 por ciento de incremento salarial en 4 años. Pero, ¿cómo está el comercio en Menorca y de dónde viene en los últimos años? Hemos dedicado algunos datos que muestran cómo la evolución del empleo comercial (Régimen General) ha venido creciendo por la punta pero no en invierno. Una turistificación comercial que ha expuesto el sector cada vez más a la evolución del turismo, y su peor expresión en nuestra economía insular: la estacionalidad. Un comercio caracterizado por la preponderancia de la fórmula de empresario autónomo que ha visto como el número de empleos y empresas comerciales se ha venido ajustando, año a año desde 2014. Dónde los indicadores de demanda (matriculación de vehículos, evolución facturación comercial) de Menorca muestran síntomas claros de agotamiento. Sin perspectivas que la demanda comercial local vaya a compensar este 'efecto techo' en el turismo menorquín.

Mientras tanto, el sector comercial vive una intensa entrada de competencia de grandes grupos de distribución, a la vez que quedan por el camino pymes comerciales de carácter familiar que hasta

ahora han configurado un paisaje comercial que ha definido nuestro día a día. El abandono comercial en los núcleos menos poblados y la concentración comercial en grandes núcleos pero en sus polígonos industriales (¿?) o en centros de interés turístico forman parte de esta transformación. Dejando por el camino a muchos clientes sin posibilidades de desplazarse. Y cambiando las pautas de consumo en simbiosis con esta red de pymes comerciales de carácter más tradicional.

El consumidor (entre el que me incluyo) vive obsesionado por el precio. Buscando sacar el mayor rendimiento a su renta. Y frente a la contradicción que puede suponer tener que escoger entre de la oferta de estas grandes empresas de distribución o el comercio *online* y su conciencia. La que apela a que otro modelo de consumo de proximidad y sostenible debe imponerse en sus decisiones de consumo diario.

En este contexto, ¿qué se puede esperar de un incremento salarial de un 11 por ciento en los próximos 4 años? Mi apuesta es que no mejorará los niveles de ocupación en el comercio. Ni creo que haga remontar la oferta ni sostenibilidad de esta red de pymes comerciales en Menorca. Puede que fuera el momento de poner una nueva valla al comercio balear, ¿pero era necesario poner esta valla tan alta? Esperemos que nuestros empresarios puedan saltar más alto y no tropezar.