



Geografía comercial de España

País Vasco

■ M^a SOLEDAD AGUIRRE GARCÍA

■ JULIÁN PANDO GARCÍA

■ SUSANA TEJADA BARRENETXEA

Universidad del País Vasco.

Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Dentro de la serie de artículos sobre geografía comercial desarrollados en Distribución y Consumo, en este trabajo analizamos las características del sector comercial en el País Vasco. En primer lugar se presentan los principales valores macroeconómicos del sector. Con ellos esencialmente evaluamos su contribución a la generación de riqueza y empleo en la región. En segundo lugar, mediante el estudio de la evolución de precios y márgenes del sector, analizamos su potencial incidencia en la generación de presiones inflacionistas. Tras ello analizamos las principales características de la demanda interna en el País Vasco y la evolución en la estructura del gasto general y el gasto comercial en particular en las familias vascas.

El conocimiento del sector sería incompleto si no presentáramos la oferta comercial en la comunidad autónoma, razón por la cual dedicamos a ello otra parte del trabajo. Este análisis lo desagregamos por territorios

y formatos comerciales, y estudiamos además ciertos indicadores que ayudan a completar el análisis de la competitividad del sector y su evolución. Finalmente dedicamos la última parte del artículo a presentar la política de comercio interior del País Vasco, centrándonos en la principal normativa que rige en el sector.

Podemos avanzar que en general todos los valores analizados indican una muy positiva evolución del sector en estos últimos años tanto en términos económicos como competitivos y lo que es más importante, la evolución previsible para los próximos años es igualmente favorable.

Antes de desarrollar todas las partes mencionadas, creemos importante indicar que para elaborar este trabajo nos hemos basado esencialmente en el Informe Anual sobre el sector de la Distribución Comercial (1998) elaborado por el Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco (y publicado en febrero de 2000) completado con otros es-

tudios realizados por el Servicio Vasco de Estadística (EUSTAT) y las tres Cámaras de Comercio de la comunidad autónoma.

CONTRIBUCIÓN DEL COMERCIO A LA GENERACIÓN DE RIQUEZA EN EL PAÍS VASCO

El Valor Añadido Bruto del comercio de la CAPV alcanzó en 1998 los 603.306 millones de pesetas, lo que supuso un incremento del 6,6% (en pesetas corrientes) sobre el año anterior. A precios constantes, el sector generó 548.967 millones de pesetas, lo que representa un incremento del 3,6% en términos reales respecto a 1997 (1). Tan importantes tasas de crecimiento fueron, sin embargo, significativamente menores que las experimentadas por la economía vasca en general, y especialmente por la industria que creció un 7,2% a precios constantes (y un 9,5% a precios corrientes).

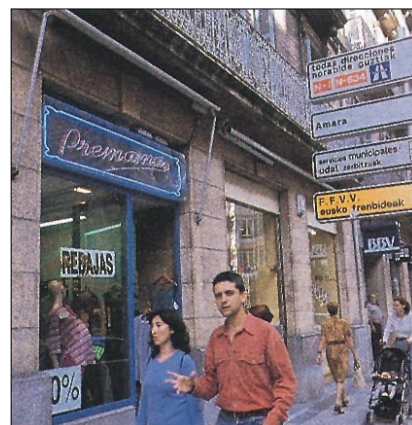
Pero esto no significa en modo alguno que el sector comercio esté experimentando

CUADRO Nº 1

IMPORTANCIA RELATIVA DEL SECTOR COMERCIAL EN LA GENERACIÓN DE RIQUEZA EN EL PAÍS VASCO PORCENTAJES

	1996	1997	1998
SOBRE PRODUCTO INTERIOR BRUTO	11,24	11,0	10,8
SOBRE VALOR AÑADIDO BRUTO DEL SECTOR SERVICIOS	22,10	21,5	21,5

FUENTE: Datos avanzados por el EUSTAT (Servicio Vasco de Estadística), 1999.



CUADRO Nº 2

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN OCUPADA

	COMERCIO		SERVICIOS		TOTAL		% S/EMPLEO SERVICIOS	% S/EMPLEO TOTAL
	Nº PERSONAS (MILES)	% INCREMENTO	Nº PERSONAS (MILES)	% INCREMENTO	Nº PERSONAS (MILES)	% INCREMENTO		
1992	91,2	—	410,9	—	734,1	—	22,2	12,4
1994	86,6	- 5,0	407,6	- 0,8	693,5	- 5,5	21,2	12,5
1996	88,1	1,7	431,8	5,9	724,2	4,4	20,4	12,2
1998	98,4	11,7	461,8	6,9	779,8	7,7	21,3	12,6

FUENTE: EUSTAT; Encuesta de Población en Relación con la Actividad (PRA), 1998.

CUADRO Nº 3

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE PERSONAL OCUPADO EN EL COMERCIO AÑO BASE: 1995

	ÍNDICE	INCREMENTO*
1993	101,6	—
1994	101,0	- 0,7
1995	99,7	- 1,2
1996	100,5	0,8
1997	102,5	2,0
1998	104,7	2,2

* Tasa de incremento sobre el mismo periodo del año anterior.

FUENTE: EUSTAT; Anuario Estadístico Vasco, 1999. Vitoria-Gasteiz.

un declive de carácter estructural a favor de la industria, simplemente ilustra un hecho que ha caracterizado históricamente a la economía vasca, cual es que se trata de una economía esencialmente industrial.

La especial volatilidad de la demanda de bienes industriales, que normalmente tiende a amplificar los efectos de los ciclos económicos (2) hace que las regiones como la nuestra experimenten fluctuaciones económicas, tanto al alza como a la baja, más acusadas que regiones más terciarizadas o al menos con una producción con mayor participación de bienes de consumo que industriales. Y esta mayor agudeza en las fluctuaciones viene dada, esencialmente, por la mayor agudeza de las fluctuaciones del sector industrial.

Por todo ello, es lógico que durante estos años de bonanza económica general, el sector industrial experimente crecimientos especialmente importantes y con mayor impor-

tancia relativa que cualquier otro sector, incluido el comercial.

Como se constata en el cuadro nº 1, la contribución del sector comercio a la generación de riqueza en el País Vasco es, sin duda, significativa. Así, en torno al 11% del PIB total generado en la Comunidad Autónoma proviene del sector en cuestión, con ligeras variaciones de unos años a otros pero siempre cerca de dicha cifra. En ese mismo cuadro se aprecia además que el 21,5% del Valor Añadido Bruto del sector Servicios en general, se obtiene en el comercio.

Si comparamos estas últimas cifras con las del total de España donde el 57,6% del PIB regional de 1998 se generó en el sector servicios, y el 15,1% en el de comercio (3), y considerando el mayor peso relativo de la industria en la economía vasca frente a la media española, se confirma la idea precedente de que el comercio no está perdiendo peso específico en la economía vasca de forma

CUADRO Nº 4

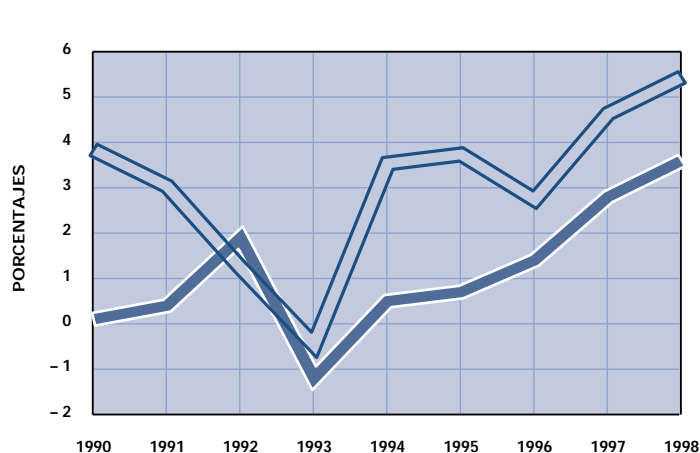
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS: ÍNDICE DE COMERCIO INTERIOR PORCENTAJES DE VARIACIÓN A PRECIOS CONSTANTES

	1995	1996	1997	1998	PREVISIÓN 1999
ÍNDICE GENERAL DE VENTAS	99,1	100,3	104,4	110,8	+ - 115,0
% DE INCREMENTO RESPECTO AL EJERCICIO ANTERIOR	1,3	1,2	4,1	6,1	+ - 4,0
ÍNDICE DEL COMERCIO MAYORISTA	98,9	99,9	105,0	112,8	+ - 119,0
% DE INCREMENTO RESPECTO AL EJERCICIO ANTERIOR	1,3	1,0	5,0	7,5	+ - 5,0
ÍNDICE DEL COMERCIO MINORISTA	99,6	101,0	103,5	107,5	+ - 110,5
% DE INCREMENTO RESPECTO AL EJERCICIO ANTERIOR	1,1	1,4	2,5	3,8	+ - 3,0

FUENTE: Elaboración propia a partir de EUSTAT; Boletín de Estadística; IV Trimestre, 1999.

GRÁFICO Nº 1

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PRIVADO Y DEL PIB A PRECIOS DE MERCADO EN EL PAÍS VASCO



	% CONSUMO PRIVADO	% PIB A PRECIOS DE MERCADO
1990	0,1	3,6
1991	0,4	2,8
1992	1,9	1,0
1993	-1,2	-0,7
1994	0,5	3,3
1995	0,7	3,5
1996	1,4	2,5
1997	2,8	4,4
1998	3,6	5,2

FUENTE: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000; Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

estructural (hemos de tener en cuenta que en el País Vasco el sector servicios genera un 51% del PIB –seis puntos por debajo de la media española-) (4).

CONTRIBUCIÓN DEL COMERCIO A LA GENERACIÓN DE EMPLEO

En términos de empleo el sector comercio también está experimentando una muy positiva evolución. Así, en los dos últimos años el número de personas empleadas en el sector

ha crecido en un 11%, lo que resulta aún más espectacular si tenemos en cuenta que a comienzos de los años noventa hubo ejercicios con crecimiento incluso negativo. Además, este crecimiento ha sido superior al experimentado por el sector servicios (6,9%) e incluso por la economía vasca en general (7,7%).

Por otra parte, el peso específico del sector en términos de capacidad de generación de empleo es también importante y creciente en los últimos años. Así, el 12,6% del em-

pleo total de la comunidad autónoma y el 21,3% del sector servicios lo absorbe el comercio (ver cuadros nº 2 y 3)

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EL SECTOR COMERCIO

En este favorable contexto, las ventas del sector comercial mostraron en 1998 un comportamiento también muy positivo, creciendo en términos reales en un 6,1% (cuadro nº 4). En 1999 no es descabellado pen-

CUADRO Nº 5

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE GENERAL DE PRECIOS AL CONSUMO EN EL PAÍS VASCO BASE 1992

	1995	% INCREMENTO	1996	% INCREMENTO	1997	% INCREMENTO	1998	% INCREMENTO
ÍNDICE GENERAL	113,4	4,6	118,0	4,0	122,6	2,2	125,4	2,3
ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	113,5	5,1	118,4	4,3	119,9	1,3	120,9	1,0
VESTIDO Y CALZADO	109,2	3,2	112,6	3,1	115,4	2,5	117,6	2,4
MENAJE Y SERVICIOS PARA EL HOGAR	111,1	3,9	116,8	5,1	119,7	2,5	122,3	2,6
MEDICINA	113,6	4,7	118,7	4,6	122,7	3,4	127,3	4,6
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	118,5	4,8	122,7	3,5	125,2	2,0	126,1	0,9
CULTURA, ENSEÑANZA...	116,3	4,4	120,6	3,7	123,6	2,5	125,5	1,9
OTROS	118,6	6,2	122,7	3,5	127,1	3,5	133,0	5,9

FUENTE: EUSTAT; Anuario Estadístico Vasco, 1999. Vitoria-Gasteiz.

CUADRO Nº 6

ÍNDICES DE PRECIOS AL CONSUMO E INDUSTRIALES EN EL PAÍS VASCO

	IPC				PRECIOS INDUSTRIALES		
	GENERAL	ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	VESTIDO Y CALZADO	GENERAL DE BIENES DE CONSUMO	ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	VESTIDO Y CALZADO	IPI GENERAL
1995	113,4	113,5	109,2	112,7	117,7	107,6	113,7
1996	118,0	118,4	112,6	116,0	123,9	108,8	115,8
1997	120,2	119,9	115,4	116,5	124,6	109,9	117,5
1998	122,9	120,9	117,6	118,7	123,4	111,4	117,2

FUENTE: EUSTAT; Anuario Estadístico Vasco, 1999. Vitoria-Gasteiz.

sar que crezcan al menos en un 4% (si los datos avanzados de forma provisional por el Eustat, no se alejan mucho de la realidad). Estos crecimientos apuntan a un relanzamiento del sector desde 1997 (tras un periodo anterior de cierta atonía). Esta evolución resultó especialmente favorable en el comercio mayorista.

LOS PRECIOS Y MÁRGENES DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Respecto a la influencia del comercio sobre las tendencias inflacionistas en el País Vasco, los datos recogidos en el cuadro nº 5 parecen indicar que al igual que en el resto de España, el comercio no genera especia-

les presiones inflacionistas. Los índices de precios de los dos grupos de gasto de consumo final en los que el gasto comercial puede tener mayor repercusión (Alimentación y Bebidas -122,4- y Vestido y Calzado -117,5-), muestran una evolución por debajo del IPC general (125,4).

Sin embargo, el margen comercial del sector creció en 1998 en un 1,6% superando incluso el significativo ritmo de crecimiento que se observó en 1997 (1,5%) -ver cuadro 7-. Es destacable que entre 1996 y 1998 el margen comercial creció en un 4,1%, cuando entre 1992 y 1995 tan sólo creció en un 0,7% (5). Pero este buen comportamiento del margen comercial se deriva del reduci-

do incremento de los precios industriales en general -ver cuadro nº 7- y en particular de los vinculados al sector comercial (bienes de consumo en general y alimentación, vestido y calzado en particular) -ver cuadro nº 6- y no de un aumento de los precios en el sector comercial.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA Y DEL GASTO FAMILIAR

La demanda interna tuvo una incidencia significativa en la evolución de la economía vasca durante 1998, debido al buen comportamiento del consumo y la inversión. El consumo final aumentó en un 3,6%, (gráfico nº 1), debido a un fuerte crecimiento del consumo

CUADRO Nº 7

EVOLUCIÓN DEL MARGEN GENERAL DEL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

	% VARIACIÓN ANUAL DE PRECIOS AL CONSUMO	% VARIACIÓN ANUAL DE PRECIOS DE PRODUCCIÓN	MARGEN COMERCIAL	
			% VARIACIÓN ANUAL	1992 = 100
1993	3,5	3,0	0,5	100,5
1994	4,8	4,3	0,5	101,0
1995	4,6	5,0	- 0,3	100,6
1996	4,0	2,9	1,0	101,7
1997	1,9	0,4	1,5	103,2
1998	1,8	0,2	1,6	104,8

FUENTE: Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998, a partir del IPC, del IPRI y de la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE, 1999.



CUADRO Nº 8

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO PRIVADO

MAGNITUD	1995	1996	1997	1998*
CONSUMO PRIVADO INTERIOR (MILES DE MILLONES DE PESETAS)	2.892,00	3.041,20	3.212,10	3.408,10
CONSUMO PER CÁPITA (MILES DE PESETAS)	1.357,30	1.449,50	1.531,00	1.624,00
INCREMENTO DEL CONSUMO PER CÁPITA (PESETAS CORRIENTES)	0,00	6,80	5,60	6,10
INCREMENTO DEL CONSUMO PER CÁPITA (PESETAS CONSTANTES)	0,00	3,00	2,80	3,60
CONSUMO PRIVADO INTERIOR ESPAÑA (MILES DE MILLONES PTAS.)	43.313,60	45.668,20	48.276,80	51.115,60
CONSUMO PER CÁPITA (MILES DE PESETAS)	1.105,10	1.163,00	1.227,00	1.282,60
CONSUMO PRIVADO INTERIOR (% SOBRE TOTAL ESPAÑA)	6,67	6,65	6,65	6,67
CONSUMO PER CÁPITA (ÍNDICE 100 = ESPAÑA)	122,82	124,63	124,77	126,61

FUENTES: INE. EUSTAT; Cuentas Económicas, 1999. Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

* Avance.

público pero, sobre todo, a la reactivación del consumo privado derivada posiblemente de la mejora de las expectativas, provocada por las menores tasas de paro y los signos de estabilidad en el empleo (6).

La importancia relativa del consumo privado vasco en el consumo privado general de todo el Estado también ha aumentado, representando en 1998 un 6,67% del mismo (cuadro nº 8). No obstante, el consumo privado sigue experimentando una pérdida de

participación en la composición del PIB, mientras que la formación bruta de capital crece de forma importante, lo que provoca el buen comportamiento de la demanda interna antes comentado (ver cuadro nº 9).

Respecto a la estructura y destino del gasto familiar, los cuadros nº 10 y 11 recogen datos interesantes. Así por ejemplo, para el ejercicio de 1998 se estima un Gasto Comercial anual para el País Vasco de 1.312.470,1 millones de pesetas, lo que su-

pone un 66,8% del gasto total anual de los hogares vascos.

Merece la pena destacar que en la última década los datos indican que se ha producido una pérdida relativa de peso específico del gasto comercial en el conjunto del gasto familiar, en beneficio de otro tipo de gastos más vinculados a la calidad de vida (Vivienda, Cultura, Servicios Sanitarios, etc...).

Del mismo modo, se observa una pérdida relativa de la importancia del gasto en ali-

CUADRO Nº 9

ESTRUCTURA DEL PIB A PRECIOS CONSTANTES PORCENTAJE SOBRE EL PIB/AÑO BASE: 1995

MAGNITUD	1995	1996	1997	1998*
CONSUMO PRIVADO INTERIOR	63,9	63,3	62,3	61,4
CONSUMO PÚBLICO	12,3	12,3	11,8	11,6
FORMACIÓN BRUTA DEL CAPITAL	22,6	23,5	24,5	25,0
DEMANDA INTERIOR	98,9	99,1	98,6	98,0
DEMANDA EXTERIOR BRUTA	1,1	0,9	1,4	2,0
PRODUCTO INTERIOR BRUTO	100,0	100,0	100,0	100,0

* Avance.

FUENTE: EUSTAT; Cuentas Económicas, 1999.

Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000,
en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.



CUADRO Nº 10

GASTO TOTAL, GASTO MEDIO POR HOGAR Y GASTO MEDIO POR PERSONA SEGÚN GRUPOS DE PRODUCTOS EN EL PAÍS VASCO/1998

GRUPO DE PRODUCTOS	GASTO TOTAL (MILLONES PESETAS)	% VERTICAL	GASTO MEDIO POR HOGAR (PESETAS)	GASTO MEDIO POR PERSONA (PESETAS)
ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	464.726,5	23,7	672.417	221.443
ROPA Y CALZADO	227.836,1	11,6	329.658	108.564
MOBILIARIO Y ARTÍCULOS DEL HOGAR	116.042,3	5,9	167.903	55.294
DROGUERÍA, PERFUMERÍA Y FARMACIA	64.397,6	3,3	93.177	30.686
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE	236.603,5	12,0	342.344	112.742
OCIO Y CULTURA	74.893,7	3,8	108.364	35.687
OTROS BIENES	127.970,4	6,5	185.162	60.978
TOTAL GASTO COMERCIAL	1.312.470,1	66,8	1.899.026	625.394
TOTAL GASTO NO COMERCIAL				
VIVIENDA, CALEFACCIÓN, ALUMBRADO; SERVICIO DOMÉSTICO; SERVICIOS SANITARIOS; SEGUROS; TRANSPORTE; ESPECTÁCULOS Y ESPARCIMIENTO; VIAJES; SERVICIOS FINANCIEROS; ENSEÑANZA; RESTAURANTES; IMPUESTOS, ETCÉTERA.	651.052,4	33,2	942.014	310.228

FUENTES: Encuesta de Presupuestos Familiares, 1991 (actualizada a 1998).

Boletín Mensual de Estadística del INE; Encuesta Continua de Presupuestos Familiares.

Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual
sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

CUADRO Nº 11

EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN EL PAÍS VASCO Y EN ESPAÑA

GRUPO DE PRODUCTOS	PAÍS VASCO		ESPAÑA	
	1991	1998	1991	1998
ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	26,6	23,7	28,4	22,0
ROPA Y CALZADO	11,2	11,6	11,2	12,0
MOBILIARIO Y ARTÍCULOS DEL HOGAR	5,7	5,9	5,5	6,0
DROGUERÍA, PERFUMERÍA Y FARMACIA	3,1	3,3	3,3	3,6
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE	11,6	12,0	11,4	12,4
OCIO Y CULTURA	3,7	3,8	3,6	3,9
OTROS BIENES	5,6	6,5	5,3	5,7
GASTO COMERCIAL	67,5	66,8	68,7	65,8
GASTO NO COMERCIAL	32,5	33,2	31,3	34,2

FUENTES: Encuesta de Presupuestos Familiares, 1991 (actualizada a 1998). Boletín Mensual de Estadística del INE; Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

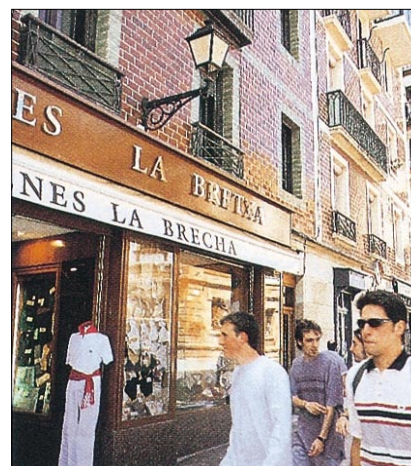
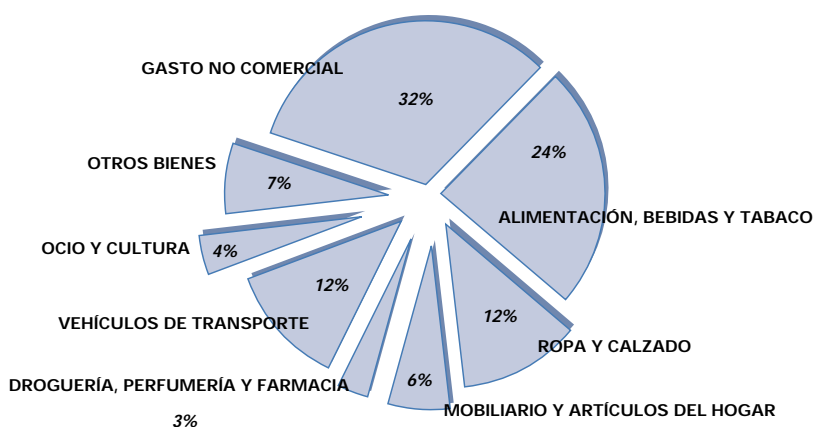


GRÁFICO Nº 2

ESTRUCTURA DEL GASTO POR GRUPOS DE PRODUCTOS



FUENTES: Encuesta de Presupuestos Familiares, 1991 (actualizada a 1998). Boletín Mensual de Estadística del INE; Encuesta Continua de Presupuestos Familiares. Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

mentación frente a otro tipo de gastos comerciales, como el de Ropa o Mobiliario, y sobre todo Vehículos y otros bienes. Estas dos tendencias se observan no sólo en el País Vasco sino también en España en su conjunto (cuadro nº 11).

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA COMERCIAL

Según los datos facilitados por el EUSTAT (Directorio de Actividades Económicas) relativos a 1998, el número de establecimientos asciende en el País Vasco a 39.962 de los cuales el 81,3% son minoristas (32.511) (7). En ese año el crecimiento del número de establecimientos fue de un +2,7%.

Podemos destacar, además, que este crecimiento se produce tanto en el comercio minorista como en el mayorista, y simultáneamente en los diferentes Territorios Históricos dentro de cada grupo, lo que muestra la uniformidad de ese crecimiento (ver gráfico nº 3). Hemos de indicar, sin embargo, que en el caso del comercio minorista, se rompe

CUADRO Nº 12

EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

	1997	1998	% INCREMENTO
COMERCIO MAYORISTA			
ÁLAVA	854	916	7,2
GIPUZKOA	2.468	2.542	3,0
BIZKAIA	3.788	3.993	3,8
PAÍS VASCO	7.110	7.451	4,8
COMERCIO MINORISTA			
ÁLAVA	3.859	3.963	2,0
GIPUZKOA	11.050	11.398	3,1
BIZKAIA	16.901	17.177	1,6
PAÍS VASCO	31.810	32.511	2,2
TOTAL			
ÁLAVA	4.713	4.852	2,9
GIPUZKOA	13.518	13.940	3,1
BIZKAIA	20.689	21.170	2,3
PAÍS VASCO	38.920	39.962	2,7

FUENTE: Datos del EUSTAT. Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

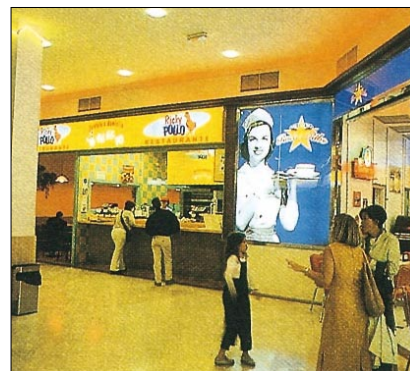
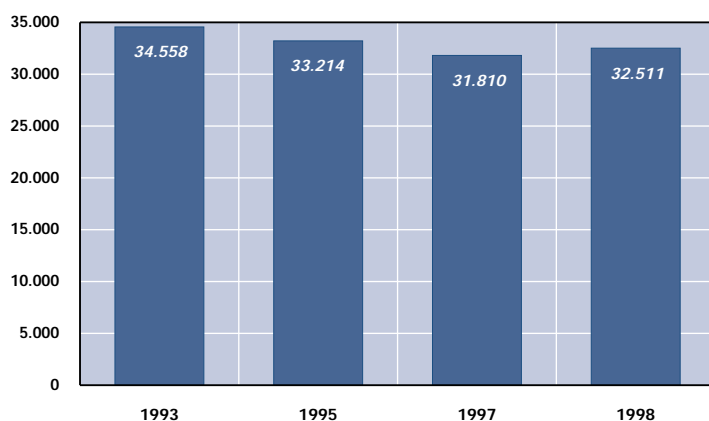


GRÁFICO Nº 3

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS EN EL PAÍS VASCO



FUENTE: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

una tendencia decreciente en el número de establecimientos durante la década de los noventa, como se observa entre los años 1993 y 1997.

Este decrecimiento se debió a una importante reestructuración del sector producida durante esos años en los que se cerraron muchos pequeños comercios poco profesionalizados y por ello poco competitivos. Además, la regulación sobre implantación de grandes establecimientos, como consecuencia de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, frena en parte el crecimiento de este tipo de establecimientos en esos años.

Respecto a la distribución territorial del comercio (ver cuadro nº 13) podemos decir que el comercio mayorista crece sobre todo en Alava, seguida de Bizkaia y Gipuzkoa. Es este tipo de establecimiento el que presenta un crecimiento mayor con un 4,8%. En el

CUADRO Nº 13

**EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA TERRITORIAL DEL COMERCIO MAYORISTA Y MINORISTA
PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTOS**

	1997	1998
COMERCIO MAYORISTA		
ÁLAVA	12,0	12,3
GIPUZKOA	34,7	34,1
BIZKAIA	53,3	53,6
COMERCIO MINORISTA		
ÁLAVA	12,1	12,1
GIPUZKOA	34,8	35,1
BIZKAIA	53,1	52,8
PAÍS VASCO	100,0	100,0

FUENTE: Datos del EUSTAT.

Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

CUADRO Nº 14

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS

TIPO DE ACTIVIDAD	1997	1998	% INCREMENTO
ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO	11.855	11.862	0,1
GRANDES Y MEDIANAS SUPERFICIES	262	280	6,9
RESTO ALIMENTACIÓN	11.593	11.582	- 0,1
TEXTIL, CONFECCIÓN, CALZADO Y CUERO	6.353	6.534	2,8
DROGUERÍA, PERFUMERÍA Y FARMACIA	1.478	1.558	2,8
MUEBLES Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR	3.686	3.708	5,4
VEHÍCULOS Y ACCESORIOS	872	900	2,2
CARBURANTES Y LUBRICANTES	230	235	3,2
OTRO COMERCIO AL POR MENOR	7.336	7.714	5,2
TOTAL	31.810	32.511	2,2

FUENTES: Datos del EUSTAT, 1998, y Anuario de la Distribución, 1998 (Distribución Actualidad).

Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

CUADRO Nº 16

**EVOLUCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DEL PAÍS VASCO
PORCENTAJES**

	1993	1997	1998
PERSONA FÍSICA	85,4	75,8	74,6
SOCIEDAD ANÓNIMA	6,1	6,2	6,3
SOCIEDAD LIMITADA	4,6	10,3	11,3
SOCIEDAD COLECTIVA	0,1	0,1	0,0
SOCIEDAD COMANDITARIA	0,0	0,0	0,0
COMUNIDAD DE BIENES	3,1	5,3	5,3
SOCIEDAD COOPERATIVA	0,3	0,7	0,7
OTRAS	0,5	1,6	1,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0

FUENTE: Características Estructurales del País Vasco, 1993 y 1998. Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

CUADRO Nº 15

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS POR CADA 1.000 HABITANTES/1998

	ESTABLECIMIENTOS
ÁLAVA	13,97
GIPUZKOA	15,07
BIZKAIA	16,86
PAÍS VASCO	15,50

FUENTE: Datos del EUSTAT. Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

comercio minorista el número de establecimientos crece en mayor medida en Gipuzkoa, por delante de Alava y Bizkaia. Por otro lado, Bizkaia cuenta con el mayor número de establecimientos, situándose tanto en esta-

blecimientos mayoristas como minoristas, ligeramente por encima del 50% del total (53,6% y 52,8% respectivamente).

En cuanto a la evolución del número de establecimientos por tipo de actividad, po-

demostramos destacar en el comercio minorista, el crecimiento de las grandes y medianas superficies dedicadas básicamente a alimentación (hipermercados y supermercados), y el retroceso de otros formatos de alimentación,

CUADRO Nº 17

**ESTABLECIMIENTOS CON SERVICIOS AÑADIDOS,
ORDENADOR Y LECTORAS DE BARRAS
PORCENTAJES**

	1993	1998
SERVICIOS DE VENTA		
ADMITE PEDIDO POR TELÉFONO	30,3	33,7
SE HACEN REPARTOS A DOMICILIO	22,5	26,7
SERVICIO POST-VENTA PROPIO	12,6	15,0
ADMITE TARJETA DE CRÉDITO	25,4	33,9
ADMITE PEDIDOS POR INTERNET	—	2,0
TIENEN ORDENADOR PERSONAL		
	11,1	20,2
TIENEN LECTORA DE BARRAS		
	2,7	7,3

FUENTE: Características Estructurales del País Vasco, 1993 y 1998. Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.



principalmente el comercio tradicional. También es destacable el crecimiento de los establecimientos dedicados a muebles y artículos para el hogar, con un 5,4% de incremento. La disminución del comercio tradicional se puede observar desde finales de los años ochenta, como se pone de manifiesto en los diversos Informes Anuales sobre el Sector de Distribución Comercial en el País Vasco (años 1994 en adelante).

Otro elemento a destacar es el número de establecimientos por mil habitantes, que en 1998 se sitúa en el País Vasco en 15,5, lo que supone un incremento del 2,2% respecto al ejercicio anterior. El valor es algo superior a la media en Gipuzkoa y algo inferior en Bizkaia, y sobre todo en Álava.

**EVOLUCIÓN DE LOS FACTORES
COMPETITIVOS DEL SECTOR COMERCIAL**

Como hemos comentado con anterioridad, 1998 supone un cambio en la tendencia descendente del comercio durante la década. Este hecho viene en parte derivado de un entorno económico favorable, lo que provocó una evolución positiva del consumo final. Pero además de esto, podemos señalar

algunos datos que muestran una mejora significativa en ciertos elementos de gestión en la propia actividad y que pueden explicar, al menos parcialmente, estos mejores resultados generales del sector:

1. En primer lugar se observa un descenso del número de empresas comerciales cuyo titular es una persona física (de un 85,4% a un 74,6%) entre los años 1993 y 1998, frente a otras formas como la sociedad anónima, la cooperativa, la comunidad de bienes, y sobre todo la sociedad limitada, cuyo incremento es significativo (esta última pasa de un 4,6% en 1993 a un 11,3% en 1998) (cuadro nº 16).

2. En cuanto al régimen de propiedad o alquiler de los establecimientos, se observa un aumento del alquiler, que pasa del 44% en 1993 al 46,4% de 1998, y un retroceso del régimen de propiedad, que desciende hasta el 48,7%.

3. Por otra parte, es de destacar el número de establecimientos comerciales provistos de ordenador personal, que pasa del 11,1% al 20,2% entre 1993 y 1998. También se ha producido un aumento importante en el número de establecimientos con lector de código

de barras, desde un 2,7% a un 7,3% en el periodo citado (cuadro nº 17). Asimismo aumenta el número de establecimientos que admite pedidos telefónicos, los que reparten a domicilio, o los que admiten tarjeta de crédito.

4. Finalmente respecto a las formas comerciales sin establecimiento tales como el vending, la venta por correo, la televenta o el comercio electrónico podemos comentar que el número de licencias para el desarrollo de las mismas creció durante 1998 un 18% y que el empleo a ellas vinculado creció un 15%. Para valorar la importancia de este último dato hemos de tener en cuenta que estas formas comerciales son significativamente menos intensivas en personal que las formas más tradicionales, lo que puede ilustrar un crecimiento de las mismas en términos de generación de negocio muy superior.

5. Otro elemento que muestra la creciente profesionalización del sector es el incremento de los asalariados frente a los autónomos, dentro de la población ocupada en el mismo. Los primeros pasan del 57,9% al 64,1%, mientras los segundos retroceden del 32,1% al 25,5%.

CUADRO Nº 18

GRANDES Y MEDIANAS SUPERFICIES EN EL PAÍS VASCO

	Nº ESTABLECIMIENTOS		SUPERFICIE TOTAL DE VENTA (M ²)		
	1997	1998	1997	1998	% EVOLUCIÓN 98/97
HIPERMERCADOS					
ÁLAVA	1	2	7.439	10.435	40,3
GIPUZKOA	7	7	59.186	59.786	0,0
BIZKAIA	9	9	64.423	73.408	13,9
PAÍS VASCO	17	18	131.648	143.629	9,1
MAXIS					
ÁLAVA	2	1	5.055	2.059	- 59,2
GIPUZKOA	3	3	7.010	7.010	0,0
BIZKAIA	0	0	—	—	—
PAÍS VASCO	5	4	12.065	9.069	- 24,8
SUPERMERCADOS					
ÁLAVA	28	29	25.712	27.079	5,3
GIPUZKOA	69	72	47.320	49.939	5,5
BIZKAIA	143	156	106.249	115.911	9,1
PAÍS VASCO	240	257	179.281	192.929	7,6
GRANDES Y MEDIANAS SUPERFICIES					
ÁLAVA	31	32	38.206	39.573	3,6
GIPUZKOA	79	82	114.116	116.735	2,3
BIZKAIA	152	165	170.672	189.319	10,9
PAÍS VASCO	262	279	322.994	345.627	7,0

FUENTE: Datos del EUSTAT, 1998. Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.



PRINCIPALES FORMATOS DE DISTRIBUCIÓN

•GRANDES Y MEDIANAS SUPERFICIES

Según el Informe Anual sobre el Sector de Distribución Comercial 1998, se ha distinguido dentro de este tipo de superficies, el Hipermercado (por encima de los 2.500 m²), el maxisupermercado (2.000-2.500 m²) y el supermercado (400-2.000m²).

En lo referente a los hipermercados, es destacable el aumento de este formato de

venta en el País Vasco, durante esta década. Ésto le ha permitido pasar a disponer de una dotación de hipermercados de 68,5 m² por 1.000 habitantes (Alava, 37,0; Bizkaia, 64,4; y Gipuzkoa, 88,4), que la sitúa en tercer lugar por detrás de Canarias (83,7) y Baleares (74,8) (8). El número total de hipermercados en el País Vasco es de 18, con una superficie total de 143.629 m² de superficie de venta. El incremento de la superficie de venta ha sido del 9,1% entre 1997 y 1998.

Uno de los hechos más destacables de

1998, fue la creación del centro comercial Artea, en Leioa, donde se incluye un hipermercado de Eroski, lo que provoca un incremento de un 13,9% en la superficie de venta en Bizkaia, a pesar del cierre de Erkoreca (hipermercado de 3.081 m² situado en Bilbao).

En los diferentes Territorios Históricos podemos citar, además del efecto del mencionado hipermercado de Eroski en Artea, el incremento en el caso de Alava provocado por el cambio de formato del maxisupermercado de Llodio a hipermercado, al incrementar su

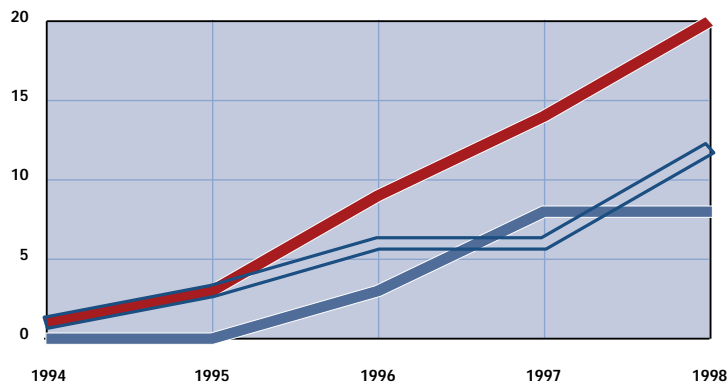
CUADRO Nº 19

SUPERMERCADOS DE DESCUENTO EN EL PAÍS VASCO

NÚMERO DE SUPERMERCADOS DE DESCUENTO EN 1998

	ÁLAVA	GIPUZKOA	BIZKAIA	PAÍS VASCO
DIA, S.A.	0	7	1	8
LIDL	2	3	7	12
TOTAL	2	10	8	20

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE SUPERMERCADOS DE DESCUENTO



FUENTE: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

CUADRO Nº 20

GRANDES ALMACENES EN EL PAÍS VASCO

NÚMERO CENTROS	7
NÚMERO EMPLEADOS	2.658
SALA VENTAS (MILES DE M ²)	103,4
EMPLEOS POR CADA 1.000 M ²	25,7

FUENTE: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.



superficie de 2.131 m² a 2.966 m². En el caso de Gipuzkoa, el aumento de dotación se produjo en 1997, año en el que se abrieron los hipermercados de Irún (Alcampo-Txingudi) y San Sebastián (Erosli-Garbera), lo que supuso un aumento del 67% de la superficie de este formato comercial.

Las áreas donde se concentra el mayor número de hipermercados son, en primer lugar la comarca del Gran Bilbao (Bilbao y poblaciones a ambas orillas del Nervión) donde se concentran 6 de los 18 hipermercados del País Vasco, y la zona entre Irún y San Sebastián, donde se ubican otros cuatro. Lógicamente, estas zonas coinciden con los principales núcleos de población.

La dotación de supermercados (supers y maxis) es de 96,3 m² por 1.000 habitantes,

siendo mayor en Bizkaia (101,7 m²), seguida de Alava (96,1 m²) y Gipuzkoa (73,9 m²).

•SUPERMERCADOS DE DESCUENTO

Este formato de supermercado, caracterizado por sus bajos costes, precios reducidos y predominio de la marca privada, representa en el País Vasco un porcentaje creciente que se sitúa en 1998 en el 8% de la superficie total de supermercados, todavía por debajo de la media española del 15% (9).

Las dos grandes cadenas de descuento presentes en el País Vasco son Dia y Lidl. La primera de ellas es una filial de la francesa Promodés, mientras la segunda, líder en el segmento de descuento duro, es una empresa alemana, país de origen de las principales empresas dedicadas a este formato.

Como se observa en el cuadro, Dia se ha desarrollado sobre todo en Gipuzkoa, mientras en Bizkaia es Lidl la que muestra una presencia mayor. Podemos indicar también el desarrollo posterior a 1998 de los supermercados de descuento de la empresa alemana Tengelmann.

En 1994 se implanta el primer establecimiento de descuento en el País Vasco, aunque es a partir de 1996 cuando se inicia un crecimiento continuado de este formato.

•GRANDES ALMACENES

En 1995 El Corte Inglés adquiere Galerias Preciados, que contaba entonces con centros en Bilbao, Eibar y Vitoria-Gasteiz, convirtiéndose en la única empresa que poseía grandes almacenes en el País Vasco, ade-

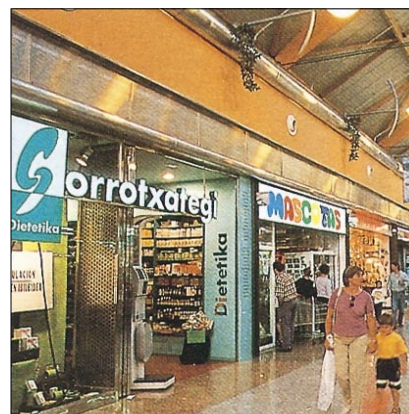
CUADRO Nº 21

DISTRIBUCIÓN DE CENTROS COMERCIALES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS/1998

CC AA	Nº CENTROS	SUPERFICIE BRUTA ALQUILABLE (M ²)	LOCALES	SBA POR CADA 1.000 HABITANTES
ANDALUCÍA	52	905.542	2.984	125,1
ARAGÓN	9	211.693	625	178,9
ASTURIAS	9	141.539	545	130,9
BALEARES	7	97.708	260	122,7
CANARIAS	22	284.161	1.752	174,3
CANTABRIA	5	69.313	237	131,5
CASTILLA-LA MANCHA	14	131.980	560	76,9
CASTILLA Y LEÓN	20	234.176	706	94,3
CATALUÑA	45	688.473	2.610	112,0
C. VALENCIANA	30	579.243	1.446	144,0
EXTREMADURA	7	78.054	173	73,0
GALICIA	19	222.665	763	81,2
LA RIOJA	2	21.200	13	80,7
MADRID	97	1.316.595	6.230	258,6
MURCIA	8	102.411	321	91,8
NAVARRA	2	32.576	51	61,5
PAÍS VASCO	16	303.392	790	144,6
TOTAL	364	5.420.721	20.066	136,1

FUENTES: Estadística de la A.E.C.C., 1998, y Censo de Población del INE, 1998.

Elaboración del Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.



más de Bideonera, cooperativa de consumo radicada en el municipio de Baracaldo. En octubre de 1998, Marks & Spencer abre un centro en Bilbao, con 4.000 m² y 6 plantas.

En Alava y Gipuzkoa sólo existe un centro de El Corte Inglés en cada caso, mientras Bizkaia concentra el resto.

•CENTROS COMERCIALES

En este tipo de fórmula comercial la dotación del País Vasco es importante, situándose su superficie bruta alquilable (SBA) por 1.000 habitantes, detrás de Madrid, Aragón y Canarias, con un valor similar a la Comunidad Valenciana. Un hecho destacable de los centros comerciales, es la evolución de los

centros comerciales fundamentados en hipermercados (como el centro comercial de Bilbondo), hacia otros en los que el ocio y la mayor oferta de establecimientos son prioritarios (como el citado centro comercial de Artea en Leioa). Esto ha provocado un incremento de la oferta de medianas y grandes superficies de bricolaje, deportes, juguetes o automoción, y de elementos de ocio, como cines o boleras.

•FRANQUICIAS

Como muestra el cuadro nº 22, el número de franquicias en el País Vasco era de 12 en 1996 y llegó hasta 20 en 1998. No obstante, se sigue manteniendo el sexto lugar entre to-

das las comunidades autónomas, y el porcentaje se sitúa en valores similares. Hemos de destacar finalmente la enorme diferencia existente entre Madrid y Cataluña, y el resto de comunidades, sumando ambas casi el 70% del total.

POLÍTICA DE COMERCIO INTERIOR DEL GOBIERNO VASCO

El Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco ha desarrollado durante los últimos cinco años numerosos planes dirigidos a la mejora de la competitividad del sector comercial del País Vasco, centrados todos ellos en cuatro ejes fundamentales (10):

CUADRO Nº 22

EVOLUCIÓN DE LAS ENSEÑAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

CC AA	1-I-1996	%	1-I-1997	%	1-I-1998	%
ANDALUCÍA	21	5,43	28	5,65	29	5,04
ARAGÓN	18	4,65	17	3,43	22	3,83
ASTURIAS	4	1,03	7	1,40	9	1,56
BALEARES	4	1,03	5	1,01	8	1,40
CANARIAS	0	0,50	2	0,40	4	0,70
CANTABRIA	2	0,52	3	0,6	4	0,70
CASTILLA-LA MANCHA	0	0,00	0	0,00	0	0,00
CASTILLA Y LEÓN	7	1,81	11	3,23	17	2,95
CATALUÑA	109	28,17	159	32,06	184	32,00
C. VALENCIANA	0	9,30	37	7,46	43	7,48
EXTREMADURA	7	0,00	1	0,20	1	0,17
GALICIA	160	1,81	11	2,22	8	1,39
MADRID	2	41,34	184	37,10	212	36,87
MURCIA	5	0,52	3	0,60	3	0,52
NAVARRA	12	1,29	5	1,01	6	1,04
PAÍS VASCO	36	3,10	18	3,63	20	3,48
TOTAL	387	100,00	496	100,00	570	100,00

FUENTE: Guía de las Franquicias en España, 1998; Barbadillo y Asociados.

Recogido por el Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 2000, en su Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz.

1.-Impulso al proceso de transformación y renovación de las empresas comerciales a través del Plan de Apoyo a la Inversión (PAI).

2.-Apoyo al desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el sector a través del Plan Informático para el Comercio.

3.-La asistencia técnica al comercio mediante diversos instrumentos tales como los Gabinetes de Asistencia Técnica (GATC), becas, actividades de formación, Plan de Mejora en la Gestión, etc.

4.-El apoyo a la revitalización del comercio en ámbitos espaciales afectados por el impacto de las nuevas formas de distribución y los problemas de congestión urbana, mediante el desarrollo de Planes de Revitalización Comercial (PERCOs)

En esta misma línea también resulta rele-

vante el esfuerzo normativo desarrollado en el País Vasco que sin duda ha contribuido a la revitalización y mejora de la profesionalización y competitividad del sector. Por ello, para terminar este informe hemos creído pertinente comentar algunos aspectos relativos al régimen jurídico del Comercio Interior en el País Vasco (11) que nos sirven para comprender algunas de las positivas tendencias comentadas y vislumbrar tendencias previsibles.

Siguiendo un orden cronológico, el Gobierno Vasco desarrolla la Ley 7/1994 de 27 de mayo, de la Actividad Comercial que sustituye en 1994 a la ley 9/1983 sobre la misma materia. Esta ley tiene como objeto regular la actividad comercial tanto mayorista como minorista, y mejorar la estructura comercial. Algunos de los elementos regulados son los precios, las licencias de apertura, la

venta ambulante, la venta a domicilio, las ventas especiales, o la venta en cadena o en pirámide.

Posteriormente se desarrolla, por parte del Gobierno español, la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, que regula elementos como los precios, las promociones, las ventas en rebajas, saldos o en liquidación, y otros tipos de venta. También establece las bases para la implantación de grandes superficies o las franquicias así como las de la posterior regulación comercial, competencia de las diferentes comunidades autónomas.

Otra norma importante en el País Vasco es el Decreto 5/1998 de 20 de enero, por el que se regula la autorización para la implantación, modificación y ampliación de establecimientos comerciales con superficie de venta superior a 2.000 metros cuadrados. En él se establecen las condiciones para obtener la llamada segunda licencia, necesaria para la apertura o ampliación de un establecimiento de estas características. Este decreto desarrolla la regulación básica de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, que establece la necesidad de una licencia específica otorgada por la Comunidad Autónoma para aquellos establecimientos de al menos 2.500 m², que se otorga en función del equipamiento comercial de la zona. La norma de la CAPV desarrolla estos requisitos para establecimientos a partir de los 2.000 m². Hemos de indicar, no obstante, la intención del Gobierno Vasco de modificación de esta norma. Para ello se encuentra en espera de trámite en el Parlamento Vasco, la modificación de la Ley de Actividad Comercial en su artículo 13, lo que posibilitará el desarrollo de la normativa específica. Esta, según el Gobierno Vasco, ampliará los requisitos para la apertura de grandes superficies a establecimientos a partir de 400 m², para todo tipo de establecimientos (incluidos textil, deporte, bricolaje, muebles y ocio), además de incorporar para su aprobación el análisis del equipamiento comercial por comarcas.

El Gobierno Vasco elaboró también el Decreto 475/1995, de 7 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 7/1994, en lo que se



refiere a las condiciones de obtención de la autorización y constitución de la fianza caucional necesaria para la práctica de la venta a domicilio. En este decreto se establecen las condiciones para la práctica de este tipo de venta, y se fija la obligatoriedad de depositar una fianza caucional para garantizar las posibles responsabilidades civiles y administrativas derivadas de la práctica de este tipo de comercio.

Otras iniciativas legislativas han sido la creación de una Comisión Consultiva de Comercio del País Vasco a través del Decreto 177/1995 de 28 de febrero, órgano de asesoramiento para el Departamento de Comercio, Consumo y Turismo, o el desarrollo del Decreto 371/1994, de 27 de septiembre, por el que se atribuyen competencias en materia de procedimiento sancionador en desarrollo de la Ley 7/1994.

Por último, hemos de indicar la intención del Gobierno Vasco de desarrollar una norma que regule los horarios comerciales en la Comunidad Autónoma, limitando la liberalización establecida por la Ley 2/1996 complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista, que establece dicha liberalización en caso de acuerdo entre el Gobierno Español y cada Comunidad Autónoma, a partir del 1 de enero de 2001.

Otra iniciativa en la que el Gobierno Vasco ha sido pionero, es la creación de la Junta

Arbitral de Consumo, que es el órgano administrativo del Sistema Arbitral de Consumo, y depende de la administración.

Este es un sistema "extrajudicial, rápido, voluntario, sencillo, imparcial, gratuito, eficaz, vinculante y ejecutivo, que sirve para resolver los desacuerdos que puedan surgir entre consumidores o usuarios y vendedores o prestadores de servicios" (12). Se trata de una vía para la resolución sencilla de conflictos, para la cual ambas partes deben mostrar su sometimiento, y en la que los mismos son resueltos por un Colegio Arbitral, que dicta Laudos de obligado cumplimiento para las partes.

Las ventajas para el cliente son bastante claras, pero además el comercio presenta un distintivo que favorece su imagen ante el mismo. Pero sobre todo, propicia una "cultura comercial" más moderna y orientada al servicio al cliente, que afecta positivamente tanto a la clientela como al comercio, en el sentido de contribuir, como todos los elementos anteriormente comentados, a profesionalizar la gestión del sector.

Para terminar, queremos mencionar brevemente otros decretos y órdenes recientes que muestran el apoyo incondicional al sector comercial por parte del Gobierno Vasco, y especialmente el apoyo al pequeño comercio. En virtud de este gran esfuerzo institucional cabe esperarse que en los próximos

años continúe la tendencia positiva en la evolución de indicadores tales como la capacidad del sector para la generación de riqueza y empleo en nuestro entorno, la oferta de servicios añadidos al consumidor o el desarrollo de formatos comerciales más innovadores.

–Decreto 52/1998 por el que se regula el Programa de Apoyo a la Inversión en el Sector de Distribución Comercial.

–Orden de 30 de junio de 2000, del Consejero de Industria, Comercio y Turismo, por la que se regulan las ayudas destinadas a Entidades locales para la ejecución de los Planes Especiales de Revitalización Comercial (PERCOS).

–Orden de 30 de junio de 2000, del Consejero de Industria, Comercio, y Turismo, por la que se regula el Programa de Apoyo a Nuevas Iniciativas Comerciales.

–Orden de 30 de junio de 2000, del Consejero de Industria, Comercio y Turismo, por la que se regula la concesión de ayudas destinadas a diversas actividades de divulgación e información comercial.

–Orden de 6 de junio de 2000, del Consejero de Industria, Comercio y Turismo, por la que se regula el programa de becas para formación de asesores técnicos en comercio interior.

–Orden de 30 de junio de 2000, del Consejero de Industria, Comercio, y Turismo, por la que se regula el Programa de Apoyo a Nuevas Iniciativas Comerciales.

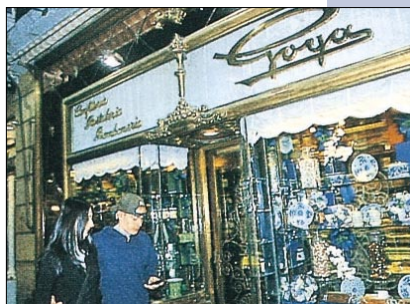
–Orden de 30 de junio de 2000, del Consejero de Industria, Comercio, y Turismo, por la que se regulan las ayudas destinadas al establecimiento o mantenimiento de gabinetes de asistencia técnica al comercio.

CONCLUSIONES

Tras todo el análisis precedente y a modo de resumen podemos extraer las siguientes conclusiones:

1. Los datos revelan una evolución muy positiva de los valores de PIB, VAB y empleo generado por el sector comercial en el País Vasco. Igualmente el crecimiento del sector, reflejado en la evolución del índice de ventas es significativo y estable durante los últimos cinco años.

ELEMENTOS PRINCIPALES DE LA LEY 7/1994, DE 27 DE MAYO, DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL



ÁMBITO DE APLICACIÓN

1.- DEFINICIÓN DE "ACTIVIDAD COMERCIAL". PUESTA A DISPOSICIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS O MERCANCIAS ADQUIRIDAS CON ESA FINALIDAD, SIN MODIFICACIÓN SUSTANCIAL DE LAS MISMAS, ASÍ COMO LA VENTA DE BIENES DE CONSUMO FINAL REALIZADA DIRECTAMENTE POR LOS PRODUCTORES, ARTESANOS O INDUSTRIALES.

TAMBIÉN SE CONSIDERA ACTIVIDAD COMERCIAL LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CUANDO SE OFERTEN AL MERCADO CON EL CARÁCTER FINAL DEFINIDO EN EL ARTÍCULO ANTERIOR.

ESTA LEY SERÁ DE APLICACIÓN A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN TODO AQUELLO NO REGULADO POR NORMATIVA ESPECÍFICA RELATIVA A LOS MISMOS. ES DECIR, LA LEY 7/1994 ES UNA LEY REFERIDA AL COMERCIO MAYORISTA Y MINORISTA, QUE INCLUYE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS FINALES.

EJECICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1.- MARCO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL. EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL SE DESA-

RROLLARÁ, DE ACUERDO CON LOS PRINCIPIOS DE LIBRE Y LEAL COMPETENCIA Y DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS, EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA DE MERCADO Y SU PLANIFICACIÓN GENERAL.

2.- MEDIDAS EXCEPCIONALES Y PRÁCTICAS NO PERMITIDAS. SIN PERJUICIO DE LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO ANTERIOR, EL GOBIERNO VASCO A PROPUESTA DEL DEPARTAMENTO COMPETENTE EN MATERIA DE COMERCIO, CON CARÁCTER EXCEPCIONAL PODRÁ ADOPTAR MEDIDAS DE INTERVENCIÓN EN LOS PROCESOS DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y/O DE PRIMERA NECESIDAD CUANDO ASÍ LO EXIGIERAN DÉFICITS DE ABASTECIMIENTO. EN EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL NO PODRÁN REALIZARSE PRÁCTICAS QUE SUPONGAN ACTUAL O POTENCIAL ACAPARAMIENTO, PARALIZACIÓN O ENCARECIMIENTO INJUSTIFICADOS EN EL PROCESO NORMAL DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS O PRESTACIÓN DE SERVICIOS, O BIEN QUE SUPONGAN DISCRIMINACIÓN ALGUNA, CUANDO SUPONGAN UN PERJUICIO PARA LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS.

3.- CONDICIONES PARA SU EJERCICIO. EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES COMERCIALES SE REALIZARÁ POR QUIENES OSTENTEN LA CAPACIDAD JURÍDICA NECESARIA CON ARREGLO A LA LEGISLACIÓN VIGENTE. SIN PERJUICIO DEL PRINCIPIO GENERAL DE LIBERTAD DE EMPRESA, SE PODRÁN EXIGIR DETERMINADAS CONDICIONES Y APTITUDES O TITULACIÓN PARA EJERCER AQUELLAS ACTIVIDADES COMERCIALES SUJETAS A ESPECIAL CONCESIÓN O AUTORIZACIÓN ADMINISTRATIVA, O QUE REQUIERAN UN TRATAMIENTO SINGULAR POR RAZÓN DE LA NA-

TURALEZA DEL PRODUCTO O SERVICIO, ASÍ COMO POR CONSIDERACIONES DE INTERÉS PÚBLICO. EL GOBIERNO PODRÁ CONDICIONAR REGLAMENTARIAMENTE, SIN PERJUICIO DE LO SEÑALADO EN EL ARTÍCULO 21, EL EJERCICIO DE DETERMINADAS MODALIDADES DE ACTIVIDAD COMERCIAL A LA PRESTACIÓN DE GARANTÍAS O FIANZAS.

4.- DEFINICIÓN DE "ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES". LAS EDIFICACIONES Y DEPENDENCIAS AFECTAS A UNA ACTIVIDAD COMERCIAL. LOS HORARIOS Y DÍAS DE APERTURA AL PÚBLICO SE EXPONDRÁN DE FORMA VISIBLE DESDE EL EXTERIOR DE LOS ESTABLECIMIENTOS.

5.- LAS LICENCIAS DE APERTURA DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES SERÁN CONCEDIDAS POR LOS AYUNTAMIENTOS, BASÁNDOSE EN LO PREVISTO POR ESTA LEY Y CON ARREGLO A LA NORMATIVA APLICABLE. NO OBSTANTE, EL GOBIERNO VASCO PODRÁ ESTABLECER CRITERIOS A LOS QUE LAS NORMAS MUNICIPALES DEBERÁN AJUSTARSE. ESTE APARTADO ES DESARROLLADO POR EL DECRETO 5/1998 DE 20 DE ENERO, POR EL QUE SE REGULA LA AUTORIZACIÓN PARA LA IMPLANTACIÓN, MODIFICACIÓN Y AMPLIACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES CON SUPERFICIE DE VENTA SUPERIOR A 2.000 METROS CUADRADOS (COMO HEMOS COMENTADO EL GOBIERNO VASCO PRETENDE MODIFICAR ESTE ASPECTO, REGULANDO TODA IMPLANTACIÓN A PARTIR DE 400 METROS CUADRADOS).

6.- VENTAS REALIZADAS FUERA DE ESTABLECIMIENTO COMERCIAL PERMANENTE. AQUÍ SE RECOGEN LAS VENTAS AMBULANTES, LA VENTA A DOMICILIO, LA VENTA A DISTANCIA Y LA VENTA OCASIONAL. LA VENTA AMBULANTE ES AQUELLA QUE SE RE-

ALIZA EN PUESTO O INSTALACIÓN DESMONTABLE, ASÍ COMO EN VEHÍCULOS. REQUIERE AUTORIZACIÓN MUNICIPAL, QUE ES INTRANSFERIBLE Y TIENE UNA DURACIÓN MÁXIMA DE UN AÑO. A PARTIR DE ESTAS CONDICIONES LOS AYUNTAMIENTOS PODRÁN REGULAR ESTE TIPO DE VENTA, NO PUDIÉNDOSE DAR ÉSTA SI NO EXISTE LA REGULACIÓN CITADA. EN LA VENTA A DOMICILIO SE ESTABLECE LA OBLIGACIÓN DE PUBLICIDAD AL CONSUMIDOR SOBRE: IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO DE LA EMPRESA, NÚMERO DE AUTORIZACIÓN PARA LA VENTA A DOMICILIO, LOS DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO, Y LAS CONDICIONES DE PRECIO, PAGO Y ENVÍO. PARA EL DESARROLLO DE ESTE TIPO DE VENTA EN EL PAÍS VASCO, ES NECESARIA UNA AUTORIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO, CONSUMO Y TURISMO DEL GOBIERNO VASCO, ADEMÁS DE LA CONSTITUCIÓN DE UNA FIANZA CAUCIONAL. AMBOS ASPECTOS SON DESARROLLADOS POR EL DECRETO 475/1995, DE 7 DE NOVIEMBRE, POR EL QUE SE DESARROLLA LA LEY 7/1994, EN LO QUE SE REFIERE A LAS CONDICIONES DE OBTENCIÓN DE LA AUTORIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA FIANZA CAUCIONAL NECESARIA PARA LA PRÁCTICA DE LA VENTA A DOMICILIO.

EN LO RELATIVO A LA VENTA A DISTANCIA, LA LEY 7/1994 ESTABLECE LA NECESIDAD DE AUTORIZACIÓN CON REQUISITOS SIMILARES A LA VENTA AMBULANTE, INCLUYENDO TAMBIÉN CONDICIONES PARA LA PUBLICIDAD DE LA OFERTA. POR ÚLTIMO, DENTRO DE LAS VENTAS FUERA DE ESTABLECIMIENTO, DEFINE LA VENTA OCASIONAL COMO AQUELLA QUE SE REALIZA POR UN PERIODO INFERIOR A UN MES, EN ESTABLECIMIENTO QUE NO TENGA CARÁCTER COMERCIAL PERMANENTE, Y

QUE NO CONSTITUYA VENTA AMBULANTE. REQUIERE TAMBIÉN AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL DEPARTAMENTO COMPETENTE.

7.- OTRAS MODALIDADES ESPECIALES DE VENTA. AQUÍ SE REGULA LA VENTA EN REBAJAS, LA VENTA DE SALDOS, LA VENTA EN LIQUIDACIÓN, EN PROMOCIÓN, Y LA VENTA AUTOMÁTICA. EL OBJETIVO EN ESTE APARTADO ES DIFERENCIAR ESTE TIPO DE PRÁCTICAS, Y ESTABLECER LAS CONDICIONES DE CADA UNA DE ELLAS. SE ESTABLECEN DOS PERIODOS DE REBAJAS AL AÑO, CON UNA DURACIÓN MÁXIMA DE DOS MESES POR PERIODO, ESTABLECIDOS POR EL GOBIERNO VASCO. ADEMÁS SE OBLIGA A DIFERENCIAR LOS PRODUCTOS REBAJADOS DEL RESTO, Y SE OBLIGA A INDICAR EL PRECIO ANTERIOR Y EL REBAJADO. LA VENTA DE SALDOS SE DEFINE COMO AQUELLA QUE TIENE POR OBJETO LA DE PRODUCTOS DETERIORADOS O EN DESUSO, DEBIENDO IDENTIFICARSE ÉSTOS DEL RESTO DE PRODUCTOS, E INDICARSE CLARAMENTE LAS CAUSAS DE ESE DETERIORO.

8.- PRÁCTICAS COMERCIALES ESPECIALES. EN ESTE CAPÍTULO SE ESTABLECE LA REGULACIÓN BÁSICA DE LA VENTA EN CADENA Y EN PIRÁMIDE. LA LEY DICE QUE SE ENTIENDE POR VENTA EN PIRÁMIDE O EN CADENA CUALQUIER TIPO DE VENTA EN LA QUE SE OFRECE A LOS CONSUMIDORES O USUARIOS PRODUCTOS O SERVICIOS A PRECIO REDUCIDO E INCLUSO GRATUITO A CONDICIÓN DE QUE ÉSTOS CONSIGAN, DIRECTA O INDIRECTAMENTE, OTROS CLIENTES O UN DETERMINADO VOLUMEN DE VENTAS. INDICA QUE QUEDA PROHIBIDA LA MEDIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES O USUARIOS EN LAS PRÁCTICAS EN CADENA O PIRAMIDALES.

NOTAS

1. SERVICIO CENTRAL DE PUBLICACIONES DEL GOBIERNO VASCO (2000): Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz. Pp. 55-56.

2. AGUIRRE, M.S. (2000): Marketing en Sectores Específicos. Pirámide, Madrid. Pp. 39-40.

3. VAZQUEZ, R.; DE LA BALLINA, F.J. y GONZALEZ, F. (2000): "Geografía Comercial de España. Asturias." Distribución y Consumo. Junio-julio. Pág 101.

4. INSTITUTO VASCO DE ESTADÍSTICA (EUSTAT) (1999): Euskadi en Cifras. Vitoria-Gasteiz. Pág. 32.

5. SERVICIO CENTRAL DE PUBLICACIONES DEL GOBIERNO VASCO (2000): Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz. Pág 66.

6. Ibidem. Pág 107.

7. SERVICIO CENTRAL DE PUBLICACIONES DEL GOBIERNO VASCO (2000): Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz. Pág. 71.

8. SERVICIO CENTRAL DE PUBLICACIONES DEL GOBIERNO VASCO (2000): Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz. Pp. 80-81.

9. Informe de La Distribución Comercial en España (Ministerio de Economía y Hacienda. Dirección General de Comercio Interior).

10. SERVICIO CENTRAL DE PUBLICACIONES DEL GOBIERNO VASCO (2000): Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998. Febrero, Vitoria-Gasteiz. Pág. 121.

11. CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS DE COMERCIO (1999): Comercio Interior. Guía de Legislación Comparada. Mimeo, Madrid.

12. <http://www1.euskadi.net/arbitrajeconsumo/>

2. El sector comercial no parece generar presiones inflacionistas especialmente significativas y el incremento de márgenes experimentado en el mismo se deriva, no tanto de un aumento de los precios de comercialización sino de una disminución de los precios de fabricación de los bienes de consumo.

3. El número de establecimientos comerciales radicado en el País Vasco que había experimentado un descenso durante los

años 90, creció en 1998. A ello hemos de añadir que los formatos comerciales menos tradicionales son los que más crecen (grandes y medianas superficies, establecimientos de descuento, centros comerciales) lo que indica cierta profesionalización en el sector.

4. En general se muestran, además, otros indicios muy significativos de profesionalización y mejora de la competitividad del sector. A ello contribuye sin duda alguna la política general de comercio interior desarrollada

por el Gobierno Vasco y que durante la última década se ha centrado en el logro de esos dos objetivos mediante un fuerte apoyo al pequeño y mediano comercio orientado a mejorar sus prácticas de gestión en general (gestión de ventas, de compras, gestión financiera, escaparatismo, etc.). ■

M^a SOLEDAD AGUIRRE GARCÍA
JULIÁN PANDO GARCÍA
SUSANA TEJADA BARRENETXEA
Universidad del País Vasco. Área de

BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE, M.S. (2000): Marketing en Sectores Específicos. Pirámide, Madrid.

BOLETIN OFICIAL DEL PAÍS VASCO:

• 13 de junio de 1994: Ley de Actividad Comercial (Ley 7/1994 de 27 de mayo).

• 24 de noviembre de 1995: Ley sobre Venta a Domicilio (decreto 475/1995 de 7 noviembre).

• 2 de febrero de 1998: Ley de Grandes Establecimientos (Decreto 5/1998 de 20 de enero).

CÁMARAS DE COMERCIO DE ÁLAVA, GIPUZKOA Y BILBAO (2000): Boletín de Coyuntura y Esta-

distica del País Vasco. Bilbao, marzo. Pp. 30-36
CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS DE COMERCIO (1999): Comercio Interior. Guía de Legislación Comparada. Mimeo, Madrid.

INSTITUTO VASCO DE ESTADÍSTICA (EUSTAT) (1998): Encuesta de población en Relación con la Actividad (P.R.A.). Vitoria-Gasteiz.

INSTITUTO VASCO DE ESTADÍSTICA (EUSTAT) (1999): Euskadi en Cifras. Vitoria-Gasteiz.

INSTITUTO VASCO DE ESTADÍSTICA (EUSTAT)

(1999): Anuario Estadístico vasco, 1999.

INSTITUTO VASCO DE ESTADÍSTICA (EUSTAT) (1999), Boletín de Estadística. IV trimestre, 1999. Pp.59-60.

SERVICIO CENTRAL DE PUBLICACIONES DEL GOBIERNO VASCO (2000): Informe Anual sobre el Sector de la Distribución Comercial, 1998.

VAZQUEZ, R.; DE LA BALLINA, F.J. y GONZALEZ, F. (2000): "Geografía Comercial de España. Asturias." Distribución y Consumo. Junio-Julio.