Programa FSE-EOI

Impacto de las grandes superficies en el comercio minorista

Aplicación a la Comunidad Autónoma de Canarias

TOMO I

UNION EUROPEA

Fondo Social Europeo

EOI

IMPACTO DE LAS GRANDES SUPERFICIES EN EL COMERCIO MINORISTA

Aplicación a la Comunidad Autónoma
de Canarias

TOMO I

EOI
1998

INDICE

1.- INTRODUCCION

1.1.- Definición del contexto 1
1.2.- Objetivos 3
1.3.- Estudios de base 4
1.4.- Conclusiones 9

2.- ESTRUCTURA SOCIO-ECONOMICA DE LAS ISLAS CANARIAS

2.1.- Datos fisicos 12
2.2.- Demografia 17
2.3.- Enseñanza 25
2.4.- Dinámica macroeconómica de las Islas Canarias 35
2.5.- Agricultura 38
2.6.- Industria 40
2.7.- Construcción 43
2.8.- Servicios 44

3.- MERCADO DE TRABAJO

3.1.- Encuesta de Población Activa 50
3.2.- Movimiento Laboral Registrado 66
3.3.- Afiliación de los trabajadores a la Seguridad Social 74
3.4.- Apertura de Centros de Trabajo 75
3.5.- Resumen y Conclusiones 78

4.- PANORAMA ECONOMICO INTERNACIONAL, ESPAÑOL Y DE LAS ISLAS CANARIAS

4.1.- El marco internacional 81
4.2.- Evolución económica de España 95
4.3.- Previsiones a medio plazo de la OCDE 98
4.4.- Una visión global de la economía de las Islas Canarias 103

5.- IDENTIFICACION DEL COMERCIO MINORISTA

5.1.- Procesos comerciales 111
5.2.- El Comercio minorista 113
5.3.- Incidencia de las distintas tipologías comerciales 130
5.4.- Nuevas tecnologías en el Comercio al por menor 141
5.5.- El impacto del Euro en el Sector del Comercio 149
5.6.- Implicaciones sobre la Distribución de las nuevas formas comerciales . . . 158
5.7.- Estructura ocupacional del sector del Comercio al por menor 163

6.- ESTRUCTURA Y TENDENCIAS DEL COMERCIO MINORISTA

6.1.- El Empleo en el Comercio 174
6.2.- Censo de establecimientos comerciales minoristas 187
6.3.- Características de los establecimientos comerciales minoristas 192
6.4.- Análisis de la situación actual del Comercio en Canarias y las nuevas tendencias 205
6.5.- Plan Integral del Comercio de Canarias 214

7.- NECESIDADES DE EMPLEO Y FORMACION EN EL COMERCIO AL POR MENOR DE LAS ISLAS CANARIAS

7.1.- Ficha Técnica 226

7.2.- Datos de Clasificación 227

7.3.- Resultados de la Encuesta sobre la situación del Comercio al por Menor en las Islas Canarias 230

7.4.- Necesidades de Creación de Empleo 244

7.5.- Necesidades de Formación 249

7.6.- Grado de Cooperación 258

8.- PLANES Y PROGRAMAS DE FORMACION

8.1.- Introducción 259

8.2.- Comerciante 265

8.3.- Encargado de tienda 290

8.4.- Dependiente 302

8.5.- Cajero/a 306

9.- CONCLUSIONES

9.1.- Potencialidades del sector comercial 310

9.2.-Problemas de sector comercial 311

9.3.-Medidas a adoptar 313

BIBLIOGRAFIA

INDICE DE CUADROS

Cuadro **Pág**

nº 2.1.- Situación, extensión y altitud de las Islas Canarias 13

nº 2.2.- Superficie de los Municipios de Canarias 14

nº 2.3.- Temperaturas medias según estaciones metodológicas en Canarias 15

nº 2.4.- Evolución de la Población de derecho, por Islas en Canarias 17

nº 2.5.- Población de derecho, según grandes grupos de edad y sexo, por Islas en Canarias 18

nº 2.6.- Población según estrato socio-ocupacional por grupos de edad, en Canarias 20

nº 2.7.- Evolución de los nacimientos y la tasa bruta de natalidad, por Islas en Canarias 21

nº 2.8.- Evolución de las defunciones y tasa bruta de mortalidad, por Islas en Canarias 22

nº 2.9.- Evolución del Crecimiento Vegetativo, por Islas, en Canarias 23

nº 2.10.- Datos comparados de población por grupos de edad, superficie y densidad de población 24

nº 2.11.- Número de habitantes menores de 25 años por ciclo de formación profesional. Canarias 29

nº 2.12.- Resultados de las pruebas de acceso a la Universidad. Canarias 1996 . . . 30

nº 2.13.- Alumnos presentados y aprobados en las pruebas de acceso a la Universidad por sexos. Canarias 1996 31

nº 2.14.- Distribución por sexos del acceso a la Universidad, a través del COU. Canarias 1996 32

nº 2.15.- Las Universidades Canarias vistas por el alumnado 33

nº 2.16.- Evolución del PIB al coste de los factores. 1987-1997 36

nº 2.17.- Datos provinciales fundamentales. Canarias 36

nº 2.18.- Energía disponible en Canarias, según Islas 41

nº 2.19.- Plan de desarrollo industrial de Canarias. Dotación por área estratégica. 1992-2000 42
nº 2.20.- Turistas extranjeros llegados a Canarias, por Islas 44
nº 2.21.- Evolución de las llegadas de turistas extranjeros por nacionalidades. 1995-1996 45
nº 2.22.- Plan Integral del Comercio de Canarias. 1996-1999 47

nº 3.1.- Población de 16 y más años según relación con la actividad económica . . 51
nº 3.2.- Tasas de actividad según sexo y edad 53
nº 3.3.- Evolución de la tasa de actividad. Canarias 54
nº 3.4.- Evolución del número de personas activas. Canarias 55
nº 3.5.- Población Activa de los Municipios de la CC.AA. de Canarias de más de 2.000 habitantes por sectores de actividad. GRAN CANARIA 56
nº 3.6.- Población Activa de los Municipios de la CC.AA. de Canarias de más de 2.000 habitantes por sectores de actividad. TENERIFE 59
nº 3.7.- Evolución del número de ocupados. Canarias 63
nº 3.8.- Evolución del número de parados. Canarias 64
nº 3.9.- Evolución de las tasas de paro. Canarias 65
nº 3.10.- Paro Registrado, según sexo 66
nº 3.11.- Paro Registrado según sector de actividad 68
nº 3.12.- Evolución del Paro Registrado. Gran Canaria 68
nº 3.13.- Evolución del Paro Registrado. Tenerife 70
nº 3.14.- Evolución de las Colocaciones realizadas. Total nacional 71
nº 3.15.- Evolución de las Colocaciones. Gran Canaria 72
nº 3.16.- Evolución de las Colocaciones. Tenerife 72
nº 3.17.- Evolución de los Trabajadores afiliados a la Seguridad Social 74
nº 3.18.- Evolución de aperturas de Centros de Trabajo. Gran Canaria 76
nº 3.19.- Evolución de la incorporación de trabajadores correspondientes a la apertura de Centros de Trabajo. Gran Canaria 76
nº 3.20.- Evolución de aperturas de Centros de Trabajo. Tenerife 76

nº 3.21.- Evolución de la incorporación de trabajadores correspondientes a la apertura de Centros de Trabajo. Tenerife 77

nº 4.1.- OCDE: Previsiones económicas internacionales 83
nº 4.2.- Principales indicadores macroeconómicos de los países de la Unión Europea 86

nº 5.1.- Indices de comercio al por menor. Indices de ventas por establecimiento 130
nº 5.2.- Indices de comercio al por menor. Indices de ventas de las grandes superficies no especializadas, por grupos de productos 132
nº 5.3.- Gasto total de los consumidores. Pesetas corrientes 133
nº 5.4.- Gasto total de los consumidores. Estructura porcentual 134
nº 5.5.- Evolución de las aperturas de los Hipermercados en España 137
nº 5.6.- Hipermercados por Comunidades Autónomas 138
nº 5.7.- Hipermercados de las Islas Canarias 139
nº 5.8.- Censo de grandes supermercados en Canarias 139

nº 6.1.- Evolución de la población activa y de la población ocupada en España y en el sector comercio 175
nº 6.2.- Ocupados del Comercio por ramas de actividad y sexo (miles de personas) 177
nº 6.3.- Ocupados del Comercio por ramas de actividad y sexo (porcentajes de ocupación) 179
nº 6.4.- Asalariados y tasas de salarización en el comercio minorista 181
nº 6.5.- Población activa y población ocupada en el sector comercio, por Comunidades Autónomas 183
nº 6.6.- Ocupados por situación profesional 185
nº 6.7.- Aproximación al número de establecimientos y número de establecimientos por cada 1.000 habitantes 187
nº 6.8.- Número de establecimientos por grupos de actividad 190

nº 6.9.- Superficie media por Comunidades Autónomas 192
nº 6.10.- Superficies medias de venta, por grupos de actividad 194
nº 6.11.- Facturación del Comercio Minorista en España. 1997 196

nº 7.1.- Número de encuestas realizadas a los diferentes sectores de actividad . . 227
nº 7.2.- Número de encuestas, por número de empleados 227
nº 7.3.- Número de encuestas, por facturación anual de cada comercio 228
nº 7.4.- Número de encuestas, por la antigüedad del establecimiento 229
nº 7.5.- Actividad económica a la que se dedica el comercio, por número de empleados 230
nº 7.6.- Actividad económica a la que se dedica el comercio, por la antigüedad del establecimiento 231
nº 7.7.- Modalidad de los establecimientos encuestadas, por actividad económica 232
nº 7.8.- Fórmula de gestión de los establecimientos comerciales investigados, por actividad económica 233
nº 7.9.- Localización del local encuestado, por actividad económica 234
nº 7.10.- Ubicación del local encuestado, por actividad económica 236
nº 7.11.- Influencia de la localización de los comercios, por antigüedad del establecimiento 237
nº 7.12.- Influencia de la localización del comercio, por la actividad económica . . 238
nº 7.13.- Situación del sector, por actividad económica 239

nº 7.14.- Causas que han originado la situación actual del sector, por actividad económica 240
nº 7.15.- Medidas a adoptar para que el sector cambie su tendencia, por número de empleados 242
nº 7.16.- Creación o Destrucción de Empleo en el sector, por actividad económica 244

nº 7.17.- Perspectivas sobre Creación y/o Destrucción de empleo en el sector, por actividad económica. ENCARGADOS 245
nº 7.18.- Perspectivas sobre Creación y/o Destrucción de empleo en el sector, por actividad económica. CAJERAS 246
nº 7.19.- Perspectivas de Creación de Empleo en su propia empresa, por actividad económica 247
nº 7.20.- Puestos de trabajo a crear, por actividad económica 248
nº 7.21.- Necesidades del personal comercial de apoyo formativo, por actividad económica 249
nº 7.22.- Areas de Formación, por actividad económica. DEPENDIENTES 250
nº 7.23.- Areas de Formación, por actividad económica. ENCARGADOS DE TIENDA 251
nº 7.24.- Areas de Formación, por actividad económica. CAJEROS/AS 252
nº 7.25.- Momentos del día o de la semana que puede dedicarse el personal a la Formación, por actividades económicas. DEPENDIENTES 253
nº 7.26.- Momentos del día o de la semana que puede dedicarse el personal a la Formación, por actividades económicas. ENCARGADOS TIENDA . . . 254
nº 7.27.- Momentos del día o de la semana que puede dedicarse el personal a la Formación, por actividades económicas. CAJEROS/AS 255
nº 7.28.- Necesidades de Formación a corto y medio plazo, por actividad económica 256
nº 7.29.- Instituciones públicas o privadas que podrían ayudar, en la Formación del personal comercial por actividad económica 257
nº 7.30.- Mantenimiento de Cooperación con otras firmas, por la antigüedad del establecimiento 258
nº 7.31.- Campos de Cooperación, por la antigüedad del establecimiento 258

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico		Pág
nº 2.1.-	Porcentajes de rendimiento escolar en Canarias	27
nº 2.2.-	Exportaciones de plátanos a la Península	38
nº 2.3.-	Exportación de tomates. Canarias	39
nº 2.4.-	Consumo de cemento en Canarias	43
nº 3.1.-	Evolución de la Población Activa	52
nº 3.2.-	Evolución de la tasa de actividad (Total)	54
nº 3.3.-	Evolución del número de ocupados	63
nº 3.4.-	Evolución del número de parados	64
nº 3.5.-	Evolución de las tasas de paro. Total nacional	65
nº 3.6.-	Evolución del Paro Registrado. Total nacional	67
nº 3.7.-	Evolución del Paro Registrado. Gran Canaria	69
nº 3.8.-	Evolución del Paro Registrado. Tenerife	71
nº 4.1.-	Principales indicadores económicos en Estados Unidos	89
nº 4.2.-	Principales indicadores económicos en Japón	90
nº 4.3.-	Principales indicadores económicos en Alemania	91
nº 4.4.-	Principales indicadores económicos en Francia	92
nº 4.5.-	Principales indicadores económicos en Gran Bretaña	94
nº 4.6.-	Principales indicadores económicos en España	96
nº 4.7.-	Distribución de las Importaciones y Exportaciones canarias	105
nº 5.1.-	Impacto de las grandes superficies de venta	140

1.- INTRODUCCION

1.-INTRODUCCIÓN

1.1.- Definición del contexto

El presente Estudio sobre Necesidades de Formación en el Sector del **COMERCIO AL POR MENOR,** se ha hecho preciso por el impacto de las Grandes Superficies de Venta , con el fin de buscar soluciones competitivas para el sector minorista en la **COMUNIDAD AUTONOMA DE CANARIAS** y poder acometer **Acciones de Formación**, específicas a las necesidades que se pudieran detectar.

Es un hecho cierto que los cambios se producen a gran velocidad pero también es verdad que cambios los ha habido siempre, lo que ocurre es que ahora son más frecuentes, afectan a mayor número de personas y se notan quizás más.

Haciendo un resumen sobre los cambios originados en los últimos tiempos, éstos se detectan en:

. **La sociedad**: transformaciones sociales, demográficas, de las estructuras familiares, etc.

. **Las fuerzas de mercado**: competencia creciente, desregulación de los diferentes mercados, privatización y globalización de los mercados.

. **Las empresas**: introducción de nuevas tecnologías en los procesos y en los materiales, nuevo papel del factor capital, concienciación hacia el medio ambiente, etc.

. **Los empleados y los clientes**: tienen mayores expectativas y exigencias.

La incorporación plena de España a la Unión Europea, está provocando una serie de cambios sociales, económicos, jurídicos y fiscales para la empresa. El asumir esos cambios y poder encajarlos dentro del mercado en el que operan las empresas va a determinar en gran medida su capacidad para competir con éxito en el futuro.

El panorama actual español en general y el del **Comercio al por Menor de Canarias** en particular, desde un punto de vista estructural y del comportamiento presenta los siguientes rasgos:

. Protagonismo de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).

. Escasa formación empresarial.

. Creciente exigencia por la calidad.

1.2.- Objetivos

Los resultados que se pudieran obtener del **Estudio de Necesidades de Formación** específicas del **Sector del Comercio al por Menor de la Comunidad Autónoma de Canarias** , no servirían de mucho, si aquellos no se conjugaran con una serie de acciones de carácter formativo seguidas por actuaciones de seguimiento, impulso y control de los Programas y de sus realizaciones, para poder incidir en cada una de las disfunciones que denuncian los datos que hemos indicado en la definición del contexto.

Del concierto de todas ellas, se conseguirá:

. La mejora en la estabilidad y el mantenimiento del crecimiento del empleo especialmente mediante la formación contínua, la orientación y el asesoramiento dirigido a los trabajadores.

. La facilitación de la inserción profesional.

. La integración de las personas amenazadas de exclusión del mercado laboral.

. La promoción en términos de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el mercado laboral, en particular en los ámbitos de empleo en los que las mujeres se encuentran infrarepresentadas, lo que presenta con especial incidencia en el caso de mujeres sin cualificación profesional o que se reincorporen al mercado laboral tras un período de ausencia.

- Facilitación de la mejora de la gestión empresarial.

- Generación de pequeñas y medianas empresas.

1.3.- Estudios de base

1.3.1.- Telemarketing

Con el fin de complementar la información obtenida de las fuentes consultadas y de las opiniones de expertos contactados, se ha hecho necesario el pulsar la sensibilidad de los propios empresarios, en relación con la percepción de las necesidades futuras en el ámbito de las empresas de su sector de actividad.

Para ello, se realizaron 180 entrevistas telefónicas válidas con empresarios y directivos del Comercio al por Menor de Canarias clasificadas por subsectores, por tamaños de empresa y por municipios;

Tamaño de Empresa *Nª de Empleados*	*Nª de entrevistas*
Hasta 5 empleados	134
De 6 a 10 empleados	13
Más de 10 empleados	25
NS/NC	8
TOTAL	**180**

GRUPOS DE ACTIVIDAD	*Nº de entrevistas*
Alimentación / Bebidas	72
Calzado / Complementos. Piel	16
Electrodomésticos / Ferretería	33
Textil	52
Otros	7
TOTAL	**180**

-METODOLOGIA

OBJETIVO:

Obtención de datos básicos
Evaluación necesidades de formación
Detección de las Ocupaciones

FUENTES:

Recopilación de información secundaria
Entrevistas con expertos de Canarias
Entrevistas con expertos sectoriales
Entrevistas telefónicas a empresas
Reuniones con empresas
Consultas institucionales

TRATAMIENTO:

Panorama del Sector
Identificación del Sector
Evaluación necesidades de formación
Desarrollo del programa global

INVESTIGADOR-COORDINADOR:

Profesor E.O.I.

DATOS SECUNDARIOS.

FUENTES:

Anuarios estadísticos de las Comunidades Autónomas
Contabilidad Regional
Datos Eurostat
Estudios sectoriales
Planes estratégicos del área
Planes de desarrollo regional
Estimaciones de las asociaciones
Estimaciones de las empresas
Cámaras de Comercio

AREAS DE ANALISIS:

Datos físicos	Servicios
Demografía	Empresa
Enseñanza	Pymes
Industria	Población Activa
Sector Primario	Subsectores con potencial

. *DATOS PRIMARIOS.*

SOPORTE:

Investigación de campo mediante las técnicas de telemarketing para recoger la opinión del tejido económico canario sobre las necesidades de formación.

Número de entrevistas: 180 en Comercios de Canarias.

Sector estudiado: Comercio al por Menor.

MATERIA INVESTIGADA:

Perspectivas del sector

Perspectivas de empleo

Necesidades de formación percibidas

Momentos de la acción formativa

Grado de cooperación con otras empresas

. *ANALISIS DE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN.*

EN BASE A LAS RESPUESTAS DE EXPERTOS Y DE UNA MUESTRA DE CIENTO OCHENTA EMPRESAS, SE RECOPILA LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

. Situación socioeconómica.

. Tendencia percibida de la economía regional.

. Percepción del futuro del empleo.

. Posibilidad de creación de empleos.

. Previsión de cambio de plantilla.

. Necesidades de más recursos y modo de cubrirla.

. Momentos adecuados para la Formación.

. Necesidades de formación.

1.4.- Conclusiones

La destrucción del empleo, que hoy viven extensas partes del mundo, y España con mayor intensidad, es el fenómeno más relevante con el que nos vamos a seguir encontrando en los tiempos venideros. Aún cuando se percibe que se está remontando la crisis.

El fenómeno de pérdida de empleo, y transformación del mercado laboral, es una consecuencia de la globalización de la economía y del interés por el aumento de productividad. Es algo connatural y consecuente con esos fenómenos y que no tiene marcha atrás. Se habla, para describirlo de la volatilidad del empleo.

Este problema, por sí mismo, no es amenazante si sabemos propiciar las condiciones que conduzcan a favorecer el surgimiento de otros puestos alternativos a los que fenecen, y a ser posible con mayor velocidad que los que desaparecen, lo que nos conduciría a una auténtica creación de empleo neto.

Las principales modificaciones que las empresas más innovadoras están introduciendo en sus actitudes y métodos de dirección para afrontar de forma satisfactoria los cambios del entorno, podemos resumirlas en:

. Poner énfasis en la mentalidad a largo plazo.

. Emerger hacia la creatividad.

. Obsesión por la atención al Cliente.

. Mayor confianza en el trabajador.

. Enfoque positivo del conflicto.

. Dominio de la herramienta informática.

. Formalización de la dirección estratégica como disciplina.

. Relevancia de la programación como centro de control.

. Desarrollar estructuras sencillas y flexibles.

. Sensibilización hacia la Calidad Total.

Todos estos cambios, que se están produciendo o que se van a producir a corto plazo en el entorno empresarial, conllevan una serie de requisitos hacia el trabajador y los sistemas de formación.

La situación descrita y la resolución de los problemas expuestos implica la articulación de políticas eficaces y vigorosas que posibiliten el diseño de acciones formativas y la organización de cursos de Formación adecuados a las necesidades. Para ambos casos, el impulso de la **FORMACION**, es básico.

2.- ESTRUCTURA SOCIO - ECONOMICA DE LAS ISLAS CANARIAS

2. ESTRUCTURA SOCIO-ECONOMICA DE LAS ISLAS CANARIAS

2.1.- Datos Físicos

Archipiélago atlántico africano, situado ente los 27° 40´ y 29° 25´ de latitud norte, y los 13° 25´de la costa marroquí. Estas "Islas Afortunadas", como las llamaron los romanos, por su delicioso clima, pertenecen por completo a España desde el reinado de Carlos III; formaron luego una sola provincia española, convertida en dos (Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas) en fecha 21 de septiembre de 1927. La integran siete islas principales, que, de este a oeste se denominan: Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife, Gomera, Palma y Hierro y varias pequeñas: Alegranza, Montaña Clara, Graciosa, Lobos y otras. Su relieve es continuación del Atlas africano, y en la isla de Tenerife se halla la cima más alta, que a su vez lo es de España: el pico de Teide (3.710 metros), volcán activo que atrae innumerables turistas. Las capitales de sus dos provincias son Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria.

El clima, a pesar de su situación tropical, es muy benigno, y su flora variadísima. Su economía está basada en el cultivo agrícola: tomate, plátanos, tabaco y patatas tempranas, que son al mismo tiempo sus principales artículos de exportación dirigidos a la Península y Europa principalmente. Se cría el camello en las islas orientales (Lanzarote y Fuerteventura), siendo muy activa la pesca en las costas africanas. En la industria, además del tabaco y la refinación del petróleo para surtir a los barcos que la precisan, descuellan las labores de artesanía, realizadas generalmente por mano de obra femenina, tales como: encajes, bordado y otras. El comercio, dada su admirable situación en las rutas atlánticas de América y Africa es muy importante, pues en estas islas hacen escala casi todos los barcos transatlánticos, que convierten a las dos capitales insulares en los puertos de mayor movimiento de España.

Cuadro 2.1.- ***Situación, extensión y altitud de las Islas Canarias***

ISLA	LOCALIZACION (EN EL ARCHIPIELAGO)	SUPERFICIE		ALTITUD MAXIMA
		KM	%	
CANARIAS:		7.447	100 %	3.718
Lanzarote	Oriental	846	11 %	671
Fuerteventura	Oriental	1.660	22 %	807
Gran Canaria	Central	1.560	21 %	1.950
Tenerife	Central	2.034	27 %	3.718
La Gomera	Occidental	370	5 %	1.484
La Palma	Occidental	708	10 %	2.423
El Hierro	Occidental	269	4 %	1.501

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995

La superficie total de las Islas Canarias supera los 7.400 Km2 de los que el 27 % corresponde a la de Tenerife que en superficie es la más grande del archipiélago canario. Por el contrario la isla con menor superficie es la de El Hierro con tan sólo 269 Km2.

La altitud máxima que nos encontramos es la de 3.718 m., también situado en la isla de Tenerife, pero tampoco es nada desdeñable la altitud que nos aparece en la isla de La Palma con 2.423 m.

Cuadro 2.2.- ***Superficie de los Municipios de Canarias.***

MUNICIPIO	SUPERFICIE (KM2) (1)
TOTAL CANARIAS:	7.446,02
LANZAROTE	845,90
Arrecife (C.I.)	22,72
Haria	106,58
San Bartolomé	440,89
Teguise	263,98
Tías	64,61
Tinajo	135,28
Yaiza	211,84
FUERTEVENTURA	1.659,71
Antigua	250,56
Betancuria	103,63
Oliva (La)	356,13
Pájara	383,51
Puerto del Rosario (C.I.)	289,95
Tuineje	275,93
GRAN CANARIA	1.560,10
Agaete	45,49
Agüimes	79,28
Artenara	66,69
Arucas	33,00
Firgas	15,76
Gáldar	61,58
Ingenio	38,14
Mogán	172,43
Moya	31,86
Palmas de Gran Canaria (Las)	100,55
San Bartolomé de Tirajana	333,13
San Nicolás de Tolentino	123,58
Santa Brígida	23,80
Santa Lucía	61,55
Santa María de Guía de G.C.	42,58
Tejeda	103,29
Telde	102,42
Teror	25,70
Valsequillo de Gran Canaraia	39,15
Valleseco	22,11
Vega de San Mateo	37,89
TENERIFE	2.034,21
Adeje	105,94
Arafo	33,92
Arico	178,75
Arona	81,79
Buenavista del Norte	67,42
Candelaria	49,52
Fasnia	45,10
Garachico	29,28
Granadilla de Abona	162,43
Guancha (La)	23,77

*Fuente.- **Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC) 1995.***

Los municipios con mayor superficie aparte de las Capitales Insulares y con una superficie superior a los 200 Km2., son los que a continuación se indican:

San Bartolomé 440,89 Km2
La Oliva 356,13 Km2
Pájara 383,51 Km2
San Bartolome de Tirajana 333,13 Km2
Tuineje 275,93 Km2
Teguise 263,98 Km2
Antigua 250,56 Km2
Yaiza 211,84 Km2
La Orotava 207,31 Km2

El resto de los municipios tienen una superficie menor de los 200 Km2.

Cuadro 2.3.- ***Temperaturas medias según estaciones metereológicas, en Canarias.***

E.M.	ISLA	AÑO	MEDIA ANUAL
S / C	TF	1995	22,5
AEROP. N.	TF	1995	17,7
AEROP. S.	TF	1995	21,7
IZAÑA	TF	1995	10,5
AEROP.	LP	1995	20,7
AEROP.	EH	1995	21,6

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto CAnario de Estadística (ISTAC). 1995

En el análisis de las temperaturas medias que las diversas estaciones metereológicas ofrecen sobre lo acontecido en el año 1995 en las Islas Canarias, podemos observar que se situan en el entorno de los 20 grados centígrados, lo que confirma lo benigno del clima canario, pero llama la atención la información suministrada por la estación de Izaña de la Isla de Tenerife, donde podemos ver una temperatura media de 10,5 grados. Esta temperatura media es similar a la de años precedentes.

2.2. Demografía

Cuadro 2.4.- ***Evolución de la Población de derecho, por Islas, en Canarias. 1995***

ISLA	1991	1993	1995
CANARIAS:	1.493.784	1.569.147	1.631.498
Lanzarote	64.911	72.755	76.413
Fuerteventura	36.908	39.988	42.882
Gran Canaria	666.150	697.238	724.845
Tenerife	623.823	654.105	680.190
La Gomera	15.963	16.537	17.028
La Palma	78.867	80.913	82.183
El Hierro	7.162	7.611	7.957

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995

La población de la Comunidad Autónoma, ascendía en el año 1995 a 1.631.498 personas, siendo Gran Canaria con 724.845 habitantes la isla con mayor población lo que supone el 44,4% del total de las islas.

Por volumen de población se concentra el 86,1% del total de población de la Comunidad Autonóma de Canarias en las islas de Gran Canaria y Tenerife, correspondiendo el 13,9% restante a las otras 5 islas que configuran el archipiélago.

Cuadro 2.5.- ***Población de derecho, según grandes grupos de edad y sexo, por islas en Canarias. 1991.***

ISLA	TOTAL	VARONES	MUJERES
TOTAL:			
CANARIAS	1.493.784	741.479	752.305
Lanzarote	64.911	33.035	31.876
Fuerteventura	36.908	19.473	17.435
Gran Canaria	666.150	331.537	334.613
Tenerife	623.823	306.800	317.023
La Gomera	15.963	8.130	7.833
La Palma	78.867	38.926	39.941
El Hierro	7.162	3.578	3.584
0-14 años:			
CANARIAS	333.551	170.249	163.302
Lanzarote	15.812	8.026	7.786
Fuerteventura	9.858	5.073	4.785
Gran Canaria	149.696	76.608	73.088
Tenerife	138.177	70.296	67.881
La Gomera	2.954	1.484	1.470
La Palma	15.711	8.087	7.624
El Hierro	1.343	675	668
15-19 años:			
CANARIAS	146.638	75.441	71.197
Lanzarote	6.441	3.332	3.109
Fuerteventura	3.910	2.164	1.746
Gran Canaria	66.854	34.218	32.636
Tenerife	60.195	30.891	29.304
La Gomera	1.474	811	663
La Palma	7.204	3.740	3.464
El Hierro	560	285	275
20-24 años:			
CANARIAS	143.058	72.828	70.230
Lanzarote	6.623	3.343	3.280
Fuerteventura	3.871	2.074	1.797
Gran Canaria	66.419	33.909	32.510
Tenerife	57.242	28.895	28.347
La Gomera	1.419	773	646
La Palma	6.933	3.550	3.383
El Hierro	551	284	267
25-54 años:			
CANARIAS	591.515	296.848	294.667
Lanzarote	23.613	13853	12.760
Fuerteventura	14.462	7.758	6.704
Gran Canaria	264.164	132.804	131.360
Tenerife	248.731	123.295	125.436
La Gomera	5.755	3.026	2.729
La Palma	29.276	14.801	14.475
El Hierro	2.514	1.311	1.203

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995

La población total de Canarias ascendía en 1991 a 1.493.784 habitantes de los que 741.479 eran varones lo que representaba el 49,6 %, mientras que el 50,4% restante eran mujeres.

El tramo de edad comprendido entre 25 y 54 años es el de mayor población de las islas con 591.515 personas lo que representa el 39,6% del total de la población, con una distribución por sexo de prácticamente equilibrada con el 50,2% de varones y el 49,8% de mujeres.

El tramo de edad de 0 a 14 años comprende a 333.551 personas lo que viene a representar el 22,3% del total de la población de las que 170.249 son varones y 163.302 mujeres.

Cuadro 2.6.- ***Población según estrato socio-ocupacional por grupos de edad, en Canarias. 1991***

Valores absolutos

GRUPOS DE EDAD	TOTAL	ESTRATO SOCIO - OCUPACIONAL					
		ALTO	MEDIO-ALTO	MEDIO	MEDIO-BAJO	BAJO	NO CLASIF.
	1.509.550	15.110	119.067	320.134	569.648	417.690	67.951
0-14	336.328	3.632	27.379	74.736	125.654	90.005	14.922
15-19	148.219	1.583	9.573	29.382	53.287	47.612	6.782
20-24	146.859	1.299	8.063	29.690	50.083	49.056	8.668
25-29	139.195	1.063	11.102	33.011	47.799	39.089	7.131
30-34	116.525	1.311	13.613	29.403	39.786	27.147	5.265
35-39	100.466	1.347	12.318	25.573	35.100	21.819	4.309
40-44	89.653	1.324	9.969	22.171	31.316	21.255	3.618
45-49	82.679	1.087	7.629	19.201	28.562	22.692	3.508
50-54	70.493	780	5.188	14.876	23.751	22.696	3.202
55-59	76.146	604	4.494	14.691	27.339	25.935	3.083
60-64	61.551	406	3.523	9.816	25.814	19.542	2.450
65-69	48686	257	2.485	6.508	25.399	12.333	1.704
70 y +	92.750	417	3.731	11.076	55.758	18.459	3.309

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995

Atendiendo a la población de Canarias por estratos socio-ocupacionales, el segmento que presenta un número de personas más elevado es el "Medio-bajo", con 569.648 habitantes, lo que viene a representar el 37,7 % del total de la población.

El estrato socio-ocupacional "Bajo" se nos presenta con 417.640 personas, que representa el 27,7 %. En estos dos estratos, se concentra el 65,4 % del total de la población.

Cuadro 2.7.- ***Evolución de los nacimientos y la tasa bruta de natalidad, por Islas, en Canarias. 1986-1992 (*)***

ISLA	1986		1988		1990		1992	
	Nº	T.B.N.	Nº	T.B.N.	Nº	T.B.N.	Nº	T.B.N.
CANARIAS:	19.743	13,56	19.983	13,12	18.691	11,76	18.325	12,09
Lanzarote	873	15,31	1.030	15,72	1.000	13,51	1.032	15,05
Fuerteventura	493	15,71	659	18,93	670	16,74	514	13,62
Gran Canaria	9.494	14,54	9.681	15,15	8.560	12,15	8.306	12,29
Tenerife	7.891	12,94	7.617	12,04	7.570	11,41	7.504	11,89
La Gomera	155	8,94	173	9,99	125	7,15	137	8,48
La Palma	774	9,70	763	9,43	712	8,65	756	9,51
El Hierro	63	8,76	60	8,11	54	7,01	76	10,55

(*) Tasa Bruta de Natalidad por 1.000/hs

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995

Analizando la evolución de Nacimientos habidos en Canarias en el periodo contemplado, se observa que se ha pasado de 19.743 nacimientos en 1986 a 18.325 en 1992, lo que ha supuesto un descenso del 7,2% en el número de nacimientos.

Si contemplamos este mismo suceso en cada una de las islas, este descenso ha sido bastante más significativo ya que se ha alcanzado el 12,5% de disminución de los nacimientos, en la isla de Gran Canaria.

En lo que respecta a la evolución de la Tasa Bruta de Natalidad, se ha pasado del 13,56 por mil habitantes en 1986, al 12,09 por mil en 1992.

Cuadro 2.8.- ***Evolución de las defunciones y Tasa bruta de Mortalidad, por Islas, en Canarias. 1986-1992 (*).***

ISLA	*1986*		*1988*		*1990*		*1992*	
	Nº	*T.B.N.*	*Nº*	*T.B.N.*	*Nº*	*T.B.N.*	*Nº*	*T.B.N.*
CANARIAS:	*9.215*	*6,33*	*10.083*	*6,62*	*10.070*	*6,34*	*10.257*	*6,77*
Lanzarote	*347*	*6,08*	*372*	*5,68*	*365*	*4,93*	*391*	*5,70*
Fuerteventura	*139*	*4,43*	*198*	*5,69*	*174*	*4,35*	*172*	*4,56*
Gran Canaria	*4.012*	*6,14*	*4.508*	*6,59*	*4.461*	*6,33*	*4.558*	*6,75*
Tenerife	*3.899*	*6,39*	*4.228*	*6,69*	*4.166*	*6,28*	*4.291*	*6,80*
La Gomera	*116*	*6,69*	*112*	*6,47*	*145*	*8,29*	*145*	*8,97*
La Palma	*643*	*8,06*	*599*	*7,40*	*690*	*8,38*	*622*	*7,82*
El Hierro	*59*	*8,20*	*66*	*8,92*	*69*	*8,93*	*78*	*10,83*

(*) Tasa Bruta de Natalidad por 1.000/hs

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995

El número de defunciones habidas en Canarias, en el periodo objeto de análisis, ha pasado de las 9.215 que se produjeron en 1986 a 10.257 defunciones que se contabilizaron en 1992, lo que ha supuesto un crecimiento del 11,3%.

La Tasa Bruta de Mortalidad se cifraba en el año 1992, en el 6,77 por mil habitantes, frente al 6,33 por mil del año 1986.

En la isla donde se ha producido un crecimiento importante de la Tasa Bruta de Mortalidad en la isla de El Hierro, dónde se estimaba que en 1992, la susodicha tasa se situaba en el 10,83 por mil habitantes, lo que se estima como bastante elevada.

Cuadro 2.9.- ***Evolución del Crecimiento Vegetativo, por Islas en Canarias. 1986-1992.***

ISLA	*1986*	*1988*	*1990*	*1992*
CANARIAS:	10.528	9.900	8.621	8.068
Lanzarote	526	658	635	641
Fuerteventura	354	461	496	342
Gran Canaria	5.482	5.173	4.099	3.748
Tenerife	3.992	3.389	3.404	3.213
La Gomera	39	61	-20	-8
La Palma	131	164	22	134
El Hierro	4	-6	-15	-2

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995

En la evolución del Crecimiento Vegetativo del total de las islas, se puede observar que éste es negativo en casi 2.500 unidades ya que se ha pasado de 10.528 personas en 1986 a 8.068 en 1992. Analizando cada una de las islas podemos ver que en la isla de Gran Canaria el Crecimiento Vegetativo ha descendido en un 31,6 %, y que en islas como La Gomera y El Hierro, este crecimiento es negativo.

Cuadro 2.10.- ***Datos comparados de población por grupos de edad, superficie, y densidad de población. 1991.***

Miles de personas

	Superficie (Km2)	Población	Grupos de Edad				Densidad (Hab/Km)
			0-14	15-24	25-64	>65	
ESPAÑA	504.790	38.993,8	19,4	16,8	50,2	13,5	77
ASTURIAS	10.565	1.124,3	16,3	15,1	52,5	16,1	106
BALEARES	5.014	683,1	20,2	16,1	49,2	14,6	136
CANARIAS	7.242	1.489,1	22,3	19,6	48,7	9,4	206
CANTABRI	5.298	527,2	18,6	15,7	50,9	14,8	99
A	11.317	1.029,4	23,1	18,1	47,3	11,5	91
MURCIA	10.421	521,4	17,6	16,1	51,6	14,7	50
NAVARRA							

Fuente.- Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995

La densidad de población de Canarias era en el año 1991 de 206 habitantes por km2., y como puede observarse en el cuadro la más elevada con diferencia de las comunidades comparadas.

De hecho, las únicas Comunidades españolas con una densidad mayor que Canarias son las de Madrid y el Pais Vasco con 612 habitantes / Km2. y 293 habitantes / Km2, respectivamente.

2.3.- Enseñanza

La educación constituye uno de los pilares básicos de cualquier sociedad. En el caso de la sociedad canaria, es preciso resaltar que el rápido proceso de transformación socioeconómica que ha experimentado esta Comunidad en los últimos tiempos ha estado acompañado de un importante esfuerzo de adaptación del sistema educativo a las crecientes exigencias económicas y sociales. Desde hace tiempo, el Gobierno Canario viene defendiendo el carácter prioritario que tienen las cuestiones de formación para Canarias debido, entre otros aspectos, a las deficiencias de formación que históricamente ha venido arrastrando la mano de obra en la región y las dificultades que de ello se han derivado.

2.3.1.- La enseñanza no universitaria y la implantación de la LOGSE

El año 1996 ha supuso un paso más en el proceso hacia la implantación del modelo de enseñanza derivado de la LOGSE. Así, como hechos significativos, en el curso 1996-97 desaparece el tradicional séptimo de EGB, implantándose de forma generalizada el primer curso de la Enseñanza Secundaria Obligatoria. Por su parte, durante dicho curso el segundo ciclo de la ESO, se implanta de forma anticipada en 35 centros, lo que supone un total acumulado de 95 centros, que representan un 39,4 % de los alumnos.

Además, veinte nuevos centros comenzaron en este curso de forma anticipada los nuevos Bachilleratos de la LOGSE, alcanzándose la cifra de 42 centros, es decir, el 28,1 %. En relación al nuevo Bachillerato, hay que resaltar igualmente el hecho de que en el curso 1996-97 se han incorporado a la universidad el primer grupo de estudiantes que han cursado el Bachillerato LOGSE en algunos centros de Canarias, habiendo realizado estos alumnos una prueba de acceso específica a la Universidad.

Además, a partir del curso 1996-97 se aplica para los alumnos la obligación de permanecer escolarizados hasta los 16 años.

Como cualquier proceso de transición, la implantación de la LOGSE en Canarias ha sido un proceso difícil, por los problemas que ha suscitado tanto para los alumnos y sus familias, como para los profesores y la propia Administración. Las dificultades presupuestarias han sido una fuente de controversias entre el gobierno canario y el gobierno central acerca de las necesidades de financiación.

La implantación generalizada del primer curso de la ESO ha supuesto que aproximadamente, un 65 % de los alumnos tendrá que cursar la ESO en su propio centro de Primaria.

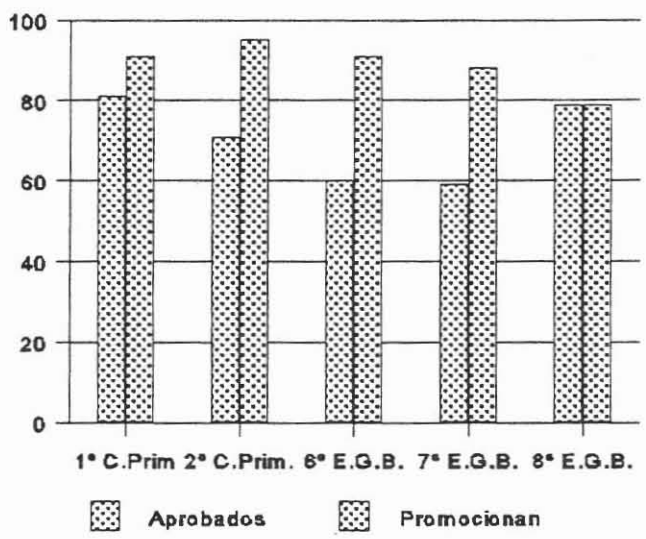
Durante el curso 1996-97 se incrementa el número de ciclos formativos de Formación Profesional en 50, alcanzándose la cifra de 290 para toda Canarias. Estos ciclos se encuentran encuadrados en dieciocho familias profesionales, con un total de 42 títulos diferentes.

2.3.2.- Rendimiento escolar

Las cifras globales del rendimiento escolar en Canarias muestran que en las etapas iniciales el porcentaje de alumnos que promocionan, esto es, que pueden acceder a un curso superior, se sitúa en valores del 92,3 % en el primer ciclo de primaria y del 96 % en el segundo ciclo. No obstante, se observa que, incluso en esos ciclos iniciales, un porcentaje relativamente alto de los alumnos, que va del 10 al 14 %, pasan de curso con asignaturas pendientes. En el curso 1994-95, al que se refieren las cifras, aún no se había implantado la Enseñanza Secundaria Obligatoria, manteniéndose los cursos de sexto a octavo de EGB.

En estos cursos, las cifras de rendimiento comienzan a ser relativamente bajas puesto que en sexto y séptimo de EGB el porcentaje de alumnos que superan todas las asignaturas se sitúa en torno al 60 %, mientras que en octavo (donde no se permite que los alumnos pasen con asignaturas pendientes), casi un 25 % del alumnado se ve obligado a repetir curso.

Gráfico 2.1.- ***Porcentajes de Rendimiento escolar en Canarias. 1994-95***



Las cifras del rendimiento escolar en una coyuntura de transición entre dos modelos educativos pueden servirnos, entre otros aspectos, para realizar comparaciones entre ambas situaciones. Esto es posible hacerlo para el caso de los alumnos que estudian el segundo ciclo de la ESO en comparación a los alumnos que cursan el BUP. Si bien las comparaciones hay que realizarlas con cautela, debido a que en el año del estudio había 45.548 alumnos en BUP por solo 9.288 alumnos en el segundo ciclo de la ESO, y considerando también que el BUP incluye tres cursos por solo dos del segundo ciclo de la ESO, los datos reflejan diferencias significativas en el rendimiento escolar.

2.3.3.- La Reforma de la Formación Profesional

La Formación Profesional ha sido tradicionalmente la parte del sistema educativo en la que se han observado mayores deficiencias. Estas deficiencias se derivan de la conjunción de una serie de aspectos como la escasez de medios y de enseñanza práctica, la escasa adecuación de los títulos a la oferta de empleo, la escasa valoración social, el papel que ha cumplido en la absorción del fracaso escolar en otros niveles educativos, etc..

Todos estos elementos han motivado un histórico debate social acerca del papel que deberían desempeñar estas enseñanzas, especialmente en una economía como la canaria en la que a lo largo de las últimas décadas se ha observado una escasez de profesionales intermedios con un suficiente nivel de cualificación y profesionalidad.

La necesaria reforma de la Formación Profesional vinculada a la implantación de la LOGSE ha favorecido la realización de un importante esfuerzo de debate y planificación por parte de los diferentes agentes sociales involucrados, debate ene l que necesariamente se incorporan elementos vinculados con las nuevas tendencias tecnológicas, las demandas laborales en los diferentes perfiles, las opiniones de los diferentes agentes involucrados y las necesidades de las distintas islas y comarcas.

En relación a la oferta de titulaciones, cabe destacar el esfuerzo que se realiza en la ampliación de aquéllas relacionadas con la actividad turística propiamente dicha, así como otras actividades complementarias del sector que constituye el motor del crecimiento de nuestra economía.

Una de las características de este nuevo mapa es la posibilidad que brinda a los centros de alternar la oferta de algunas titulaciones a fin de adaptarla a las demandas del entorno, por lo que se dota de esta manera al sistema de una mayor flexibilidad. Asimismo, una de las ventajas del nuevo sistema reside en el establecimiento del sistema de Enseñanzas Parciales, que trata de facilitar la formación profesional de adultos, preferentemente de aquellas personas que se encuentren en situación de desempleo.

Cuadro 2.11.- ***Número de habitantes menores de 25 años por ciclo de formación profesional. Canarias.***

ISLAS	CICLOS DE GRADO MEDIO	CICLOS DE GRADO SUPERIOR
Fuerteventura	1.357	2.205
Lanzarote	1.805	2.221
Gran Canaria	1.899	2.358
La Gomera	1.169	2.924
El Hierro	1.227	1.227
La Palma	1.765	2.478
Tenerife	1.852	2.282
CANARIAS	1.833	2.317

Fuente.- La Economía, la Sociedad y el Empleo en Canarias. Informe anual. C.E.S. 1996

La planificación educativa en Canarias se enfrenta con frecuencia al problema de la insularidad y la distribución de la dotación por islas a fin de combinar objetivos de eficiencia y equidad.

Es por ello que el número de habitantes por ciclo ofertado es algo mayor en las islas no capitalinas, si bien aún así, su oferta es comparativamente reducida. Así se observa que en Tenerife o Gran Canaria se oferta un ciclo de grado medio por cada 1.833 y 1.899 habitantes menores de 25 años, respectivamente, mientras que en La Gomera y el Hierro estas cifras son de 1.169 y 1.127, respectivamente.

2.3.4.- Acceso a la Universidad

En el curso 1995-96 se matricularon en COU en Canarias un total de 14.839 alumnos, según datos aportados por la Consejería de Educación, Cultura y Deportes. A estos alumnos habría que añadir 666 que cursaron el segundo año del Bachillerato de la LOGSE, para completar los 15.505 alumnos que, en función de sus resultados académidos, podría encontrarse en disposición de acceder a la universidad.

Según datos aportados por el mismo organismo para el curso 1994-95, el índice aprobados en COU, sumando las convocatorias de junio y septiembre, se sitúa en un 64,7 %, de lo que resulta que aproximadamente 10.000 alumnos se encuentran cada año en disposición de acceder a la universidad, previa realización de la correspondiente prueba de acceso.

Cuadro 2.12.- ***Resultados de las pruebas de acceso a la Universidad. Canarias 1996***

		APROBÁDO	SUSPENSO	TOTAL	% APROBADOS
Las Palmas	Junio	2.904	186	3.090	93.98
	Septiembre	1.157	237	1.394	83.00
TOTAL		4.061	423	4.484	90,57
S/C Tenerife	Junio	2.455	189	2.644	92,85
	Septiembre	804	255	1.059	75,92
TOTAL		3.259	444	3.703	88,01
Canarias	Junio	5.359	375	5.734	93,46
	Septiembre	1.961	492	2.453	79,94
TOTAL		7.320	867	8.187	89,41

Fuente.- La Economía, la Sociedad, y el Empleo en Canarias. Informe anual C.E.S. 1996

En el año 1996 realizaron las pruebas de acceso a la universidad un total de 8.187 alumnos, de los cuales el 96,1% procesían del COU y el resto del nuevo Bachillerato LOGSE. En las pruebas de acceso realizadas en junio, el porcentaje de aprobados alcanzó el 93,5%. Esta cifra puede considerarse ligeramente alta, puesto que, según datos del Instituto Nacional de Estadística, en junio de 1993 el porcentaje de aprobados en Canarias se situaba en el 88 %, siendo esta última también la media estatal.

Por su parte, en septiembre de 1996 el porcentaje de aprobados en Canarias es, como suele ser habitual, más bajo, del 80%.

Cuadro 2.13.- ***Alumnos presentados y aprobados en las pruebas de acceso a la Universidad, por sexos. Canarias 1996***

		PRESENTADOS		% PRESENTADOS		% APROBADOS	
		H.	M.	H.	M.	H.	M.
Las Palmas	Junio	1.184	1.906	38,32	61,68	94,09	93,91
	Septiembre	621	773	44,55	55,45	85,19	81,24
TOTAL		1.805	2.679	40,25	59,75	91,02	90,26
S/C Tenerife (1)	Junio	1.032	1.612	39,03	60,97	92,64	92,99
	Septiembre	477	582	45,04	54,96	75,05	76,63
TOTAL		1.509	2.194	40,75	59,25	87,08	88,65
Canarias	Junio	2.216	3.518	38,65	61,35	93,41	93,49
	Septiembre	1.098	1.355	44,76	55,24	80,78	79,26
TOTAL		3.314	4.873	40,48	59,52	89,23	89,53

Fuente.- La Economía, la Sociedad, y el Empleo en Canarias. Informe anual C.E.S. 1996

Uno de los aspectos a destacar en el acceso a la universidad en Canarias es la presencia mayoritaria de mujeres, fenómeno que encaja dentro de un proceso importante de transformación del sistema educativo en los últimos años. La presencia mayoritaria de mujeres en los estratos más elevados del sistema educativo es un fenómeno que requiere interpretaciones complejas, puesto que si bien está relacionado con el incremento del papel social de la mujer, también se vincula con el mayor esfuerzo que deben realizar y las mayores dificultades que encuentran éstas para acceder a un puesto de trabajo. En cualquier caso, puede destacarse un fenómeno adicional que es el mayor rendimiento académico de las mujeres.

Este mayor rendimiento en el caso de COU se observa en el hecho de que la participación de las mujeres supera en la convocatoria de junio en 22,5 puntos porcentuales a la de los hombres, mientras que en septiembre la diferencia se reduce a 10,5 puntos (siendo el rendimiento académico medio de los alumnos que se matriculan en la convocatoria de junio mayor que el correspondiente a septiembre). No obstante, los resultados obtenidos en las pruebas de acceso son prácticamente idénticos.

Cuadro 2.14.- ***Distribución por sexos del acceso a la Universidad, a través de C.O.U. Convocatorias de Junio y Septiembre. Canarias 1996***

OPCION	HOMBRES TOTAL	% SOBRE HOMBRES	MUJERES TOTAL	% SOBRE MUJERES	%HOMBRES S/TOTAL	%MUJERES S/ TOTAL
Científico Tecnológica	1.503	46,2	947	20,0	61,3	38,7
Bio-Sanitaria	735	22,6	1.561	32,9	32,0	68,0
Ciencias Sociales	699	21,5	1.379	29,1	33,6	66,4
Humanística-Lingüística	313	9,6	854	18,0	26,8	73,2
Total Canarias	3.250	100,0	4.741	100,0	40,7	59,3

Fuente.- La Economía, la Sociedad, y el Empleo en Canarias. Informe anual C.E.S. 1996

Conviene destacar que la distribución de las opciones seguidas por los alumnos de cada sexo difiere de forma sustancial. Mientras que el **46,2%** de los hombres eligieron la opción Científico-Tecnológica, en el curso 1995-96, solamente el **20,0%** de las mujeres optaron por esa vía, mostrando una mayor tendencia a orientarse hacia las opciones Biosanitaria **(32,9%)** y de Ciencias Sociales **(29,1%).**

2.3.5.- La Enseñanza Universitaria

La cuestión universitaria ha sido una de las que mayor polémica ha suscitado en Canarias a lo largo de la última década. Si bien queda ya algo lejana la polémica que acompañó a aprobación de la Ley de Reorganización Universitaria de Canarias, los temas de mayor actualidad se centran en cuestiones como la financiación de las universidades públicas canarias y la calidad de los servicios que prestan a la sociedad.

La calidad de la enseñanza universitaria es un factor de difícil evaluación que depende de una multitud de variables.

La opinión que a los propios alumnos les merece el servicio que reciben constituye, a este respecto, una fuente de información de gran importancia, si bien puede ser complementada por las percepciones de otros estamentos universitarios, de los postgraduados, de los empleadores que contratan titulados universitarios, etc...

Cuadro 2.15.- ***Las Universidades canarias vistas por el alumnado***

	UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS G.C.		UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA	
	MEDIA	DESVIAC. TIPICA	MEDIA	DESVIAC. TIPICA
Organización del centro, profesorado y planes de estudio	5,80	1,38	4,32	0,897
Claridad de los profesores y satisfacc. metodolog. docente	5,38	1,41	4,31	0,678
Cordialidad, flexibilidad y respeto por parte de profesores y compañeros	6,46	1,23	5,99	0,51
Predominio de los aspectos memorísticos en la evaluación	2,22	2,52	4,81	2,529
Predom. de resol. de problemas, síntesis, relación de conceptos en eval.	7,47	2,52	4,85	2,529
Satisfacción prácticas y funcionalidad profesional	4,78	1,79	4,63	1,47
Frecuencia de las prácticas	3,89	1,03	2,56	1,152
Grado de participación y atención individual en la enseñanza	4,85	1,08	3,83	1,101
Motivación actual y satisfacción con la carrera	6,92	1,36	4,63	1,47
Satisfacción con los contenidos teóricos	6,41	1,78	5,35	0,836
Valoración y resultados de la exigencia de la carrera	5,91	1,17	7,04	1,126
Grado de autoritarismo del profesorado	5,30	2,09	4,63	0,772

Nota: la valoración oscila entre un mínimo de 0 y un máximo de 10.
(1) Datos referidos a 1994 sobre una muestra de 2.037 estudiantes.
(2) Datos referidos a 1992 sobre una muestra de 1.461 estudiantes.

Fuente.- García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)

La percepción que tienen los universitarios canarios en relación a la calidad de las intituciones universitarias en los últimos años ha sido objeto de dos trabajos mencionados anteriormente (García y Hernández, 1994 y Luján, García y Hernández, 1995). A pesar de que estos trabajos hacen referencia a una realidad algo lejana (el estudio referido a la Universidad de La Laguna analiza el año 1992 y el correspondiente a la Universidad de las Palmas de Gran Canaria a 1994), constituyen un importante instrumento para la reflexión y el debate. En general, puede afirmarse que los alumnos apreciaban importantes deficiencias en numerosos ámbitos de su actividad.

2.4.- Dinámica macroeconómica de la economía canaria

La economía canaria volvió a ser una de las regiones españolas que mayores tasas de crecimiento económico alcanzó durante el año 1996. Las estimaciones proporcionadas por la Fundación Fondo para la Investigación Económica y Social (FIES), indican que el Valor Añadido Bruto al coste de los factores de la economía canaria creció un 3,4% con respecto a 1995, es decir, 0,7 décimas por encima del crecimiento registrado por la economía española, que fue del 2,7%.

Otro hecho destacado en lo que se refiere a las cifras de crecimiento económico alcanzadas durante 1996 es que, cuando se excluye a los sectores agrarios, que fueron los que experimentaron un mayor crecimiento durante ese año debido a la existencia de buenas cosechas en los cultivos de secano y la producción de vino, Canarias fue la comunidad autónoma que registró un mayor crecimiento.

Un estudio reciente de la Fundación BBV (Panorámica del crecimiento económico 1960-1996. Comparación de las CC.AA. con la Unión Europea), nos indica que la expansión y el desarrollo de Canarias entre 1960 y 1997 ha multiplicado la producción real en dicho periodo por 7'9 frente al 4'7 del conjunto de España. Otro dato significativo es el de que la población Canaria de derecho registró, en dicho periodo, una considerable expansión en los últimos años al crecer el **66'1%**, lo que implica un crecimiento medio anual para la población de derecho, del **1'42%** con tendencias a descender, aunque todavía en 1996, con los datos que más adelante presentamos, la población canaria aumenta **(un 0'65%).**

Cuadro 2.16.- ***Evolución de P.I.B. al coste de los factores (tasa de crecimiento real). Canarias-España. 1987-1997***

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO REAL	
	CANARIAS	ESPAÑA
1987	6,70	5,60
1988	7,40	5,20
1989	2,40	4,70
1990	0,66	3,70
1991	1,33	2,20
1992	0,65	0,70
1993	2,03	-1,10
1994	5,03	2,30
1995	4,57	3,17
1996	3,39	2,68
1997	4,12	3,86

Fuente: *FIES*

Un dato a destacar es que, por quinto año consecutivo, Canarias supera en términos de crecimiento real a la media nacional, registrando en 1997 un incremento de la producción interior bruto del 4,12% frente al 3,86% del conjunto de la nación, lo que viene a suponer un 0,26 puntos porcentuales de diferencial, lo que refleja la contribución de las Islas Canarias al dinamismo económico del conjunto de España.

Cuadro 2.17.- ***Datos provinciales fundamentales. Canarias 1975-1995***

	LAS PALMAS DE G.C.	SANTA CRUZ DE TENERIFE	CANARIAS
Población en 1975	630.112	652.998	1.283.110
Población en 1995	844.140	787.350	1.631.498
Valor añadido bruto 1975 (*)	81.204	78.476	159.680
Valor añadido bruto 1975 (pts. 1995) (*)	537.057	553.805	1.126.862
Valor añadido bruto 1995 (*)	1.422.258	1.347.915	2.770.173
Valor añadido bruto per capita 1975 (pts. 1995)	909.453	848.096	878.227
Valor añadido bruto per capita 1995	1.786.826	1.798.268	1.792.375

(*) Millones de pesetas

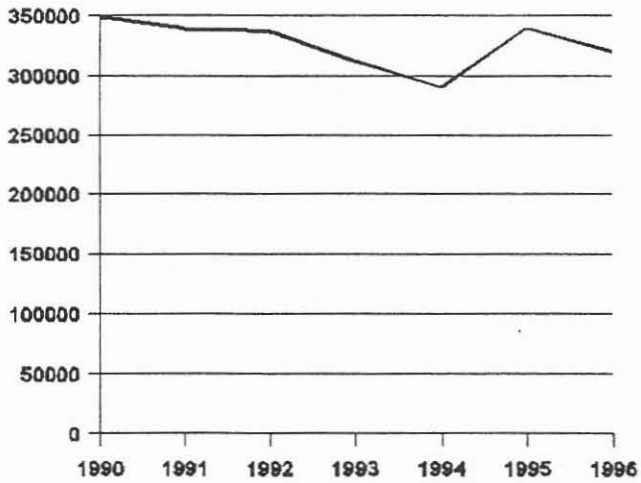
Fuente.- *García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995). Anuario Estadístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). 1995.*

En cuanto a la posición relativa de las dos provincias canarias, la evolución entre 1975 y 1995 apunta a una mayor expansión de la provincia de Santa Cruz de Tenerife, frente a la de Las Palmas, aunque las diferencias son mínimas. Una diferencia que se debe al desigual crecimiento demográfico ya que la población, entre 1975 y 1995, creció el 26'39% en Las Palmas y el 14'8% en Santa Cruz de Tenerife, lo que ha incidido en los índices "per capita" de ambas provincias.

2.5.- *Agricultura*

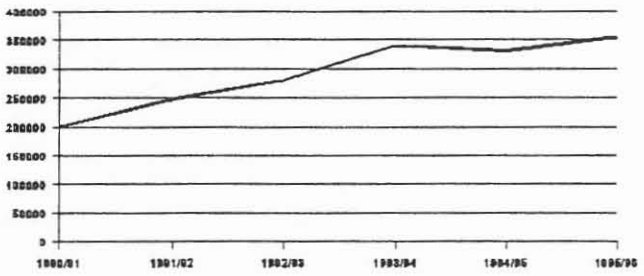
La evolución de la agricultura de exportación durante el año 1996 ha seguido una tónica irregular, puesto que si bien los envíos de plátano a la Península han disminuido, las exportaciones de tomate se han incrementado en la campaña 1995-96 tras el estancamiento sufrido en la campaña anterior. Las exportaciones de plátano durante 1996 ascendieron a 315.000 Tm., lo que representa una caída del 7,6%. Esta disminución se explica principalmente por las caídas registradas en las exportaciones de Gran Canaria (disminución del 18%) y La Palma, donde las exportaciones de plátano descienden en un 9,2%. Si bien las previsiones a principios de año consideraban que la producción y exportación de plátanos se iba a incrementar, los vientos del primer trimestre tuvieron efectos negativos. No obstante, el sector sigue enfrentándose a la incertidumbre vinculada con la situación de la Organización Común de Mercado, aspecto que se ha constatado en 1997 con la publicación del informe sobre el mercado del plátano por parte de la Organización Mundial de Comercio.

Gráfico 2.2.- ***Exportaciones de plátanos a la península***



Por su parte, las exportaciones de tomate ascendieron durante la campaña 1995-96 a casi 360.000 Tm., lo que supone un crecimiento del 6,3% lo que permite retomar la senda de crecimiento que se ha registrado a lo largo de los años noventa, tras la baja tasa observada en la campaña 1994-95. El sector se ha visto afectado durante la campaña 1995-96 por la competencia de Marruecos y las elevadas oscilaciones en los precios. Especialmente negativo fue el fin de la campaña, con elevadas caídas en los precios ante la entrada al mercado de la producción comunitaria y el mantenimiento de las exportaciones marroquíes que redujeron los precios en los mercados de destino por debajo de los costes de producción en Canarias.

Gráfico 2.3.- ***Exportación de tomates. Canarias (Tm.)***



El volumen de exportaciones de otros productos menos importantes, como pepinos, berenjenas, judías y aguacates, fue más negativo en 1995-96 que en la campaña anterior, manteniéndose invariable en el caso del pimiento. Por su parte, en el caso de las papas el principal temea de controversia ha estado en el conflicto entre los productores locales y los importadores, que ha generado oscilaciones en los precios.

2.6.- Industria

El sector industrial en Canarias depende notablemente de la situación de diversas actividades de apoyo (energía, agua, industrias auxiliares de la construcción, etc.) que no tienen una evolución autónoma, sino que dependen de la marcha global de la economía. Es por ello que la desaceleración del crecimiento económico (3,39% en 1996 frente al 4,77% del año anterior), ha incidido en el crecimiento moderado de los indicadores del sector industrial. El crecimiento económico de la industria canaria en 1996, según las estimaciones del FIES, alcanza el 3,65%, cifra similar a la referida al conjunto de la economía canaria durante el año en cuestión, e inferior a la tasa de crecimiento registrada por la industria durante el bienio 1994-95, que fue del 4,90%.

2.6.1.- Subsector energético

En relación al subsector energético, las cifras muestran que la energía disponible creció durante el año 1996 un 3,9%, frente al 5,9% del año anterior, cifra que constata igualmente la desaceleración anteriormente señalada y que se relaciona con el estancamiento en las entradas de turistas durante el año. La evolución de los datos por islas permite apreciar el carácter más expansivo de la coyuntura económica en Lanzarote y Fuerteventura en comparación con el resto de islas del Archipiélago.

Cuadro 2.18.- ***Energía disponible en Canarias, según Islas. 1995-96***

	1995	1996	% CRECIMIENTO 1995/96
Lanzarote	386.658	419.251	8.4
Fuerteventura	228.494	244.668	7.1
Gran Canaria	1.998.462	2.056.130	2.9
Tenerife	1.691.185	1.760.977	4.1
La Gomera	33.235	33.671	1.3
La Palma	147.732	145.102	-1.8
El Hierro	16.608	17.588	5.9
CANARIAS	4.502.374	4.677.387	3.9

Fuente.- *García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)*

En el año 1996 se puso en marcha el Plan de Desarrollo Industrial de Canarias 1996-2000 (PDINCA). El objetivo general que se marca el PDINCA es "mejorar los factores de competitividad industrial que posibiliten el sostenimiento de las actividades existentes y su creación en sectores de futuro para contribuir con una base industrial y tecnológica suficientes al desarrollo diversificado, articulado y sostenible de la economía regional". Este objetivo general, o declaración de intenciones se concreta en tres objetivos específicos. En primer lugar, aumentar la participación de la industria en el PIB en un punto porcentual. En segundo lugar, la consolidación y creación de empleo industrial. Por último, contribuir al cambio de composición del sector industrial en favor de actividades con mayor piotencial de desarrollo competitivo y tecnológico, así como aquellas actividades emergentes en el complejo servicios-manufactura.

Cuadro 2.19.- ***Plan de desarrollo industrial de Canarias 1996-2000. Dotación por area estratégica.***

Millones de Ptas.

AREAS ESTRATÉGICAS	1996	1997	1998	1999	2000
Cualif., sostenim. y creación de empleo	2.290	2.335	1.935	1.835	1.835
Creación de un tejido de innovación	465	610	590	685	685
Desarrollo territorial e infraestructuras	590	605	690	675	675
Escala e internacionalización indust.	550	550	550	550	550
Desarrollo de actividades en la ZEC	110	160	110	10	10
TOTAL	4.005	4.260	3.875	3.755	3.755

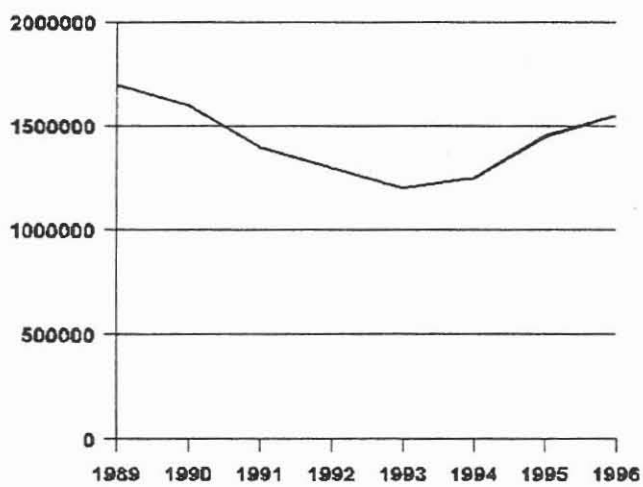
Fuente.- *García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)*

El dictamen del CES sobre el PDINCA, aprobado en abril de 1996, valora positivamente dicho Plan en la medida en que, si bien no supone un esfuerzo inversor significativamente mayor que el que se venía aplicando de manera inconexa, sí supone un serio esfuerzo de orientación estratégica en la dirección adecuada. Así, el Consejo Económico y Social de Canarias considera que la coordinación de las diversas instancias implicadas en el PDINCA, así como de aquellas responsables de políticas colaterales para el desarrollo industrial, se revela tan importante para la eficaz implantación del Plan como el puntual y riguroso seguimiento del cumplimiento de sus objetivos. Entre las valoraciones más específicas que hacía el Consejo Económico y Social en su dictamen se hacía referencia a la necesidad de coordinar el desarrollo industrial con el desarrollo de la reforma del sistema educativo, especialmente la formación profesional, que permita dar respuestas convenientes a las demandas de formación en áreas emergentes (medio ambiente, biotecnologías, salud, etc..). Además, el Consejo Económico y Social reitera la absoluta conveniencia del establecimiento de un POSEICAN industrial y la constitución de mecanismos de seguimiento y evaluación de la puesta en práctica del Plan.

2.7.- *Construcción*

La evolución del sector de la construcción durante el año 1996 ha sido relativamente positiva, si bien los resultados son algo peores que en el ejercicio anterior. Los datos disponibles sobre viviendas iniciadas, que abarcan los tres primeros trimestres del año, muestran el mantenimiento de la actividad en los niveles de 1995, muy por encima de las bajas cifras registradas entre el año 1991 y 1994. La construcción turística mantiene durante 1996 unos registros moderados, si bien se puede considerar ya superado el estancamiento observado a principios de los años noventa. Por su parte, las obras públicas han tenido una incidencia negativa en las tasas de crecimiento económico del sector por el retraso sufrido en la puesta en marcha del Convenio de Carreteras. En general, la evolución del sector puede apreciarse a través de las cifras de consumo de cemento, que mantienen la senda de crecimiento iniciada a partir de año 1994, si bien se aprecia una leve desaceleración del crecimiento del consumo para el año 1996.

Gráfico 2.4.- ***Consumo de cemento en Canarias***



2.8.- Servicios

2.8.1.- Turismo

El crecimiento registrado por el sector servicios en Canarias durante el año 1996 alcanzó el 2,78% según los datos aportados por el FIES, cifra inferior al crecimiento medio de la economía durante dicho año y al crecimiento de dicho sector en el bienio 1994-95.

Cuadro 2.20.- ***Turistas extranjeros llegados a Canarias, por Islas. 1995-1996***

	1995	1996	% CRECIMIENTO 1995-96
LANZAROTE	1.348.700	1.381.195	2,4
FUERTEVENTURA	912.087	911.201	- 0,1
GRAN CANARIA	2.592.007	2.602.220	0,4
TENERIFE	3.012.568	2.993.084	- 0,6
LA PALMA	106.566	119.418	12,1
CANARIAS	7.971.928	8.007.118	0,4

Fuente.- García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)

Esta evolución está relacionada con el estancamiento observado en las llegadas de turistas. La entrada de turistas extranjeros permanece prácticamente estancada durante el año en casi todas las islas, salvo La Palma, donde se aprecia un aumento del 12,1%. Por su parte, en las islas de La Gomera y El Hierro, en las que no se dispone de información sobre llegadas de turistas extranjeros, los datos de viajeros alojados en establecimientos hoteleros reflejan crecimientos del 9,7% en La Gomera y del 12,4% en el Hierro.

La estancia media de los turistas durante el año 1996 se reduce ligeramente, lo que da lugar a que las cifras de ocupación fueran algo inferiores a las registradas durante el año anterior. Estos menores índices de ocupación fueron especialmente importantes en la temporada de verano, si bien fueron en parte compensados por el comportamiento favorable registrado en los meses de enero y febrero, por un lado, y en octubre, noviembre y diciembre, por otro.

Cuadro 2.21.- ***Evolución de las llegadas de turistas extranjeros por nacionalidades. Canarias. 1995-1996***

	1995	1996	Variación 1995/1996
Alemania	**2.752.696**	**2.782.539**	**1,1**
Reino Unido	**2.725.553**	**2.562.357**	**-6,0**
Suecia	**291.858**	**359.663**	**23,2**
Holanda	**329.770**	**333.613**	**1,2**
Francia	**253.836**	**242.180**	**-4,6**
Noruega	**189.414**	**220.540**	**16,4**
Finlandia	**158.964**	**210.742**	**32,6**
Bélgica	**196.743**	**198.803**	**1,0**
Dinamarca	**152.138**	**187.581**	**23,3**
Suiza	**200.543**	**187.134**	**-6,7**
Italia	**218.045**	**177.567**	**-18,6**
Austria	**162.626**	**176.478**	**8,5**
Irlanda	**103.783**	**118.679**	**14,4**
Países del Este	**28.424**	**46.168**	**62,4**
Rusia	**31.655**	**38.875**	**22,8**
EE.UU.	**6.519**	**2.140**	**-67,2**
Otros	**169.361**	**162.059**	**-4,3**
T O T A L	**7.971.928**	**8.007.118**	**0,4**

Fuente.- García y Hernández (1994) y Luján, García y Hernández (1995)

El estancamiento de las entradas de turistas registrado en el año 1995 está relacionado con la disminución en 160.000 de las llegadas de turistas británicos, lo que significa un descenso del 6,0%, siendo esta disminución notable en la temporada de verano. No obstante, el espectacular crecimiento en las entradas de turistas de origen nórdido compensó aproximadamente aquella disminución, manteniendo las cifras globales prácticamente inalteradas. Asimismo, durante el año 1996 se produce un notable crecimiento de las entradas de turistas de los países del Este de Europa y Rusia, siendo las tasas de crecimiento del 62,4% para los primeros y del 22,8% para los segundos.

2.8.2.- Comercio

Uno de los subsectores económicos que mayor debate ha suscitado en los medios de comunicación en Canarias a lo largo del año 1996 ha sido el comercial. Así, puede constatarse el cierre de pequeños comercios en beneficio de hipermercados y grandes cadenas de supermercados, si bien las cifras que se barajan por los implicados puede a veces sobredimensionar la situación.

En este sentido, el Plan Integral de Comercio de Canarias 1996-1999, elaborado por la Consejería de Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, tiene como objetivo mejorar los factores de competitividad de las empresas comerciales, con el fin de mantener las actividades y el empleo. Además, pretende desarrollar las pautas de ordenación de la actividad comercial propiciando una mayor estabilidad del sector y aunar intereses entre grandes, medianos y pequeños comeciantes con los de los consumidores y usuarios. Además, el Plan se plantea el objetivo de propiciar la recuperación de la diferencia fiscal entre Canarias y la Península.

Los objetivos marcados en el Plan Integral de Comercio se estructuran en seis programas con una duración de cuatro años.

Cuadro 2.22.- ***Plan integral del Comercio de Canarias. 1996-1999***

PROGRAMAS	1996	1997	1998	1999	TOTAL
Formación	100	248	243	239	830
Ordenación territorial	400	425	415	410	1.650
Promoción y difusión de la innovación	100	110	100	95	405
Cooperación empresarial	205	200	190	184	779
Orientación e información	101	101	94	90	386
Ordenación y fomento	850	870	865	865	3.450
Total	1.756	1.954	1.907	1.883	7.500

Fuente.- *Garcia y Hernández (1994) y Luján, Garcia y Hernández (1995)*

El dictamen elaborado por el Consejo Económico y Social de Canarias sobre el Plan Integral de Comercio coincide con el planteamiento del Gobierno de Canarias en el sentido de que su objetivo no es el incremento de la actividad comercial, sino propiciar la adaptación del subsector a los nuevos retos, atribuyendo al sector público un papel corrector de las distorsiones y de promoción y fomento de la actividad en sus aspectos de competitividad, calidad e innovación. Estos objetivos se deben articular con la necesidad de propiciar el sostenimiento y la mejora en el empleo, tanto en términos de calidad como de volumen, y de favorecer la coexistencia y el equilibrio entre las distintas modalidades de la actividad.

En este sentido, el Consejo Económico y Social considera este Plan como un instrumento idóneo para dar respuesta a la urgente necesidad de reconversión y modernización que demanda el sector. Además, de los programas que incluye el Plan, se considera que los relativos a la formación y a la orientación e información deben tener un carácter prioritario, debido a las deficiencias existentes tanto en la cualificación de empresarios y trabajadores, como en el acceso a información y asesoramiento de las PYMEs comerciales.

3.-MERCADO DE TRABAJO

3.- MERCADO DE TRABAJO

A corto y medio plazo el determinante principal del nivel de empleo, es el nivel de producción real de bienes y servicios. Normalmente la relación entre producción y empleo es positiva, aunque a largo plazo, y con incorporación de progresos técnicos en una parte significativa de los procesos productivos puede contemplarse la posibilidad de que una mayor cantidad de producto pueda obtenerse con una menor cantidad de trabajadores.

La población económicamente activa es el conjunto de personas que, en un periodo de referencia dado, suministran mano de obra para la producción de bienes y servicios económicos que están disponibles y hacen gestiones para incorporarse a dicha producción y consecuentemente a la actividad laboral. Según que el periodo de referencia sea largo (de doce meses, por ejemplo) o corto (de una semana como máximo) quedaría reflejada una situación habitual o coyuntural, respectivamente. En la Encuesta de Población Activa (E.P.A.), del Instituto Nacional de Estadística, dado su carácter periódico ha optado por lo segundo.

En esta Encuesta, por tanto, la población económicamente activa comprende todas las personas de 16 o más años **que durante la semana de referencia** (la anterior o aquélla en que se realiza la entrevista) **satisfacen las condiciones necesarias para su inclusión entre las personas ocupadas o paradas.**

3.1. Encuesta de Población Activa

La Encuesta de Población Activa (E.P.A.) la elabora trimestralmente el Instituto Nacional de Estadística, y los resultados de la misma se refieren a la población que habita en viviendas familiares, abarcando a todo el territorio nacional. La población a la que se dirige son de 16 y más años, clasificándose, según su relación con la actividad económica, de la siguiente forma:

- Población de 16 y más años
  - Población activa
    - Ocupados
    - Parados
  - Población inactiva
  - Población contada aparte

Cuadro 3.1.- ***Población de 16 y más años según relación de la actividad económica.***

Miles de personas

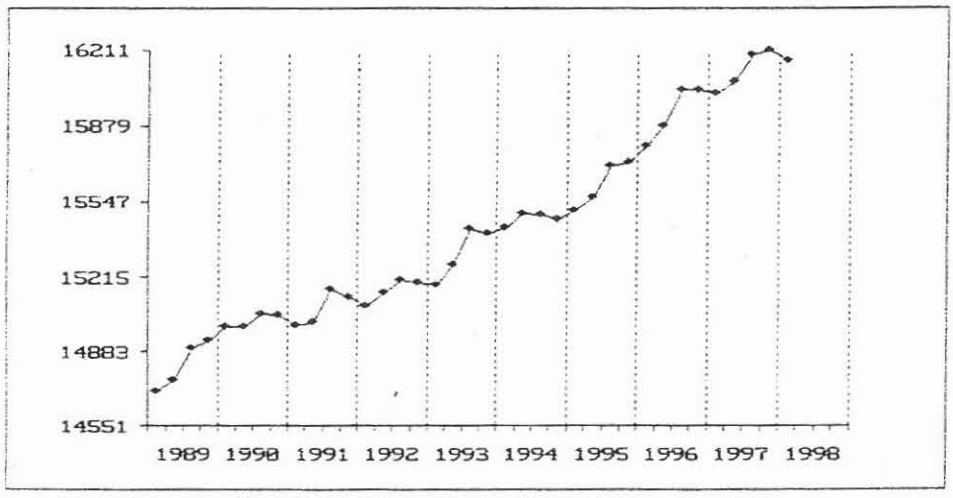
Año 1997	Total Población	POBLACIÓN ACTIVA			Población inactiva	Población contada aparte
		Total	Ocupados	Parados		
1er trim.	32.270,0	16.018,8	12.576,4	3.442,4	16.096,6	154,6
2º trim.	32.320,0	16.071,4	12.706,4	3.364,9	16.096,0	152,6
3º trim.	32.370,2	16.186,6	12.860,8	3.325,8	16.030,6	153,0
4º trim.	32.420,2	16.207,3	12.914,6	3.292,7	16.067,9	145,0
Año 1998						
1er trim.	32.467,6	16.164,1	12.991,6	3.172,5	16.172,6	131,0

Fuente: *Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica Mº de Trabajo.*

El total de población de 16 y más años a nivel nacional, se cifraba en el primer trimestre de 1998, en 32.467.600 personas, de las que el 49,8% se podría considerar como **población activa**, correspondiendo exactamente el mismo porcentaje (49,8%) a la **población inactiva**.

Del total nacional de Activos (16.164.100 personas) el 80,4% corresponde a Ocupados estimándose en 3.172.500 personas el número de Parados, lo que vine a significar el 19,6%, lo que representa que ha descendido el número de parados, desde el 1er trimestre de 1997 en casi dos puntos, ya que ha pasado del 21,5% al 19,6% del primer trimestre de 1998.

Gráfico 3.1.- ***Evolución de la Población Activa 1989-1998.***



Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

Cuadro 3.2.- ***Tasas de actividad según sexo y edad.***

En porcentaje de la población de 16 años y más años.

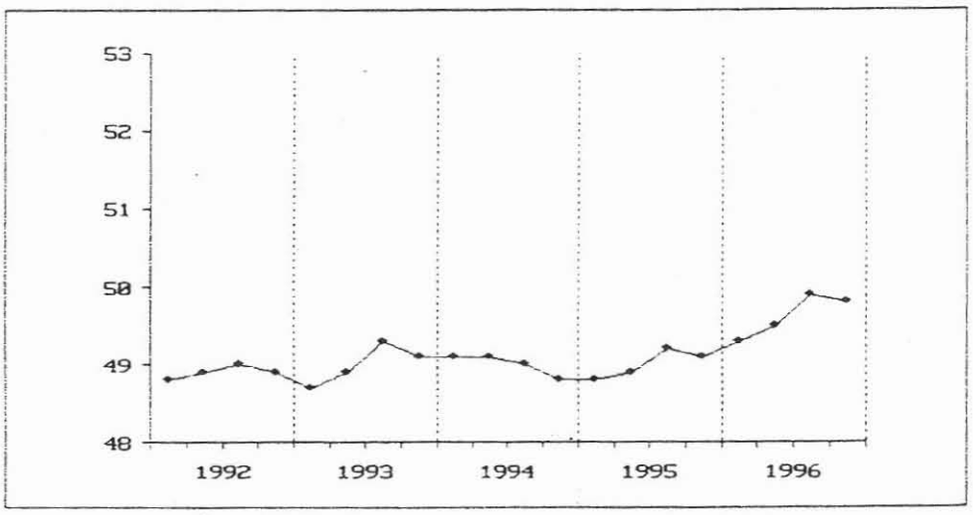
Año 1996	TOTAL					VARONES					MUJERES				
	Total	16-19 años	20-24 años	25-54 años	55 y más años	Total	16-19 años	20-24 años	25-54 años	55 y más años	Total	16-19 años	20-24 años	25-54 años	55 y más años
1er trim	49,3	23,7	60,4	74,3	16,0	63,0	25,8	63,7	92,5	25,6	36,6	21,4	57,0	56,3	8,4
2º trim.	49,5	23,5	59,1	74,5	16,2	63,0	25,9	62,5	92,6	25,7	36,9	20,9	55,6	56,8	8,5
3º trim.	49,9	25,5	60,7	74,6	16,0	63,4	27,7	63,9	92,6	25,5	37,2	23,1	57,3	56,9	8,4
4º trim.	49,8	24,6	59,6	74,9	16,0	63,2	27,2	62,5	92,6	25,6	37,2	21,8	56,4	57,4	8,3
Año 1997															
1er trim	49,6	23,6	59,1	74,9	15,8	62,9	26,1	62,1	92,5	25,0	37,1	20,9	55,9	57,6	8,3

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaria General Técnica. Mº de Trabajo.***

Según sexo la tasa de actividad más alta a nivel nacional en Enero de 1997 a los varones con el 62,9% siendo la tasa de actividad de las mujeres el 37,1% restante.

En lo que respecta a los grupos de edad, la tasa de edad más significativa, se concentra en el grupo de 25 a 54 años, con el 74,9% del total, produciéndose en este mismo segmento la tasa más alta, tanto en varones como en las mujeres.

Gráfico 3.2.- ***Evolución de la tasa de actividad. Total 16 y más años. Valores en porcentaje.***



Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

Cuadro 3.3.- ***Evolución de la Tasa de Actividad de la Comunidad Autónoma de Canarias 1996-1997.***

Año 1996				Año 1997
1er Trimestre	2º Trimestre	3er Trimestre	4º Trimestre	1er Trimestre
50,7	50,3	50,5	51,7	51,8

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

La tasa de actividad de la Comunidad de Canarias se estimó en el primer trimestre de 1997 en el 51,8%, siendo su evolución ciertamente positiva, ya que se ha pasado del 50,7% en el primer trimestre de 1996 al porcentaje anteriormente indicado, y si lo comparáramos con la media anual de 1987 que se estimaba en el 46,2% supone un incremento de más de tres puntos.

Los activos de la Comunidad Canaria en el primer trimestre de 1997, se cifraban en 650.700 personas, habiéndose producido una evolución favorable, tal y como se desprende de los datos que a continuación se reflejan.

Cuadro 3.4.- ***Evolución del número de personas Activas en la Comunidad de Canarias 1996-1997.***

Valores Absolutos

Año 1996				Año 1997
1er Trimestre	2° Trimestre	3er Trimestre	4° Trimestre	1er Trimestre
626.900	624.100	629.200	647.200	650.700

Fuente: *Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo. Julio 1997.*

En el período de un año se han incrementado los Activos de Canarias en 23.800 personas, pero lo más interesante es que se refleja una tendencia a que esta evolución siga siendo favorable en los próximos trimestres

Cuadro 3.5.- ***Población Activa de los Municipios de la C.C.A.A. de Canarias, de más de 2.000 habitantes, por Sectores de Actividad. GRAN CANARIA.***

MUNICIPIO	TOTAL	SECTOR DE ACTIVIDAD						
		Agricultura	I. Extractiv.	I. Manufactureras	Producción Energía Eléctrica	Construcción	Comercio	Otros Servicios
Agaete	4.183	263	5	95	31	300	331	585
Agüimes	11.785	1.084	18	353	44	1.066	2.538	1.342
Antigua	1.679	69	3	59	14	176	260	214
Arrecife	24.677	602	12	938	240	2.175	5.010	4.393
Arucas	20.979	585	39	1.036	146	1.539	2.162	3.063
Gáldar	15.790	2.020	57	545	68	1.508	1.007	1.972
Firgas	4.476	125	4	229	252	291	388	528
Haría	2.342	92	2	66	14	140	271	440
Ingenio	15.963	1.403	26	652	121	1.195	3.335	1.995
La Oliva	3.834	190	4	79	25	364	1.262	428
Las Palmas G.C.	272.229	3.433	364	12.750	1.697	11.649	34.605	58.688
Mogán	6.481	439	3	213	22	273	2.271	761
Moya	6.276	236	36	192	58	645	470	673
Pájara	3.719	194	1	24	18	250	1.849	444

Sigue

Cuadro 3.5.- ***Población Activa de los Municipios de la C.C.A.A. de Canarias, de más de 2.000 habitantes, por Sectores de Actividad. GRAN CANARIA***

Continuación

MUNICIPIO	TOTAL	SECTOR DE ACTIVIDAD						
		Agricultura	I. Extractiv.	I. Manofactureras	Producción Energía Eléctrica	Construcción	Comercio	Otros Servicios
Puerto del Rosario	11.687	456	21	486	133	898	1.758	3.079
S.Bart. de Tirajana	17.627	1.017	27	655	91	561	5.454	2.470
S.Nic. de Tolentino	5.963	1.546	4	91	31	576	460	465
San Bartolomé	4.534	132	2	186	29	525	956	756
Santa Brígida	9.326	223	16	346	56	654	1.050	1.806
Santa Lucía	23.888	2.658	36	781	84	2.052	6.200	2.453
Santa Mª Guía G.C.	9.582	782	6	220	104	787	818	1.307
Teguise	6.105	383	2	219	33	499	1.076	1.116
Tejeda	1.927	86	3	110	11	165	113	292
Telde	55.501	3.287	79	3.069	337	4.969	6.910	8.447
Teror	8.142	179	0	597	44	476	807	1.097
Tías	5.591	100	4	110	10	353	1.946	908
Tinajo	2.649	74	8	97	5	356	534	322

Sigue

Cuadro 3.5.- ***Población Activa de los Municipios de la C.C.A.A. de Canarias, de más de 2.000 habitantes, por Sectores de Actividad. GRAN CANARIA***

Continuación

MUNICIPIO	TOTAL	SECTOR DE ACTIVIDAD						
		Agricultura	I. Extractiv.	I. Manufactureras	Producción Energía Eléctrica	Construcción	Comercio	Otros Servicios
Tuineje	5.004	431	0	220	53	683	1.215	523
Valsequillo de GC	4.815	393	13	190	40	433	484	619
Valleseco	3.630	176	16	163	42	284	290	354
Vega de S. Mateo	4.756	279	13	240	58	453	309	498
Yaiza	1.992	88	5	36	9	232	522	311

Fuente: *España en Cd.rom. El Mundo. 1998*

Cuadro 3.6.- ***Población Activa de los Municipios de la C.C.A.A. de Canarias de más de 2.000 habitantes, por Sectores de Actividad. TENERIFE.***

MUNICIPIO	TOTAL	SECTOR DE ACTIVIDAD						
		Agricultura	I. Extractiv.	I. Manufactureras	Producción Energía Eléctrica	Construcción	Comercio	Otros Servicios
Adeje	7.194	499	6	106	12	370	2.558	1.056
Arafo	3.338	129	23	221	37	229	302	515
Arico	3.606	626	9	141	40	247	394	293
Arona	16.416	667	12	411	87	1.275	5.547	2.059
Barlovento	2.133	290	0	17	1	162	103	139
Breña Alta	4.213	188	1	134	27	426	391	654
Buenavista del N.	4.345	504	2	73	0	324	530	283
Candelaria	8.176	256	17	471	67	615	1.021	1.465
El Paso	5.452	346	5	266	16	388	383	594
El Rosario	5.982	169	7	499	35	424	628	1.333
Fasnia	1.857	199	2	29	29	157	157	185
Frontera	2.863	309	0	41	9	304	188	240
Garachico	4.773	352	3	80	14	392	570	551
Garafía	1.651	295	3	7	4	104	68	142

Sigue

Cuadro 3.6.- ***Población Activa de los Municipios de la C.C.A.A. de Canarias de más de 2.000 habitantes, por Sectores de Actividad. TENERIFE.***

Continuación

MUNICIPIO	TOTAL	SECTOR DE ACTIVIDAD						
		Agricultura	I. Extractiv.	I. Manufactureras	Producción Energía Eléctrica	Construcción	Comercio	Otros Servicios
Granadilla de Ab.	12.217	1.191	8	319	76	1.289	2.782	1.661
Guancha (La)	3.945	168	5	85	52	436	607	409
Guía de Isora	8.762	1.447	8	94	87	718	1.947	738
Güimar	11.140	811	61	538	68	1.145	1.104	1.399
Hermigua	1.748	163	2	48	2	131	83	117
Icod de los Vinos	16.096	751	38	712	65	1.771	1.990	1.509
La Laguna	83.136	1.959	151	6.209	493	6.009	9.405	15.716
La Matanza de A.	4.390	133	5	195	17	611	375	385
La Orotava	26.339	839	27	836	106	2.697	4.455	3.259
La Victoria de A.	5.613	218	18	101	33	1.058	564	410
Los Llanos de A.	12.485	1.169	13	383	67	849	1.014	1.416
Los Realejos	22.155	704	16	643	102	2.142	4.043	2.388
Los Silos	4.207	482	2	72	19	322	516	256

Sigue

Cuadro 3.6.- ***Población Activa de los Municipios de la C.C.A.A. de Canarias de más de 2.000 habitantes, por Sectores de Actividad. TENERIFE.***

Continuación

MUNICIPIO	TOTAL	SECTOR DE ACTIVIDAD						
		Agricultura	I. Extractiv.	I. Manufactureras	Producción Energía Eléctrica	Construcción	Comercio	Otros Servicios
Puntallana	1.874	266	3	41	17	81	132	220
S.Andrés y Sauces	4.311	508	1	79	23	286	250	438
S.Juan de la Ramb.	3.446	281	7	144	12	421	353	296
San Miguel	3.670	228	2	97	9	346	952	479
S.Sebast.de la Gom	4.267	139	4	97	37	422	572	839
S.Cruz de la Palma	13.124	237	7	373	101	810	1.414	2.857
S.Cruz de Tenerife	155.192	1.387	307	9.793	910	6.744	18.511	35.397
Santa Úrsula	6.390	186	12	180	14	730	976	768
Santiago del Teide	4.615	651	17	131	14	316	943	665
Sauzal	4.646	184	6	151	25	560	413	507
Tacoronte	12.782	573	13	609	83	1.494	1.087	1.520
Tegueste	5.942	283	7	337	50	619	602	1.125
Tanque	2.405	153	17	40	24	263	444	146

Sigue

Cuadro 3.6.- ***Población Activa de los Municipios de la C.C.A.A. de Canarias de más de 2.000 habitantes, por Sectores de Actividad. TENERIFE.***

Continuación

MUNICIPIO	TOTAL	SECTOR DE ACTIVIDAD						
		Agricultura	I. Extractiv.	I. Manufactureras	Producción Energía Eléctrica	Construcción	Comercio	Otros Servicios
Puntallana	1.874	266	3	41	17	81	132	220
Valverde	2.869	90	2	54	30	304	254	524
Valle Gran Rey	2.569	196	0	39	2	223	410	291
Vallehermoso	2.327	236	2	38	4	209	144	166
Villa de Mazo	4.074	448	3	76	19	272	307	502

Fuente: *España en Cd.rom. El Mundo. 1998.*

Cuadro 3.7.- ***Evolución del número de Ocupados. Canarias 1997-1998.***

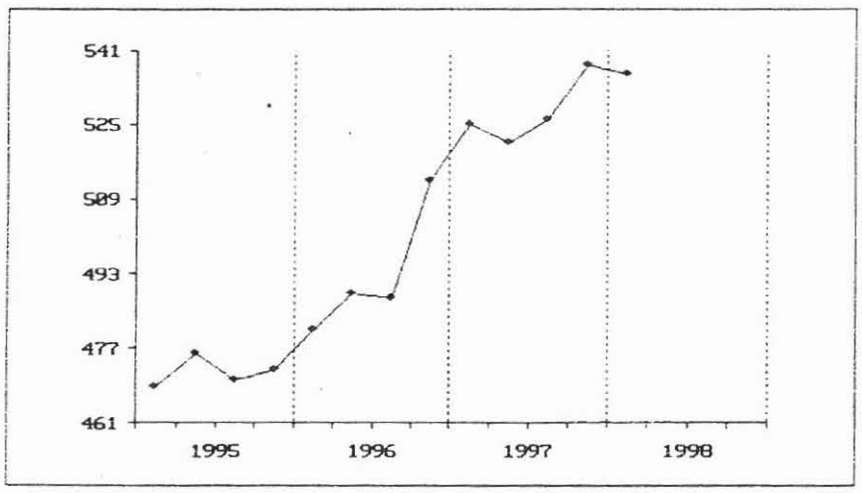
Año 1997				Año 1998
1er Trimestre	2º Trimestre	3er Trimestre	4º Trimestre	1er Trimestre
524.9	520.9	525.9	537.7	535.8

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

Según la Encuesta de Población Activa, los Ocupados en la Comunidad de Canarias en el 1er Trimestre de 1998, se cifraban en 535.800 personas, y analizando la evolución producida nos encontramos con un incremento bastante interesante, cifrado en 10.900 personas, lo que equivale a un 2,1% de aumento en el período de un año.

Pero si nos retrotraemos al primer trimestre de 1996, podemos añadir que ese incremento es aún más significativo, ya que se contabilizaron entonces 468.700 personas activas, lo que viene a representar el 14,3% de aumento en el período de dos años.

Gráfico 3.3.- ***Evolución del número de Ocupados. 1995-1998.***



Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

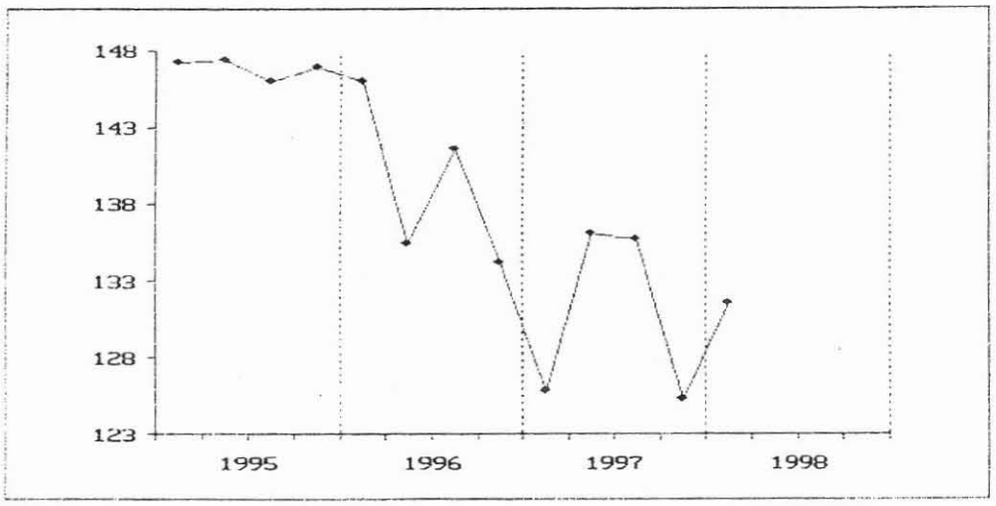
Cuadro 3.8.- ***Evolución del número de Parados. Canarias 1997-1998***

Año 1997				Año 1998
1er Trimestre	2º Trimestre	3er Trimestre	4º Trimestre	1er Trimestre
125.8	136.1	135.7	125.3	131.6

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

El número de parados en el primer trimestre de 1998, según la Encuesta de Población Activa ascendía en la Comunidad Autónoma de Canarias a 131.600 personas, lo que suponía el 4,1% del total nacional, superior en 1,5 puestos a la comunidad de Asturias, que no obstante tiene una población activa bastante inferior a la canaria.

Gráfico 3.4.- ***Evolución del número de Parados. 1995-1998.***



Fuente: *Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.*

Cuadro 3.9.- ***Evolución de las Tasas de Paro. Canarias 1995-1998.***

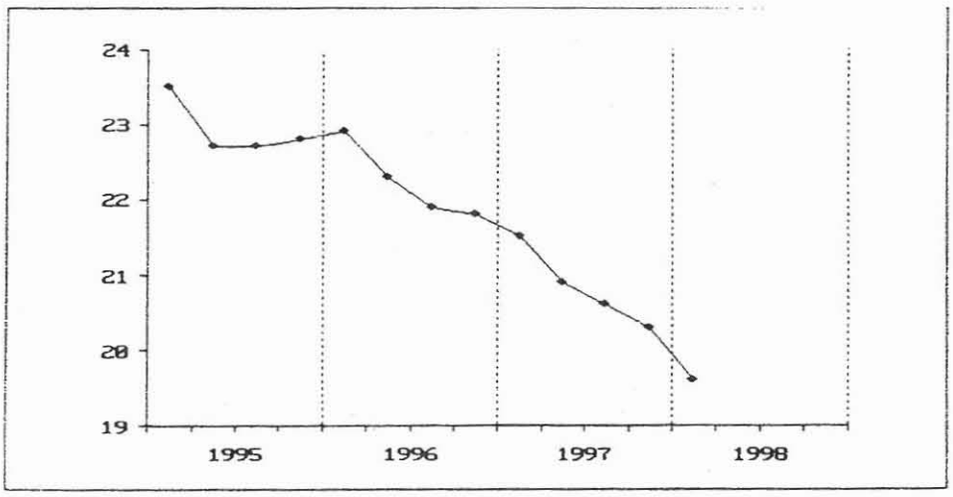
%

Año	1er Trimestre	4º Trimestre
1995	23.9	23.7
1996	23.3	20.7
1997	19.3	18.9
1998	19.7	--

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

La tasa de paro en la Comunidad de Canarias se estimaba en el primer trimestre de 1998 en el 19,7%, lo que venía a significar que esta Comunidad Autónoma, tiene una tasa de paro igual a la tasa de paro nacional que se situaba en el mismo período considerado en el 19,6%.

Gráfico 3.5.- ***Evolución de las Tasas de Paro. Total Nacional. 1995-1998.***



Fuente: *Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.*

3.2. Movimiento Laboral Registrado

La fuente de información del Movimiento laboral es el Instituto Nacional de Empleo (I.N.E.M.), que obtiene los datos estadísticos mediante la explotación de los datos estadísticos de una base de datos centralizada cuya información primaria procede de la gestión realizada por las Oficinas de Empleo del INEM, en lo que respecta a las ofertas y demandas de empleo presentadas así como a las colocaciones y contratos registrados.

Las "demandas" de empleo son las solicitudes de puestos de trabajo formuladas durante el mes de referencia en las oficinas de empleo por personas que queriendo y pudiendo trabajar desean hacerlo por cuenta ajena.

Las "ofertas" de empleo son los puestos de trabajo ofrecidos por empresas y organismos públicos o privados.

3.2.1. Paro Registrado

El paro registrado se corresponde con las demandas de empleo pendientes de satisfacer el último día del mes en las Oficinas de Empleo.

Cuadro 3.10.- ***Paro Registrado según sexo. Miles (último día de cada mes).***

Año 1998	Total	Varones	Mujeres
Enero	2.091,3	947,0	1.144,3
Febrero	2.067,8	923,4	1.144,4
Marzo	2.039,1	898,4	1.140,7
Abril	1.968,0	863,1	1.104,9
Mayo	1.902,2	827,3	1.074,9

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

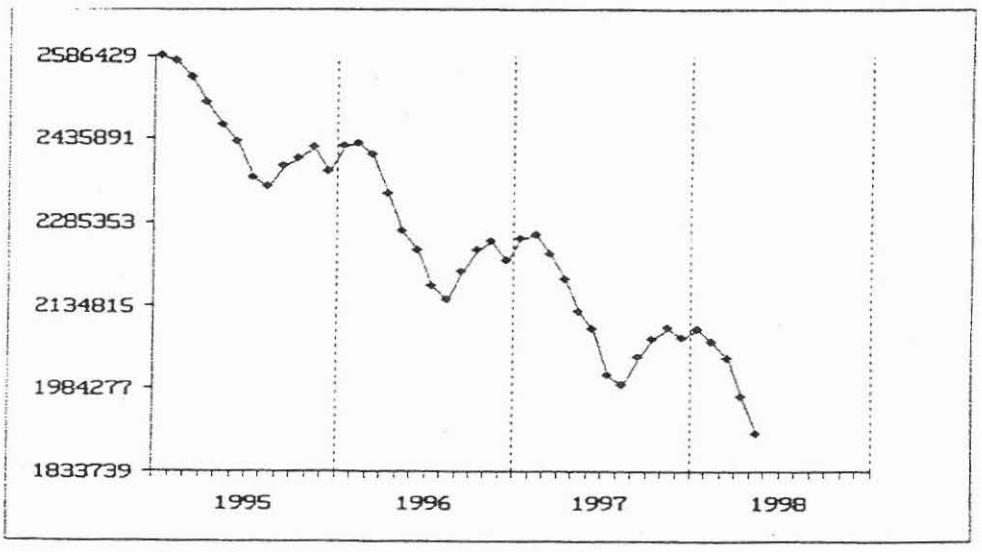
El paro registrado a nivel nacional en Mayo de 1998 se cifraba en 1.902.200 personas de las que el 43,5%, correspondía a varones, siendo el 56,5% restante mujeres en paro.

La evolución que ha sufrido en el año 1998 (Enero-Mayo) el paro registrado es el de una disminución de 189.100 personas, lo que significa un descenso del 9,0%.

Esta disminución en el paro registrado se hace más ostensible si lo comparamos con el mes de Enero de 1997 en el que se contabilizaron 2.256.500 personas en paro, por lo que el descenso vendría a significar el 16,9% de parados menos en un período de 17 meses.

Gráfico 3.6.- ***Evolución del Paro Registrado. Total nacional. 1995-1998.***

Unidades



Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

Cuadro 3.11.- ***Paro Registrado según Sector de Actividad. Miles (Último día de cada mes).***

1998	Total	Agrario	NO AGRARIO				Sin Empleo Anterior
			Total	Industria	Construc	Servicios	
Enero	2.091,3	55,8	1.656,7	367,4	243,7	1.045,7	378,8
Febrero	2.067,8	58,8	1.628,8	360,1	233,3	1.035,4	380,3
Marzo	2.039,1	61,4	1.598,5	353,9	222,7	1.021,9	379,2
Abril	1.968,0	58,8	1.543,2	345,9	214,6	982,7	366,0
Mayo	1.902,2	57,1	1.490,4	336,3	203,9	950,3	354,7

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

Por sectores de actividad el paro más elevado a nivel nacional, se registra en el sector Servicios con 950.300 personas, lo que viene a significar el 50,0% del total. El sector Industria en Mayo de 1998, contabilizó 336.300 personas paradas lo que representaba el 17,7% del total del paro registrado a nivel nacional.

Cuadro 3.12.- ***Evolución del Paro Registrado. Gran Canaria. 1995-1998.***

Valores Absolutos

Año	Enero	Mayo	Septiembre	Diciembre
1995	63.768	62.541	62.534	62.701
1996	60.933	61.974	61.728	57.392
1997	58.218	58.687	56.805	51.915
1998	53.026	53.412	–	–

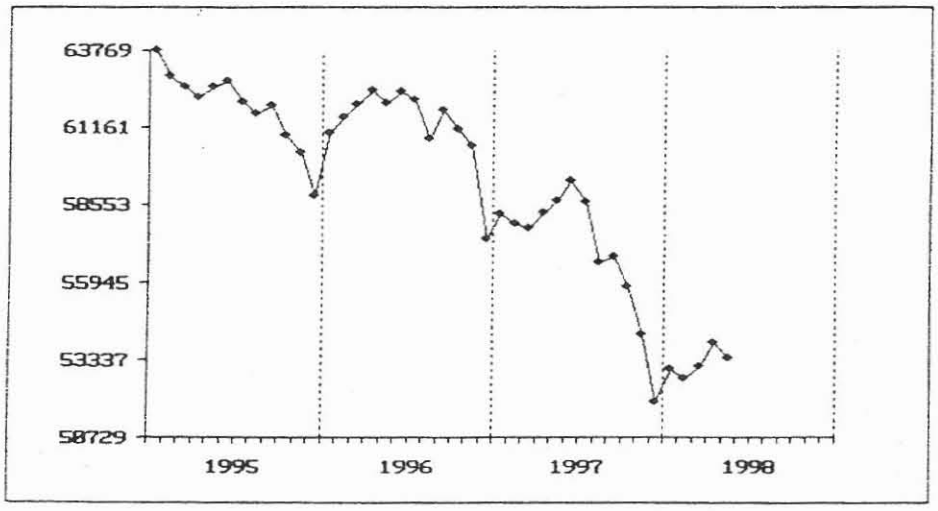
Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

El paro registrado en la provincia de Gran Canaria se cifraba en el mes de Mayo de 1998 en 53.412 personas, habiéndose producido una disminución de más de 10.000 personas desde Enero de 1995, lo que representa un 16,2% de parados menos.

El paro de Gran Canaria representa en el mes de Mayo, el 2,7% del total del paro registrado a nivel nacional.

Es de significar la tendencia a la disminución del paro registrado en estos últimos años, situándose en niveles inferiores al año 1990.

Gráfico 3.7.- ***Evolución del Paro Registrado. Gran Canaria. 1995-1998.***



Fuente: *Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.*

Cuadro 3.13.- ***Evolución del Paro Registrado. Tenerife. 1995-1998.***

Valores Absolutos

Año	Enero	Mayo	Septiembre	Diciembre
1995	61.401	59.129	57.642	57.835
1996	57.801	57.174	57.441	55.107
1997	56.116	56.991	55.485	52.336
1998	54.014	55.038	--	--

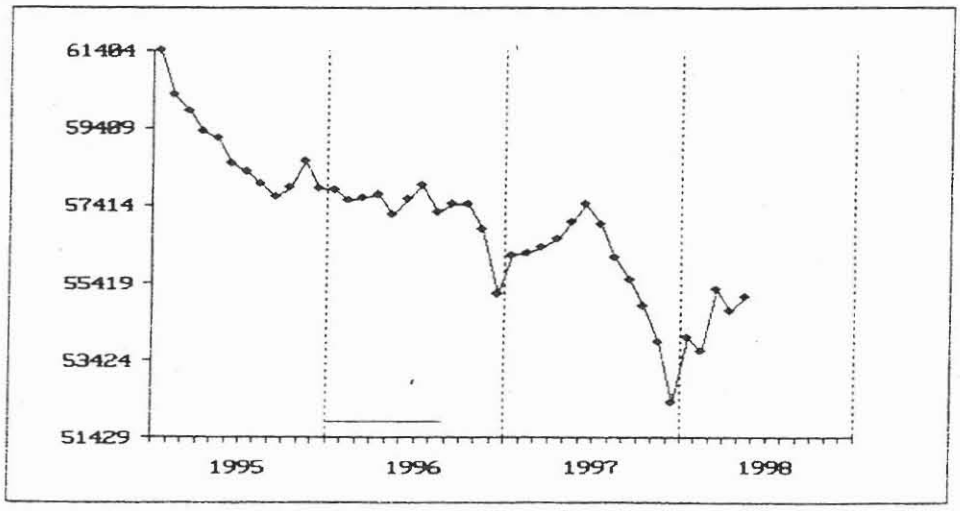
Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

El Paro Registrado en la provincia de Tenerife, se cifraba en el mes de Mayo de 1998 en 55.038 personas, similar a Gran Canaria, pero por encima de la provincia reseñada. Es de destacar que se ha producido una disminución de más de 6.000 personas desde Enero de 1995, lo que representa un 9,8% de parados menos.

El Paro de Tenerife representa en el mes de Mayo, el 2,8% del total del paro registrado a nivel nacional.

Debemos significar la tendencia a la disminución del Paro Registrado en estos últimos años, situándose en el mes de Diciembre de 1997, en niveles inferiores al año 1991.

Gráfico 3.8.- ***Evolución del Paro Registrado. Tenerife. 1995-1998.***



Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

3.2.2.- Colocaciones.

Las colocaciones registradas en las Oficinas de Empleo del INEM, corresponde al total de las colocaciones efectuadas, ya sean colocaciones comunicadas, o comunicaciones gestionadas por las propias Oficinas de Empleo.

Cuadro 3.14.- ***Evolución de las colocaciones realizadas. Total nacional. 1995-1998.***

En miles

Año	Enero	Mayo	Septiembre	Diciembre
1995	634,2	664,9	650,9	547,7
1996	711,9	739,0	762,4	646,8
1997	852,7	750,3	878,5	774,4
1998	961,3	895,6	--	--

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

Observando los datos del cuadro anterior podemos llegar a la conclusión de que del año 1995 (mes de Mayo) al mismo mes del año 1998, se ha producido un incremento muy significativo de Colocaciones, ya que se han superado las 230.000 en valores absolutos, representando esta variación un aumento del 34,7%.

Cuadro 3.15.- ***Evolución de las colocaciones. Gran Canaria. 1995-1998***

Valores Absolutos

Año	Enero	Mayo	Septiembre	Diciembre
1995	15.070	16.697	17.398	16.647
1996	16.645	17.770	19.793	17.707
1997	20.354	19.048	25.325	21.332
1998	20.326	20.614	--	--

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

Comparando los datos del mes de Mayo se observa que el incremento producido en el número de colocaciones producidas en la provincia de Gran Canaria, ha sido de más de 3.900 personas, representando un porcentaje del 23,5% de aumento en las colocaciones en el periodo de tres años.

Cuadro 3.16.- ***Evolución de las colocaciones. Tenerife. 1995-1998.***

Valores Absolutos

Año	Enero	Mayo	Septiembre	Diciembre
1995	12.207	11.341	12.863	10.795
1996	14.246	12.316	13.619	12.606
1997	15.625	12.706	16.887	14.552
1998	15.086	14.742	--	--

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

Comparando los datos del mes de Mayo, se observa que el incremento producido en el número de colocaciones producidas en la provincia de Tenerife, ha sido de 3.401 personas, representando un porcentaje del 30,0% de aumento en las colocaciones en el período de tres años.

3.3. Afiliación de los Trabajadores a la Seguridad Social.

En función del número de afiliados a la Seguridad Social, así se dispondrá de mayores o de menores ingresos y a la vista de lo cual se hace necesario el establecer políticas que promuevan la mayor afiliación posible a la Seguridad Social.

Con esta medida se consigue por una parte, el incrementar los ingresos y por otra, disminuir el número de parados, ya que se incorporan más personas al mercado de trabajo y con ello se disminuyen las necesidades económicas para el abono de las prestaciones por desempleo.

Cuadro 3.17.- ***Evolución de los trabajadores afiliados a la Seguridad Social. Total regímenes. 1995-1998.***

Miles de personas

Año	Enero	Mayo	Septiembre	Diciembre
1995	12.060,7	12.351,3	12.389,8	12.293,6
1996	12.232,5	12.504,9	12.597,2	12.534,7
1997	12.501,9	12.922,2	13.086,9	13.029,4
1998	13.059,4	13.570,7	--	--

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

La evolución de afiliados a la Seguridad Social en todo el ámbito nacional, es francamente positiva ya que se ha producido, en el periodo considerado, un incremento de más de un millón y medio de afiliaciones, lo que viene a representar un aumento del 12,5%.

El porcentaje de trabajadores en alta laboral que corresponde al Régimen General de la Seguridad Social, es el 71,8%, referido este dato al mes de Mayo de 1998, correspondiendo el 17,9% a los trabajadores inscritos en el Régimen Especial de Autónomos.

3.4. Apertura de Centros de Trabajo

La comunicación de apertura o reanudación de actividad se presentan en las Direcciones Provinciales de Trabajo, Seguridad Social y Asuntos Sociales, de las comunidades autónomas sin funciones transferidas en esta materia y en los Órganos competentes de las comunidades autónomas con funciones transferidas en esta materia.

En las comunicaciones de apertura se recogen diversos datos de la empresa y del centro de trabajo que a efectos estadísticos son los siguientes:

a) Datos de la Empresa.

- Características de la apertura.
    - Nueva creación.
    - Ya existente.
- Provincia a la que pertenece.
- Actividad económica (C.N.A.E.)

b) Datos del Centro de Trabajo.

- Características de la apertura.
    - Creación de nuevo centro de trabajo.
    - Reanudación de la actividad.
    - Cambio de actividad.
    - Traslado de uno ya existente.
- Actividad económica (C.N.A.E.)
- Fecha de iniciación de la actividad.
- Plantilla del centro de trabajo. Número de trabajadores desglosados por sexo.

Cuadro 3.18.- ***Evolución de aperturas de centros de trabajo. Gran Canaria. 1997.***

Valores Absolutos

Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril
1997	516	408	386	382

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

En la provincia de Gran Canaria se produjo la apertura de 1.692 Centros de Trabajo en los cuatro primeros meses del año 1997, correspondiéndole al mes de Enero el 30,5%.

Cuadro 3.19.- ***Evolución de la incorporación de trabajadores correspondientes a la apertura de los Centros de Trabajo. Gran Canaria. 1997.***

Valores Absolutos

Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril
1997	1.155	685	634	527

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

El número de trabajadores inscritos en la apertura de los centros de trabajo de Gran Canaria en los cuatro primeros meses de 1997 ascendió a 3.001, lo que viene a suponer una media de casi 2 trabajadores por Centro de Trabajo.

Cuadro 3.20.- ***Evolución de aperturas de Centros de Trabajo. Tenerife. 1997.***

Valores Absolutos

Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril
1997	468	341	304	349

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

En la provincia de Tenerife se produjo la apertura de 1.462 Centros de Trabajo en los cuatro primeros meses del año 1997, correspondiéndole al mes de Enero el 32,0%.

Cuadro 3.21.- ***Evolución de la incorporación de trabajadores correspondiente a la apertura de los Centros de Trabajo. Tenerife. 1997.***

Valores Absolutos

Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril
1997	1.380	900	827	1.020

Fuente: ***Boletín de Estadísticas Laborales. Secretaría General Técnica. Mº de Trabajo.***

El número de trabajadores inscritos en la apertura de los centros de trabajo de Tenerife en los cuatro primeros meses de 1997 ascendió a 4.127, lo que viene a suponer una media de casi 12 trabajadores por Centro de Trabajo.

3.5. Resumen y Conclusiones

En primer lugar, destacar el hecho de que el número de parados en Canarias, durante el cuarto trimestre de 1997, asciende a 125.330 personas, lo que ha supuesto un descenso de 8.880 respecto al mismo trimestre del año anterior y ha motivado que la tasa de paro se sitúe en el 18,90% de la población activa, registro que no se alcanza en todo el período analizado y mantiene, por segundo año consecutivo, por debajo de la tasa calculada a nivel nacional, permitiendo, incluso, ampliar el diferencial abierto el pasado año 1996.

En lo que se refiere a la población activa, recalcar que la misma sigue la tónica de incremento observada en cada uno de los años del período **(15.890 activos más en 1997)**. En el comportamiento de este estrato de población de la EPA han debido de incidir, sin duda, dos factores especialmente relevantes que, junto al crecimiento económico observado en la economía canaria en los últimos años, han promovido el acceso al mercado laboral a un mayor ritmo que en el conjunto del territorio nacional.

También es reseñable que **el ritmo de crecimiento de la población activa en Canarias** considerada en su conjunto (2,45%), **supera en más del doble a la registrada a nivel nacional** (1,07%).

Considerando la evolución de **los ocupados**, apuntar que el número de trabajadores en Canarias, en el cuarto trimestre de 1997, se eleva hasta los 537.720, lo que supone un aumento del 4,83% respecto a 1996. En consecuencia, se han creado **24.780 empleos netos** en esta Comunidad Autónoma **durante 1997**.

Igual que ocurría con los activos, **la población ocupada se incrementa en Canarias a un mayor ritmo que lo hace a nivel nacional** (2,96% de incremento interanual) y demuestra la considerable capacidad de generación de empleo de la estructura económica canaria, en otros tiempos discutida.

Finalmente, comentar que el número de desempleados se sitúa **en Canarias** a 125.330, consecuencia de una disminución, **respecto a 1996**, de **8.800 desempleados menos** que se traduce en una tasa de variación del -6,61%. A nivel nacional, esta tasa de reducción alcanza el 5,70%.

De esta manera, la **tasa de paro en Canarias** se reduce hasta el **18,90%** de la población activa, lo que supone una disminución interanual de 1,84 puntos porcentuales.

Esto ha ocasionado que, por segunda vez en el período analizado, **en Canarias se registre una tasa de paro inferior a la nacional** (20,32%) y nos permite ampliar el

diferencial abierto a nuestro favor el pasado año 1996.

Si consideramos el período analizado, debemos resaltar una disminución de **28.340 parados menos** en Canarias, lo que supone una disminución del 27,19%. En los mismos términos la reducción que se registra en el número de desempleados a nivel nacional es del 10,58%.

Esto supone que **en un período de 4 años la tasa de paro en Canarias** haya descendido del 28,46% al 18,90% o, lo que es lo mismo, **9,56 puntos porcentuales de reducción**. De la misma manera, **a nivel nacional la diferencia** que se observa respecto al cuarto trimestre de 1993 **alcanza los 3,58 puntos**.

Sin embargo, **a nivel provincial** vuelven a recogerse diferencias relevantes. De esta manera, la provincia de **Las Palmas es responsable del 90,83% del empleo generado** en el sector como consecuencia de su aportación de **5.950 empleos netos**, que se traduce en una tasa interanual del 27,40%, que es la mayor registrada en cualquiera de los sectores, independientemente de la provincia de que se trate. Santa Cruz de Tenerife es responsable del 9,27% restante, lo que supone 600 empleos netos más y un incremento de 620 parados.

Para finalizar, se incorporan dos gráficos que nos mostrarán la participación de cada uno de los sectores en el empleo generado en Canarias.

Desde el cuarto trimestre de 1993 y hasta el mismo período de 1997, se observa lo siguiente: **en Las Palmas se produce una disminución de 18.470 desempleados**, lo que supone un 22,18% menos; **en Santa Cruz de Tenerife** nos muestra un dato del **18,76%**.

Debemos reflejar que el número de desempleados inscritos en las oficinas del INEM de la Comunidad Autónoma de Canarias, **en el mes de diciembre de 1997**, ascendió a 104.251, lo que significa **8.248 parados menos** (-7,33%) que en el mismo mes del año anterior.

Otro hecho de especial relevancia es que la Comunidad Autónoma de Canarias no solo sigue reduciendo sus cifras de paro registrado año tras año, desde que se encuentra en la fase expansiva del ciclo económico, sino que, además, y por primera vez en el período analizado, **invierte la tendencia de una reducción inferior a la registrada en el año inmediatamente anterior**.

La tónica general ha sido de una disminución mes a mes del número de parados inscritos en las oficinas del INEM, excepción hecha de la evolución de abril, mayo y junio, si bien el grueso de la reducción se concentra en el segundo semestre del año. **A partir de**

julio y hasta diciembre, se observa una disminución de 12.539 desempleados, que es la mayor que se recoge desde que se invierte la tendencia de aumento de las cifras en 1994.

En lo que a la evolución provincial respecta, destacar que **en Las Palmas se observan 5.477 desempleados menos que en diciembre de 1966** o, lo que es igual, un **9,54% menos**. Consecuencia de este comportamiento, esta provincia justifica **el 66,40% de la reducción recogida durante 1997**.

Santa Cruz de Tenerife reporta una disminución del 5,02% que se traduce en una bajada de **2.771 desempleados inscritos en las oficinas del INEM**, lo que supone el **33,60% de la reducción anual**.

Si consideramos la evolución de los parados **desde 1993**, debemos destacar una reducción que alcanza los **29.523 desempleados menos** en el conjunto de la Comunidad Autónoma de Canarias.

4. PANORAMA ECONÓMICO INTERNACIONAL, ESPAÑOL Y DE LAS ISLAS CANARIAS.

4.- *PANORAMA ECONOMICO INTERNACIONAL, ESPAÑOL Y DE LAS ISLAS CANARIAS*

4.1.- *El marco Internacional*

4.1.1.- Evolución económica en el área de la O.C.D.E.

La economía del conjunto de países que integran la OCDE experimentó en 1996 una desaceleración de su ritmo expansivo. Corrigiendo las expectativas alcistas que ese Organismo había previsto en su informe de diciembre de 1994 en él avanzaba un crecimiento del PIB cifrado en el **3%**, las últimas estimaciones lo reducen al **2,4%**, inferior a su vez al anuncio de hace aproximadamente un año.

El desfase de las posiciones cíclicas en las economías pertenecientes a las tres grandes áreas económicas que integran los países industriales ha sido una característica del pasado año. En América del Norte la ralentización puede proceder de la crisis mejicana, que acometió un ajuste más amplio del previsto tras la crisis monetaria de 1994. En Estados Unidos y Canadá, a la corrección de los excedentes de capital aparecidos tras la desaceleración de la demanda.

En Japón se ha abortado la recuperación que se creía el pasado año ante la fuerte apreciación del yen, que ha debilitado las exportaciones y estimulado las importaciones e igualmente ha erosionado la confianza empresarial y de los consumidores. La atonía del consumo ha sido la principal causa de la ralentización de la actividad, aunque la caída de la inversión en obras públicas y en construcción también contribuyó a ello. El reciente cambio de tendencia hacia la apreciación de la divisa ha mejorado algo el clima empresarial, pero apenas ha podido influir sobre la actividad en 1995.

En Europa se esperaba alcanzar una expansión superior pero se truncaron esas expectativas al registrar una pronunciada flexión a la baja. Se inició tras las perturbaciones monetarias del primer trimestre que generaron tipos de cambio elevados en Alemania y en otros países que participan en el mecanismo de cambios del Sistema Monetario Europeo, y se generalizó y acentuó en las economías centrales de la Unión Europea durante el pasado otoño.

La desaceleración de las economías europeas reviste, por una parte, las características de una pausa provocada por el juego de los factores cíclicos, como el agotamiento del impulso que aporta la reconstitución de las existencias de las empresas y el relevo del sector exterior por factores internos como motor de la recuperación de los cuales el consumo privado se encuentra aún muy alejado de las tasas de crecimiento experimentadas en la segunda mitad de los ochenta.

En América del norte y en numerosos países europeos el crecimiento de la producción se ha mostrado menos intenso durante la etapa expansiva de este ciclo respecto al que hubo durante las recuperaciones que siguieron a las crisis de los setenta y principios de los ochenta, por lo que cabe esperar un ciclo de menor amplitud que los pasados. Aparte, en numerosos países este ritmo más moderado se ha reflejado en una progresión relativamente lenta del empleo.

En 1995 la ocupación total en el conjunto de la OCDE aumentó el **1,0%** aproximadamente, prácticamente igual que el año anterior, pero la tasa de paro sólo disminuyó débilmente hasta situarse algo por debajo del 8%. La generación neta de empleo en las economías de la UE fue el **0,7%**, después de tres anualidades seguidas de destrucción de puestos de trabajo.

Sin embargo, fue insuficiente para reducir notablemente la tasa de paro, que descendió menos de medio punto porcentual.

Se mantuvo en 1995 el clima de moderación salarial que en el conjunto de países industrializados se constata por tercer año consecutivo. El aumento de la remuneración por asalariado en el sector empresarial se cifró en el **3,5%**, apenas medio punto superior al del año anterior. Más intensa aún fue la moderación experimentada por los costes laborales unitarios, consecuencia de la aceleración del aumento de la productividad aparente de la mano de obra.

La inflación, medida por el deflactor del PIB, ha continuado su proceso de ralentización. El pasado año ha sido inferior al **2%** en la OCDE, excluyendo en su cuantificación a Méjico y Turquía, una de las cifras más bajas de las últimas décadas.

Salvo en algún país puntual, como Italia entre los grandes, las preocupaciones ante un rebrote inflacionista se han relajado. A su vez, la aceleración de los precios de producción que padecieron algunos países durante la primera mitad del pasado año, provocada fundamentalmente por anteriores aumentos de los precios de las materias primas, se ha debilitado notablemente.

Cuadro 4.1.- ***OCDE: Previsiones económicas internacionales***

	1993	1994	1995(*)	1996(*)	1997(*)
PIB (Inc. % Volumen)					
Estados Unidos	3,1	4,1	3,3	2,7	2,8
Japón	-0,2	0,5	0,3	2,0	2,7
Alemania	-1,2	2,9	2,1	2,4	2,7
España	**-1,1**	**2,0**	**3,2**	**2,9**	**3,1**
OCDE Europa	-0,2	2,4	2,9	2,6	2,7
Total OCDE	**1,2**	**2,9**	**2,4**	**2,6**	**2,8**
INVERSION (Inc. %)					
Estados Unidos	11,3	12,3	10,4	6,3	4,5
Japón	-1,8	-2,3	0,6	4,2	4,0
Alemania	-5,6	4,3	2,2	3,6	5,1
España	**-10,5**	**1,0**	**7,5**	**7,1**	**6,5**
OCDE Europa	-5,1	1,5	4,7	5,3	5,4
Total OCDE	**1,9**	**5,5**	**5,3**	**5,5**	**5,0**
INFLACION (%)					
Estados Unidos	2,2	2,1	1,6	1,7	1,9
Japón	0,8	0,1	-0,9	-0,4	0,3
Alemania	3,8	2 3	2,3	2,0	2,1
España	**4,4**	**4,1**	**4,3**	**3,5**	**3,1**
OCDE Europa (sin Turquía)	3,6	2,6	2,9	2,7	2,6
Total OCDE (sin Turquía)	2,7	2,1	2,6	2,4	2,3
Total OCDE	**3,8**	**3,9**	**4,1**	**3,4**	**3,2**

TASA DE PARO (% poblc. Activa)					
Estados Unidos	6,8	6,1	5,6	5,7	5,9
Japón	2,5	2,9	3,1	3,4	3,4
Alemanía	8,9	9,6	9,3	9,3	9,1
España	**22,7**	**24,2**	**22,7**	**21,9**	**21,2**
OCDE Europa	10,6	11,2	10,8	10,5	10,3
Total OCDE	**8,0**	**8,0**	**7,8**	**7,7**	**7,6**
CRECIMIENTO DEL EMPLEO (%)					
Estados Unidos (2)	1,5	3,1	1,6	1,1	1,2
Japón	0,2	0,1	0,2	0,2	0,4
Alemanía	-1,8	-0,7	-0,3	0,3	0,7
España	**-4,3**	**-0,9**	**2,5**	**1,7**	**1,7**
OCDE Europa	-1,7	-0,6	0,9	0,9	1,0
Total OCDE	**-0,1**	**0,9**	**1,0**	**0,9**	**1,1**
DEFICIT PUBLI. A.A.P.P. (% PIB)					
Estados Unidos	-3,4	-2,0	-1,6	-1,5	-1,5
Japón	-1,4	-3,5	-3,9	-4,8	-4,1
Alemanía	-3,5	-2,6	-3,1	-3,0	-2,3
España	**-7,4**	**-6,6**	**-6,0**	**-5,0**	**-4,1**
Total países europeos	-6,5	-5,8	-5,0	-4,0	-3,3
Total OCDE	**-4,5**	**-3,9**	**-3,4**	**-3,1**	**-2,6**
BALANZA CTA. CORRIENTE (% PIB)					
Estados Unidos	-1,6	-2,2	-2,4	-2,2	-2,0
Japón	3,1	2,8	2,3	2,0	2,0
Alemania	-0,8	-1,0	-0,8	-0,9	-1,0
España	**-0,5**	**-0,8**	**0,0**	**-0,3**	**-0,6**
OCDE Europa	0,3	0,6	0,8	0,7	0,7
Total OCDE	**0,0**	**-0,2**	**-0,1**	**-0,1**	**-0,1**

(*) **Estimaciones**
(**) **Previsiones**

Fuente.- *Panorama económico Internacional y Español. C.E.S. de Murcia. 1996*

Las políticas monetarias se han suavizado en 1995 y las presupuestarias, a excepción de Japón, se han orientado a la reducción de los déficits y endeudamientos públicos, lo que ha contribuido al descenso de los tipos de interés a largo plazo.En general, han estado bajando desde principios de 1995, excepto en Italia donde se retrasó hasta la segunda mitad del año.

No obstante, la persistencia de elevados déficits públicos en muchos países provoca que los tipos a largo plazo aún permanezcan en niveles altos. También ha sido positiva la evolución de las tasas de interés a corto plazo. Los tres mayores países de la OCDE las han rebajado desde mediados del pasado año, y el fortalecimiento de varias monedas europeas frente al marco alemán ha permitido reducir los tipos diferenciales frente a Alemania.

En Estados Unidos el rendimiento de las obligaciones del Tesoro a diez años descendió por debajo del 6%, nivel próximo al mínimo de 1993. En Japón el coste del dinero a corto plazo es casi inapreciable, y en Alemania prosigue la reducción de los tipos de interés a corto plazo que se espera mantenga el Bundesbank.

Un crecimiento estimado en algo más del **9,0%** muestra que el comercio mundial sigue mostrando elevado dinamismo, y refleja una aceleración de los flujos comerciales entre los países de la OCDE y los no incluidos, compensadores de la ralentización de los intercambios entre los Estados miembros.

4.1.2.- El marco de la Unión Europea

Los países integrantes de la Unión Europea presentan un registro bastante mediocre con respecto a las cifras del año 1995. El repaso de las tasas de crecimiento de los principales países pone de manifiesto la existencia de apreciables distancias entre el ritmo de crecimiento de, por una parte, **Alemania (1,4%), Francia (1,3%)** y, sobre todo, **Italia (0,9%);** y, por la otra, **Reino Unido (2,3%)y España (2,2%).**

Entre los países menores destaca Irlanda, con una tasa de crecimiento que supera el **8 por ciento.**

La evolución de los indicadores de precios muestra una clara desaceleración de la inflación, que alcanza niveles muy significativos en el grupo de los países asiáticos, Iberoamérica, los países de Europa del Este y Rusia.

La tasa de paro presenta una evolución menos favorable que la de los otros dos parámetros lo que parece indicar que las políticas dominantes no consiguen mejorar de una forma significativa los niveles de empleo. El repaso de las cifras por países indica que el fenómeno del paro no afecta a todos con la misma intensidad, siendo la Unión Europea el territorio en el que se presentan las cifras más problemáticas.

Cuadro 4.2.- ***Principales indicadores macroeconómicos de los países de la Unión Europea.***

	PIB			INFLACION			TASA DE PARO		
	1995	1996	1997	1995	1996	1997	1995	1996	1997
Alemania	1,9	1,4	2,3	1,8	1,9	1,9	9,4	10,3	11,3
Francia	2,2	1,3	2,4	1,8	1,8	1,6	11,6	12,4	12,9
Italia	3,0	0,7	1,2	5,4	4,4	2,7	12,0	12,1	12,3
Reino Unido	2,5	2,1	3,3	2,8	2,8	2,3	8,2	7,5	6,6
España	**2,8**	**2,2**	**2,8**	**4,7**	**3,6**	**2,4**	**22,9**	**22,1**	**21,4**
Holanda	2,1	2,8	3,0	2,0	2,0	2,4	8,3	7,6	7,1
Bélgica	1,9	1,4	2,3	1,5	2,0	1,9	12,9	12,6	12,8
Suecia	3,6	1,1	2,0	2,5	1,2	1,6	7,7	8,1	7,2
Austria	1,8	1,0	1,7	2,2	2,0	2,1	4,6	4,7	4,8
Dinamarca	2,7	2,4	3,0	2,1	2,1	2,3	10,3	8,8	8,2
Finlandia	4,5	3,3	4,4	1,0	1,2	0,9	17,2	16,3	15,1
Grecia	2,0	2,6	3,1	9,3	8,3	6,0	10,0	9,8	9,6
Portugal	2,3	3,0	3,3	4,1	3,1	2,5	7,2	7,3	7,4
Irlanda	10,3	8,4	7,2	2,5	1,7	2,0	13,4	12,4	11,6
Luxemburgo	3,5	3,6	3,7	1,9	1,9	1,7	2,8	2,8	2,83
Media UE	**2,5**	**1,6**	**2,4**	**3,0**	**2,7**	**2,2**	**11,2**	**11,3**	**11,4**

Fuente.- *Análisis de la situación Económica y Social de Asturias. C.E.S. 1996*

La desagregación por países es bastante ilustrativa con respecto a las diferencias existentes entre la tasa de paro española (es, con mucho, la más elevada y representa el **22,1% en 1996)** y la casi simbólica cifra de Luxemburgo **(el 2,8% en ese mismo año)**. A mitad de camino quedan las cifras de un buen número de países, que están por encima de la media europea **(11,3%)** tales como: **Francia (12,4%), Italia (12,1%), Bélgica (12,6%), Finlandia (16,3) e Irlanda (12,4%).**

En cualquier caso, la evolución de las cifras de paro, en el entorno de los países que forman parte de la Unión Europea, constituye uno de los argumentos que suelen utilizarse con mayor frecuencia para denunciar la "falta de sensibilidad social" del proceso de Unión Monetaria actualmente en marcha.

La inflación media de la Comunidad Europea medida por el deflactor del consumo privado bajó en 1995 hasta establecerse en el **3,1%**. La convergencia de los precios se ha reforzado pues once Estados registraron tasas de inflación iguales o inferiores al valor de referencia que les permite el cumplimiento del criterio fijado en el Tratado de Maastricht.

Tan solo Italia ha experimentado una aceleración notable de su tasa de inflación, que ha llegado al **5,5%,** mientras países como España, Portugal o Suecia, pese a que la están reduciendo también, mantienen valores superiores al promedio comunitario.

Varios factores han contribuido al favorable comportamiento de la inflación. Entre ellos, la independencia otorgada en varios países a sus bancos centrales, que han reforzado la credibilidad de los objetivos de estabilización de precios; la acción de estos bancos centrales, en particular en Estados con tensiones alcistas en los precios, ha reafirmado la orientación antiinflacionista de sus políticas; crecimientos moderados del PIB, a causa de que la actividad económica ha evolucionado por debajo del nivel de plena capacidad; y la reducción de los precios de las materias primas durante el primer semestre de 1995.

La ralentización de la economía comunitaria ha sido provocada inicialmente por "fuerzas intrínsecamente coyunturales" y especialmente por el parón del impulso de los stocks en el inicio del ciclo. La influencia de estos factores ha sido acrecentada por la subida de los tipos de interés a largo plazo durante 1994, por las turbulencias monetarias de la primavera de 1995 y por la pérdida de confianza del sector privado.

Las fluctuaciones abruptas e importantes de los tipos de cambio, explicadas por la debilidad del dólar y por las dudas de los mercados financieros sobre la credibilidad de las políticas presupuestarias y estructurales adoptadas en varios países, han agravado la incertidumbre financiera y han llevado a pensar que el buen funcionamiento del mercado interior estaba amenazado.

En síntesis, el agotamiento gradual de la actividad económica en el curso del año es imputable en gran medida a factores asociados a la pérdida de confianza y a una mayor prudencia en las decisiones de gasto y contratación. Las turbulencias monetarias han contribuido mucho a la situación, puesto que los parámetros económicos fundamentales no se habían deteriorado hasta el punto de acarrear o justificar tan ralentización en el seno de la Comunidad Europea.

Este comportamiento manifiesta cuánto es necesario mejorar la credibilidad de la política económica comunitaria e intensificar los esfuerzos empeñados internacionalmente para impedir amplias y a menudo frecuentes fluctuaciones de las grandes monedas internacionales.

Tras el comportamiento de la economía comunitaria cuando finalizaba el pasado año las perspectivas de crecimiento para 1996 son menos favorables que las previstas hasta el punto que podrían ser inferiores al 2% frente a estimaciones anteriores que lo situaban en el 2,6%. Sin embargo, la Comisión considera que las principales fuerzas que determinan esas perspectivas son propicias a una recuperación de la actividad económica durante el año, que en el segundo semestre de 1996 podría alcanzar una tasa próxima al 3% aunque la media anual será sin duda inferior a la de 1995.

Los elementos que sustentan las perspectivas de recuperación son los siguientes: la economía mundial extracomunitaria va a continuar su desarrollo a un ritmo sostenido; los parámetros fundamentales de la economía europea son favorables (débil inflación, tensiones salariales moderadas y buena rentabilidad de la inversión); y políticas monetarias flexibilizadas que han propiciado la bajada de los tipos de interés a largo plazo y la desaparición de las distorsiones que afectaron a los tipos de cambio en la primavera del año anterior.

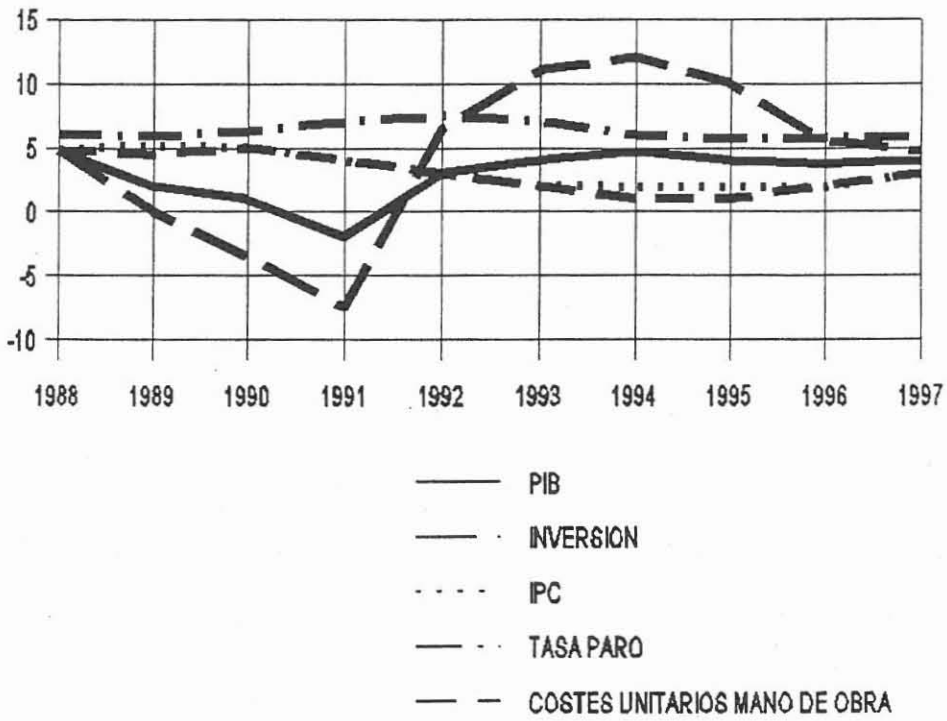
La expansión de la actividad económica durante 1996 debería ser inducida por el crecimiento de la inversión en bienes de equipo, sostenido por una fuerte expansión de las exportaciones comunitarias y por la recuperación progresiva del consumo, al que contribuirán las alzas moderadas de los salarios reales y del empleo.

4.1. 3.- Evolución económica en los principales países.

a) **Estados Unidos**

En Estados Unidos la expansión se prolonga por cuarto año consecutivo si bien desde el inicio de 1995 el crecimiento real del PIB se ha ralentizado en relación al del año anterior. La tasa de paro permanece estabilizada. La productividad del trabajo continúa mejorando con fortaleza mientras las subidas salariales permanecen moderadas. La inflación se ha debilitado para establecerse a niveles muy inferiores a los observados en fases comparables de ciclos económicos precedentes. A pesar de la crisis mejicana, las exportaciones han continuado progresando a un ritmo bastante sostenido, pero ha crecido el déficit por cuenta corriente a causa del fuerte aumento de las importaciones

Gráfico 4.1.- ***Principales indicadores económicos en Estados Unidos***



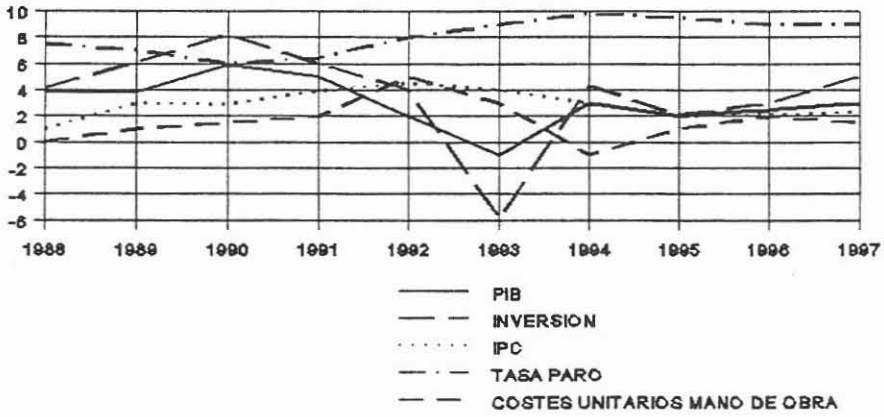
1995: Estimaciones
1996 y 1997: Previsiones
Fuente: Perspectivas économiques de l'OCDE, nº 58, décembre 1995.

Para los próximos dos años se espera un crecimiento moderado en un contexto de estabilidad de la inflación y una ligera contracción del déficit de la balanza corriente. No se puede excluir un crecimiento superior si la confianza de consumidores y empresas no se debilita o se acelera la expansión de los mercados de exportación, aunque puede ser contrarrestado por la necesidad de mantener el esfuerzo de saneamiento de las finanzas públicas.

b) Japón

En Japón, tras haberse manifestado signos vacilantes de recuperación el año anterior, se ha interrumpido desde el primer trimestre de 1995 bajo los efectos de una nueva apreciación del yen y por las perturbaciones provocadas a nivel local por el terremoto de Kobe. El encarecimiento de su moneda debilitó las exportaciones e impulsó las importaciones, a la vez que frenó la demanda interna al afectar negativamente a la confianza de consumidores y empresarios. La causa principal del descenso de la actividad ha sido la debilidad del gasto en consumo, aunque también contribuyó a ello el retroceso de la inversión en obras públicas y en construcción.

Gráfico 4.2.- ***Principales indicadores económicos en Japón***



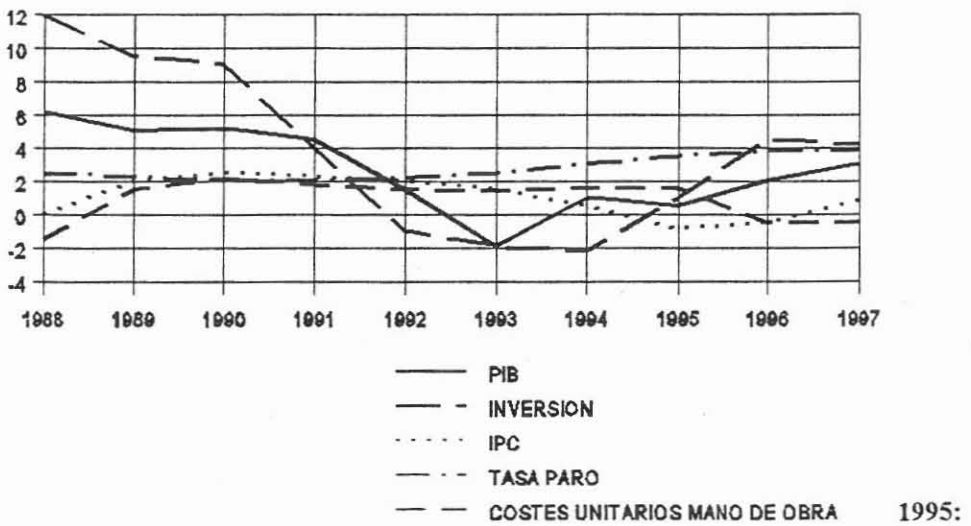
1995: Estimaciones
1996 y 1997: Previsiones
Fuente: Perspectives économiques de l'OCDE, nº 58, décembre 1995.

La flexibilización de la política monetaria y el nuevo programa de expansión del gasto público adoptado en septiembre unido al cambio de tendencia en la apreciación del yen, aunque apenas tendrá efecto en 1995, sí podrían provocar en los sucesivos una aceleración progresiva de la demanda interna bajo el impulso de la inversión empresarial, que elevaría el crecimiento del PIB a tasas del **2%-3%.** Los precios al consumo, que han alcanzado valores negativos, podrían experimentar subidas desde 1997 ante el alza de la imposición indirecta.

c) Alemania

En Alemania se ha producido un crecimiento inferior al previsto en el inicio de 1995. Las razones se atribuyen al deterioro de las expectativas empresariales y a la desaceleración de la inversión, elementos que se unen a elevaciones salariales y a la rápida apreciación del marco durante el primer trimestre del año. Por tanto, finalmente se estima un aumento en el PIB del 2% aproximadamente, algo menos de un punto más bajo que el estimado por la OCDE en su informe de diciembre de 1994.

Gráfico 4.3.- ***Principales indicadores económicos en Alemania***



1995:

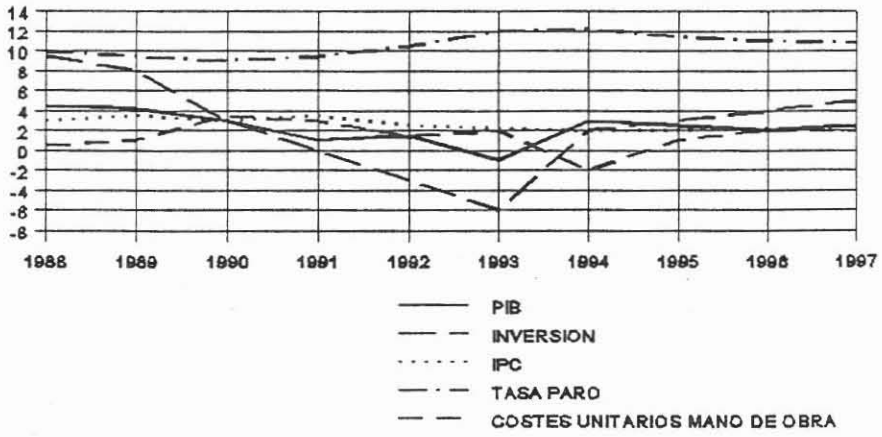
Estimaciones
1996 y 1997: Previsiones
Fuente: Perspectives économiques de l'OCDE, n° 58, décembre 1995

La política monetaria se ha flexibilizado debido a que la inflación permanece en niveles muy moderados, al igual que el crecimiento de la masa monetaria, y no se esperan cambios de orientación a corto plazo. Se prevé el mantenimiento de la política de saneamiento presupuestario durante los dos próximos años, a pesar de reducciones impositivas que beneficiarán a las empresas el año actual. La recuperación de las exportaciones unido al descenso de los tipos de interés podría suponer el auge de la inversión. El consumo debería experimentar una cierta reactivación ante el alza sostenida de la renta real, y ello a pesar de la débil progresión del empleo. Estos elementos deberían favorecer el retorno a un crecimiento más rápido de la producción, que la OCDE estima en torno al **2,5%** en 1996 y 1997.

d) Francia

También se ha ralentizado sensiblemente el crecimiento de la producción desde el primer trimestre de 1995 en Francia, bajo los efectos del descenso de la inversión residencial ante el alza de los intereses hipotecarios y el debilitamiento de la demanda exterior. Otro elemento que ha contribuido ha sido la elevación de los tipos de interés a corto plazo tras el primer trimestre de ese año, que ha frenado la demanda interior. Por todo ello, entre el cuarto trimestre de 1994 y el segundo del año siguiente el ritmo de crecimiento del PIB ha caído desde el **4,1% al 2,9%.** Para el conjunto de 1995 se estima un crecimiento de la producción del 2,7%.

Gráfico 4.4.- ***Principales indicadores económicos en Francia.***



1 9 9 5 :
Estimaciones
1996 y 1997: Previsiones
Fuente: Perspectives économiques de l'OCDE, n° 58, décember 1995.

Si la actividad económica parecía titubeante durante la segunda mitad del año pasado, las perspectivas de evolución de la demanda para 1996 y 1997 son favorables a causa de la recuperación de la inversión y progresivamente del consumo, así como por el relanzamiento de la demanda exterior. La balanza por cuenta corriente podría continuar registrando un notable superávit.

La tasa de paro debería disminuir paulatinamente, pero la reserva aún muy importante de recursos humanos inutilizados impedirá una aceleración significativa de los salarios.

El alza de los precios continuaría siendo débil a pesar de la reciente subida de la imposición indirecta. La profunda reforma de la Seguridad Social reconducirá el déficit público hacia el **3,0%** fijado en el Tratado de Maastrich. A su vez, la puesta en marcha de un programa creíble de saneamiento presupuestario debería otorgar confianza al mercado y conducir al sensible descenso de los tipos de interés.

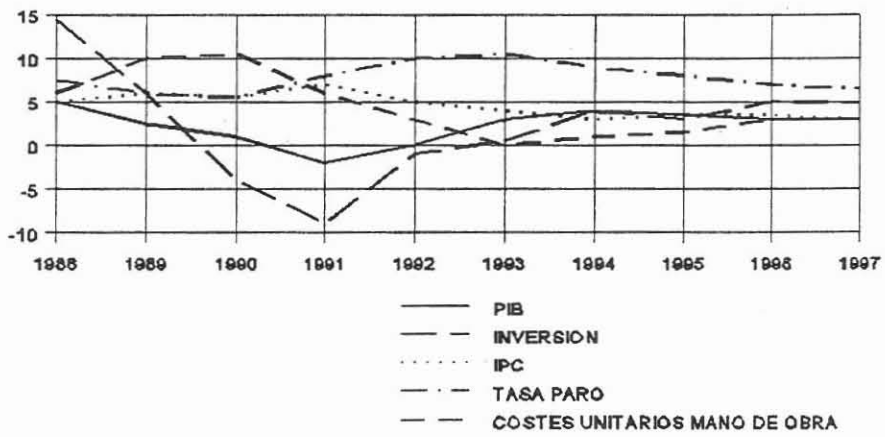
En consecuencia, la debilidad actual de la actividad debería disiparse poco a poco en 1996 y acelerarse el crecimiento de la producción para pasar del 2,2% previsto este año a medio punto más el siguiente.

e) Gran Bretaña

No ha sido ajena Gran Bretaña al debilitamiento casi generalizado en el crecimiento del PIB durante 1995, que se estima alcanzará una tasa del 2,7%, un punto inferior aproximadamente a la del año precedente. La expansión de las exportaciones, elemento impulsor el año anterior, se ralentizó bruscamente en 1995 a causa del debilitamiento en el crecimiento de los mercados mundiales.

Uno de los aspectos más notables del actual ciclo económico es la lentitud en la recuperación de la inversión empresarial, que se añade a la debilidad de la inversión residencial y a la contracción de la inversión pública, fruto esta última de las restricciones presupuestarias. Como el consumo no se reactiva por la falta de fortaleza en el aumento de la renta real disponible, la atonía del mercado de la vivienda y la fuerte inestabilidad del empleo, la demanda interior ha sufrido una intensa inflexión.

Gráfico 4.5.- ***Principales indicadores económicos en Gran Bretaña.***



1995: Estimaciones
1996 y 1997: Previsiones
Fuente: Perspectives économiques de l'OCDE, nº 58, décembre 1995.

El paro ha comenzado a descender, si bien más lentamente que en la anterior recuperación de los años ochenta, mientras la inflación, que alcanzó su nivel más bajo al finalizar 1994, ha iniciado de nuevo una ligera subida ante la elevación de los precios de la producción.

Para el actual ejercicio se espera que el crecimiento de la producción permanezca débil, aunque iniciando una recuperación que proseguirá en 1997. La inflación permanecerá moderada mientras que el paro disminuirá lentamente y la balanza corriente experimentará un ligero déficit.

4.2.- Evolución Económica de España

Por último, en esta síntesis de los rasgos más relevantes que han caracterizado la actividad económica en los principales países que se integran en la OCDE, veamos lo que este Organismo afirma respecto a España.

Considera que la actividad económica se ha reforzado durante el primer semestre de 1995 y que el PIB real creció a un ritmo anual del **3,2%** (dos décimas superior a la cifra avanzada por el INE). Actualmente es la inversión la que empuja la recuperación, tomando el relevo a la poderosa aportación de las exportaciones durante el año anterior, que se apoya tanto en la construcción como en los bienes de equipo, reflejando el cambio de tendencia de los beneficios empresariales y la intensa caída de los intereses hipotecarios en 1994.

La alta tasa de utilización de la capacidad productiva, en su mayor nivel desde hace cinco años, debería conducir a las empresas a acometer nuevas inversiones. En cambio, el consumo, que parece permanecer en el entorno del **2.0%**, no muestra signos de recuperación ante las elevadas tasas de paro y de los tipos de interés.

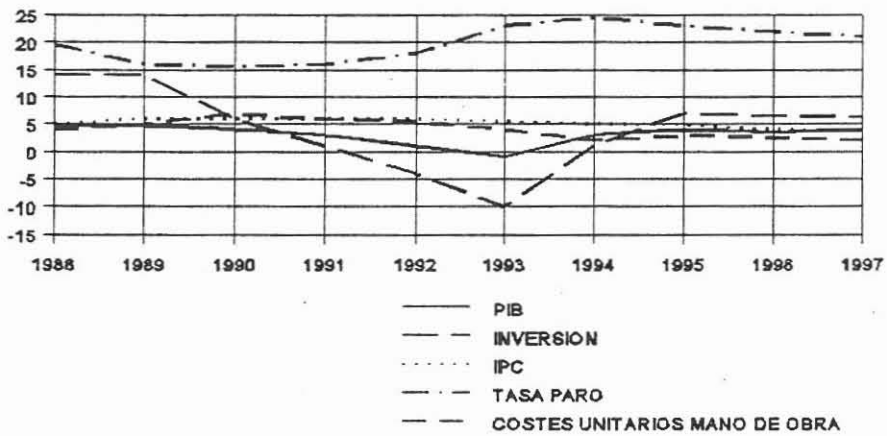
El auge de la producción ha conducido a numerosas generaciones de empleo que, en contra de lo ocurrido en reactivaciones precedentes, no han supuesto la aceleración de los costes unitarios de la mano de obra. La OCDE lo atribuye a la extraordinaria cuantía de recursos humanos industriales que se derivan del desempleo, pero también, al menos en parte, a las profundas reformas del mercado de trabajo emprendidas desde 1994. La creación de ocupación se ha concentrado en empleos débilmente remunerados, especialmente bajo la modalidad de contratos de aprendizaje, a tiempo parcial y temporales.

La tasa de inflación experimentó en la primera mitad del pasado año un ligero cambio de tendencia respecto al firme descenso continuado que se registró en los últimos años, que hizo subir el IPC hasta el **5,1%**, pero posteriormente volvió a su trayectoria, especialmente la elevación de un punto porcentual en el IVA desde el uno de enero de 1995 y el incremento notable de los precios de los bienes intermedios de importación, aunque también se reflejó en ella el vigor de la recuperación.

La balanza corriente ha mostrado superávit por primera vez desde 1987. Las exportaciones, sobre todo en el sector turístico, han mostrado elevado dinamismo, aprovechando todavía las ganancias de competitividad derivadas de las devaluaciones de 1992 y 1993.

Para hacer frente a la recuperación inflacionista la política monetaria se endureció, provocando elevaciones de los tipos de interés. A su vez, se ha mantenido la política contractiva del gasto público para reducir el déficit presupuestario.

Gráfico 4.6.- ***Principales indicadores económicos de España***



1995: Estimaciones
1996 y 1997: Previsiones
Fuente: Perspectives économiques de l'OCDE, nº 58, décembre 1995.

La OCDE prevé que España podrá alcanzar en los dos próximos años un crecimiento aproximado al **3,0%**, lo que facilitará la reducción de la tasa de paro en 1,5 puntos porcentuales y se situará ligeramente por encima del **21,0%**. No se espera que la inversión privada, sobre todo en bienes de equipo, se frene a pesar de los elevados niveles de los tipos de interés reales, pues los efectos negativos de éstos resultan compensados por los beneficios del alza moderada de los precios de los bienes intermedios y de los costes unitarios de la mano de obra, pues considera que se mantendrá la moderación salarial a cambio de aumentos de ocupación.

A medida que mejoren las perspectivas de empleo se prevé la recuperación del consumo debido al descenso de la tasa de ahorro de las familias hasta los niveles anteriores a la recesión. La política monetaria restrictiva y la atenuación de las presiones sobre los costes permitiría una reducción progresiva de la inflación hasta el **3,0%.**

No obstante, existen riesgos sobre estas previsiones que se derivan de la incertidumbre sobre la política presupuestaria y la evolución de los tipos de interés. Una política fiscal creíble, incluyendo, entre otras, reformas estructurales debería favorecer la bajada de los tipos de interés reales, de modo que se reduzca el diferencial con los tipos alemanes. Existe también el peligro de que la nueva flexibilidad laboral no sea tan alta como se creía, y de que, a pesar del paro elevado, los aumentos salariales se vayan acelerando a medida que progrese la recuperación y acaben poniendo en peligro el aumento del empleo.

4.3.- Previsiones a medio plazo de la O.C.D.E.

La OCDE considera que las condiciones para la recuperación del crecimiento **permanecen siendo favorables** a pesar de que el comportamiento de la actividad económica está siendo más débil que el previsto en sus dos anteriores informes semestrales. Varios argumentos sustentan esta previsión optimista.

En primer lugar, el avance registrado en casi todos los países en la **reducción y control de la inflación a tasas reducidas**, por lo que las preocupaciones ante un posible rebrote inflacionista se han disipado, sobre todo en Estados Unidos. Entre los grandes países, tan solo en Italia la inflación representa un problema inmediato. Debido al estancamiento y atonía en los mercados de trabajo de la mayoría de los países de la OCDE, **los aumentos salariales se han mantenido bajos y los beneficios empresariales han seguido mejorando**. La aceleración de los precios a la producción, que afectó a algunos países durante el primer semestre, por elevaciones previas de precios de las materias primas, se están relajando.

En segundo lugar, **han remitido las tensiones sobre los tipos de cambio** que afectaron negativamente la situación económica de algunos países. Durante la primera mitad del año se ha asistido a la inversión de ciertas variaciones anteriores y la vuelta a niveles más adecuados a los datos económicos fundamentales. El dólar se ha apreciado, el yen acusa una baja sensible y en Europa, varias monedas que se vieron sometidas a presiones a principios de 1995, se han fortalecido posteriormente frente al marco alemán

Por último, **las políticas monetarias han tendido a suavizarse** y, excepto Japón, los presupuestos se han orientado a la reducción de los déficits y endeudamientos públicos. Esta política ha contribuido a que muchos países hayan conseguido efectos favorables sobre los tipos de interés a corto plazo desde mitad de año.

Los tipos de interés a largo plazo han estado bajando, en general, desde el inicio de 1995, excepto, entre los grandes países, en Italia debido a las perturbaciones provocadas en los mercados financieros por la incertidumbre política.

La evolución reciente de los tipos de cambio y la suavización de las condiciones monetarias, si persisten, reducirían en buena medida la inestabilidad de los mercados financieros y ayudarían a recuperar la confianza de las familias y los empresarios a corto plazo. La opinión mayoritaria, aunque no sea unánime, respecto a las previsiones sobre el comportamiento de las economías industriales durante 1996 sigue siendo la de una recuperación moderada, sostenida por la inversión, pero contenida por el esfuerzo de reducción de los déficits públicos y por el todavía elevado coste real del dinero en Europa.

En este contexto, el **crecimiento del PIB en el conjunto de los países industriales**, según la OCDE, **remontaría por encima del 2,5% el 1996** y en torno al **2,8% en 1997.** Estados Unidos ha vuelto a una senda de crecimiento en línea con su potencial y se prevé que éste se mantenga en torno al **2,8%** durante este año y el próximo, sostenido por un fuerte ritno de crecimiento de la inversión privada, respaldada a su vez por unos bajos tipos de interés.

En Europa se prevé que la expansión continúe. En un contexto de **tipos de interés estables y a la baja** y **de beneficios empresariales saneados**, la **inversión privada se mantendrá fuerte y deberá remontar en Alemania**, tras el debilitamiento de 1995.

Al mismo tiempo, el consumo se fortalecería progresivamente a medida que los ingresos reales aumenten. En algunos países la tasa de ahorro puede también descender con la mejora de la confianza de los consumidores. El crecimiento de la demanda interna total remontaría, así, en 1996 y 1997. Desaparecería, sin embargo, el estímulo de la demanda externa de exportaciones netas fuera de la zona de la OCDE.

En definitiva, el crecimiento de la producción real, en el intervalo del **2,3% - 2,8%,** se situará sólo ligeramente por encima del crecimiento potencial.

En Japón, la depreciación del yen que siguió al periodo de fuerte apreciación, la flexibilización de la política monetaria y la recuperación de la confianza empresarial y de los consumidores han mejorado las perspectivas de crecimiento. En consecuencia, una reactivación de la actividad productiva debería registrarse hacia el final de este año. La demanda interna podría alcanzar tasas aproximadas del **2,5% - 3%,** aunque la contribución negativa del saldo exterior, a pesar de la reciente corrección de los tipos de cambio, hará que el PIB crezca más lentamente.

A los niveles previstos de actividad económica es probable que la creación de empleo sea modesta. En el conjunto de la zona OCDE se estima que el paro se mantenga alto hasta 1997, en torno a los 33,5 millones de personas. El ligero aumento del desempleo en Estados Unidos y la subida en Japón pueden globalmente compensarse con disminuciones en Europa. En esta última, aunque se espera que la tasa de paro descienda, se mantendrá por encima del **10,0%** en 1996 y 1997.

La inflación en Europa, aunque se verá afectada transitoriamente por el aumento de impuestos indirectos en algunos países, **se mantendrá moderada** dado el alto grado de atonía de los mercados de trabajo. Excluyendo a Méjico y Turquía, en los que el aumento de los precios seguirá siendo fuerte, la tasa de inflación en el conjunto de la OCDE (medida por el deflactor del PIB) se mantendría en torno al **2,0%** en 1996 y 1997.

La OCDE dedica un apartado de su informe a plantear las prioridades y opciones de políticas económica a medio plazo que resultarían adecuadas en este momento. En relación con Europa analiza el proceso de convergencia fijado en Maastricht y valora muy positivamente la moderación fiscal y presupuestaria que ha suscitado la marcha hacia la moneda única. Considera, incluso, que el objetivo de un déficit público del **3,0%** no es suficientemente ambicioso, al estimar que ése debería ser el techo para periodos de recesión mientras que en los expansivos debería ser inferior al **1,0%.**

Estima que el grueso del ajuste presupuestario que los países deben realizar ha de recaer sobre los déficits primarios, aquéllos que excluyen los pagos por intereses de la deuda pública, que son los que reflejan las decisiones impositivas y de gasto. Sería deseable la participación en la Unión Monetaria del mayor número de países, pero si ello no es posible habrá que establecer acuerdos cambiarios entre los que se integren y los que se queden fuera.

Unos acuerdos eficaces para eliminar grandes oscilaciones de la moneda serían esenciales para evitar la quiebra en el funcionamiento del mercado único europeo. Estas cuestiones aún no determinadas, que suscitan preocupación en los mercados financieros, podrían retrasar la tasa de crecimiento en Europa.

No obstante, **el factor de mayor preocupación para las expectativas de la OCDE es cómo va a funcionar la moneda única** dada la relativa falta de flexibilidad de los mercados de trabajo y, en general, de las economías europeas.

El Comité Económico y Social Europeo en su "Dictamen sobre la situación económica en 1995: aspectos coyunturales y estructurales del empleo", **es menos optimista y considera que la situación económica es preocupante por varios motivos**:

- **Las presiones sobre determinadas monedas** parecen estar relacionadas con la pérdida de confianza de los mercados en las políticas económicas aplicadas, en especial la falta de credibilidad de los programas de ajuste presupuestario y de los objetivos de baja inflación.

- **El comportamiento de los mercados de divisas** ha puesto de relieve la falta de coordinación de las políticas económicas a nivel europeo e internacional.

La consecuencia más preocupante para la economía europea es que **pueda generar un ciclo de crecimiento demasiado corto para estimular de modo sostenido el empleo.** Considera que la política económica debe orientarse prioritariamente a otorgar continuidad al proceso de crecimiento y de creación de puestos de trabajo.

Demanda el Comité que se consolide la credibilidad de las políticas presupuestarias, especialmente en los Estados miembros cuyas monedas se han depreciado. En estos países la política presupuestaria debe reducir las tensiones inflacionistas y la inestabilidad de los tipos de cambio, para procurar la reducción de los tipos de interés reales a corto y largo plazo. No obstante, estima que la credibilidad de las políticas de saneamiento, y en general el cumplimiento de los criterios de Maastricht, están condicionados por el grado de convergencia real de las economías de los Estados miembros.

El Comité Económico y Social Europeo insiste en que los saneamientos sean socialmente equilibrados y no pongan en peligro los niveles de protección social. Reconoce, a su vez, la necesidad de adaptar el funcionamiento de los sistemas de protección social a la nueva situación demográfica, tecnológica y económica, con el fin de garantizar a todos la seguridad de los medios de existencia y evitar la ruptura de solidaridades esenciales para la cohesión social.

En el contexto actual, el Comité señala que la evolución de la renta real disponible debería permitir, sin detrimento de la rentabilidad de las inversiones, **dar solvencia a la demanda de consumo de las familias y**, a su vez, **favorecer el crecimiento y creación de empleo.**

4.4. Una visión global de la economía de las Islas Canarias

El **Producto Interior Bruto en Canarias ha crecido en el pasado año 1997 un 4,12%**, esto es, 0,26 puntos por encima del crecimiento medio nacional (3,86%) y **superando**, con ello, **por quinto año consecutivo, el crecimiento del conjunto del país**.

En cuanto a la estructura productiva canaria, **destaca el aumento de la participación del sector de la construcción (10,84%)** en detrimento de la agricultura y pesca, la industria y los servicios.

No obstante lo anterior, continúa presentando un fuerte sesgo hacia el sector servicios que ha generado en 1997 más del 76% del total de la producción interior bruta.

Atendiendo a los niveles de producción de los distintos sectores de actividad debemos destacar el importante **crecimiento de la construcción, que con un 6,98%** de incremento fue el **componente más dinámico de la actividad productiva en Canarias**, constituyéndose en el sector de mayor auge y el único que crece por encima de la media de la Comunidad.

Respecto a la producción de bienes y servicios por el **sector servicios**, en Canarias **han crecido respecto al año anterior un 3,9%**, superando a la media nacional (3,48%) en 0,42 puntos porcentuales, lo que confirma un año más de auge de este sector, que por su alta participación en el total del PIB, imprime a la economía canaria dosis de estabilidad.

El sector industrial es el de menor crecimiento en el Archipiélago Canario. Así, **con un 3,04%** de incremento ralentiza el crecimiento de años anteriores. Por el contrario, a nivel nacional, la industria es la que presenta el mayor auge de todos los sectores creciendo un 5,12%.

Por último, el **sector agropesquero crece en Canarias un 3,13%**, moderando el crecimiento experimentado en el año precedente y situándose 1,33 puntos porcentuales por debajo del incremento medio del conjunto de la Nación (4,46%). Sin duda, y a pesar de haberse ralentizado el crecimiento en ambas áreas geográficas, el haber sido el segundo sector en cuanto a crecimiento en el conjunto del territorio nacional responde a la importancia participativa de este sector en algunas Comunidades Autónomas, que han superado la fuerte crisis agraria de los años 1995 y 1996, debido fundamentalmente, al cambio en las condiciones climáticas, factor éste determinante en el comportamiento de este sector.

Salvando los resultados de la actividad industrial, sector de menor crecimiento de la economía canaria en general, 1997 ha sido un año especialmente dinámico en lo que a las ***transacciones comerciales con el exterior*** respecta.

Tanto las exportaciones como las importaciones registraron en el pasado año un importante auge, de mayor magnitud en el segundo de los casos, alcanzando tasas de crecimiento del 16,62% y 17,34%, respectivamente , con lo que el saldo de la Balanza Comercial se ha situado en 991.667 millones de pesetas de déficit, como viene siendo habitual en esta región por su evidente dependencia de suministro del exterior. No obstante, el panorama cambia considerablemente si atendemos al comercio de servicios, cuyas exportaciones consecuencia de la elevada afluencia turística, permiten compensar el saldo de la Balanza por Cuenta Corriente.

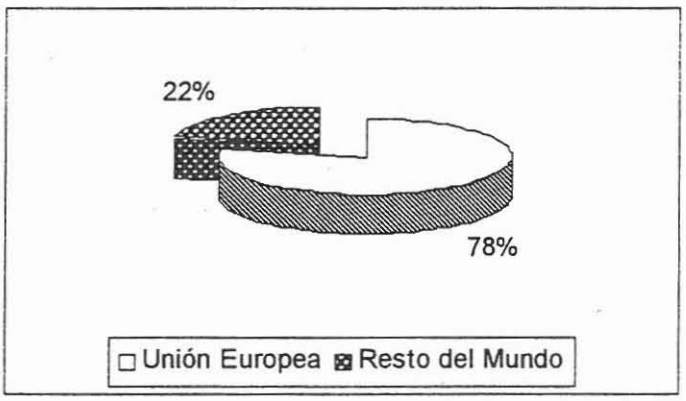
Pero, lo más destacable en nuestras relaciones comerciales con el exterior estriba en el giro que se viene observando en relación, principalmente, a los países de origen y destino de las mercancías.

Ambas corrientes comerciales reflejan la creciente importancia participativa del comercio canario con los países del entorno comunitario, en el que la progresiva internacionalización de la economía potenciada, en este caso, por las ventajas inherentes al Mercado Único han favorecido los intercambios con los países miembros de la Unión Europea.

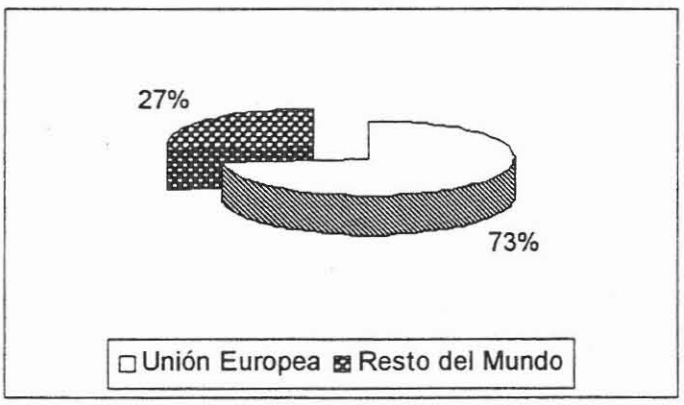
De hecho, el 78,1% de las importaciones proceden de la Unión Europea (de España el 63,2% y del Resto de la UE el 14,9%) ganando, en tan sólo cinco años, dos puntos porcentuales de cuota de mercado. En este sentido, los principales productos de los que nos abastecemos hacen referencia a la alimentación e imputs de la industria agroalimentaria y vehículos, entre otros.

Gráfico 4.7.- ***Distribución de las Importaciones y Exportaciones canarias.***

Distribución de las Importaciones Canarias



Distribución de las Exportaciones Canarias



Por el lado de las exportaciones destaca el auge de los envíos al resto de países del mercado comunitario, ganando participación en detrimento del resto de España y de terceros países.

Dentro de los productos que se exportan principalmente desde nuestro Archipiélago, destacan en los envíos a los países comunitarios (excluída España), los incrementos de las legumbres y hortalizas, los pescados, crustáceos y moluscos, el tabaco y, en menor medida, las plantas y productos de la floricultura y los vehículos.

El tráfico de mercancías merece una atención especial. Las mercancías cargadas, descargadas o transbordadas se incrementan un 12,5% respecto al año 1996.

Atendiendo a la evolución de los transbordos de mercancías, observamos el mayor incremento de todos y cada uno de los tráficos analizados (303,15%), lo que les confiere una significación especial. El motivo de ello no es más que la creciente importancia que ha venido adquiriendo este tipo de tráfico, que pretende consolidar al Puerto de La Luz y de Las Palmas como plataforma de distribución y tránsito de mercancías entre continentes.

Debemos abordar, por último, el comportamiento de todos los indicadores que nos reflejan el ya mencionado crecimiento de la ***demanda interna*** que, tras unos años de atonía derivados de las dificultades para superar el período recesivo que se vivió hasta 1993, ha consolidado sus tasas de crecimiento empujada por la evolución del consumo de residentes y no residentes.

De esta manera, las cifras de matriculaciones de vehículos, como exponente de la evolución de la demanda interna de gran fiabilidad y, en particular, del consumo, han registrado en el pasado año 76.582 vehículos, esto es 9.781 más, traduciéndose en un incremento del 14,64%, que consolida la tendencia creciente de este indicador tras el comienzo de la fase expansiva del ciclo.

Todo ello no es más que el fruto de la incidencia de factores de diversa índole, entre los que deseamos llamar la atención sobre la rebaja en los costes financieros de las empresas, consecuencia de una tendencia decreciente del tipo de interés del dinero, y la propia evolución del mercado laboral, que presenta unos mayores niveles de ocupación, potenciando la toma de decisiones en consumo e inversión.

4.4.1. Sector empresarial canario.

El DIRCE consiste en un conjunto organizado de información estadística con datos de identificación, localización, distribución territorial y clasificación por tamaño y actividad económica de las unidades tipo Empresa.

Los datos se extraen de conjugar toda una serie de variables estadísticas provenientes de las siguientes fuentes de entrada: El Impuesto de Actividades Económicas, las Retenciones sobre Rentas de Trabajo, las Cuentas de Cotización de la Seguridad Social, el Registro Mercantil e investigaciones de campo.

El análisis conjunto de todas estas variables nos muestra el número y porcentaje del conjunto de empresas activas registradas en el Directorio, que a 1 de enero de 1997 alcanzan la cifra de ***91.780*** en la Comunidad Autónoma de Canarias.

Antes de acometer el análisis de la distribución sectorial de las mismas, debemos aclarar que se ha seguido la clasificación CNAE-93 para determinar la actividad principal de las empresas, tomando como referencia códigos de 2 cifras (divisiones) y de 3 (grupos).

En este sentido, podemos observar que el **86,3% de las empresas** opera en el **sector servicios**, un **6,61% en la construcción** y el **6,92%** restante son **empresas industriales**.

Más en concreto, el subgrupo mayoritario en el sector servicios es el que desarrolla **actividades de carácter comercial**, cuya participación sobre el total se eleva hasta el **34,7%**.

En este caso hemos englobado bajo la denominación de sector comercial a las divisiones CNAE-93 número: 50 (Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; venta al por menor de combustible para vehículos de motor), 51 (Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto vehículos de motor y motocicletas) y, por último, 52 (Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores; reparación de efectos personales y enseres domésticos).

Le sigue, en términos de participación, el subsector hostelería -que engloba los grupos: hoteles, campings y otros tipos de hospedaje, restaurantes, establecimientos de bebidas y, por último, comedores colectivos y provisión de comidas preparadas- con 12.747 empresas (13,9% sobre el total) desarrollando su labor en el mismo.

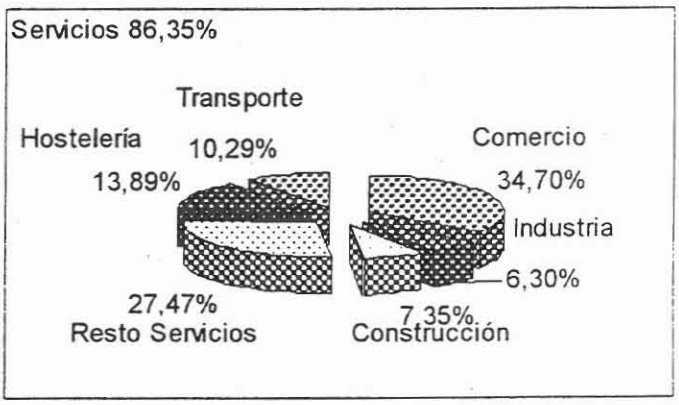
Se sitúa a continuación, el subsector del transporte -ya sea terrestre, marítimo o aéreo- con una participación en el total de las empresas de Canarias del 10,3%.

Para finalizar con las consideraciones relativas a la composición sectorial del sector empresarial de Canarias, comentar que se han depurado las cifras de participación de la industria de productos alimenticios y bebidas que, con un total de 1.074 empresas, suponen el 1,2% del total.

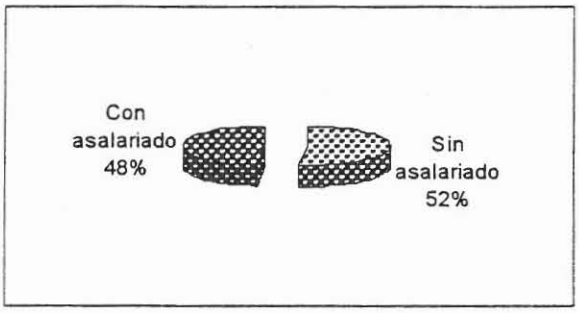
Si analizamos las empresas en función del número de empleados, lo que nos puede dar una idea de la dimensión de tejido empresarial canario, observamos que el **52,2% (47.909 empresas) no cuenta con asalariados**, mientras que el **47,8% restante (4.781) tiene personal a su disposición**. Dentro de este último grupo, llama la atención que el **78,1% de las empresas canarias no tiene más de 5 trabajadores**, lo que nos confirma la idea de un tejido empresarial compuesto, en su mayoría, por micropymes.

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS POR SECTORES ECONÓMICOS

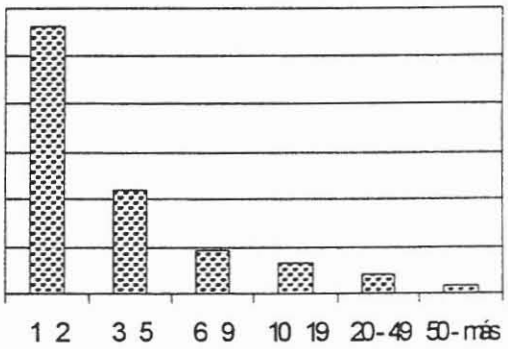
Sector	Nº de Empresas	%
- Industria	**5.784**	**6,3**
Alimentaria	1.074	1,2
- Construcción	**6.475**	**7,3**
- Servicios	**79.251**	**86,3**
Comercio	31.849	34,7
Hostelería	12.747	13,9
Transporte	9.444	10,3
Resto Servicios	25.211	27,5
TOTAL	**91.780**	**100**



Distribución de Empresas Por Estrato de Asalariados



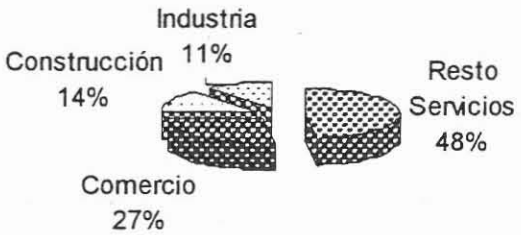
Número de Asalariados



Para finalizar, exponer las cifras que hacen referencia a la distribución del número de asalariados por sectores de actividad, lo que nos puede orientar en lo que respecta a la capacidad de generación de empleo de cada uno de ellos, sin perder de vista que están excluídos sectores de especial relevancia para Canarias como son la pesca o la agricultura.

En este sentido, **el 27,4% de los asalariados** trabajan en **empresas del subsector comercial**, el **13,7% en la construcción**, un **11,3% en empresas industriales** y, finalmente, el **47,7% restante** se ocupa en el **resto de las divisiones del sector servicios.**

Distribución del Número de Asalariados
Por Sectores Económicos



5.- IDENTIFICACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA

5.- *IDENTIFICACION DEL COMERCIO MINORISTA*

5.1.- *Procesos comerciales*

La transformación de los factores productivos en productos finales, llevada a cabo por las empresas, culmina en la fase de distribución y venta de los productos. En esta fase las empresas desarrollan distintas formas y tipologías que dan lugar a una gama muy variada de mecanismos de distribución. Estos mecanismos reflejan la gestión activa por parte de las empresas de aquellas variables relacionadas con la fase del proceso logístico global que a su vez determina un nivel de eficiencia específico para cada empresa.

La eficiencia en el proceso de distribución implica para la empresa poder conseguir niveles competitivos que permitan alcanzar el éxito en la gestión y asegurar la supervivencia en el negocio. Los procesos competitivos desarrollados por las empresas del sector comercio se centran no sólo en el propio punto de venta sino también a lo largo de todo el circuito de distribución. Las formas comerciales que las empresas utilizan alternativamente para distintos productos o clientes son una expresión de este fenómeno. Las coordenadas que condicionan este ámbito de la estrategia comercial de las empresas son por una parte la consecución de elevados niveles de eficiencia en el proceso de distribución física de los productos y por otra la adopción de las formas comerciales mejor adaptadas a los modos competitivos del sector.

Directamente vinculado con todo lo anterior está el proceso continuo de innovación que consiste tanto en la puesta al día del proceso de distribución actualmente utilizado por la empresa, como la adopción de nuevas formas alternativas que sean más aceptadas por el mercado o permitan una mayor agilidad en el proceso.

El caso particular de la economía española en la época que estamos viviendo resulta especialmente interesante el arbitraje que inevitablemente se va a producir entre empresas y mercados con la desaparición de las fronteras que limitan las economías nacionales.

El sector comercio incluye a todas las empresas que llevan a cabo la tarea esencial del intercambio de productos terminados en el ámbito de una economía. Esta tarea se desarrolla tanto por empresas especializadas exclusivamente en esta actividad como por los propios productores a través de un departamento o sección especializada dentro de la propia empresa.

Esta tarea de intercambio resulta fundamental en la economía moderna sobre todo por el nivel de especialización alcanzado en todos los ámbitos tanto de producción como de transformación de bienes. La distribución comercial, llevada a cabo por el comerciante, comprando o almacenando los productos para su posterior venta, juega un papel de protagonista en las economías desarrolladas.

La distribución se entiende como un puente entre la producción y el consumo. Su objetivo es, por tanto, intentar satisfacer los deseos ligados al consumo en las mejores condiciones de lugar, tiempo, calidad, precio y presentación.

5.2.- El Comercio Minorista

El comerciante minorista es aquél que vende los productos al consumidor final. Los minoristas son capaces de potenciar, frenar o detener las actividades comerciales del fabricante o del mayorista, así como de influir en las ventas, ya que constituyen el punto último de enlace, directamente con el consumidor, dentro del canal de distribución del producto.

La clasificación del comercio minorista puede obtenerse atendiendo a distintos criterios:

a) Los productos.

b) Las relaciones de propiedad.

c) La localización de establecimientos agrupados.

d) El tipo de establecimiento.

5.2.1.- Clasificación según los Productos

Los comerciantes que desean realizar una actividad minorista deben, al igual que los mayoristas, solicitar licencia fiscal. También en este caso, se puede observar un mayor número de licencias fiscales que de comercios minoristas, debido a que algunos de ellos necesitarán más de una licencia.

En la Clasificación Nacional de Actividades Económicas, CNAE, el comercio minorista abarca la agrupación 64.

A) Productos Básicos

641 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco.

- Comercio al por menor de frutos, verduras y hortalizas.
- Comercio al por menor de productos lácteos, huevos, aves y caza, aceites y grasas comestibles.
- Comercio al por menor de carnes, charcuteria y casquería.
- Comercio al por menor de pescados y mariscos.
- Comercio al por menor de pan, pastelería y confitería.
- Comercio al por menor de viños y bebidas.
- Comercio al por menor de productos del tabaco.
- Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco (sin predominio).
- Comercio al por menor de otros productos alimenticios.

643 Comercio al por menor de productos farmaceúticos, perfumería y droguería.

- Comercio al por menor de productos farmaceúticos.
- Comercio al por menor de artículos de droguería, perfumería, higiene y belleza.

646 Comercio al por menor de carburantes y lubricantes.

B) Productos de Moda

642 Comercio al por menor de textiles, confección, calzado y artículos de cuero.

- Comercio al por menor de tejidos por metros, textiles para hogar y alfombras.
- Comercio al por menor de prendas exteriores de vestir.
- Comercio al por menor de camisería, lencería y accesorios del vestido.
- Comercio al por menor de mercería.
- Comercio al por menor de calzado, marroquinería, artículos de viaje y peletería.
- Comercio al por menor de productos textiles y de cuero (sin predominio).

C) De Productos muy especializados

644 Comercio al por menor de artículos para el equipamiento del hogar.

- Comercio al por menor de muebles (excepto los de oficina).
- Comercio al por menor de material y aparatos eléctricos, radio-eléctricos, electrónicos y electrodomésticos.
- Comercio al por menor de artículos de menaje y ferretería cerámica y vidrio.
- Comercio al por menor de otros artículos para el equipamiento del hogar.

645 Comercio al por menor de véhículos automóviles, motocicletas, bicicletas y sus accesorios.

647 Otro comercio al por menor.

- Comercio al por menor de combustibles (carbones, bombonas de gas, etc...).
- Comercio al por menor de muebles de oficina, máquinas y equipo de oficina.
- Comercio al por menor de aparatos e instrumentos médicos, ortopédicos, ópticos y fotográficos.
- Comercio al por menor de libros, periódicos, artículos de papelería y escritorio.
- Comercio al por menor de artículos de joyería, relojería, platería y bisutería.
- Comercio al por menor de juguetes y artículos de deporte.
- Comercio al por menor de semillas y abonos, flores y plantas y pequeños animales.
- Comercio al por menor de productos diversos (sin predominio).
- Comercio al por menor de otros productos.

D) Pequeñísimo Comercio

E) Grandes Superficies

648 Comercio mixto al por menor en grandes superficies.
- Supermercados y similares.
- Economatos y cooperativas de consumo.
- Grandes almacenes.

5.2.2.- Clasificación según las relaciones de propiedad

En función de las relaciones de propiedad y grado de integración o vinculación con otras empresas, podemos distinguir los siguientes tipos de comercio minorista:

I) Comercio minorista independiente.
II) Cadenas voluntarias de minoristas.
III) Franquicias.
IV) Cadenas sucursalistas.

I) Comercio minorista independiente

El minorista independiente actúa por su cuenta, sin obligaciones frente a los demás miembros del canal de distribución. Este tipo de comercio está formado por un sólo establecimiento o tienda, cuya propiedad puede ser de un comerciante individual o de una sociedad. La importancia de este comercio minorista independiente tiende a disminuir, debido sobre todo, al reducido volumen de ventas que es causa también de su bajo poder negociador frente a los suministradores.

II) Cadenas voluntarias de minoristas

Una cadena voluntaria de minoristas es el resultado de una agrupación de estos últimos para crear su propia central de compras o de servicios, si bien, en un sentido estricto, una cadena voluntaria se entiende como una agrupación mixta de uno o varios mayoristas y un número superior de minoristas. Ambos poseen independencia jurídica y económica y se asocian con el fin de organizar y promover la venta de sus productos y de prestar servicios comunes que mejoren la gestión empresarial de los miembros.

III) Las franquicias

Las franquicias pueden considerarse cadenas compuestas por una central de servicios y un conjunto de detallistas independientes jurídica y financieramente, que se asocian mediante un contrato entre la empresa franquiciadora (una central de servicios) y cada una de las empresas franquiciadas.

En virtud del mencionado contrato de franquicia, el minorista franquiciado se compromete a pagar al franquiciador un cánon y unos royalties, a cambio del derecho a explotar una marca o una fórmula comercial, asegurándosele la prestación de servicios regulares orientados a facilitar la marcha del negocio. En general, los minoristas franquiciados tienen posibilidades de utilizar modernas técnicas de gestión y distribución, consiguiendo generalmente, una disminución de los costes de mantenimiento de los artículos en almacén y mejoras en el control de la gestión y en la utilización de medios de comunicación publicitarios y de promoción de ventas.

La empresa franquiciadora se evita costes de financiación directa e inversión inmobiliaria de los puntos de venta y costes de supervisión.

Puede haber diferentes clases de franquicias:

1. Franquicias de Producción

El franquiciado minorista sólo vende los productos del franquiciador, que es el propietario de los mismos y de la marca.

2. Franquicia de Distribución

El franquiciado compra los productos al franquiciador, que actúa como una central de compras en la que previamente se han seleccionado los productos y se han negociado mejores condiciones con los proveedores de los mismos.

3. Franquicia de Servicios

El minorista franquiciador adquiere un "saber hacer", es decir, una forma novedosa de prestación de un determinado servicio, acompañada de un método concreto que haya probado su aceptación en el mercado, su óptima explotación y rentabilidad.

4. Franquicia Industrial

El franquiciado recibe el derecho a fabricar un producto determinado y también la tecnología necesaria para ese proceso.

IV) Cadenas sucursalistas

Son unidades empresariales integradas por un conjunto de puntos de venta o sucursales minoristas con el mismo nombre, el mismo propietario y dirigidos centralmente. Además, normalmente comercializan las mismas líneas de producto. Pueden ser establecimientos con un gran surtido, variedad de productos, o establecimientos especializados.

La pretensión de estas cadenas de sucursales es que los establecimientos minoristas que pertenecen a ellas se puedan aprovechar de economías de escala derivadas de una estrategia de integración, así como de una racionalización en la política de compras, con la derivada mejora en el poder negociador de una centralización de la gestión y del desarrollo de una política activa de promoción de ventas y publicidad, junto con la implantación en las áreas comerciales más adecuadas.

Para poder constituir una cadena sucursalista es necesario contar con los medios financieros precisos y soportar el riesgo de una posible falta de flexibilidad derivada de una excesiva centralización.

5.2.3.- Clasificación según la localización de establecimientos agrupados

Diversas estructuras minoristas pueden clasificarse atendiendo al lugar de ubicación de los establecimientos. Estos pueden estar agrupados en determinadas zonas en base a una planificación racional de la oferta de productos, por razones de tradición u otras.

Las diversas estructuras de comercio minorista que resultan de estas asociaciones españolas son:

I) Centros comerciales.
II) Mercados Urbanos.
III) Galerías comerciales.
IV) Calles comerciales y/o peatonales.

I) Centros comerciales

Los centros comerciales son grupos de establecimientos comerciales que se conciben, construyen, realizan y explotan como una entidad, disponen de aparcamiento propio y su localización, superficie de venta y forma del establecimiento están en relación con la zona comercial a la que sirven.

En los centros comerciales coexisten establecimientos de gran dimensión, normalmente hipermercados, con pequeñas tiendas especializadas, beneficiándose en realidad éstas últimas de los clientes que visitan a los primeros. El centro comercial supone una concentración de ofertas comerciales que se combinan con esparcimiento y ocio.

La fuerte inversión que exige la creación de estos centros, supone que para el lanzamiento del mismo se requiera un promotor que combien capacidad de organización y capacidad financiera. Además, este promotor selecciona a las empresas interesadas en instalarse en el centro (Dosificación Comercial).

Se pueden distinguir varios tipos de centros comerciales:

1. Centro comercial de barrio.
2. Centro comercial de comunidad.
3. Centro comercial regional.

1. Centro comercial de barrio

Se orientan a la provisión de bienes de compra frecuente. Su polo de atracción suele ser un supermercado o un almacén popular. Suelen tener entre 10 y 40 tiendas y abastecen a un área de mercado de entre 10000 y 20000 personas. La superficie total del centro debe oscilar entre 2000 y 10000 metros cuadrados.

2. Centros comerciales de comunidad

Suelen ubicarse en el centro de una ciudad pequeña o dentro del área de un distrito de las grandes ciudades. Su polo de atracción suele ser un supermercado o un almacén popular y la superficie comercial oscila entre 7000 y 25000 metros cuadrados. El número de tiendas puede ser de 40 hasta 75.

La zona de atracción alcanzará al menos 5 kilométros, con un mínimo de 30000 personas afectadas.

3. Centros comerciales regionales

El polo de atracción de éstos es un gran almacén y/o un hipermercado. La superficie comercial supera los 25000 metros cuadrados, con un ámbito de atracción poblacional superior a las 150000 personas. El radio de acción es al menos de 15 kilómetros.

La creación de centros comerciales puede suponer un cambio importante tanto en la estructura comercial como en la urbana de una ciudad, por lo que la construcción de los mismos debe ser planificada y autorizada teniendo en cuenta el plan de urbanismo de la localidad en que pretenden establecerse. Algunas autonomías han dictado leyes al respecto.

II) Mercados urbanos o mercados locales de distrito o de barrio

Suponen una concentración de oferta en un sólo edificio. En ellos se comercializan especialmente productos de alimentación perecederos (carnes, pescados, frutas, verduras).

Tienen una regulación legal especial, con 40 establecimientos como mínimo, de al menos 16 metros cuadrados y con una determinda proporcionalidad en número de establecimientos por tipo de producto vendido.

III) Galerías comerciales

Son promovidas por la iniciativa privada de un constructor. Suelen ser galerías de alimentación, con pequeñas tiendas de al menos 14 metros cuadrados de superficie.

Prestan servicio fundamentalmente a un barrio o a una zona limitada. De cada especialidad hay dos o tres establecimientos.

Se habla de tres tipos de galería comercial:

1. Galería tipo A, que cuenta con un número de establecimientos entre 21 y 40.
2. Galería tipo B, entre 41 y 60 establecimientos.
3. Galería tipo C, entre 61 y más establecimientos.

IV) Calles comerciales

Conjunto de tiendas a lo largo de una calle. El tráfico lento, alquileres de viviendas bajos, ... son características de estas calles que sin duda las hacen atractivas a determinados detallistas (tiendas de conveniencia, bares, ...).

Las calles comerciales y/o peatonales son tradicionales en muchas ciudades. En ellas, se concentra un gran número de establecimientos comerciales.

5.2.4.- Clasificación según el tipo de establecimiento

Nos referimos a la estrategia de distribución seguida por el comercio minorista. Esta se conforma por el sistema de venta utilizado, la superficie del establecimiento, la amplitud del surtido así como por su especialización, y la forma de disponer y presentar los productos. Todo ello suele significar combinaciones distintas de servicio y precio.

En función de la diferente estrategia de distribución seguida, podemos clasificar los siguientes establecimientos o comercios:

I) Tradicional
II) Especializado
III) De autoservicio
IV) De Superservicio
V) Supermercado
VI) Hipermercado

VII) Por secciones
VIII) De descuento
IX) De conveniencia

I) Tradicional

Los comercios tradicionales son establecimientos en los que se atiende al comprador por medio de un dependiente que le muestra y entrega el producto solicitado. En estas tiendas se venden normalmente varias marcas de una clase o línea de productos.

Estos comercios tratan de conseguir ventajas competitivas ofreciendo un mayor contacto personal con el cliente, aconsejando e informando, entregando la mercancía a domicilio, y/o ajustando en lo posible los precios, aunque éstos no son bajos.

II) Especializados

Los comercios especializados venden en la forma tradicional, tienen poco surtido de productos pero una gran profundidad en cada clase o línea. Nacen como reacción a las nuevas estructuras comerciales y a los nuevos hábitos de compra. En realidad suponen una especialización en una determinada línea de productos que se comercializa en su totalidad, eliminando el resto de artículos.

III) Autoservicio

El autoservicio es un sistema de venta en el que el propio comprador selecciona el producto de una estantería del establecimiento y lo paga en caja. Esta forma de venta proporciona al comprador una gran comodidad y ahorro de tiempo, libertad de elección y movimientos a discreción sobre las decisiones de compra, comparación de precios y marcas y posiblemente, precios reducidos, ya que la empresa vendedora consigue economías en costes que puede traspasar al comprador.

Por otra parte, el vendedor obtiene la ventaja de la racionalización de la exposición de productos, la posibilidad de disponer de una mayor gama de oferta y aumentar la productividad por metro cuadrado al sustituir el espacio físico de almacén, o gran parte de él, por espacio de venta y aumentar la productividad por persona empleada por el ahorro en mano de obra derivado del cambio funcional en el sistema de venta.

El comercio de autoservicio aplica el sistema de venta explicado. Es un comercio generalmente de alimentación o droguería. El cliente, previa selección del producto o productos paga su precio en una caja a la salida del establecimiento. Son comercios con una superficie menor de 120 metros cuadrados.

IV) Superservicio

El superservicio supone el desarrollo del mismo sistema de ventas que el del autoservicio en una dimensión mayor, entre 120 y 400 metros cuadrados. La concepción empresarial de superservicio requiere la delegación de funciones, el desarrollo de un plan contable y la confección de un organigrama que coordine las distintas secciones. En cualquier caso, es una concepción diferente, más compleja, a la del autoservicio.

Las secciones dedicadas a productos no alimenticios, que suelen ser artículos para el hogar, ocupan aproximadamente un 30 por ciento de la superficie de venta.

V) Supermercado

En función de los metros cuadrados de superficie los podemos clasificar en supermercados grandes y pequeños. Los grandes han venido creciendo de forma importante durante los últimos años y parece que también van a hacerlo en el futuro, tiene una superficie media de 1000 metros cuadrados, 7 cajas de salida por término medio y un número de empleados en torno a 25.

Los supermercados pequeños tienen una superficie media que se sitúa en 300 metros cuadrados, con 2-3 cajas de salida por término medio y alrededor de 7 empleados.

La ventaja de este tipo de establecimientos comerciales está en su excelente localización, muy cerca del consumidor final y en el amplio surtido de productos que ofrece.

El régimen de ventas es de autoservicio y ofrecen una gran variedad de productos, siendo los de alimentación los más vendidos.

La maximización de beneficios del supermercado, se basa en el desarrollo de una compensación de precios y márgenes de forma que los precios y márgenes bajos de ciertos productos provoquen el aumento de la demanda de otros productos con márgenes mayores.

Es de destacar la gran versatilidad y capacidad de adaptación a los cambios en la producción y el consumo del supermercado, dado su cambio dimensional, tecnológico y de gestión. Además, su proximidad al cliente, la oferta amplia en surtido y la prestación de servicios complementarios que ofrece muchas veces son factores que tienen relación con la gran capacidad de adopción de nuevas tecnologías que hacen del supermercado un tipo de comercio muy competitivo.

Podemos citar los siguientes tipos de supermercados:

1. De proximidad. Tiene tamaño reducido y muy vinculado a los caracteres de los clientes.

2. Especializado. Concede gran importancia a la alimentación. Suele tener un elevado nivel en calidad y servicio.

3. De segunda generación. Pretende establecer una idea configurativa del establecimiento basada en las ocasiones y tipos de consumo más que en la naturaleza de los artículos.

De este modo, el supermercado queda dividido en cuatro zonas: comida rápida, comida familiar, bebidas y productos generales.

4. Maxi-super. La superficie de venta es de 1000 a 2000 metros cuadrados. Cuenta con alrededor de 4000 a 5000 referencias. Suele tener aparcamiento y es muy agresivo en precios.

En porcentale sobre cifra de ventas, la alimentación generalmente supone un 80 por ciento, siendo el resto de textil o bazar.

VI) Hipermercado

Establecimiento en régimen de autoservicio con superficie de venta superior a los 4000 metros cuadrados.

Esta fórmula comercial se ha consolidado fuertemente en España desde 1973. En el desarrollo de esta estructura se puede hablar de dos fases. Una primera en la cual se observa que el proceso de incorporación de los hipermercados a la estructura comercial española es muy lento, mientras que en una segunda fase se produce una consolidación de este tipo de establecimiento y un aumento importante de su cifra de ventas y beneficios.

Las causas principales de su desarrollo se derivan de la crisis económica y de una clara racionalización de los hábitos de compra. Esto se traduce, si no en un aumento de los clientes, sí claramente en una mayor fidelidad del cliente hacia el hipermercado y en un aumento de la compra media del mismo.

Ultimamente se observa un acercamiento de esta fórmula comercial al cliente. Los primeros hipermercados se han ubicado en las afueras de las ciudades pero, sin embargo, los últimos en instalarse y los nuevos proyectos prefieren una ubicación cerca del casco urbano e incluso dentro de él.

En España, se observa una preferencia por localizarse en la zona Sureste (Andalucía y Levante) seguida en orden de importancia por Madrid y Barcelona.

La superficie media de los hipermercados tiende a disminuir de acuerdo con la tendencia general en toda Europa. Así mientras las primeras grandes superficies españolas tenían alrededor de 6000 metros cuadrados de media, las últimas instaladas han descendido alrededor de 2000 metros cuadrados. No obstante, todavía nos encontramos muy lejos de la mayoría de las reglamentaciones europeas en materia de grandes superficies que permiten llegar tan sólo a 1500 ó 2000 metros cuadrados.

En España, hay grandes diferencias dentro de este tipo de establecimientos: así, mientras hay hipermercados que superan los 10000 metros cuadrados, otros no alcanzan la cifra de 3000 metros cuadrados de superficie de venta.

Este tipo de establecimiento se caracteriza por tener un prolongado horario de apertura al público y por ofrecer gran variedad de productos, siendo el número de referencias de 20000 como mínimo. Principalmente, se comercializan tres familias de productos: alimentación, artículos para el hogar y vestido y zapatería.

En los hipermercados se utilizan las técnicas de merchadising más sofisticadas intentando ganar al máximo la atención del cliente en la compra.

El gran volumen de ventas, la elevada rotación de las existencias, la utilización de financiación vía proveedores, y el reducido servicio prestado, permiten que los hipermercados ofrezcan precios bajos en sus productos.

Se intenta restringir legalmente la implantación de este tipo de comercio con el fin de evitar una concentración de la distribución minorista que puede afectar a la libre competencia.

VII) Establecimientos por secciones

Suponen un sistema comercial con dimensiones superiores a las del comercio tradicional, no tan grandes como las del hipermercado, pero con unas superficies de ventas muy concentradas.

En todo caso, esta fórmula comercial se considera como una transición del comercio tradicional al más moderno.

Dentro de los establecimientos por secciones consideramos:

VII).1. Grandes almacenes.
VII).2. Almacenes populares.

1. Grandes almacenes

Operan en cadena, con sucursales en distintas áreas geográficas. Son superficies de considerable tamaño, ubicadas en costoso suelo urbano céntrico que suelen aprovechar edificando en plantas. El espacio de ventas se divide en departamentos especializados que ofrecen un surtido amplio y relativamente profundo de varias gamas de productos (principalmente artículos para el equipamiento del hogar, confección, calzado, perfumería, alimentación, etc...).

El sistema de venta es el de autoselección en algunos departamentos, excepto en los de moda, regalos, textiles, zapatería y T.V.-sonido-informática, donde el trato al cliente es más personal y profesional, pasando por todas las fases de venta.

Los grandes almacenes proporcionan una gama bastante completa de servicios como financiación, entrega a domicilio, asistencia técnica, servicio de devoluciones y reclamaciones, acomodando sus precios a los de mercado.

2. Almacenes populares

Son una derivación del gran almacén, aunque también están especializados por secciones o departamentos. Sin embargo, el almacén popular tien un tamño menor (menos de 2500 metros cuadrados) y los productos tiene calidad inferior, con menos referencias, siendo mayor la rotación stocks.

Todo ello, sumando a un menor servicio al cliente, da lugar a precios y márgenes más reducidos. El almacén popular es menos intensivo en capital físico, humano y en suelo urbano, que el anterior.

VIII) Establecimientos de descuento

Los establecimientos de descuento surgen a raiz de la idea de máxima simplificación de la técnica del autoservicio en la venta. Su objetivo es conseguir reducir al máximo los costes de comercialización y ofrecer, simultáneamente, los precios más reducidos al consumidor. Por ello, los gastos de instalación son mínimos, la oferta es muy limitada, la rotación de los productos es elevada y el servicio en general muy reducido.

IX) Establecimientos de conveniencia

Son pequeños, de unos 200 metros cuadrados, con 2000 a 3000 referencias, y buscan su clientela en las proximidades geográficas a su ubicación. Ofrecen un horario de apertura al cliente muy amplio, en muchos casos las 24 horas del día, incluso en festivos. Suelen utilizar la técnica del autoservicio.

Los precios suelen ser muy elevados porque el cliente paga la comodidad, sobre todo de horario, al hacer la compra.

5.3.- *Incidencia de las distintas tipologías Comerciales*

En base a los índices de comercio al por menor editados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), se puede comparar la evolución de las ventas y sus tasas de variación mensuales entre el comercio especializado y el no especializado, incluido el de las grandes superficies.

A partir de los datos que aparecen en el cuadro siguiente se pueden establecer algunas consecuencias.

Cuadro 5.1.- ***Indices de comercio al por menor. Indices de ventas por establecimiento. Base 1994.***

1997	COMERCIO ESPECIALIZADO		COMERCIO NO ESPECIALIZADO		GRANDES SUPERFICIES NO ESPECIALIZADAS	
	Indices de Ventas	Tasa de Variación en un mes	Indices de Ventas	Tasa de Variación en un mes	Indices de Ventas	Tasa de Variación en un mes
Enero	116,70		106,91		124,52	
Febrero	91,32	-21,75	91,17	-14,72	93,52	-24,90
Marzo	97,68	6,96	99,87	9,54	103,33	10,49
Abril	104,48	6,96	102,50	2,63	102,97	-0,35
Mayo	105,45	0,93	107,20	4,59	107,92	4,81
Junio	104,39	-1,01	103,49	-3,46	102,76	-4,78
Julio	114,91	10,08	118,10	14,12	123,48	20,27
Agosto	92,34	-19,64	114,81	-2,79	114,58	-7,29
Septiembre	110,23	19,37	108,09	-5,85	112,24	-2,04
Octubre	116,03	5,26	111,14	2,82	114,16	1,71
Noviembre	105,54	-9,04	103,62	-6,77	116,05	1,66

Fuente.- *INE. Indices de comercio al por menor. Boletín estadístico, enero 98.*

En los meses transcurridos del año 97 la evolución de las tasas de variación es similar en las distintas tipologías comerciales. Hay una fuerte caída de las ventas en los meses de febrero y agosto, propiamente estacionales (final del período navideño, rebajas de enero y vacaciones de agosto), y un decrecimiento suave en el mes de junio, período que coincide con la presentación de la declaración de la renta. En el resto de los meses hasta noviembre, la recuperación ha sido muy aceptable, a pesar de la caída experimentada este último mes, salvo en las grandes superficies no especializadas.

Si se tiene en cuenta la evolúción de las ventas de las grandes superficies no especializadas por grupos de productos se observa que la caída de las mismas en los meses de febrero y agosto no es debida especialemtne a la alimentación, sino al equipo personal (vestido y calzado), equipo del hogar (menaje y muebles) y a otros bienes de consumo (libros, óptica, juguetes, etc...).

Por lo que respecta a la alimentación, tiene una tendencia más suave que el resto de los grupos, estando su índice de ventas en noviembre de 1997 un 10.98% más alto que el de enero del mismo año, lo que significa que el grupo, en valor absoluto, todavía mantiene buenas perspectivas en la ventas.

Cuadro 5.2.- ***Indices de comercio al por menor. Indices de ventas de las grandes superficies no especializadas, por grupos de productos. (Base 1994)***

1997	GENERAL		ALIMENTACION		EQUIPO PERSONAL		EQUIPO DEL HOGAR		OTROS BIENES DE CONSUMO	
	Indice de ventas	Tasas de variación en un mes	Indice de ventas	Tasas de variación en un mes	Indice de ventas	Tasas de variación en un mes	Indice de ventas	Tasas de variación en un mes	Indice de ventas	Tasas de variación en un mes
Enero	124,52		100,77		163,59		136,55		140,07	
Febrero	93,52	-24,90	93,30	-7,41	87,73	-46,37	107,61	-21,19	84,09	-39,97
Marzo	103,33	10,49	106,77	14,44	105,09	19,79	102,18	-5,05	89,71	6,68
Abril	102,97	-0,35	106,28	-0,46	103,75	-1,28	100,74	-1,41	92,59	3,21
Mayo	107,92	4,81	109,57	3,10	113,71	9,60	103,68	2,92	99,18	7,12
Junio	102,76	-4,78	104,13	-4,96	102,39	-9,96	103,46	-0,21	97,33	-1,87
Julio	123,59	20,27	112,07	7,63	148,71	45,24	130,73	26,36	121,05	24,37
Agosto	114,58	-7,29	116,44	3,90	103,46	-30,43	125,27	-4,18	103,13	-9,85
Septiembre	112,24	-2,04	110,53	-5,08	109,68	6,01	115,00	-8,20	117,96	8,09
Octubre	114,16	1,71	115,32	4,33	123,71	12,79	113,13	-1,63	97,18	-17,62
Noviembre	116,05	1,66	111,83	-3,03	134,65	8,84	120,00	6,07	99,70	2,59

Fuente.- *INE. Indices de ventas de comercio al por menor. Boletín estadístico. Enero 1998.*

5.3.1.- Evolución del gasto de los Consumidores

La evolución del gasto de los consumidores en los últimos años se puede seguir a partir de la encuesta continua de presupuestos familiares realizada por el INE, según los distintos grupos de productos.

Cuadro 5.3.- ***Gasto total de los consumidores. Pesetas corrientes (miles de millones).***

	1992	1993	1994	1995	1996 (*)
Alimentos, bebidas y tabaco	7.458,41	7.472,53	7.822,14	8.184,27	4.204,99
Vestido y calzado	2.854,69	2.632,52	2.522,36	2.534,51	1.309,09
Vivienda, calefacción y alumbrado	7.068,48	7.753,88	8.354,25	8.864,97	4.430,14
Muebles, enseres y servicios del hogar	1.998,68	1.972,90	1.964,45	2.072,83	1.010,93
Servicios médicos	796,01	884,93	882,73	1.001,44	530,62
Transportes y comunicaciones	4.029,98	4.213,50	4.344,38	4.345,31	2.085,52
Esparcimiento, enseñanza y cultura	1.936,64	2.054,26	2.099,73	2.135,11	1.141,94
Otros bienes y servicios	3.786,97	3.728,98	3.737,73	3.920,95	1.990,61
Otros gastos no mencionados anteriormente	873,47	955,73	1.024,75	994,70	541,25
Total	30.803,370	31.669,27	32.752,55	34.054,12	17.245,08

Fuente.- *INE. Encuesta continua de presupuestos familiares. Boletín estadístico. Enero 1998.*
(*) Primer semestre

Cuadro 5.4.- ***Gasto total de los consumidores. Pesetas corrientes (estructura porcentual)***

	1992	1993	1994	1995	1996 (*)
Alimentos, bebidas y tabaco	24,21	23,60	23,88	24,03	24,38
Vestido y calzado	9,27	8,31	7,70	7,44	7,59
Vivienda, calefacción y alumbrado	22,95	24,48	25,51	26,03	25,69
Muebles, enseres y servicios del hogar	6,49	6,23	6,00	6,09	5,86
Servicios médicos	2,58	2,79	2,70	2,94	3,08
Transportes y comunicaciones	13,08	13,30	13,26	12,76	12,09
Esparcimiento, enseñanza y cultura	6,29	6,49	6,41	6,27	6,62
Otros bienes y servicios	12,29	11,77	11,41	11,51	11,54
Otros gastos no mencionados anteriormente	2,84	3,02	3,13	2,92	3,14
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente.- *INE. Encuesta continua de presupuestos familiares. Boletín estadístico. Enero 1998. (*) Primer semestre.*

En términos porcentuales, los grupos tradicionales han disminuido su participación en el total del gasto de las familias españoles desde 1992 hasta el primer semestre de 1996. En esta fecha el gasto en alimentación supone algo menos de la cuarta parte del gasto total (24,38%), 1,3 puntos menos del gasto en vivienda, que con un 25,69% del total ha experimentado un aumento en el período considerado que le ha llevado a convertirse en el principal epígrafe del gasto total de los consumidores. Asimismo se observan descensos significativos en el gasto en grupos como vestido y calzado, transportes y comunicaciones. Por el contrario se detecta un gasto más o menos estabilizado en mobiliario, servicios médicos y otros bienes y servicios.

En definitiva, puede afirmarse que la distribución del gasto de los consumidores se encuentra en permanente variación, siendo significativos el incremento de los porcentajes destinados a vivienda y la disminución de aquéllos destinados a alimentación.

5.3.2.- El impacto de las grandes superficies de venta

El impacto de las grandes superficies tiene lugar, de forma interrelacionada, en el consumo, en la oferta comercial y en el territorio.

a) Impacto en el consumo

Previamente a la implantación de la gran superficie y/o como consecuencia de ésta, se produce un **cambio en los hábitos de compra del consumidor**. Aquí obviamente intervienen otros factores ya suficientemente conocidos (inserción de la mujer en el mundo laboral, mayor motorización...). Estos cambios se plasman principalmente en que:

- El consumidor selecciona el tipo de establecimiento en el que desea comprar cada tipo de producto.
- Realiza compras de mayor volumen (compra fuerte).
- Realiza compras más espaciadas.

Estos cambios de hábitos generan una **reorientación de los flujos de gasto** tanto intramunicipales como intermunicipales: parte del gasto que antes se hacia en una zona determinada, ahora se realiza en otras áreas de la ciudad o en otras ciudades.

b) Impacto en la oferta comercial

Esta reorientación de los flujos de gasto da lugar a determinados **cambios en las cuotas de mercado**. Parte del gasto que antes se realizaba en el pequeño comercio, ahora se dirige hacia la gran superficie. Obviamente la cuota de mercado que gana uno es en detrimento de la que pierde el otro.

Este descenso de la cuota de mercado del pequeño comercio impacta en este colectivo llevando a:

. El **cierre o la reducción drástica de rentabilidades del** comercio más obsoleto: el no especializado, independiente, aislado, con técnicas de gestión desfasadas, etc..

. La **reconversión** de parte del pequeño comercio hacia:

- La especialización.
- La modernización.
- El asociacionismo de gestión.
- Las reubicaciones en centros comerciales, en ejes viarios comerciales, en la galería de las propias grandes superficies...

En cualquier caso es importante incidir en que **el grado de impacto que tienen las grandes superficies** sobre el pequeño comercio, aunque sea superior en unos grupos de actividad que en otros 8alimentación, droguería, etc....) **siempre está en función de la competitividad del pequeño comercio preexistente.**

c) Impacto sobre el territorio

La reorientación de flujos intramunicipales genera **nuevas áreas comerciales** en las ciudades. El caso más significativo es el de los grandes almacenes. Estos centros que habitualmente se han situado en el ensanche de las ciudades, han generado allí nuevas áreas comerciales, produciéndose paralelamente en la mayoría de los casos un declive de la actividad de los cascos históricos. En algunos casos han cambiado radicalmente la fisonomía de la ciudad.

Por otro lado la reorientación de flujos tanto intra como intermunicipales que generan los hipermercados, da lugar a la creación de **áreas comerciales periféricas** de gran dimensión. El impacto que tienen sobre la red de comunicaciones es evidente. Pero la principal amenaza es la desertización comercial de los pequeños núcleos de población que gravitan sobre ellas.

Cuadro 5.6.- ***Hipermercados por Comunidades Autónomas.***

Comunidad Autónoma	Establecimientos	Superficie venta (m^2)
ANDALUCIA	46	350.809
CATALUÑA	34	192.102
C. VALENCIANA	23	151.411
MADRID	23	232.727
CANARIAS	12	86.100
GALICIA	8	59.398
PAIS VASCO	8	60.384
CASTILLA-LEON	7	55.068
ASTURIAS	5	48.951
CASTILLA-MANCHA	7	39.724
MURCIA	6	57.074
BALEARES	5	36.750
EXTREMADURA	4	29.800
CANTABRIA	3	13.870
NAVARRA	3	21.664
ARAGON	2	21.890
LA RIOJA	1	10.700
MELILLA	1	4.500
TOTAL	198	1.507.332

Fuente.- *Distribución/Actualidad.*

Cuadro 5.7.- ***Hipermercados en las Islas Canarias***

PROVINCIA / CIUDAD	CADENA	SUPERFICIE DE VENTA (M^2)
LAS PALMAS		
. Arrecife	. Más y Más	2.500
. Las Palmas	. Continente	11.140
	. HiperHoya de la Plata	6.000
	. Hiper la Ballena	7.500
	. Hiperdino	3.900
	. Hiperdino Triana	3.000
. Telde	. Hiper Cruz Mayor	3.613
	. Más y Más	3.000
STA. CRUZ DE TENERIFE		
. Arafo	. Hipersur 2	4.800
. Icod de los Vinos	. HiperMicasa	3.200
. La Laguna	. Alcampo	12.000
	. Orsueco	3.500
. La Orotava	. Orsueco	7.600
. Las Chafiras	. Hipersur 1	4.600
. Sta. Cruz de Tenerife	. Continente	9.745
	. Hiper Trébol	8.400
	. Orsueco	7.000
TOTAL		101.498

Fuente.- *Distribución/Actualidad.*

Cuadro 5.8.- ***Censo de grandes supermercados en Canarias. 1994***

PROVINCIA	NUMERO GRANDES SUPERMERCADOS	SALA DE VENTAS (M^2)
LAS PALMAS	19	26.557
TENERIFE	13	17.401
TOTAL	32	43.958

Fuente.- *Distribución / Actualidad*

Gráfico 5.1.- ***Impacto de las grandes superficies***

SOBRE EL CONSUMO

1. CAMBIO DE HABITOS DEL CONSUMIDOR

   * SELECCION DE ESTABLECIMIENTO POR TIPOS DE PRODUCTOS
   * COMPRAS DE MAYOR VOLUMEN
   * COMPRAS MÁS ESPACIADAS

2. REORIENTACION DE LOS FLUJOS DE GASTO

   * FLUJOS INTRAMUNICIPALES
   * FLUJOS INTERMUNICIPALES

3. RECONVERSION DE PARTE DEL PEQUEÑO COMERCIO

   * ESPECIALIZACION
   * MODERNIZACION
   * ASOCIACIONISMO DE GESTION
   * REUBICACIONES
     - EN CENTROS COMERCIALES
     - EN EJES VIARIOS COMERCIALES
     - EN LA GALERÍA COMERCIAL DE LA G.S.

SOBRE LA OFERTA

1. CAMBIOS EN LAS CUOTAS DE MERCADO

   * DESCENSO EN LA CUOTA DE PARTICIPACION

2. CIERRE DEL COMERCIO MÁS OBSOLETO

[1] Fuente.- *Emer. Gfk.*

5.4.- Nuevas tecnologías en el Comercio al por menor

¿Cuál es el uso que en la actualidad hace el sector comercio de las nuevas tecnologías?. ¿Cuál es la tendencia de comportamiento de este sector con respecto al uso de las mismas?.

Para responder a estas dos preguntas no nos detendremos a discutir si nos estamos refiriendo al uso que el sector comercio hace de las nuevas tecnologías o si realmente es este sector el que genera su aparición. Lo que realmente trataremos de conocer son las innovaciones tecnológicas que se están introduciendo actualmente en el mismo y cómo están influyendo en los cambios experimentados por las formas y métodos comerciales. No nos referimos a innovaciones "técnicas" (nuevos métodos de distribución, de fijación de precios, de merchandising, etc...), ya que éstas nos interesan únicamente desde el punto d vista de la relación que tienen con aquéllas, puesto que el uso de nuevas tecnologías dará lugar a innovaciones como por ejemplo el ibertex, la "teletienda"..., por citar dos métodos de comercialización que se están introduciendo en la actualidad, uno con tecnología madura, TV y teléfono (aunque también sería posible el fax) y otro con tecnología todavía en crecimiento: el ordenador (además del teléfono, como soporte de la comunicación).

Por ello, este apartado debería entenderse no sólo como "Nuevas Tecnologías", sino también como "Nuevos usos de Tecnologías (antiguas o maduras)".

Como consecuencia de la introducción de estas innovaciones tecnológicas en el sector comercio aparecerán una serie de necesidades de formación no sólo en los puestos de trbajo que desempeñan las personas encargadas de su uso, sino también en aquellos otros puestos que deben organizar su utilización, ya que éstos tienen que ser conocedores de la utilidad de las tecnologías para sacar un rendimiento máximo de las mismas.

Para realizar el estudio hemos considerado una primera clasificación de las tecnologías:

- **Tecnologías para la gestión**: ordenadores, cajas registradoras, fax, telex, teléfono, teléfono inalámbrico, lectura óptca, sistemas TV cerrada (vigilancia en grandes superficies), sistema EAN de codificación.

- **Tecnologías para el público**: tarjetas, balanzas electrónicas, ...

- **Tecnologías para realizar la actividad**: cámaras frigoríficas, carretillas montacargas, robots montacargas, carros filoguiados y radioguiados.

- **Tecnologías aplicadas a nuevos sistemas de venta**: "telecompra", compra por teléfono, ibertex, máquinas expendedoras. "Caddytronic".

Estos cuatro grupos no son excluyentes entre sí y cualquiera podría incluir alguna innovación en más de uno, por ejemplo, las tarjetas, presentan ventajas para el público pero también para la gestión al no hacer necesario el uso del efectivo o el control de clientes.

No todas estas innovaciones son aplicables en todos los comercios, por ejemplo los sistemas de pago electrónico no tendrían mucho sentido en un pequeño kiosko que se limita a vender periódicos, revistas y dulces, pues la cuantía de cada transacción es muy pequeña: sin embargo, es imprescindible en lugares donde cada transacción supone un importante desembolso, por ejemplo tiendas de electrodomésticos, tiendas que venden prendas de piel. Otro ejemplo, sería el control de las existencias por ordenador, fundamental en grandes almacenes o en grandes superficies, pero no tanto en una tienda con menor rotación de existencias.

La importancia de estas innovaciones trasciende del ámbito comercial para alcanzar el social puesto que, en un futuro no muy lejano estas tecnologías pueden llegar a modificar sustancialmente la vida cotidiana de los consumidores y por ende, la forma de adquirir sus bienes y servicios: por un lado los nuevos medios de pago y por otro las nuevas formas de comercio que tienen como soporte básico las tecnologías de información.

5.4.1.- Evolución futura de las distintas formas comerciales

Para analizar cual será la previsible configuración del sector comercio en nuestro país, en lo referente a la importancia que las distintas formas comerciales tendrán en el futuro (crecimiento, consolidación o decadencia de las ya existentes, o bien surgimiento otras nuevas capaces de satisfacer las necesidades de intercambios que incorporen valor añadido adicional), seguiremos el esquema lógico de toda predicción, estableciendo las siguientes fases:

1. La primera etapa a crubrir irá referida al análisis de la composición del entorno. En este punto deberemos tratar de identificar cuales son los factores que, tanto de forma histórica como en la actualidad, han ido ejerciendo una mayor influencia en la configuración del sector comercio y por lo tanto en el desarrollo de las distintas formas comerciales.

2. La segunda etapa consistirá en analizar el desarrollo de estos factores para conocer cuales son las líneas de evolución principales:

3. La tercera y última etapa consistirá en anticipar cuáles pueden ser, a la luz de la evolución seguida hasta el momento, los proncipales cambios que tendrán lugar en el sector. Esta etapa es la que entraña un mayor grado de complejidad, ya que para predecir, con ciertas garantías de éxito, es necesario un correcto desarrollo de cada una de las etapas anteriores.

A todo esto hay que añadir, para no llevarnos a engaño, que sólo podrán realizarse previsiones de líneas evolutivas de carácter genérico, y que éstas se limitarán a un período de tiempo no muy amplio, que estará siempre en función, tanto del nivel de información acumulada en las etapas anteriores, como de la veracidad de los datos utilizados.

Vamos a clasificar en 3 grandes grupos los factores que a nuestro juicio han tenido una mayor importancia:

En primer lugar consideraremos los hábitos y costumbres del consumidor, éstos dependerán a su vez de distintas variables socioeconómicas como la composición de la masa poblacional objetivo de la comercialización delproducto considerado, el nivel de renta de sus componentes, sus valores socioculturales, así como los personales, los horarios cotidianos de los consumidores....

También analizaremos la evolución e influencia de estos factores en las formas comerciales, responder a las siguientes preguntas: ¿Cómo se están modificado los hábitos y costumbres del consumidor?, ¿en qué medida están influyendo, en estos cambios, los distintos factores socioeconómicos? Y trataremos de esbozar las líneas generales por las que previsiblemente evolucionarán estos factores.

En segundo lugar consideraremos la estructura competitiva del sector, que a su vez dependerá del marco legislativo en el que se desarrolla la competencia, del grado de concentración empresarial, de las relaciones entre las distintas fuerzas del mercado (empresa, proveedores, clientes, competidores), del grado de racionalización, tanto en el desarrollo de tareas a nivel interno de la empresa, como en lo referente a las relaciones entre los distintos componentes del canal...

Trataremos de responder a las siguientes preguntas: ¿De qué forma está configurado el comercio en los distintos países comunitarios en la actualidad y como está evolucionando?, ¿qué particularidades presenta cada nación?, ¿a qué son debidas estas diferencias?, ¿podemos pensar que en el sector comercio existen líneas de desarrollo preestablecidas por las cuales todo país debe pasar?, o por el contrario, ¿cada país es un caso distinto a los demás y las generalizaciones son erróneas?.

¿Conociendo el grado de influencia de estos factores y la evolución que han seguido en los últimos tiempos qué conclusiones podremos sacar de cara al futuro?.

En tercer y último lugar deberemos analizar cuestiones relacionadas con el nivel de uso de la tecnología disponible en el desarrollo de tareas propias de las empresas del sector, ver si los adelantos técnicos están siendo aplicados de forma generalizada y de qué otras formas posibles es previsible que se haga.

De qué forma podríamos responder las siguientes cuestiones: ¿Son puestos en práctica, hoy en día, los adelantos tecnológicos en el sector comercio de forma generalizada (por toda clase de establecimientos)?, ¿cuál es el grado de satisfacción de los usuarios de la tecnología?, ¿existen nuevas tecnologías susceptibles de aplicación al comercio que en la actualidad no sean empleadas?, ¿son previsibles incrementos importantes en el uso de algunas tecnologías ya aplicadas?, ¿las tecnologías utilizadas en la actualidad por el comercio, para determinados trabajos, son susceptibles de aplicación en otras tareas?.

5.4.2.- La influencia delos factores socioeconómicos y hábitos del consumidor

Dentro del primer conjunto de factores que determinan los hábitos del consumidor vamos a comenzar destacando los cambios producidos en la composición por edades de la población. La piramide poblacional es un importante factor a considerar a la hora de tratar el futuro de los Canales de Distribución, ya que el consumidor final será quien decida el producto que va a comprar y, por tanto, los esfuerzos de todos los miembros del canal irán dirigidos hacia él.

En los países comunitarios en general, y en el nuestro en particular, se viene produciendo una disminución del número de matrimonios celebrados y un aumento de la edad media a la que se celebran, lo que ha provocado un descenso de la natalidad. Todo esto combinado con una mayor esperanza de vida de la población, ha provocado que la pirámide de edades se invierta, es decir, que el peso relativo de los grupos de individuos de edad más avanzada aumente, en detrimento del de los más jóvenes.

Es importante que, tanto los establecimientos detallistas, como los mayoristas, tengan en cuenta cuál es la composición de edades de la población e identifiquen las necesidades y preferencias de los distintos grupos sociales, y vean en qué medida se van a dirigir a cada uno de ellos.

Las conclusiones más relevantes que se pueden obtener de lo dicho en este punto son, por un lado, el aumento de la importancia relativa de los grupos de población de mayor edad y, por otro, la importancia que el cambio de la estructura demográfica puede tener en la economía en general y en la Distribución en particular.

El volumen de venta del mercado detallista está condicionado por el nivel de ingresos de los clientes, tanto reales como potenciales. A medida que sube el nivel de renta cambia el comportamiento del consumidor. Este busca productos con un mayor valor añadido, crece la demanda de servicios, de bienes relacionados con el ocio. El consumidor busca productos que estén más en consonancia con su nuevo status, lo que le permite adquirir productos de mayor calidad aun siendo éstos más costosos.

El consumidor que busca una calidad y surtido estándar, será sustituido progresivamente por otro que desea optimizar su gasto a través de una mayor calidad en los productos que consume, mayor seguridad, mejor información en el etiquetado, mayores garantías por parte de la empresa que lo oferta y en general un aumento en la calidad y la cantidad de los servicios ofrecidos de forma complementaria.

Los valores individuales y las normas que rigen el comportamiento de las personas han sido y son objeto de grandes cambios. Su observación, por lo tanto, es de vital importancia para poder diseñar respuestas acordes con las aspiraciones, valores y necesidades de los segmentos de clientes más significativos, creando una oferta completa y satisfactoria.

El consumidor está inmerso en un mundo en constante cambio y se ve influenciado por éste continuamente, incluso en el momento de realizar su elección de compra. De esta manera se puede establecer una cierta relación enetre los cambios sociales que afectan al consumidor y su comportamiento en el momento de la compra.

Otro aspecto importante es la mentalización del consumidor con respecto a la responsabilidad que éste tiene en cuanto a su entorno y la naturaleza que le rodea. Las personas están cada vez más preocupadas por la conservación del medio ambiente, todo esto se ve reflejado como es de esperar en la conducta del comprador, éste se inclina de forma progresiva hacia productos (en sentido amplio) que tengan una mayor sensibilidad con el medio ambiente.

El tiempo empleado en la compra, es un factor que tiene una importancia creciente. La disminución de la cantidad de tiempo disponible por diversos motivos, como es el caso de la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, crece su valoración. Se trata de sacar el máximo partido a cada uno de los minutos de los que se dispone, lo cual se consigue, minimizando la proporción asignada a tareas tediosas y rutinarias, como la compra diaria, y maximizando el destinado a otras más agradables, como la compra-paseo, fórmula explotada por los centros comerciales y grandes superficies en general.

Como fenómeno cultural importante, podemos destacar la incorporación de la mujer al mercado laboral, que ha producido un cambio notable en muchos hábitos sociales, especialmente en los referentes a la unidad familiar. Actualmente, es común observar familias de tamaño reducido que adquieren productos o servicios de conveniencia y que, además, suelen hacer sus comidas fuera de casa. Todos estos cambios han permitido que el consumidor goce, en general, de mayor poder económico, lo que genera, al mismo tiempo, mayor demanda y, en consecuencia, más abundancia de establecimientos detallistas.

También es este punto, en el que consideramos el tiempo disponible y la valoración de éste, debemos tener en cuenta la tendencia a la reducción de la jornada laboral, aunque ésta esté prevista para un plazo más amplio.

5.5.- El impacto del Euro en el Sector del Comercio

En el año 2002 culminará el largo proceso de creación de un espacio económico y monetario único en Europa, que es la lógica consecuencia de la fundación de la Comunidad Europea en 1957.

En efecto, el proceso de Unión Económica y Monetaria europea emprendido finalizará con la entrada en vigor de la Unión Monetaria Europea en julio del año 2002 como máximo, a la que tendrán acceso aquellos países comunitarios que alcancen los objetivos de convergencia fijados a raíz del Tratado de Maastricht y que no renuncien a su derecho de entrada. Antes, el nacimiento e introducción del euro en enero de 1999 supondrá un hito en dicho proceso.

Por lo tanto, antes de que concluya el siglo, la Unión Europea contará con una moneda única, el euro, que se convertirá en una moneda de referencia en el mundo, proporcionando a los países que integren la Unión Económica y Monetaria un instrumento fundamental para operar en sus propios mercados y en los internacionales. La adopción del euro es, sin duda, uno de los acontecimientos cruciales de la historia de la integración europea.

Las consecuencias derivadas de la Unión Económica y Monetaria para la economía de los países miembros se resumen en:

* Desaparición de las devaluaciones.
* Inflación estable y moderada.
* Menores tipos de interés.
* Reducción de incertidumbres, tanto cambiarias como de inflación.
* Mayor transparencia en los mercados y mejora del sistema de precios para la toma de decisiones.

Uno de los retos más importantes para las empresas españolas que desarrollen su actividad en este entorno será su posicionamiento estratégico, pues las oportunidades derivadas de una ampliación de su mercado no se dejarán esperar. Es preciso pues que este cambio vaya ligado a una mejora en la productividad de las empresas y con ello a un incremento de su competitividad. Este aspecto es extremadamente importante, ya que el euro incidirá de forma asimétrica en función de las diferencias de la estructura productiva de los distintos países miembros, por lo que aquéllos que sean más competitivos reforzarán su posicionamiento en detrimento de los más débiles.

En este escenario la figura del comerciante brilla con luz propia, pues de su correcta actitud y capacidad de planificación va a depender la forma en la que los consumidores experimenten los primeros momentos de vida del euro.

En un sector tan atomizado y competitivo como la distribución es indispensable que el comerciante desarrolle una adecuada estrategia de información que evite la confusión y desconfianza del consumidor y fortalezca el posicionamiento del negocio, generando alguna ventaja competitiva.

5.5.1.- El papel del Comercio Minorista

La introducción del euro representa un cambio de escenario para las empresas y, por tanto, también para los minoristas. Estas tendrán que introducir los cambios necesarios en su forma diaria de operar para adecuarse al uso de la nueva moneda. Dentro de ellas, el grupo de empresas dedicadas al comercio minorista tiene un papel esencial, al estar en contacto directo con los consumidores finales.

Es por ello que de estas empresas va a depender, en buena medida, el éxito de la aceptación de la moneda única, especialmente en la primera fase.

El Comercio es el área de la actividad económica donde seguramente son más perceptibles los problemas de gestión derivados de la introducción de la moneda única. La evolución y la continuidad de la buena marcha de los negocios comerciales dependerá en gran medida del grado de aceptación y confianza de los consumidores, así como de la mayor o menor rapidez de adaptación al cambio.

Para conseguir este objetivo, es necesario poner a disponsición del consumidor información suficiente, en lo posible, con la antelación necesaria a la fecha de introducción física de la moneda única. ***"Ayudar al consumidor en los primeros momentos y darle un buen servicio puede convertirse en un excelente instrumento de ventas".***

Los vínculos del comerciante con el consumidor se estrecharán, aún más si cabe, durante los primeros pasos del proceso de introducción del euro. Es fundamenteal tener en cuenta los siguientes aspectos:

Educación / Formación. Como ya hemos mencionado anteriormente, los comerciantes juegan un papel crucial a la hora de ayudar al público en el uso del euro y en las implicaciones de éste durante el período transitorio. Para ello deben comenzar con la educación y formación de su propio personal, para lo cual se contará con el apoyo del gobierno y de las diferentes Administraciones Públicas y demás instituciones como Cámaras de Comercio, etc...

Información sobre precios. Mientras se lleve a cabo el acto de la compra, el consumidor debe estar informado en todo momento del precio de los artículos, localizándose éste de forma clara y visible en: el propio producto, estanterías y lineales donde se encuentra, tickets y facturas, folletos, cartelería, catálogos y publicidad.

Es probable que algunos comercios señalen el doble precio (en pesetas y en euros) en las estanterías o lugares donde se expone el artículo, debido a la reducción de costes que esta medida representa frente a la alternativa de marcarlos individualmente.

Respecto a la dificultad que deriva de la aparición del doble precio en las facturas, esto obliga, a realizar algunas modificaciones en el hardware y software informático, con su consiguiente repercusión en costes. Por su parte, los comerciantes no tienen porqué disponer de ambas monedas de forma líquida en la caja registradora, bastará con que tengan una de ellas y una tabla de conversión en el punto de venta.

Por último resulta especialmente interesante destacar que, aunque para la mayoría de los productos el precio resulta de inmediata aplicación, no ocurre lo mismo para otros artículos cuyo valor se determina en función de su peso (fruta, carne, hortalizas, etc..), operación que realiza el personal de la tienda o el propio consumidor. Es necesario prever esta situación para corregir la posible confusión que pudiese surgir, con especial dificultad en el caso de los productos que lleguen al comercio preenvasados.

Sistemas de Pago. Existen tres mecanismos habituales de pago en el sector detallista: en metálico, con tarjeta y mediante cheque. Los inconvenientes asociados a cada uno de los sistemas son:

- Las transacciones en metálico presentan los mayores problemas para el comerciante en el periodo de transición. El manejo de dos monedas distintas implica disponer de dos cajones en la caja registradora que facilite su manejo. Por otro lado aumenta el esfuerzo del personal que requerirá más tiempo para la elaboración de las facturas. Es importante que este sistema funcione de forma eficiente, para no alterar la relación con los clientes y la operativa del proceso. Una posible solución al problema que se baraja sería, como se ha mencionado antes, que los comerciantes aceptasen el pago en ambas monedas pero que el cambio o vuelta lo realizaran en una sola moneda, preferentemente el euro, lo que reduciría costes operativos y los consumidores se adaptarían más rápidamente al euro. Los supermercados son un ejemplo; las monedas recibidas se depositarían en un únido lugar, sin necesidad de su ordenación. De este modo también se facilitaría la gradual retirada de la moneda nacional en circulación.

- El uso de la tarjeta de crédito y los monederos electrónicos facilitará considerablemente las operaciones. De igual modo la tecnología de estas tarjetas deberá ser previsiblemente revisada, incorporando las dos monedas.

- Las operaciones mediante cheques no deben presentar problemas en el punto de venta. Estos se plantearán más bien para los bancos. Los cheques podrán ser depositados en un único sitio, salvando la necesidad de diferenciación física.

5.5.2.- La conversión de precios

La fijación de una paridad euro-moneda nacional fija e irrevocable que tendrá vigencia a partir del 1 de Enero de 1999, es otra de las cuestiones relevantes en el proceso de transición. En el caso de España este tipo de cambio estará compuesto de seis cifras: tres antes de la coma y tres después. Traducir, pues, precios en pesetas a precios en euros resultará, en principio sencillo: se trata de dividir el precio en pesetas por el tipo de paridad.

La situación real se puede complicar, sin embargo, por una serie de factores: redondear a la centésima. Las reglas de redondeo, recogidas en el Reglamento del Consejo sobre determinadas disposiciones relativas a la introducción del euro, permiten la obtención de los precios finales en euros y en la moneda fraccionaria, cents. Estas reglas se aplican al precio inicial en euros obtenido al dividir el precio en pesetas por el tipo de conversión oficial. Nunca se aplicarán directamente al tipo de conversión oficial.

. En determinadas circunstancias (por ejemplo en casos de productos con bajo valor unitario), el redondeo puede ocasionar alteraciones notables de precios.

. Si el precio en pesetas tiene carácter ***"psicológico"***, y éste se quiere conservar en euros, las dificultades aumentan, pues no siempre será fácil obtener ese precio en el entorno de la conversión mediante redondeo simple.

Estos casos pueden inducir a realizar conversiones incorrectas, con riesgo de consecuencias graves para la competitividad de la empresa que utilice estas práctica y para el propio nivel de precios si son generalizadas.

De todo lo anterior se desprende la idea de la importancia que tiene la aplicación correcta del redondeo, ya que la excesiva aplicación del redondeo al alza puede incrementar sustancialmente el precio del producto, con la consiguiente pérdida de clientes.

La conversión de precios puede afectar, según hemos anotado, a la determinación de las políticas promocionales de un establecimiento, en el momento en que éste atiende a criterios psicológicos o de conveniencia, a parte de los criterios de coste para establecer sus precios. De este modo surge el dilema de elección de la moneda en la cual queremos resaltar un precio más atractivo: ¿euros o pesetas?.

Este planteamiento, evidentemente, dejará de existir una vez que termine el período de convivencia de las dos monedas, pero hasta ese momento, el minorista podría optar entre las siguientes estrategias:

Hacer que el precio en pesetas sea el precio "psicológico" o "conveniente", y el precio en euros el resultante de aplicar las reglas de redondeo.

Probablemente **sea la estrategia más adecuada** mientras que el euro no circule de forma física.

Fijar los precios en pesetas de manera tal que los precios resultantes en euros resulten "psicológicos" o "convenientes". Esta sería la estrategia más adecuada una vez que comiencen a circular billetes y monedas en euros. Además, esta estrategia estimularía al consumidor a utilizar el euro en su compra, facilitando la retirada gradual de la peseta.

Una opción adecuada por parte del minorista podría ser la aplicación de las primeras estrategias de forma consecutiva, pese a que el consumidor pudiese percibir el cambio de los precios de forma algo drástica.

En cualquier caso, el minorista debe estar preparado para eliminar posibles sospechas del consumidor de subida oportunista de precios. Para ello podrá emplear algunas estrategias de marketing que estimulen y mantengan la confianza de los clientes. Esta será una oportunidad sin duda para reposicional el concepto del negocio propio y atraer a nuevos clientes ofreciendo comodidad y atención en la compra.

Por último, los comerciantes deberán tener en cuenta que la conversión de precios distorsionará aquellos precios que son tomados como referencia a la hora de realizar las compras. Este cambio puede dar lugar a dos reacciones opuestas por parte del consumidro: la interrupción del ritmo normal de las transacciones (ralentización de la actividad de compra en los primeros estadios del proceso), o una incitación a comprar más (muchos productos de compra habitual con precios inferiores a un euro). De este hecho podemos resaltar la importancia que tendrán los minoristas a la hora de ayudar a los consumidores a restablecer dicho marco de referencia, estableciendo criterios de comparación e informando de manera especial sobre los productos que habitualmente integran el conjunto de referencia básico.

5.5.3.- Doble etiquetaje de precios

El doble etiquetaje de los precios es una consecuencia del período de transición en el que convivirán el euro y la peseta, este es un aspecto que ha suscitado un escaso debate entre los estados miembros de la U.E. , y ha sido aprobado por el Libro Verde y el Parlamento Europeo en el informe Randzio-Plath.

La doble etiqueta puede afectar no sólo al precio de los productos en los lineales, sino también al que aparece en los tickets de compra. Existe en la actualidad una Directiva comunitaria, muy avanzada en cuanto al proceso de aprobación, que contempla que a partir de 1999 será necesario para la mayoría de los productos que aparezca el precio referido tanto para la cantidad que se comercializa como para la unidad de medida genérica.

De aprobarse finalment esta medida, cuando sea necesario poner la doble etiqueta en la moneda nacional y en euros tendremos cuatro precios que comunicar al cliente en cada uno de los productos. Esta circunstancia se agrava en el caso de llevar a cabo promociones o ventas especiales, dado que en la mayoría de las normativas europeas que regulan esta materia se exige que aparezca el precio previo a la rebaja y el final. En estas situaciones se deberían mostrar hasta ocho precios por cada producto.

Para tratar de dar solución a este costoso cambio formal, se pueden considerar las siguientes medidas voluntarias:

- **Tablas de Conversión**. Puesta a disposición del consumidor de tablas de conversión entre cada una de las monedas nacionales y el euro. Se pueden adaptar a las características y política comercial de cada distribuidor. Sería también de aplicación apara máquinas vending.

- **Tablas de conversión para productos específicos**. A criterio de cada punto de venta se pueden editar tablas de conversión para los productos que se consideren más relevantes desde el punto de vista del consumidor.

- **Material informativo genérico**. En este material debería aparecer material de concienciación y educación tanto por parte de los distribuidores como de las autoridades administrativas.

- **Material informativo específico**. Unicamente para hacer la conversión desde cada una de las monedas nacionales al euro y, por ello, su coste sería reducido.

- **Publicidad.** Todas las empresas pueden incluir información sobre el euro en su material publicitario (respuestas a las preguntas más comunes que pueden surgir, comparaciones entre precios, etc...).

- **Conferencias de Prensa**. Las asociaciones de distribuidores y las empresas individualmente pueden realizar conferencias de prensa en las que se expliquen las principales consecuencias que para el sector de la distribución comercial tendrá la adopción del euro. Esta actividad puede ser desarrollada conjuntamente con las autoridades administrativas nacionales. Pueden ser aprovechadas para esta labor de difusión las revistas de consumidores para clientes que muchas empresas de distribución poseen.

Adopción voluntaria del doble etiquetado de precios en los lineales. Esta medida no cuenta con la aprobación de todos. Algunos piensan que puede confundir al público más que ayudar. El distribuidor que crea adecuado llevar a cabo esta práctica puede hacerlo, apareciendo la doble etiqueta en aquellos productos que sean más consumidos.

Indicación voluntaria del ticket de caja en la moneda nacional y en euros. Es muy difícil que los tickets de caja recojan para el producto que se está adquiriendo el precio en ambas monedas. Se recomienda que aparezca el total de la compra en ambas monedas, siempre de una manera voluntaria, informando también de la tasa de conversión que se está aplicando.

5.6.- Implicaciones sobre la Distribución de las nuevas formas comerciales

Una vez analizada la evolución que han tenido estas fórmulas comerciales en España, vamos a analizar las principales repercusiones que se presentan para los **Comerciantes minoristas Tradicionales y Especializados**, los **Grandes Almacenes**; **los Supermercados y Autoservicios** y para las **Administraciones** públicas.

a) Los consumidores

En la etapa de introducción de estos nuevos sistemas comerciales, el colectivo más favorecido son los consumidores. El incremento de la superficie dedicada a la venta, y del número de locales organizados bajo estas nuevas fórmulas comerciales, ha supuesto un aumento de la competencia, un mejor equipamiento comercial que favorece la diversidad y las posibilidades de elección del consumidor, y una infraestructura complementaria de servicios orientada a satisfacer las necesidades de ocio.

Sin embargo, aunque se han producido mejoras notables en la eficiencia y productividad de los servicios comerciales, mediante la incorporación de nuevas tecnologías y sistemas de gestión, la aparición de estos sistemas de distribución no ha contribuido a eliminar la gran incertidumbre existente en los procesos de decisión de compra de los consumidores, debido a la gran dispersión observada en variables como calidad, precio y servicio. La relativa amplitud de los márgenes comerciales, con los que tradicionalmente han trabajado las empresas dedicadas a la distribución, ha permitido a muchos pequeños y medianos comerciantes cubrir sus ineficiencias, y a los grandes obtener los recursos financieros necesarios para acometer sus planes de crecimiento y diversificación.

En definitiva, no se ha fomentado una verdadera competencia via precios que benefiie a los consumidores y contenga las tensiones inflacionistas.

b) Los comerciantes minoristas tradicionales y especializados

El comercio tradicional, principalmente el dedicado a la alimentación localizado en las grandes zonas urbanas, es el más vulnerable a la penetración de los centros comerciales e hipermercados y de otras nuevas formas comerciales. La situación es diferente para los comercios tradicionales situados en las zonas rurales e islas menos pobladas, donde la atracción de las grandes superficies es menor. Siguiendo la tendencia nacional y de otros países, el número de comercios tradicionales existentes en Canarias ha descendido en los últimos años. Sin embargo, en el nuevo entorno competitivo, el elevado número aún existente encuentra su explicación en las elevadas barreras de salida.

La edad avanzada de muchos de estos comerciantes, unida a los bajos niveles de formación, constituye un importante obstáculo para cambiar o modernizar sus actividades comerciales. Se intenta mantener los comercios hasta la llegada de la edad de jubilación, puesto que el traspaso o la venta del local representa, en ocasiones, importantes seguros o fondos de pensiones para sus propietarios o arrendatarios.

Más dificultades tendrán los comerciantes que, aprovechando las bajas barreras de entrada (menor inversión inicial y menos conocimientos especializados que en otras alternativas), han utilizado el sector comercial como refugio para crear un puesto de trabajo, invirtiendo para ello sus ahorros e indemnizaciones por despidos en otras ocupaciones. En muchas ocasiones, sin una estrategia clara, estas actividades se convierten en aperturas a ciegas de nuevos establecimientos, que saturan aún más la oferta comercial existente, sin ofrecer al consumidor un nuevo servicio diferenciado. Ante las bajas tasas de rentabilidad obtenidas, la supervivencia de muchos de estos negocios depende de la capacidad que tengan para evolucionar a nuevas formas de comercio especializado que mejore su eficiencia y competitividad.

Estos comercios tendrán que reorientar sus estrategias y, debido a la imposibilidad de competir vía costes ante otras formas comerciales más eficientes, tendrán que aprovechar la ventaja competitiva que supone la localización de sus establecimientos para el desarrollo de muchas actividades minoristas, y deberán alcanzar un mayor grado de compromiso en ofrecer un servicio especializado al consumidor.

En esta línea, se aprecia un interesante proceso de transformación de pequeños negocios tradicionales o la aparición de nuevos comerciantes que, funcionando en régimen de comercio sucursalista o de franquicia, comparten las ventajas de tener una imagen común e implantar nuevas tecnologías y conocimientos en gestión y *merchandising* que los hacen muy atractivos a los consumidores.

c) Los grandes almacenes

En la actualidad, es una fórmula comercial que se encuentra en una fase avanzada de su ciclo de vida. Fundamentados en una oferta generalista y en una amplia gama de servicios, tienen la necesidad de operar con márgenes comerciales sustanciosos, que superan a los que requieren los hipermercados y los establecimientos que se ubican en los centros comerciales. Las principales ventajas competitivas de los grandes almacenes se centran en la oferta diferenciada de productos, en la calidad y variedad de los servicios suministrados, y en la localización geográfica.

Las amenazas más significativas se encuentran en la dificultad que tienen para extender su oferta a actividades recreativas y de ocio, y al incremento generalizado de la competencia que puede originarse por la implantación no sólo de los centros comerciales e hipermercados, sino de las cadenas multinacionales de grandes superficies especializadas en el bricolaje, textil, música, libros, etc...

La adquisición de los establecimientos de Galerías Preciados por parte de El Corte Inglés va a significar una importante barrera de entrada para las cadenas multinacionales en la distribución que tratan de localizarse en los centros de las principales poblaciones, y permitirá ampliar la oferta de productos y servicios de forma que se pueda contrarrestar la competencia surgida por la implantación de las nuevas fórmulas comerciales.

d) Los supermercados y autoservicios

Los establecimientos que siguen el sistema de ventas de libre servicio están mostrando una notable capacidad pará adaptarse al nuevo marco competitivo creado a partir de la implantación de los centros comerciales y, los hipermercados. Inicialmente, el libre servicio se creó como una técnica de ventas que permitía a las empresas minoristas competir vía precios, reduciendo notablemente los costes de mano de obra y de servicios adicionales. En la actualidad, la aparición de nuevas fórmulas comerciales, que logran una mayor eficiencia en la gestión de los recursos, está obligando a los autoservicios y supermercados a reposiciones para poder subsistir en el mercado.

En este contexto, el binomio precio-servicio se ha constituido como uno de los factores que más están contribuyendo a diferenciar a las empresas minoristas y, por tanto, a conseguir ventajas competitivas con respecto a las grandes superficies, mejorando la calidad de los servicios y aprovechando la localización de los establecimientos. En esta línea, se están desarrollando distintas estrategias comerciales en función de la diversidad de servicios ofrecidos por los detallistas, generando un amplio abanico de alternativas que van desde las tiendas de descuento, en las que se reduce el servicio para poder operar con precios bajos, hasta los supermercados con una mezcla comercial más sofisticada, en la que se incluye una amplia variedad de servicios que les permite mantener márgenes comerciales relativamente elevados.

Dentro de este nuevo marco competitivo, el asociacionismo de los pequeños y medianos comercios independientes, que emplean el libre servicio como técnica de ventas, cobra una especial importancia al objeto de poder obtener un mayor poder de negociación con respecto a los suministradores, con el fin de contrarrestar las iniciativas comerciales llevadas a cabo por los hipermercados y las cadenas sucursalistas en los productos de alimentación y droguería.

e) La Administración pública

Las iniciativas públicas relacionadas con el sector de la distribución comercial se centran en dos aspectos básicos: la política de urbanismo comercial y la política dirigida a estabilizar los precios del mercado. La primera, que constituye uno de los elementos esenciales en el proceso de modernización de las estructuras comerciales, incide no sólo en la planificación del equipamiento comercial con el fin de abastecer adecuadamente las necesidades de la población, sino también en el fomento de la competencia entre los distintos agentes que participan en el proceso de distribución.

El segundo de los grandes retos que tienen en la actualidad las administraciones públicas es el de conseguir la estabilidad del sistema de precios. A partid del análisis de la evolución de los precios minoristas en los ámbitos nacional y regional, resulta confirmada la tendencia al crecimiento de la tasa de margen bruto de los intermediarios que intervienen en el proceso de distribución, una vez que los precios finales siguen creciendo a un nivel superior al de los precios percibidos por los productores.

En este contexto, podemos afirmar que el proceso de distribución está teniendo una repercusión negativa sobre la tasa de inflación, y que la relativa amplitud de los márgenes con los que operan, especialmente, los minoristas no sólo demuestra una falta de competencia entre las grandes y medianas empresas, sino que pude consituirse como un factor de retardo en la mejora de la productividad y la eficiencia de los comercios.

5.7.- Estructura Ocupacional del Sector Comercio al por menor

Se puede considerar la configuración ocupacional como la abstracción de la realidad laboral con la finalidad de servir como punto de partida para la planificación de la formación.

Aunque las técnicas de delimitación de los contenidos cualificacionales están perfectamente definidas la realidad es mucho más compleja, de forma que si los contenidos cualificacionales se definieran mecánicamente, no podría entenderse por qué empresas productoras de bienes semejantes y utilizadoras de la misma tecnología defienen puestos de trabajo con requerimientos distintos. Así, y para evitar un excesivo mecanicismo, se ha considerado el concepto de ocupación en sentido amplio, definiéndola como:

" El conjunto de competencias cuyas funciones, actividades y tareas principales son análogas, se realizan con normas, técnicas y medios semejantes y exigen capacidades y aptitudes específicas, con independencia de la entidad concreta en que se realicen.

Dichas funciones, actividades y tareas puden ser desarrolladas en distinto grado de dificultad y pueden exigir distintos niveles de formación, estando integradas en una misma línea profesional".

Las ocupaciones que hemos analizado son las siguientes:

a) **Comerciante**
b) **Dependiente** en general
c) **Encargado de tienda**
d) **Cajero/a**

5.7.1.- Comerciante

Definición

Planifica, dirige y controla las actividades de la empresa estableciendo la **estrategia general** de la misma, **coordina el trabajo** de sus subordinados en su caso **y** lleva a cabo las **negociaciones** en representación de la empresa.

En un establecimiento pequeño puede desempeñar la mayoría o la totalidad de las tareas propias del vendedor.

Sistema organizativo

Está ubicada en la actividad de "Dirección" y en el origen del proceso comercial, relacionándose directamente con las restantes actividades ya que se ocupa de su planificación y coordinación.

Perfil de la ocupación

En esta ocupación se engloba tanto al "gerente" de una empresa comercial que lleva a cabo la planificación general de la misma, negociando con proveedores y clientes al más alto nivel, como al "pequeño comerciante" que, además de esto, llega a vender directamente.

Cuanto más pequeño es el establecimiento el Comerciante va asumiendo tareas propias de otras ocupaciones. Así, el pequeño comerciante no dispondrá normalmente en su empresa de un Merchandiser o un Técnico de Imagen, sino que será él quien realice estas tareas. Del mismo modo, será él también quien analice a la competencia, lleve la contabilidad, el control de stocks, reciba a los clientes, les asesore y venda directamente.

Por todo esto, el pequeño comerciante además de los conocimientos del Comerciante necesitará, a nivel básico, los del Técnico de Imagen, Técnico de Merchandising, Almacenista, etc..., para llevar a cabo una buena gestión de su empresa. Además, en las empresas pequeñas es necesario tener conocimientos del producto con el que se trabaja.

En las empresas familiares, normalmente, las labores de dirección se distribuyen entre los miembros de la familia.

El pequeño comerciante en la mayoría de los casos es propietario de su negocio.

En el caso del comerciante por cuenta ajena, las empresas buscan personal directivo cada vez más joven; prefieren personal joven, titulado y motivado hacia la actividad comercial para formarlos posteriormente.

Las innovaciones tecnológicas y organizativas que están introduciendo en esta ocupación están relacionadas con la mejora de la gestión y con nuevos sistemas de venta.

Perfil del trabajador

Para las funciones y tareas de esta ocupación se estima conveniente:

a) Formación académica

Cuando la ocupación se traduce en un puesto de trabajo en una mediana o gran empresa se requiere mayoritariamente una titulación universitaria, fundamentalmente en Económicas, Empresariales o Derecho.

En un pequeño comercio, en el que el Comerciante es normalmente propietario, la titulación académica suele ser un requisito secundario, puesto que priman más las disponibilidades financieras o monetarias. En estos casos la variedad de titulaciones es enorme.

En la actualidad existen pequeños comerciantes que tienen muchos años de experiencia, ninguna titulación y realizan sus funciones adecuadamente; sin embargo, la tendencia es a cualificar la ocupación y a requerir una titulación universitaria.

b) Experiencia Laboral

Es necesaria experiencia laboral, entre 3 y 5 años en puesto similar o en en sector.

c) Aptitudes y Destrezas

* Facilidad de palabra.
* Responsabilidad.
* Capacidad de persuasión.
* Capacidad de gestión.
* Trabajo en equipo.
* Memoria.
* Dotes de mando.
* Discreción.
* Iniciativa.
* Creatividad.
* Constancia.

* Decisión.
* Agresividad.
* Don de gentes.
* Capacidad numérica.
* Atención.
* Buena presencia.

Evolución de la ocupación

Es una ocupación que ha experimentado una transformación hacia una mayor cualificación en todos sus aspectos: financiero, organización del trabajo, relaciones humanas, etc., y que continúa transformándose.

Nuevas técnicas y/o tecnologías

- Informática.
- Telecomunicaciones.

5.7.2.- Dependiente en general

Definición

Vende directamente al cliente productos que no precisan una manipulación específica ni conocimientos especializados.

Sistema organizativo

Está encuadrada en la actividad de "Venta" relacionada directamente con el cliente y con la actividad de "Almacenaje".

Es una de las ocupaciones con las que concluye el proceso comercial, siendo una pieza fundamental del mismo.

Perfil de la ocupación

Es una ocupación que se caracteriza por su polivalencia. Las tareas que se desempeñan están en función del tamaño de la empresa; así, en el pequeño comercio hace tareas propias de otras ocupaciones (de cajero, almacenista, reponedor, etc...), mientras que en las grandes superficies la polivalencia se orienta más hacia el producto, pudiendo realizar las tareas de venta en distintas secciones.

La formación es a cargo de la empresa, en algunos casos.

Las causas de innovación tecnológica es esta ocupación son:

- Mejora de la gestión.
- Nuevos sistemas de venta.
- Incrementar puntos de venta.
- Apertura de nuevos mercados.
- Cubrir la demanda

Para realizar las diferentes funciones y grupos de tareas de la ocupación se estima conveniente:

a) Formación académica

Normalmente se exige Graduado Escolar aunque también se suele pedir F.P.1 o F.P.2

b) Experiencia laboral

Dado que normalmente no existe una formación específica en ventas, la exigencia de experiencia laboral asegura al empresario que el trabajador tenga un nivel mínimo de habilidades sociales y de relación.

c) Aptitudes y destrezas

- Facilidad de palabra
- Capacidad de persuasión
- Responsabilidad
- Capacidad de gestión
- Memoria
- Discrección
- Constancia
- Creatividad
- Don de gentes
- Agudeza visual
- Iniciativa
- Atención
- Voz agradable
- Buena presencia

Evolución de la ocupación

En "Dependiente en General" se pueden considerar incluidas diversas ocupaciones que en el CIUO y en el CO del INEM aparecen con la especificación del producto (tejidos, alimentos, etc.), por considerar que sus perfiles son similares.

Esta no dependencia del producto conlleva una mayor polivalencia de la ocupación.

En el contenido de la ocupación está cobrando mayor importancia la formación en los campos de técnicas de venta y atención al cliente.

Nuevas técnicas y /o tecnológicas

- Informática
- Scanner

5.7.3.- Encargado de tienda

Definición

Dirige y coordina a los dependientes a su cargo, realiza el seguimiento de las ventas y los pedidos de mercancía.

Perfil del módulo

En este módulo se realizan operaciones de gestión de los recursos tanto humanos como materiales para conseguir su máximo aprovechamiento.

a) Funciones y competencias

- Dirigir y coordinar al personal
- Controlar los stocks
- Hacer el seguimiento de las ventas
- Vender y asesorar a los clientes
- Preparar campañas

b) Grado de responsabilidad

ALTO: las funciones de este módulo implican coordinación sobre personas y cosas en el punto de venta.

Perfil de acceso

a) Formación académica

El nivel que con más frecuencia se requiere es el de F.P.2

b) Experiencia laboral

Se pide 1 ó 2 años de experiencia aunque no es determinante.

c) Aptitudes y destrezas

- Facilidad de palabra
- Capacidad de persuasión
- Responsabilidad
- Capacidad de gestión
- Memoria
- Discrección
- Constancia
- Don de gentes
- Agudeza visual
- Iniciativa
- Atención
- Voz agradable
- Buena presencia

Nuevas técnicas y/o tecnologías

- Informática

5.7.4.- Cajero/a

Definición

Cobra las ventas de productos comerciales a los clientes directos, atendiendo sus dudas y reclamaciones, responsabilizándose tanto de la correcta facturación como del arqueo final de su caja.

Sistema organizativo

Está encuadrada en la actividad de "Venta" y se relaciona con "Atención al Cliente" y "Almacenaje" ya que el desempeño de esta ocupación conlleva un trato directo con el cliente y el inicio del proceso de reposición de productos.

Perfil de la ocupación

Esta ocupación aparece tanto en comercio al por mayor, como en comercio al por menor y grandes superficies. No se exige ninguna titulación académica ni experiencia laboral, impartiéndose por parte de las empresas cursos acelerados sobre manejo de caja registradora, cálculo, trato al cliente, nociones de psicología, etc.

Es una ocupación que normalmente no existe en el "pequeño comercio" desempeñando sus funciones, en este caso, el dependiente.

Las causas de innovación tecnológica en esta ocupación son:

- Mejora de gestión
- Nuevos sistemas de ventas
- Expansión de la empresa
- Mejora de gestión del cobro (scanners)

Perfil del trabajador

Para las funciones y tareas de esta ocupación se estima conveniente:

a) Formación académica

La mayoría tienen Graduado Escolar y F.P.1; en ningún caso se exige titulación superior a B.U.P.

b) Experiencia laboral

Cuando se exige, suele oscilar entre 1 y 2 años.

c) Aptitudes y destrezas

- Facilidad de palabra
- Capacidad de persuasión
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Memoria
- Discreción
- Constancia
- Don de gentes
- Capacidad numérica
- Atención

Evolución de la ocupación

Básicamente las funciones no han sufrido variaciones importantes, excepto las derivadas de la introducción de nuevas tecnologías en el sistema de cobro.

Es una ocupación que tiende a mantenerse en su perfil.

Nuevas técnicas y/o tecnologías

- Informática
- Scanner.