

EL SECTOR COMERCIO EN LA ECONOMÍA DE CASTILLA Y LEÓN

Octubre 2022

ÍNDICE

I.	PRESENTACIÓN	3
II.	RESUMEN EJECUTIVO	4
III.	DIMENSIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN CASTILLA Y LEÓN Y EN ESPAÑA	6
III.1	LA ACTIVIDAD	6
III.2	EL EMPLEO.....	8
III.3	LA PRODUCTIVIDAD.....	14
III.4	EMPRESAS	15
III.5	OTRAS MAGNITUDES DEL COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	19
IV.	EL ÍNDICE DE COMERCIO MINORISTA (ICM)	21
IV.1	CIFRA DE NEGOCIOS	21
IV.2	COMPETITIVIDAD PRECIO DEL COMERCIO MINORISTA.....	22
V.	COMERCIO POR INTERNET	24
V.1	USO DE TIC EN LOS HOGARES Y CONSUMIDORES ONLINE	24
V.2	EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.....	27
VI.	EL COMERCIO EN ESPAÑA. COMPARATIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS	32
VI.1	EMPRESAS	32
VI.2	EMPLEO	34
VI.3	ÍNDICE DEL COMERCIO AL POR MENOR POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS	35

I. PRESENTACIÓN

En el año 2021, CEOE Castilla y León puso en marcha su Comisión de Comercio, con el ánimo de apoyar a este sector tan relevante para la economía y la sociedad de nuestra comunidad. A través de la unidad institucional, la Comisión integra y compatibiliza los intereses de los diferentes subsectores comerciales, trasladando una visión común en favor de la competitividad empresarial.

Como órgano de consulta y asesoramiento de naturaleza especializada, una de las primeras acciones de la Comisión de Comercio de CEOE Castilla y León ha sido promover la elaboración de un estudio de impacto del sector en la economía regional, en colaboración con la Facultad de Comercio de la Universidad de Valladolid.

El resultado de dicho trabajo es el presente documento, en el cual se mide la dimensión del sector en Castilla y León y su contribución a la generación de la riqueza regional; ofreciendo una visión completa tanto a nivel macroeconómico como empresarial. El análisis realizado permite también apreciar la importante dimensión social y vertebradora del territorio que tiene la actividad comercial.

Estamos seguros de que esta iniciativa servirá para reivindicar y poner en valor el papel del comercio como sector estratégico en Castilla y León; un sector que seguirá demostrando su gran capacidad para afrontar los retos del futuro, en beneficio de los consumidores y de la economía productiva.

Santiago Aparicio

Presidente de CEOE Castilla y León

José Julio Casado

Presidente de la Comisión de Comercio de CEOE Castilla y León

II. RESUMEN EJECUTIVO

- **El comercio es una actividad económica clave en la economía de Castilla y León** por distintas razones de carácter económico como son su aportación al PIB, su contribución al empleo y su alta productividad y competitividad, sin olvidar su importancia estratégica desde el punto de vista social, ya que contribuye a la fijación de la población y al mantenimiento de los servicios esenciales en áreas poco pobladas.
- **El peso del comercio en el total de la economía de Castilla y León fue del 8,9% en 2018.** El crecimiento anual del VAB del comercio en Castilla y León es superior al del PIB y al del gasto en consumo final de los hogares en el periodo 2010-2018, con la única excepción del año 2016, en que el VAB del comercio tuvo su valor más bajo, representando el 8,6% de la economía regional.
 - En 2021 el comercio tuvo una afiliación media a la Seguridad Social de 139.622 personas, lo que representa el 15,2% del total de Castilla y León. **El comercio es la rama de actividad dentro del sector servicios que lidera el empleo en la región,** sólo por detrás del sector industrial.
 - El empleo en el comercio se distribuye prácticamente al 50% por sexos y es bastante estable, con porcentajes de contrato indefinido superiores al 80%. Ambas características se han mantenido en los últimos años con cifras claramente superiores en el comercio en comparación con el total de la economía regional.
 - La evolución de la afiliación de trabajadores en el comercio desciende en Castilla y León desde 2014 especialmente en el grupo de trabajadores Autónomos, de notable importancia en este sector pues representaba en 2021 casi el 30% del empleo.
 - **La productividad por puesto de trabajo a tiempo completo del comercio ha sido superior a la del total de la economía de Castilla y León en los últimos años.** Concretamente en el periodo 2011-2018 el aumento de productividad del comercio fue del 27,9% frente al 8,2% del total de la economía. El incremento de la productividad del comercio triplica al del conjunto de los sectores en este periodo.
 - En 2021 había 35.371 empresas dedicadas al comercio en Castilla y León, lo que supone el 22,5% del total de empresas activas en la comunidad. **El comercio minorista representa el 14,1% del sector empresarial de la región, siendo la primera rama de actividad en número de empresas.**
 - **El comercio minorista es un sector competitivo en la economía de la región,** pues sus precios han variado con mayor moderación que el IPC general, tanto en etapas de crisis como en etapas de crecimiento, con la salvedad del año 2021.
 - Los últimos datos disponibles de la encuesta estructural del comercio indican que en 2019 Castilla y León tenía 42.729 unidades locales activas dedicadas a la actividad comercial, el 4,9% del total nacional y ocupaba a 135.336 personas, el 4,2% del total de ocupados en el sector en España. La cifra de negocios alcanzó en Castilla y León algo más de 33.281 millones de euros y la inversión llevada a cabo por el comercio en la región fue de más de 460 millones de euros.
- El comercio electrónico avanza considerablemente en España en los últimos años. **Los indicadores de actividad del comercio online reflejan un incremento del 225,7% en 2021 respecto de 2015,** con un crecimiento anual del 38,9% en 2020, reflejo del efecto de las restricciones de la movilidad ocasionadas por la pandemia, que se queda en el 11,5% en el año 2021.

- En 2021 más del 95% de los hogares españoles y castellano-leoneses disponían de conexión de banda ancha; en más del 80% de las viviendas había algún tipo de ordenador y **más del 50% de la población había comprado por internet en los últimos tres meses**. A diferencia de lo que ocurre en el conjunto de España, en Castilla y León el porcentaje de compra online es mayor en la población de mujeres que en la de hombres.
 - La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) señala que **en 2021 se incrementaron un 16,0% las transacciones online correspondientes a la actividad comercial, lo que supuso un aumento del volumen de negocio del 5,9%**. Ambas cifras son relevantes tras el impulso del comercio online del año 2020, en el que se produjeron incrementos superiores al 40%, tanto en operaciones como en cifra de negocio. Las Prendas de vestir han generado en 2021 el 36,1% del volumen total de negocio online correspondiente a la rama comercial (CNAE – 45, 46 y 47); los Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación el 16,5% y los Grandes almacenes el 14,9%.
 - El crecimiento generalizado del comercio online en el periodo analizado (2014-2021) lo capitalizan fundamentalmente las operaciones de España con el exterior con más del 60% de las transacciones a partir de 2016 y un volumen de negocio que supera el 50% y, en segundo lugar, las del comercio interno de España que acapara en torno al 30% de las operaciones generando cerca del 40% del valor.
- Existen importantes contrastes por comunidades autónomas en las cifras del comercio, dependiendo del tamaño de la población y de la importancia de la actividad turística.
- **El comercio al por menor representa el 62,7% de las empresas dedicadas al comercio en Castilla y León y supone más del 50% en todas las comunidades autónomas**, aunque en Madrid, Cataluña, Valencia, Murcia, Aragón, Galicia y La Rioja este porcentaje es inferior al del total nacional en favor de una mayor presencia de empresas dedicadas al comercio al por mayor.
 - **Las empresas sin asalariados son mayoritarias, suponen en el comercio de Castilla y León el 48,1% del total** y representan el 50% o más en Melilla (62,5%), Ceuta (53,3%), Extremadura (52,5%), la Comunidad de Madrid (51,1%), Andalucía (50,9%) y Castilla-La Mancha (50,0%). En segundo y tercer lugar, destacan las empresas de 1 a 2 empleados y de 3 a 5 en todas las comunidades autónomas
 - La afiliación media a la seguridad social es del 16,5% en España, representa el 15,2% en Castilla y León y alcanza porcentajes superiores o iguales al 18% en la Comunidad Valenciana, Canarias, la Región de Murcia, Ceuta y Melilla.
 - Madrid es la única comunidad cuyo comercio ha recuperado las cifras de ventas pre-pandemia con un incremento del 3,7% respecto de 2019. Las comunidades cuyo comercio se ha visto más afectado en relación a los datos de 2019 han sido Baleares (-8,3%), Canarias (-13,5%), Ceuta (-20,3%) y Melilla (-27,3%).

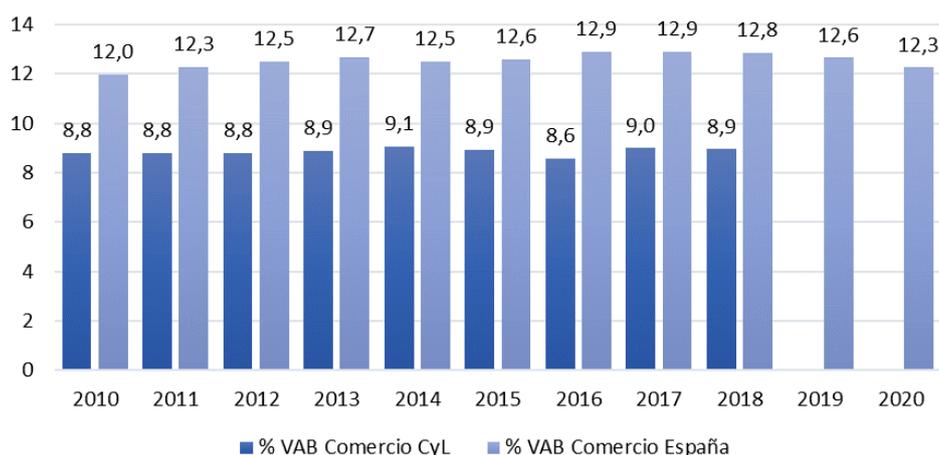
III. DIMENSIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN CASTILLA Y LEÓN Y EN ESPAÑA

III.1 La actividad

El comercio ha tenido en los últimos años una importancia notable en la generación de valor añadido en la economía de nuestro país. La contribución del comercio a la economía española durante el periodo 2010-2020 se ha mantenido bastante estable por encima del 12% prácticamente todos los años y con valores máximos entre 2016 y 2018.

La contribución del comercio a la creación de valor añadido bruto en Castilla y León es menor que en el conjunto de España, pues ha contribuido en algo menos del 9% a la generación de riqueza en el periodo 2010-2018, en torno a 3 puntos porcentuales menos que en el conjunto nacional (Gráfico 1). La actividad comercial representaba en 2018 el 8,9% del VAB total de la economía de Castilla y León a precios básicos y el 13,1% del sector servicios, según los últimos datos publicados de la Contabilidad Regional de Castilla y León. Esta contribución a la economía regional de Castilla y León ha sido bastante estable en este periodo, con pocas variaciones salvo la caída al 8,6% del año 2016.

Gráfico 1. Peso del comercio en el total de las economías de Castilla y León y de España (% VAB)



Fuente: elaboración propia a partir de Contabilidad Nacional (INE) y D. G. de Presup. y Estadística de la Junta de Castilla y León.

Al medir y comparar la dimensión del comercio en Castilla y León y con la de España, hay que tener en cuenta que Castilla y León representa el 4,9% de la economía nacional y que existen sensibles diferencias en cuanto a la estructura económica de ambos territorios (Cuadro 1). Los datos disponibles de contabilidad regional correspondientes a 2018 reflejan que los pesos de la agricultura, la industria y la construcción son superiores en Castilla y León a los del conjunto de España, luego al sector servicios le corresponde un porcentaje inferior en el VAB, concretamente es 6 puntos porcentuales menor en nuestra región.

Cuadro 1. Estructura porcentual del VAB de Castilla y León y España (2018)

	Castilla y León	España
Agricultura, ganadería y pesca	5,3	3,0
Industria y energía	19,5	16,0
Construcción	6,2	5,9
Servicios	69,0	75,0

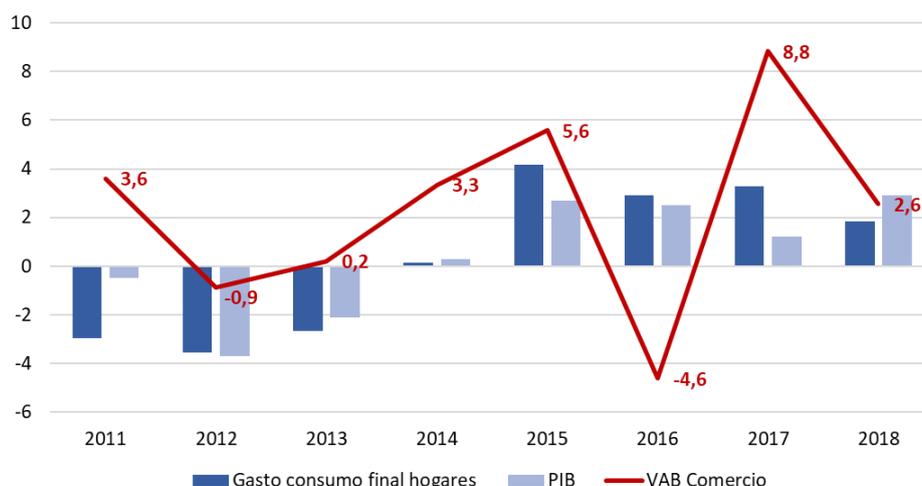
Fuente: Contabilidad Regional de España (INE)

El valor añadido que genera el comercio debería guardar relación con el PIB y el gasto en consumo de los hogares. Observando simultáneamente las variaciones anuales de estas tres magnitudes en el periodo 2010-2018 (Gráfico 2), se aprecia una mejor evolución del VAB del comercio prácticamente todos los años, incluso en el periodo 2011-2013, cuando en situación de crisis económica, el PIB y el gasto en consumo de los hogares evolucionaban negativamente.

Hay que destacar el comportamiento irregular que se produce en 2016 debido al descenso del Valor Añadido Bruto que se produjo dicho año, ya en una etapa de recuperación económica, en la que el PIB y gasto de los hogares progresaban de manera favorable.

En el todo el periodo considerado, el crecimiento del VAB total del comercio en Castilla y León ha aumentado un 2,33% de media anual, frente al 0,41% del PIB o el 0,39% del gasto en consumo final de los hogares.

Gráfico 2. VAB Comercio, Gasto en consumo final de los hogares y PIB. Variaciones anuales



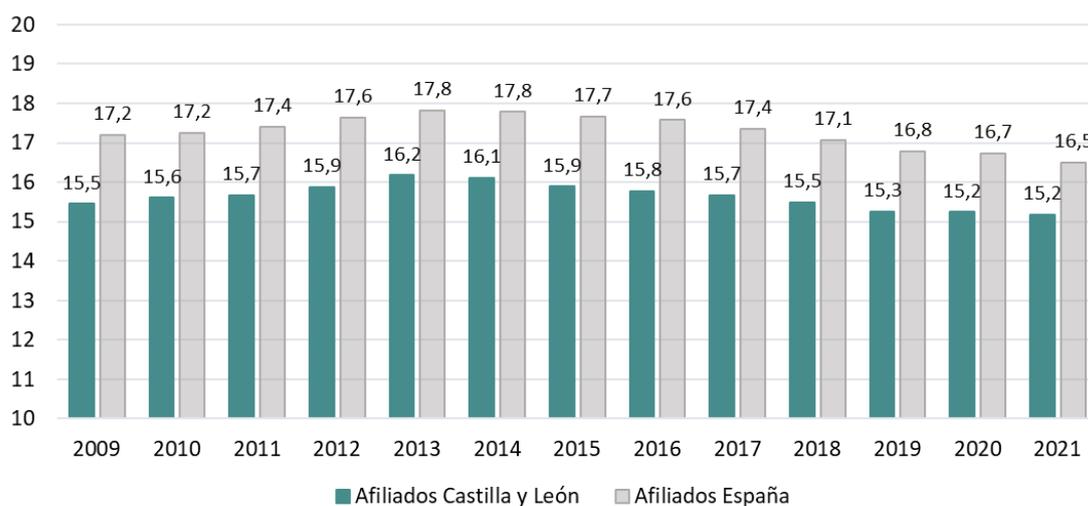
Fuente: elaboración propia a partir de Contabilidad Nacional (INE) y D. G. de Presup. y Estadística de la Junta de Castilla y León.

III.2 El empleo

El empleo en el comercio se analizará con los datos de las afiliaciones al Instituto Nacional de la Seguridad Social y, desde el punto de vista de la tipología del empleo, con información procedente de la Encuesta de Población Activa (EPA) del Instituto Nacional de Estadística y de la Dirección General de Presupuestos y Estadística de la Junta de Castilla y León.

Según datos de la Seguridad Social de 2021, el comercio alcanzaba en afiliación media la cifra de 139.622 personas incluyendo trabajadores del Régimen General y Autónomos, lo que representa un 15,2% del total de la afiliación en Castilla y León, luego es una rama de actividad intensiva en empleo. El peso de las afiliaciones de la actividad comercial en el total de la economía de Castilla y León crece hasta 2013 y va disminuyendo a partir de entonces, siendo muy similar la evolución en el conjunto de España (Gráfico 3).

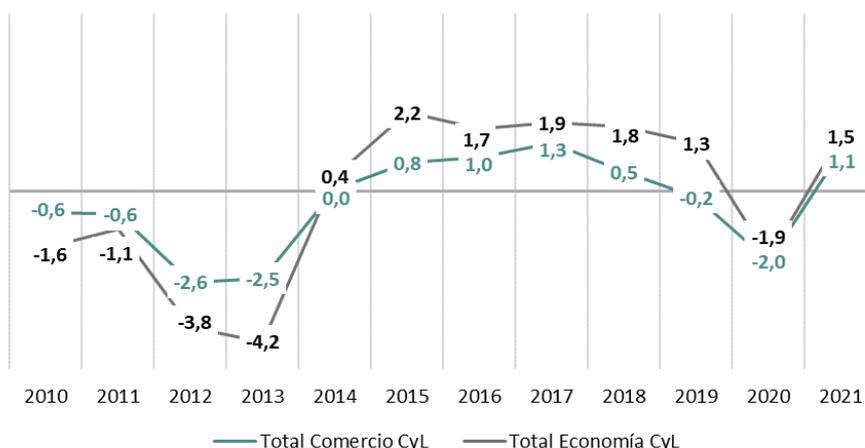
Gráfico 3. Evolución del porcentaje de afiliaciones en el comercio respecto del total de la economía. Castilla y León y España



Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

La trayectoria de las variaciones anuales en los últimos años refleja que la afiliación a la Seguridad Social en el comercio se vio menos afectada por la crisis 2008-2013 que el conjunto de la economía, pero también en la etapa de recuperación posterior se aprecia un aumento menos intenso que en el total de la economía castellano-leonesa (Gráfico 4).

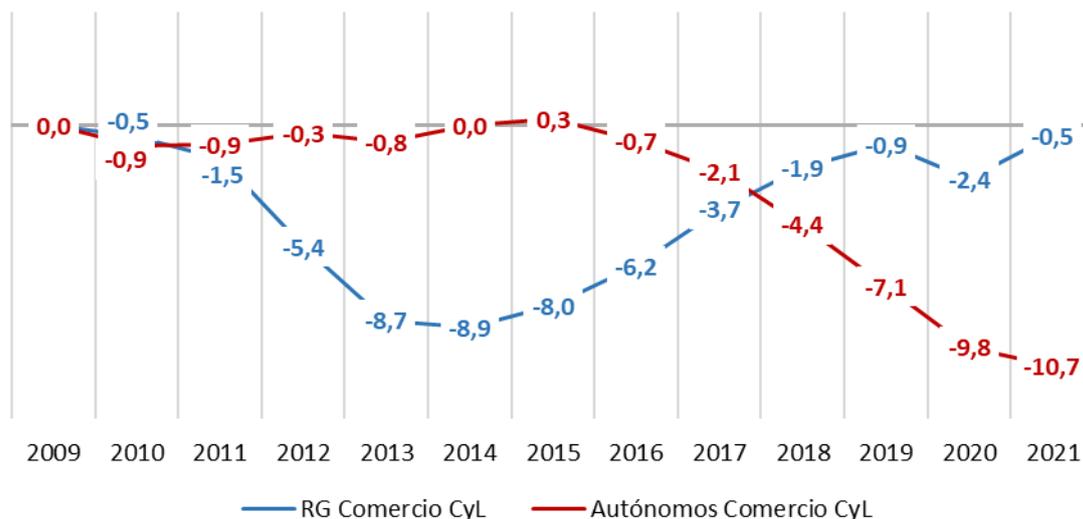
Gráfico 4. Variaciones anuales (%) de las afiliaciones medias en el comercio y en el total de la economía de Castilla y León (2010 - 2021)



Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

El comportamiento de las afiliaciones medias, sin embargo, ha sido muy diferente en el régimen general y en el de autónomos. La variación acumulada con base 2009 indica un incremento importante desde 2014 en las afiliaciones del régimen general, salvo el valor de 2020, aunque al final de la serie no se llega a alcanzar la cifra de afiliaciones que había en 2009. En el régimen de autónomos hay bastante estabilidad hasta 2015, pero a partir de 2016 se producen caídas importantes de afiliación que acumulan un descenso de más de 10 puntos porcentuales (Gráfico 5).

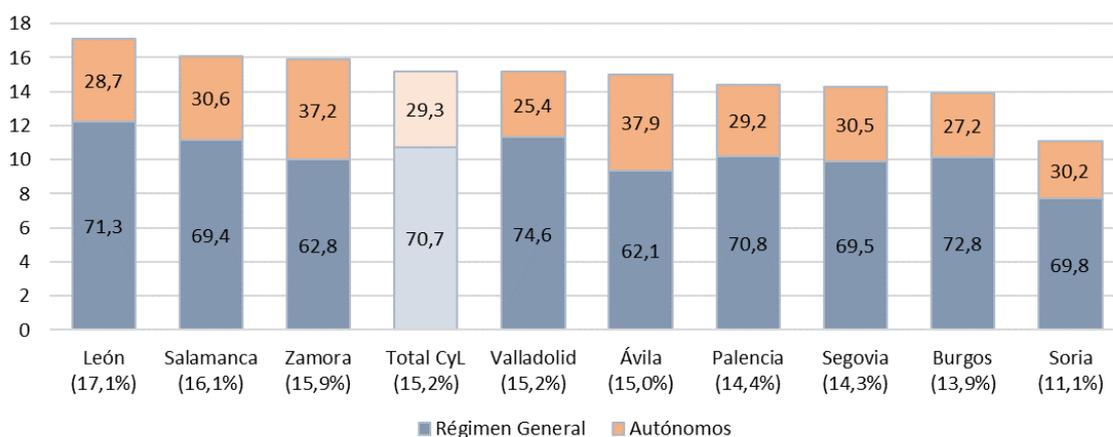
Gráfico 5. Variaciones acumuladas (%) de las afiliaciones medias según régimen de afiliación. Base 2009



Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

El comercio en Castilla y León, que representaba en 2021 el 15,2% del empleo total de la región, tiene diferente comportamiento por provincias. Sólo en León, Salamanca y Zamora se supera el valor medio de la comunidad en afiliación total mientras que la provincia de Soria queda muy alejada de esta cifra (11,1%) (Gráfico 6). Respecto al régimen de afiliación se observa que las provincias con mayores porcentajes de autónomos son Ávila (37,9%) y Zamora (37,2%), seguidas por Salamanca, Segovia, y Soria con porcentajes en torno al 30%, mientras que Valladolid es la provincia con menor porcentaje (25,4%).

Gráfico 6. Porcentaje y composición de la afiliación a la Seguridad Social del comercio. Provincias (2021)



Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

La evolución de la afiliación a la Seguridad Social por provincias en los últimos dos años (Cuadro 2), indica aumentos con respecto de 2020, especialmente en Ávila (1,6%) Valladolid (1,5%), León (1,4%) y Zamora (1,4%). Sin embargo, la comparación pre-pandemia solo es positiva en Ávila (0,6%) y Segovia (0,3%), con los peores datos en las provincias de Salamanca (-2,3%), Soria (-2,0%) y Burgos (-1,7%).

Cuadro 2. Variaciones (%) del número de afiliados a la Seguridad Social en el comercio por provincias

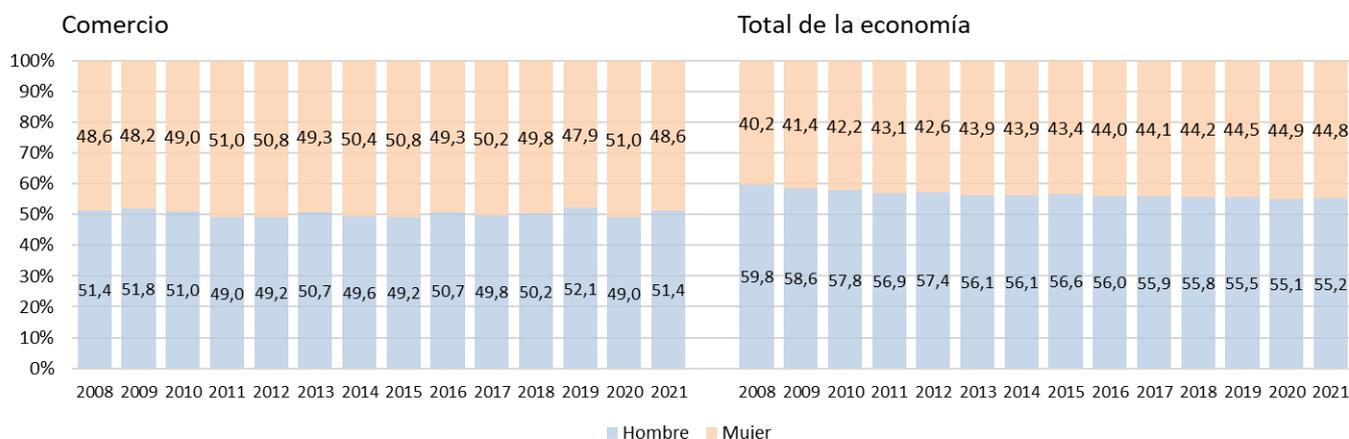
	Var. 20-21	Var 19-21
Ávila	1,6	0,6
Burgos	0,4	-1,7
León	1,4	-0,4
Palencia	1,0	-0,1
Salamanca	0,5	-2,3
Segovia	1,2	0,3
Soria	0,4	-2,0
Valladolid	1,5	-0,6
Zamora	1,4	-1,3
CASTILLA Y LEÓN	1,1	-0,9

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

Para analizar en mayor profundidad el tipo de empleo en el comercio se ha utilizado como fuente los datos de la Encuesta de Población Activa de Castilla y León.

El personal ocupado en el comercio de Castilla y León, presenta una distribución por sexo muy similar todos los años en el periodo analizado (Gráfico 7), observándose un reparto muy estable y prácticamente al cincuenta por ciento entre ambos sexos, en claro contraste con el total de la economía de la comunidad, donde el empleo femenino, a pesar de que ha ido aumentando progresivamente de desde 2008, se encontraba en el 44,8%, frente al 55,2% de hombres en el año 2021.

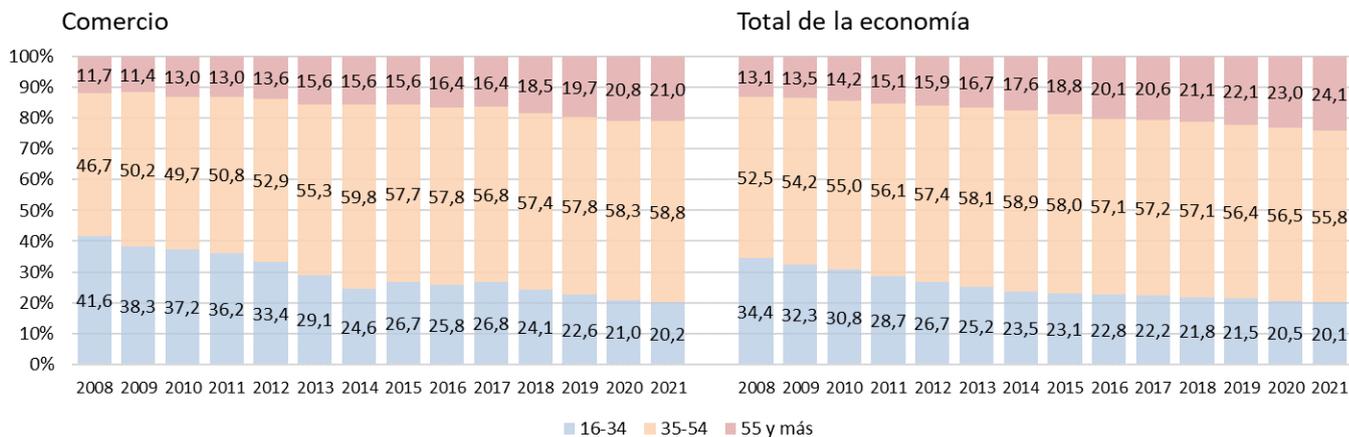
Gráfico 7. Ocupados según sexo en Castilla y León. Comercio y Total de la economía (2021)



Fuente: Dirección General de Presupuestos y Estadística de la Junta de Castilla y León.

Por grupo de edad (Gráfico 8) se observa que disminuye el porcentaje de ocupados menores de 35 años y va aumentando el de mayores de 55 en consonancia con el envejecimiento de la población, que afecta a todas las actividades económicas. Concretamente, los porcentajes de ocupación en el comercio de personas de 55 años y más, es ligeramente inferior al del conjunto de la economía castellanoleonesa.

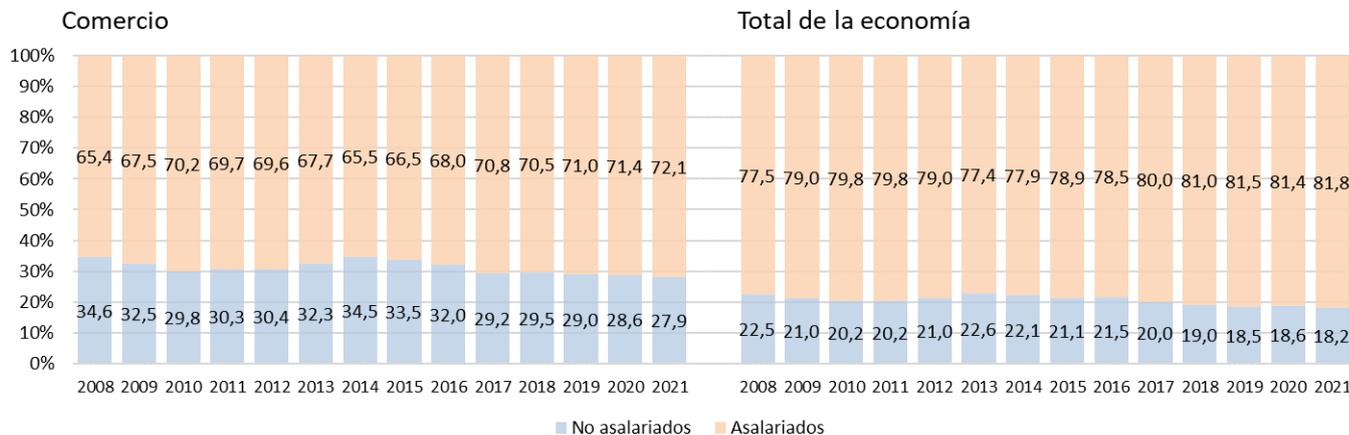
Gráfico 8. Ocupados según edad en Castilla y León. Comercio y Total de la economía (2021)



Fuente: Dirección General de Presupuestos y Estadística de la Junta de Castilla y León.

La evolución del empleo asalariado muestra una tendencia creciente en los últimos años, en detrimento del empleo no asalariado, tanto en la actividad comercial, como en el conjunto de la economía de Castilla y León (Gráfico 9). La actividad comercial se caracteriza por un mayor peso relativo del empleo por cuenta propia que otros sectores, representando el 27,9% en 2021, frente al 18,2% del total de la economía y su participación en el empleo se ha reducido en 6,7 puntos porcentuales en el sector comercio y en 4,3 en la economía castellano-leonesa en el periodo 2008-2021.

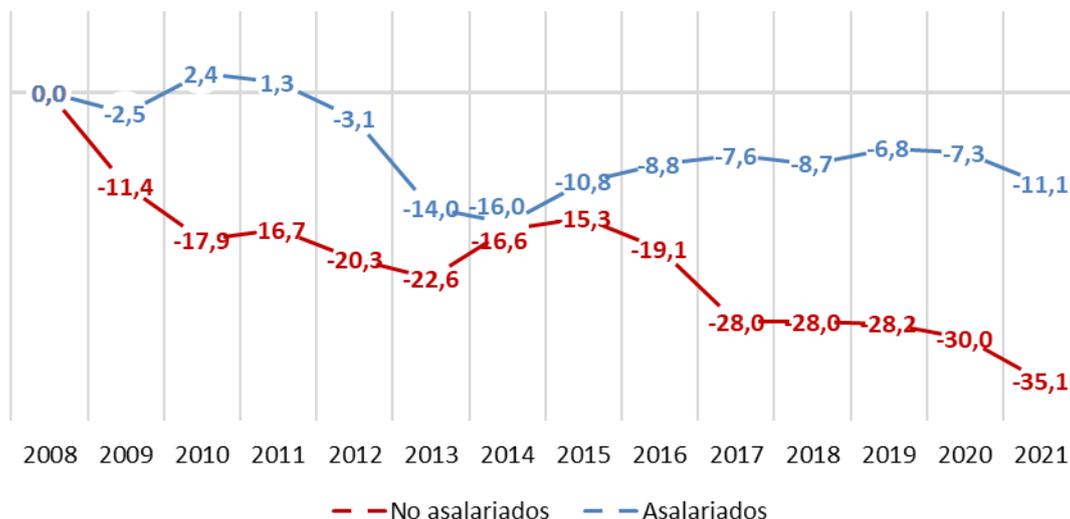
Gráfico 9. Ocupados según situación profesional en Castilla y León. Comercio y Total de la economía (2021)



Fuente: Dirección General de Presupuestos y Estadística de la Junta de Castilla y León.

Las variaciones acumuladas del empleo según situación profesional en el comercio de Castilla y León (Gráfico 10) permiten ver que durante la crisis 2008-2013 decaen los dos tipos de empleo, especialmente el empleo por cuenta propia. El repunte que se produce a partir de 2014 afecta sólo al empleo asalariado, pero sin alcanzar las cotas de 2008, pues en 2021 hay un 11,1% menos de trabajadores asalariados. El porcentaje de empleo no asalariado no consigue recuperarse, cae especialmente a partir de 2016, hasta alcanzar el -35,1% en 2021

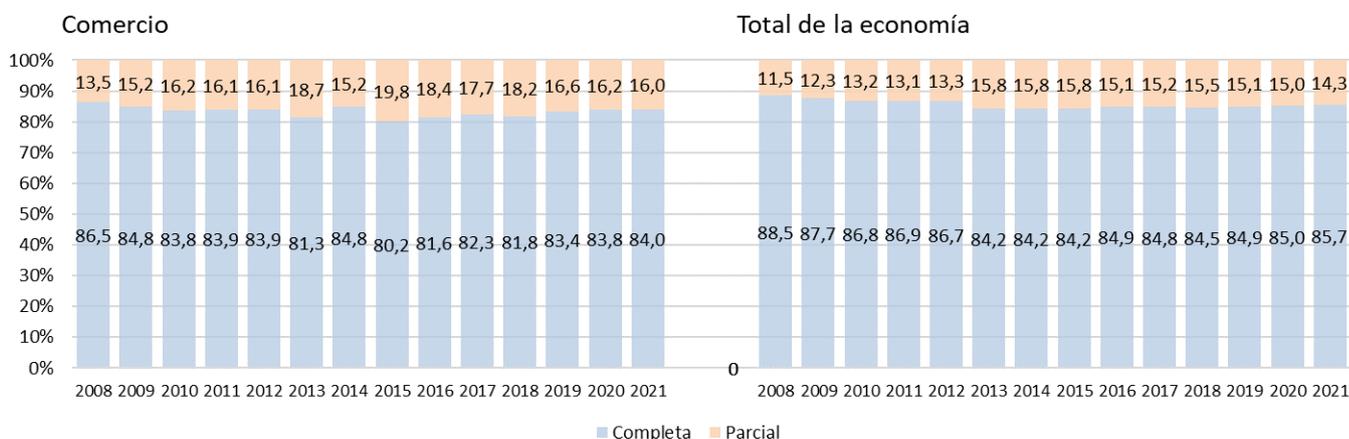
Gráfico 10. Variaciones acumuladas del empleo según situación profesional en Castilla y León. Base 2008



Fuente: Dirección General de Presupuestos y Estadística de la Junta de Castilla y León.

El tipo de jornada que predomina en el comercio de Castilla y León es la jornada total, pero es algo más frecuente la jornada parcial que en el conjunto de la economía. Observando la trayectoria temporal, la jornada parcial del comercio fue especialmente alta en 2013 y 2015 y desde entonces hasta 2021 volvió a decrecer en favor de la jornada a tiempo completo (Gráfico 11). Concretamente en 2021 fue del 16,0% en el comercio frente al 14,3% en el total de la economía.

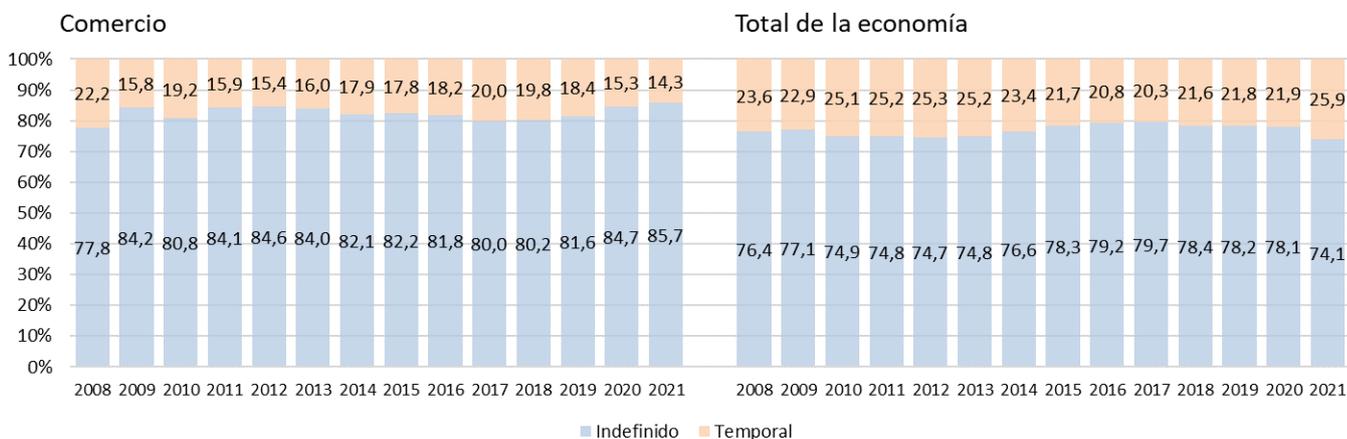
Gráfico 11. Ocupados según tipo de jornada en Castilla y León. Comercio y Total de la economía (2021)



Fuente: Dirección General de Presupuestos y Estadística de la Junta de Castilla y León.

El contrato indefinido en el total de la economía castellano-leonesa no alcanza el 80% en todo el periodo analizado, observándose aumentos de temporalidad en periodos de crisis. El caso del comercio es diferente, ha habido bastante estabilidad en los puestos de trabajo indefinidos superándose el 80% prácticamente todos los años y llegando al 85,7% en 2021, comportándose peor en los años de mayor expansión de la economía (2014- 2019) (Gráfico 12).

Gráfico 12. Ocupados según tipo de contrato en Castilla y León. Comercio y Total de la economía (2021)



Fuente: Dirección General de Presupuestos y Estadística de la Junta de Castilla y León.

En definitiva, el empleo del comercio en Castilla y León se distribuye prácticamente por igual entre ambos sexos y por grupos de edad es similar al empleo en el total de la economía en la región. Además, se trata de un sector con altos porcentajes de contratación indefinida, destacando por el importante peso que tiene el empleo no asalariado o autónomo, que en los últimos años está sufriendo importantes disminuciones.

III.3 La productividad

La productividad calculada como el cociente entre el valor añadido a coste de los factores y el número medio de ocupados en el año, representa la aportación de cada ocupado a la generación de rentas de la empresa; indirectamente es una medida del peso relativo del factor trabajo en cada actividad.

El comercio en Castilla y León ha tenido un crecimiento de la productividad por ocupado (27,9%) muy superior a la del total de la economía (8,2%) en los últimos años (Gráfico 13). Entre 2013 y 2016, cuando la productividad es muy estable en la economía castellano-leonesa, el comercio tiene mayor productividad. En 2016 se produce una caída en la generación de VAB del comercio en favor de otros sectores y eso se acusa en una bajada de la productividad, que en los dos años siguientes se incrementa considerablemente.

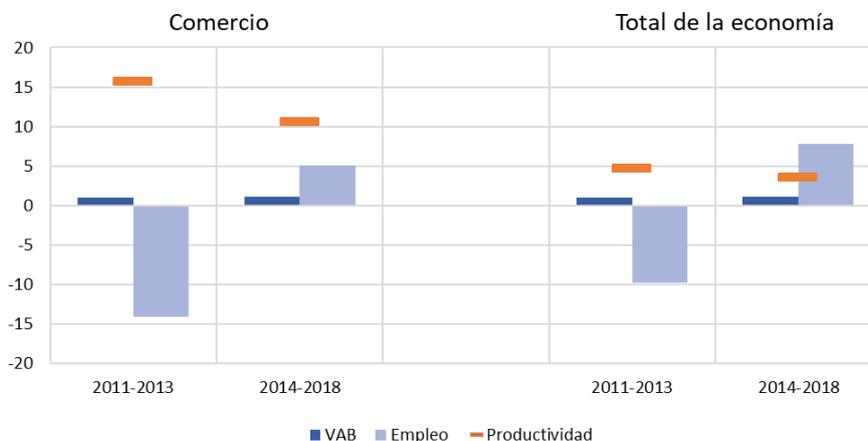
Gráfico 13. Productividad por puesto de trabajo a tiempo completo del Comercio y del Total de la economía de Castilla y León. Variaciones acumuladas (base 2011)



Fuente: elaboración propia a partir de Contabilidad Nacional (INE) y D. G. de Presup. y Estadística de la Junta de Castilla y León.

El Gráfico 14 muestra de manera conjunta las variaciones del VAB, el empleo y la productividad y deja ver mayor estabilidad de estos parámetros en el total de la economía de Castilla y León que en el comercio, alcanzándose en ambos casos la mayor productividad en el periodo 2011-2013 debido a la caída del empleo. En la etapa posterior 2014-2018 disminuye ligeramente la productividad en la economía total y algo más en el comercio al recuperarse el empleo. El comercio castellano-leones tiene su peor dato de productividad en 2016 como consecuencia de una importante reducción del VAB (-4,6%).

Gráfico 14. % de variación anuales del VAB, el empleo y la productividad.



Fuente: elaboración propia a partir de Contabilidad Nacional (INE) y D. G. de Presup. y Estadística de la Junta de Castilla y León.

III.4 Empresas

Los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) aportan información sobre el número de empresas activas y sobre el número de unidades locales¹ activas por rama de actividad. De acuerdo con esta fuente, ambas variables muestran una tendencia decreciente en los últimos años, tanto en España como en Castilla y León. El número de empresas activas en el periodo 2008-2013 disminuyó en el comercio un 6,8% en España y un 6,5% en Castilla y León. Desde 2014 a 2021, el descenso del número de empresas fue del 6% en el conjunto nacional, mientras en Castilla y León, prácticamente se duplicó (-11,9%).

Analizando la variable número de empresas activas, en 2021 había 35.371 dedicadas al comercio en Castilla y León, de las cuales el 11,5% correspondían a la rama de *Venta y reparación de vehículos a motor* (CNAE-45), el 25,8% al *Comercio al por mayor e intermediarios* (CNAE-46) y el 62,7% al *Comercio al por menor* (CNAE-47). La composición es similar a la de España, pero con menos peso de las empresas dedicadas al comercio al por mayor y más en el comercio al por menor.

Respecto a la evolución reciente de estas empresas (Cuadro 3), se observa en 2021 una pérdida generalizada con respecto a 2020, más acusada en Castilla y León (-2,2%) que en el conjunto de España (-1,8%) y sólo se ha mantenido sin variación la rama de venta y reparación de vehículos en Castilla y León (0,0%). Tampoco se recuperan los niveles pre-pandemia, pues entre 2019 y 2021 Castilla y León pierde el 5,6% de las empresas dedicadas al comercio y España el 3,8%, siendo los peores datos para el comercio al por mayor con disminuciones del 7,1% y del 4,9% respectivamente. El grupo con mejores datos ha sido el de venta y reparación de vehículos a motor tanto en Castilla y León (-3,0%) como en España (-1,7%).

El detalle de la desagregación a tres dígitos por códigos CNAE (2009) indica disminución del número de empresas en casi todas las ramas de actividad. Únicamente son destacables y reveladores los significativos aumentos en 2021 respecto de 2020 y 2019, tanto en Castilla y León como en el conjunto de España, del número de empresas dedicadas a:

- *Comercio de repuestos y accesorios de vehículos de motor* (CNAE-453)
- *Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios* (CNAE-454)
- *Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, puestos de venta o mercadillos* (CNAE-479)

Es importante destacar que en esta última rama de actividad se encuentra incluido el código 4791 correspondiente al **Comercio al por menor por correspondencia e Internet**, que ha experimentado un gran impulso en los dos últimos años.

¹ Las unidades locales son las partes de una empresa que desarrollan su actividad en una localización geográfica determinada (INE).

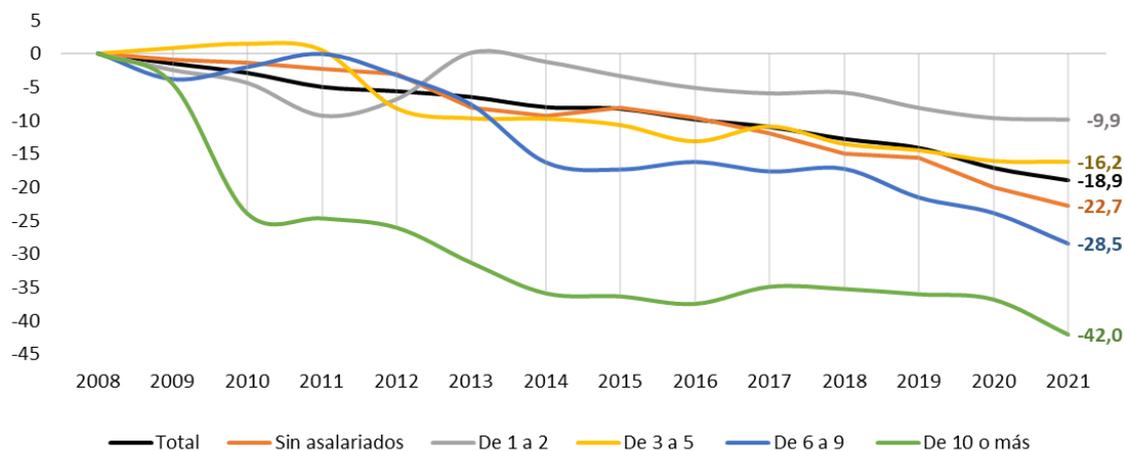
Cuadro 3. Nº de empresas activas por rama de actividad y variaciones. Castilla y León y España

	Castilla y León			España		
	Nº empresas 2021	Var. 20-21	Var. 19-21	Nº empresas 2021	Var. 20-21	Var. 19-21
Total Comercio	35.371	-2,2	-5,6	713.305	-1,8	-3,8
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	4.055	0,0	-3,0	74.015	-0,6	-1,7
451 Venta de vehículos de motor	886	1,0	-5,1	16.505	-1,5	-0,1
452 Mantenimiento y reparación de vehículos de motor	2.440	-1,2	-5,2	43.913	-1,8	-4,2
453 Comercio de repuestos y accesorios de vehículos de motor	568	0,5	7,2	9.771	2,2	2,6
454 Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios	161	11,0	14,2	3.826	10,2	12,1
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	9.133	-2,7	-7,1	211.653	-2,1	-4,9
461 Intermediarios del comercio	2.134	-2,7	-3,3	64.780	-1,9	-1,4
462 Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos	1.094	-2,6	-7,0	9.033	-1,1	-4,0
463 Comercio al por mayor de alimentación, bebidas y tabaco	2.387	-3,1	-8,2	41.736	-2,3	-6,5
464 Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico	938	-2,1	-8,1	36.871	-2,8	-8,2
465 Comercio al por mayor de equipos para las TIC	113	-9,6	-13,7	4.236	-1,5	-5,5
466 Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros	786	-1,1	-11,7	17.027	-2,5	-9,9
467 Otro comercio al por mayor especializado	1.508	-2,4	-7,4	29.659	-2,2	-6,7
469 Comercio al por mayor no especializado	173	-4,4	-3,9	8.311	-0,8	10,5
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	22.183	-2,4	-5,5	427.637	-1,9	-3,6
471 Comercio al por menor en establecimientos no especializados	2.160	-3,1	-8,0	40.108	-2,9	-6,9
472 Comercio al por menor de alimentación, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	5.363	-1,0	-4,1	91.562	0,4	-0,9
473 Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados	465	-1,5	-4,3	5.666	-2,7	-6,2
474 Comercio al por menor de equipos para las TIC en establecimientos especializados	527	-0,2	-5,4	9.598	-4,7	-7,8
475 Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	3.740	-1,9	-5,0	68.911	-2,4	-4,8
476 Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	1.451	-4,9	-7,6	24.506	-3,9	-7,1
477 Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	6.507	-3,0	-6,0	134.082	-2,2	-4,7
478 Comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos	1.476	-6,6	-8,8	40.544	-5,6	-3,2
479 Comercio al por menor no realizado en establecimientos, puestos de venta o mercadillos	494	7,6	15,4	12.660	11,9	23,8

Fuente: Directorio Central de Empresas. INE.

La mayoría de las empresas dedicadas al comercio en Castilla y León son de pequeño tamaño. Los datos del último año indican que el 48,1% no tenían asalariados; el 35,3% tenían uno o dos y el 10,4% entre 3 y 5. La evolución a la baja de los últimos años, se ha producido en todos los tamaños de empresa (Gráfico 15). Porcentualmente los grupos de empresas más grandes son los que más han retrocedido, pero también las empresas sin asalariados, que en 2021 son un 22,7% menos de las que había en 2008.

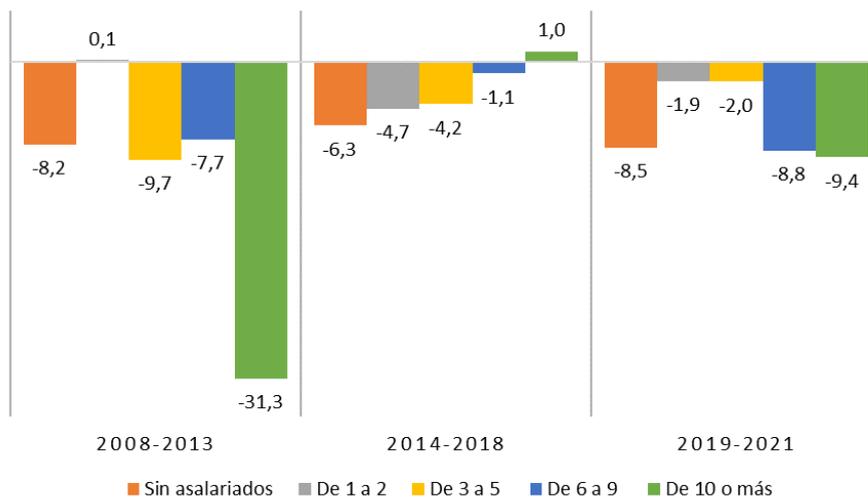
Gráfico 15. Variaciones acumuladas (%). Nº empresas activas en Castilla y León según tamaño. Base 2008



Fuente: Directorio Central de Empresas. INE.

Analizando las tres etapas recientes más significativas (Gráfico 16), se observa que en el periodo de crisis 2008-2013, solo se mantuvo el grupo de 1 a 2 asalariados, pero la disminución fue generalizada y especialmente importante en las empresas más grandes (-31,3%), muchas de las cuales cerraron o trasladaron su actividad a otras localizaciones. Durante el periodo de recuperación 2014-2018 correspondiente a los cinco años posteriores, siguió habiendo mermas de menor calado en el número de empresas activas y, por último, en los dos últimos años se resiente nuevamente el tejido empresarial especialmente en las empresas de mayor tamaño y en las empresas sin asalariados.

Gráfico 16. Evolución del número empresas activas del Comercio en Castilla y León según tamaño. Variaciones (%) de los periodos: 2008-2013, 2014-2018 y 2019-2021.



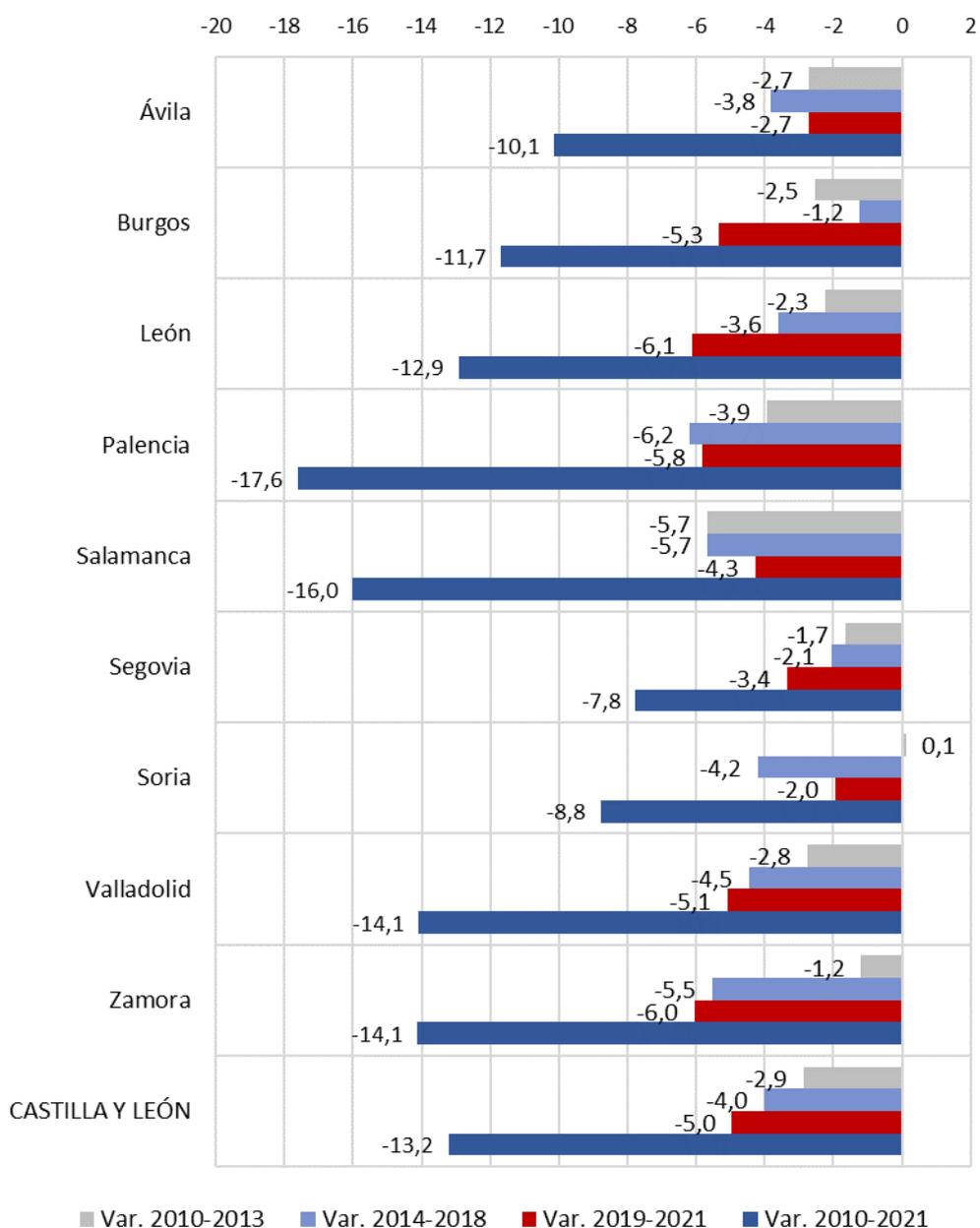
Fuente: Directorio Central de Empresas. INE.

La información sobre las unidades locales activas, es decir, las empresas o partes de las mismas que desarrollan su actividad en una ubicación geográfica concreta, permite dar una visión de la presencia física

del comercio en el territorio. En 2021 había 44.387 unidades locales activas dedicadas al comercio en Castilla y León.

Las variaciones del número de unidades locales desde 2010 a 2021 reflejan pérdida de comercios en Castilla y León, tanto en periodos de crisis como de recuperación económica (Gráfico 17). Son negativas para todas las provincias, alcanzando los valores más altos en las provincias de Palencia (-17,6%), Salamanca (-16,0%), Zamora (-14,1%) y Valladolid (-14,1%). La etapa 2010-2013 se había saldado con pérdidas superiores al 3% en Palencia y Salamanca, pero entre 2014 y 2018 esto ocurría en todas las provincias, salvo Burgos y Segovia. Los efectos de la pandemia (2019-2021) provocan una disminución del 5% en el conjunto de Castilla y León, mucho más acusada León (-6,1%), Zamora (-6,0%) y Palencia (-5,8%).

Gráfico 17. Evolución del número unidades locales activas del Comercio en Castilla y León por provincias. Variaciones acumuladas (%). Base 2010



Fuente: Directorio Central de Empresas. INE.

III.5 Otras magnitudes del comercio de Castilla y León

Las principales cifras macroeconómicas del comercio en España y en Castilla y León extraídas de la Encuesta estructural del comercio elaborada por el INE se resumen en el Cuadro 4. Los últimos datos disponibles corresponden al año 2019, en el que Castilla y León tenía 42.729 unidades locales activas dedicadas a la actividad comercial, el 4,9% del total nacional y ocupaba a 135.336 personas que representan el 4,2% del total de ocupados en el sector en España. La cifra de negocios alcanzó en Castilla y León algo más de 33.281 millones de euros y la inversión llevada a cabo por el comercio en la región fue de más de 460 millones de euros.

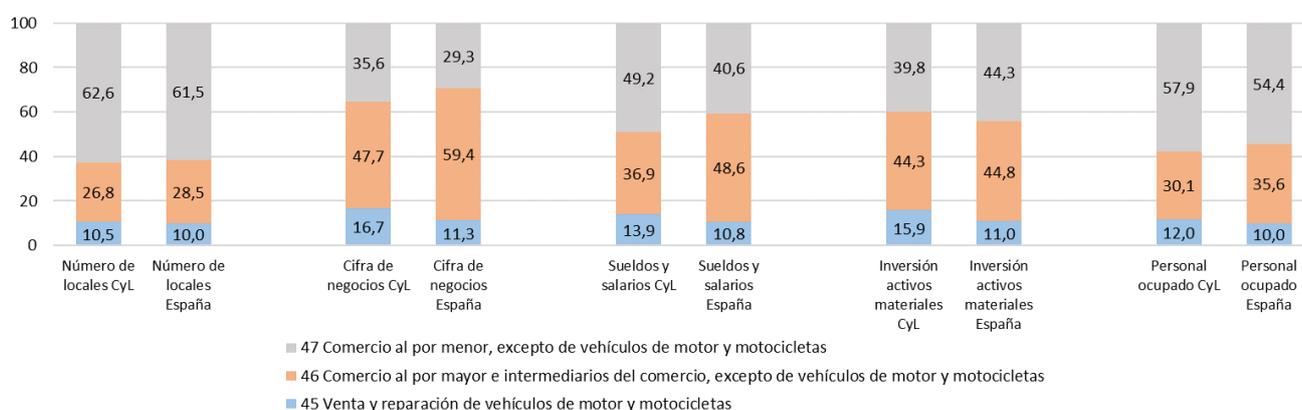
Cuadro 4. Principales magnitudes del comercio en Castilla y León y España (2019)

	<i>Castilla y León</i>	<i>Total Nacional</i>
Número de locales	42.729	879.679
Cifra de negocios (miles €)	33.281.877	836.129.854
Sueldos y salarios (miles €)	2.143.683	60.277.226
Inversión en activos materiales (miles €)	461.180	10.771.622
Personal ocupado	135.336	3.216.989

Fuente: Encuesta estructural del comercio (INE)

Desglosando por rama de actividad, el Gráfico 18 aporta una visión comparativa de Castilla y León con el conjunto de España. De esta forma, se observa como el comercio al por menor (CNAE - 47) tiene mayor relevancia porcentualmente en Castilla y León que en España en todas las variables salvo en lo referente a las inversiones de las empresas. La rama de venta y reparación de vehículos a motor (CNAE - 45) tiene mayor participación en Castilla y León que en el conjunto de España en las cinco magnitudes y, ocurre lo contrario en la rama de comercio al por mayor e intermediarios (CNAE - 46).

Gráfico 18. Comparación por rama de actividad de las principales magnitudes del comercio. Castilla y León y España (2019)



Fuente: Encuesta estructural del comercio (INE)

Un análisis pormenorizado según la clasificación CNAE a tres dígitos se ofrece en el Cuadro 5. Dentro de la rama 45 destaca en cifra de negocio el grupo 451 - *Venta de vehículos de motor*; en la rama 46 de comercio al por mayor los grupos dominantes son el 462 - *Materias primas agrarias y animales vivos*, el 463 - *Alimentación, bebidas y tabaco* y el 467 - *Otro comercio especializado* y, por último, en el comercio minorista (47), las cifras de negocio más relevantes se alcanzan en 471 - *Establecimientos no especializados*, 473 - *Combustible para automoción en establecimientos especializados* y 477 - *Otros artículos en establecimientos especializados*. Los porcentajes de ocupación más altos dentro de cada rama son los de los grupos 452 - *Mantenimiento y reparación de vehículos de motor*, 463 - *Comercio al por mayor de alimentación, bebidas y tabaco* y 471 - *Comercio al por menor en establecimientos no especializados*.

Cuadro 5. Cifra de negocio y personal ocupado en el Comercio de Castilla y León por ramas de actividad (2019)

Grupo de actividad	Cifra de negocio			Ocupación		
	Millones €	% sobre el total	% Var. anual	Media anual	% sobre el total	% Var. anual
TOTAL COMERCIO (G)	33.281,88	100,0	2,4	135.336	100,0	1,0
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	5.567,22	16,7	-8,3	16.218	12,0	2,1
451 Venta de vehículos de motor	4.236,49	76,1	0,1	5.061	31,2	-7,7
452 Mantenimiento y reparación de vehículos de motor	691,78	12,4	24,9	8.187	50,5	9,6
453 Comercio de repuestos y accesorios de vehículos de motor	596,82	10,7	-52,0	2.699	16,6	3,5
454 Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios	42,13	0,8	11,4	272	1,7	-16,6
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	15.874,51	47,7	6,7	40.691	30,1	4,1
461 Intermediarios del comercio	147,43	0,9	8,6	3.840	9,4	34,1
462 Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos	4.021,03	25,3	20,0	4.105	10,1	1,0
463 Comercio al por mayor de alimentación, bebidas y tabaco	4.377,33	27,6	5,0	13.346	32,8	-0,1
464 Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico	1.625,04	10,2	2,6	4.647	11,4	6,7
465 Comercio al por mayor de equipos para las TIC	263,09	1,7	14,3	1.308	3,2	5,1
466 Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros	1.279,65	8,1	5,0	4.910	12,1	7,2
467 Otro comercio al por mayor especializado	4.143,19	26,1	-0,8	8.380	20,6	-0,9
469 Comercio al por mayor no especializado	17,75	0,1	4,7	154	0,4	-7,8
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	11.840,15	35,6	2,6	78.427	57,9	-0,8
471 Comercio al por menor en establecimientos no especializados	4.390,89	37,1	3,5	25.197	32,1	0,2
472 Comercio al por menor de alimentación, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	986,35	8,3	-0,7	10.754	13,7	-4,5
473 Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados	2.197,93	18,6	3,5	4.034	5,1	-2,8
474 Comercio al por menor de equipos para las TIC en establecimientos especializados	242,60	2,0	2,2	2.126	2,7	4,6
475 Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	932,72	7,9	3,3	9.455	12,1	6,5
476 Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	339,04	2,9	4,2	3.770	4,8	7,2
477 Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	2.416,50	20,4	2,9	19.626	25,0	-4,4
478 Comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos	94,01	0,8	-0,2	2.126	2,7	-0,3
479 Comercio al por menor no realizado en establecimientos, puestos de venta o mercadillos	240,12	2,0	-12,5	1.341	1,7	-4,3

Fuente: Encuesta estructural del comercio (INE)

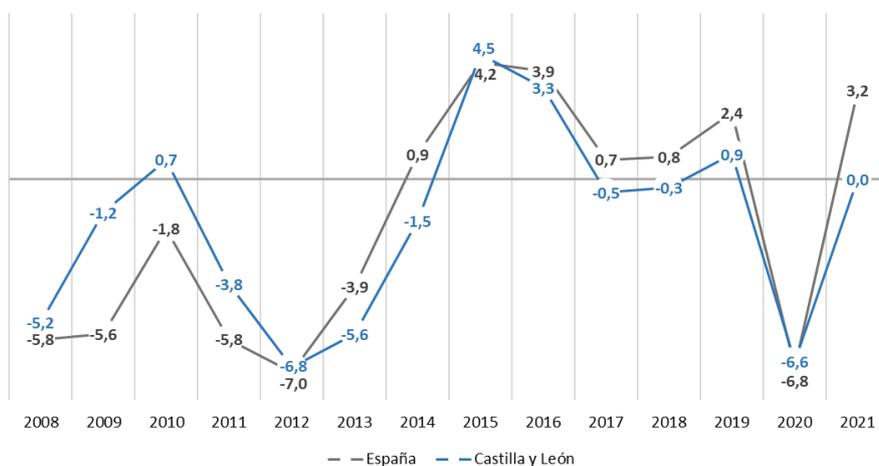
IV. EL ÍNDICE DE COMERCIO MINORISTA (ICM)

El índice del Comercio al por menor publicado por el INE mensualmente, proporciona datos coyunturales sobre cifra de negocio y ocupación de la población formada por las empresas cuya actividad principal corresponde al código 47 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009).

IV.1 Cifra de negocios

La cifra de negocios del comercio minorista durante la crisis 2008 – 2013 tuvo una trayectoria decreciente con variaciones anuales negativas y con un saldo acumulado en todo el periodo del -22,0% en España y algo menor en Castilla y León (-15,8%). La evolución en los años de recuperación económica fue mejor en el conjunto de España que en Castilla y León acumulando entre 2014 y 2019 un crecimiento del 12,5% en el total nacional y del 8,1% en Castilla y León. La pandemia afectó prácticamente por igual a ambos territorios, pero la evolución en 2021 ha sido mejor en el conjunto de España (Gráfico 19).

Gráfico 19. Variaciones anuales (%) de la cifra de negocio del comercio minorista



Fuente: Índice del Comercio Minorista (INE)

La evolución anual de la cifra de ventas en 2021 por tipo de producto ha sido positiva en el conjunto de España (3,2% general y 2,6% sin est. de servicio) y más débil en Castilla y León (0,0% general y -0,9% sin est. de servicio). El primer desglose por tipo de producto es positivo en alimentación para Castilla y León (0,9%) y en el resto de productos para España (5,6%), y dentro del resto de productos, salvo en el grupo de otros bienes en Castilla y León, todas las variaciones son positivas e importantes especialmente en los bienes de equipamiento personal. Pese a los avances que se producen en 2021, no se alcanzan las cifras pre-pandemia en la casi totalidad de los desgloses, con peores datos para Castilla y León que para el total nacional, especialmente en productos de equipamiento personal (-17,5%) (Cuadro 6).

Cuadro 6. Cifra de negocio por tipo de producto en Castilla y León y España. Variaciones 20-21 y 19-21

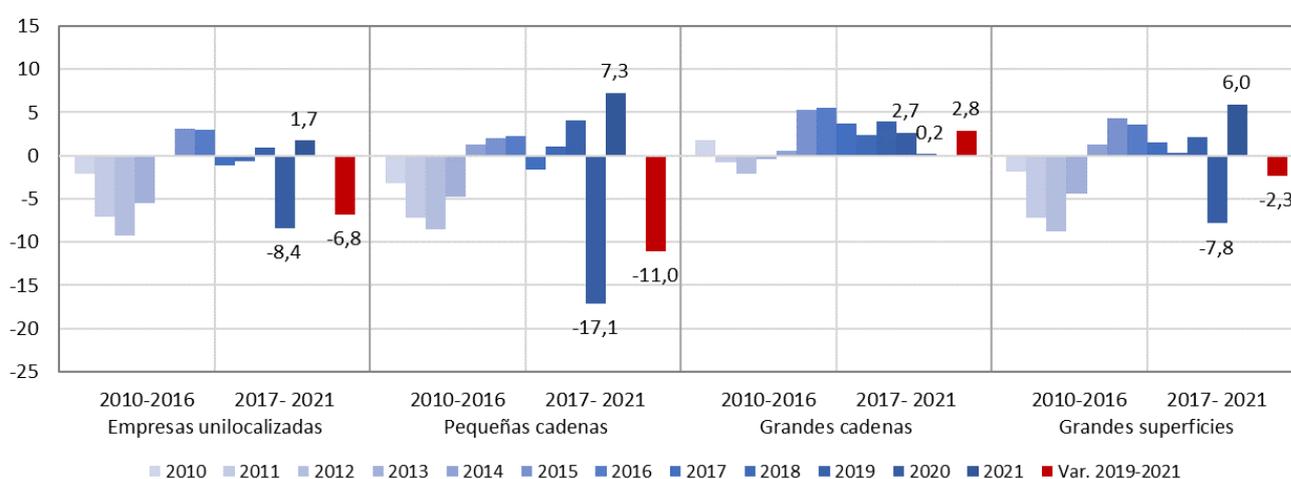
	<i>Castilla y León</i>		<i>Total Nacional</i>	
	% Var. (20-21)	% Var. (19-21)	% Var. (20-21)	% Var. (19-21)
General	0,0	-6,6	3,2	-3,8
Sin estaciones de servicio	-0,9	-5,6	2,6	-3,1
Alimentación	0,9	0,9	-1,1	-0,7
Resto	-2,2	-11,2	5,6	-5,3
Equipamiento Personal	15,2	-17,5	18,3	-14,1
Equipamiento del Hogar	6,6	-1,0	9,8	7,2
Otros Bienes	-8,4	-10,8	1,5	-4,0

Fuente: Índice del Comercio Minorista (INE)

El INE publica datos nacionales sobre el índice de comercio al por menor excluyendo estaciones de servicio con desgloses atendiendo al modo de distribución. De acuerdo con esta información (Gráfico 20), hasta 2013 las variaciones anuales de la cifra de negocios son negativas en todas las formas de distribución comercial; entre 2014-2018 se producen crecimientos irregulares, generalmente superiores en 2015 y 2016, pero en 2017 y 2018 se resiente todo el comercio con alguna variación negativa en las empresas unilocalizadas y pequeñas cadenas. El modo de distribución con una evolución más estable y positiva prácticamente todos los años son las grandes cadenas.

La pandemia afectó a todo el sector, con las mayores pérdidas en las pequeñas cadenas y la situación más favorable fue para las grandes cadenas, que cerraron el año 2021 con un leve crecimiento del 0,2%. La cifra de negocio pre-pandemia aún no se recupera, es negativa en el caso de empresas unilocalizadas (-6,8%), pequeñas cadenas (-11,0%) y grandes superficies (-2,3%) y únicamente es favorable para las grandes cadenas de distribución cuyas ventas son un 2,8% superiores a las de 2019.

Gráfico 20. Variaciones anuales (%) de la cifra de negocio según modo de distribución en España



Fuente: Índice del Comercio Minorista (INE)

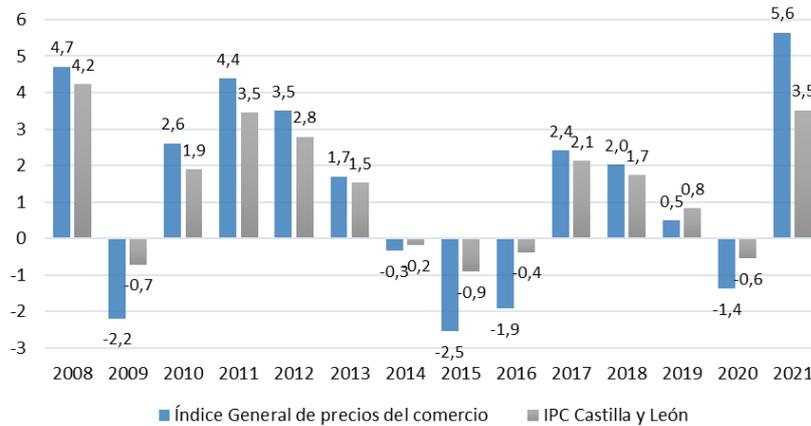
IV.2 Competitividad precio del comercio minorista

El análisis de la competitividad precio del comercio minorista se ha realizado a partir del IPC general de la región y el Índice del Comercio Minorista (INE), mediante la elaboración de un índice de precios para el comercio estimado por diferencia entre el índice de cifra de negocio a precios corrientes y a precios constantes. Los dos gráficos siguientes muestran la comparación de la tasa de inflación de Castilla y León con las variaciones anuales de precios del comercio en general (Gráfico 21) y excluyendo las estaciones de servicio (Gráfico 22), observándose menores variaciones de precios al excluir los carburantes cuyos precios dependen en buena parte de las fluctuaciones del mercado internacional y la situación geopolítica.

En el índice sin estaciones de servicios, se observa que los precios del comercio varían con más moderación que los precios en general, tanto en etapas de crisis como en etapas de crecimiento. Únicamente se aprecia una pequeña diferencia entre ambos indicadores con mayor aumento de los precios del comercio en 2013, 2014 y 2015. A raíz de la pandemia se observa un comportamiento diferente: en 2020 los precios del comercio están ligeramente por encima del IPC y se incrementan especialmente en 2021, año en que a partir del segundo semestre la inflación empieza a crecer con cierto descontrol y el comercio repercute en sus precios las subidas procedentes de los distintos agentes de las cadenas productiva y de distribución.

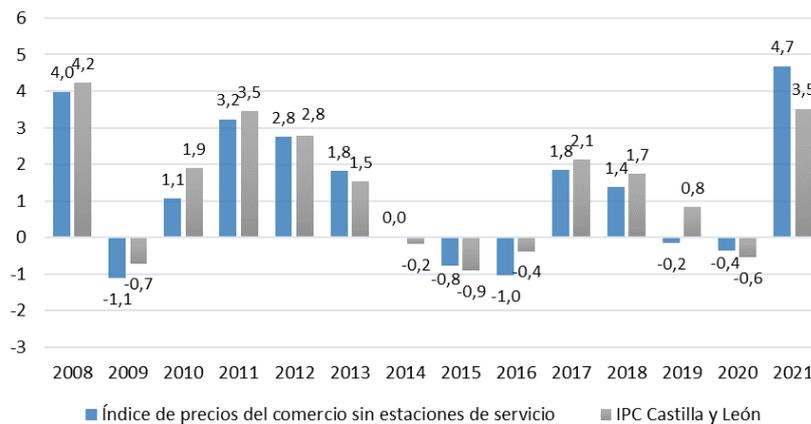
En el periodo analizado (2008-2021) los precios en el comercio minorista excluyendo estaciones de servicio, han aumentado anualmente un 1,2% por término medio, mientras que el IPC lo ha hecho un 1,4%. Incluso en el periodo de recuperación económica (2014-2019) el comercio sube un 0,2% de media anual frente al 0,5% del IPC. Luego en general, el comercio contribuye a mejorar la competitividad de la economía de Castilla y León.

Gráfico 21. Variaciones anuales del IPC y del Índice de General de precios del comercio



Fuente: Índice de precios de consumo e Índice del comercio Minorista (INE)

Gráfico 22. Variaciones anuales del IPC y del Índice de precios del comercio sin estaciones de servicio



Fuente: Índice de precios de consumo e Índice del comercio Minorista (INE)

V. COMERCIO POR INTERNET

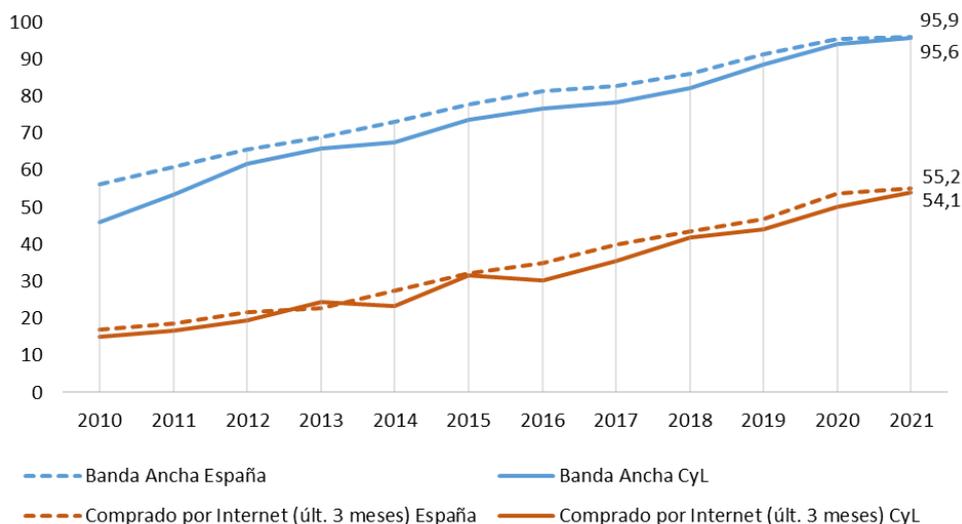
Los datos sobre el comercio por internet proceden de varias fuentes y no siempre tienen desagregación por comunidades autónomas. Las fuentes empleadas han sido la Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares (INE); los índices del comercio minorista (INE) y las estadísticas de comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

V.1 Uso de TIC en los hogares y consumidores online

El comercio electrónico es el conjunto de intercambios comerciales efectuados mediante redes basadas en protocolos de internet o sobre otras redes telemáticas. Esta herramienta permite una rápida expansión del comercio, siempre y cuando exista una alta penetración de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) y se haga una utilización frecuente y diversa de las mismas por parte de los potenciales consumidores.

En 2021 más del 95% de los hogares españoles y castellanoleoneses disponían de conexión de banda ancha y en más del 80% de las viviendas había algún tipo de ordenador. La utilización de internet prácticamente a diario alcanza cotas muy altas y más del 50% de la población había comprado por internet en los tres meses anteriores a responder la encuesta (Gráfico 23). Las cifras de Castilla y León son ligeramente inferiores a las de España, pero las variaciones respecto de 2020 son superiores en general, por lo que se acortan distancias con el conjunto nacional.

Gráfico 23. Viviendas con equipamiento de banda ancha y personas que han comprado por internet. Castilla y León y España (2010 – 2021)



Fuente: Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2021. INE.

En lo referente a la frecuencia y valor de las compras online (Cuadro 7), así como el análisis del perfil del comprador online (Cuadro 8), se considerarán los datos correspondientes a las personas con edades comprendidas entre 16 y 74 años que han comprado por internet en los tres últimos meses.

Las prácticas más habituales corresponden a las personas que no han comprado o lo han hecho como mucho 5 veces en los últimos tres meses, y en Castilla y León esto ocurre el 45,9% y el 43,6% de las veces respectivamente, ambos porcentajes superiores a los del conjunto de España. Los gastos más habituales en

las compras por internet, son por importes comprendidos entre 50 y 100€ (15,8%) y entre 100 y 300€ (15,7%), también ligeramente superiores a los del total nacional.

Cuadro 7. Frecuencia y valor de las compras online en Castilla y León. Personas de 16 a 74 años que ha comprado por internet en los últimos 3 meses

Frecuencia de compra en los últimos tres meses	Castilla y León	Total Nacional
1 o 2 veces	25,3	23,4
De 3 a 5 veces	18,3	17,1
De 6 a 10 veces	4,7	6,6
Más de 10 veces	5,7	8,1
No ha comprado a través de internet en los últimos 3 meses	45,9	44,8
Valor de las compras realizadas en los tres últimos meses		
Menos de 50 euros	8,4	9,5
De 50 a menos de 100 euros	15,8	14,1
De 100 a menos de 300 euros	15,7	15,3
De 300 a menos de 500 euros	4,8	5,8
De 500 a menos de 700 euros	3,1	2,8
De 700 a menos de 1.000 euros	1,0	1,9
1.000 o más euros	3,0	2,9
NS/NR	2,3	3,0

Fuente: Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2021. INE.

Las compras online realizadas en Castilla y León en los últimos tres meses, se efectuaron a vendedores nacionales en un 51,0% y de la Unión Europea en un 19,4%.

El 53,9% de la población castellano-leonesa de 16 a 74 años compró en los tres últimos meses algún producto en formato físico, un 6,3% más que el año anterior; el 35,7% compró ropa, zapatos o accesorios, un 8,8% más que en 2020 y más del 18% de este segmento de población compró otros bienes físicos, entregas de restaurantes o comida rápida y artículos deportivos excluyendo ropa.

El 16,4% de la población de 16 a 74 años contrató algún servicio de alojamiento, el 5,9% servicios de transporte y el 2,5% servicios para el hogar. Estos servicios fueron concertados con particulares el 5,8%, el 0,8% y el 1,3% respectivamente.

El porcentaje de personas de 16 a 74 años que hicieron descargas de algún producto o suscripción fue el 33,9%. El 17,4% adquirió software, el 13,3% películas o series en streaming, el 9,9% adquirió entradas a eventos culturales y el 9,0% juegos online o descargados.

Las personas que no han comprado por internet en los últimos tres meses en Castilla y León (45,9%), alegan fundamentalmente como motivos para no hacerlo, que prefieren comprar personalmente en una tienda física (32,1%); que les preocupa la seguridad en el pago (18,3%) o que tienen falta de confianza en las devoluciones, reclamaciones e indemnizaciones (17,6%).

En lo referente a las características sociodemográficas de los compradores online de Castilla y León (Cuadro 8), los porcentajes más altos los encontramos en el grupo de edad de 16 a 44 años con valores superiores al 70%; en las capitales de provincia (58,5%) y en los municipios de menos de 10.000 habitantes (51,6%); en los hogares de tres miembros o más; en personas con niveles educativos altos; en situación laboral de activos o estudiantes y con ingresos superiores a 2.500 euros netos mensuales.

Como características destacables del comercio por internet en Castilla y León hay que señalar que, es superior el porcentaje de mujeres que compra online al de hombres, a diferencia de lo que ocurre en el conjunto de

España y que, en las poblaciones de menos de 10.000 habitantes, el porcentaje de compradores online es tan solo un 2,5% inferior al porcentaje total (54,1%). Además, la compradora online predomina en edades de 16 a 54 años; en los municipios de menos de 100.000 habitantes; en hogares de 2,3 o 5 y más miembros; en niveles básicos de educación y formación profesional de grado superior; con situación profesional de ocupados y estudiantes y en hogares con todo tipo de ingresos salvo los de menos de 900€ netos mensuales.

Cuadro 8. % de personas de 16 a 74 años que ha comprado por internet en los últimos 3 meses según características sociodemográficas en Castilla y León

	<i>Ambos sexos</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>
Total	54,1	52,5	55,6
Según edad			
De 16 a 24 años	72,7	61,7	84,1
De 25 a 34 años	85,4	77,9	93,4
De 35 a 44 años	72,7	65,2	80,4
De 45 a 54 años	51,3	51,2	51,4
De 55 a 64 años	38,8	46,5	31,1
De 65 a 74 años	20,2	21,3	19,2
Según hábitat			
De 100.000 y más habitantes y capitales de provincia	58,5	61,4	55,3
De 50.000 a menos de 100.000 habitantes	46,6	37,7	57,4
De 20.000 a menos de 50.000 habitantes	–	–	–
De 10.000 a menos de 20.000 habitantes	47,8	30,7	57,6
Menos de 10.000 habitantes	51,6	47,8	55,4
Según nº de miembros del hogar			
Hogares de 1 miembro	44,1	44,9	43,2
Hogares de 2 miembros	38,8	32,5	44,0
Hogares de 3 miembros	64,5	62,4	66,5
Hogares de 4 miembros	62,2	63,5	60,6
Hogares de 5 o más miembros	64,2	60,2	72,1
Según nivel de estudios			
Educación Primaria	9,8	9,2	10,2
Primera etapa de Educación Secundaria	42,6	42,5	42,6
Segunda etapa de Educación Secundaria	55,8	52,8	58,9
Formación Profesional de Grado Superior	68,7	63,0	74,7
Diplomatura universitaria y equivalentes	75,7	82,6	72,0
Licenciatura universitaria, máster y equivalentes	78,8	81,9	75,9
Doctorado universitario	72,3	75,2	68,4
Según situación laboral			
Activos ocupados	65,8	62,9	69,3
Activos parados	64,4	72,3	59,5
Inactivos: Estudiantes	57,2	35,7	78,9
Inactivos: Labores del hogar	24,6	n.d.	24,6
Inactivos: Pensionistas	24,6	24,9	24,0
Otra situación laboral	33,8	35,8	31,2
Según ingresos			
Menos de 900 euros	42,8	46,8	39,4
De 901 a 1.600 euros	53,8	49,0	58,4
De 1.601 a 2.500 euros	53,9	50,0	58,5
De 2.500 a menos de 3.000 euros	71,4	71,2	71,7
3.000 o más euros	69,2	63,1	n.d.

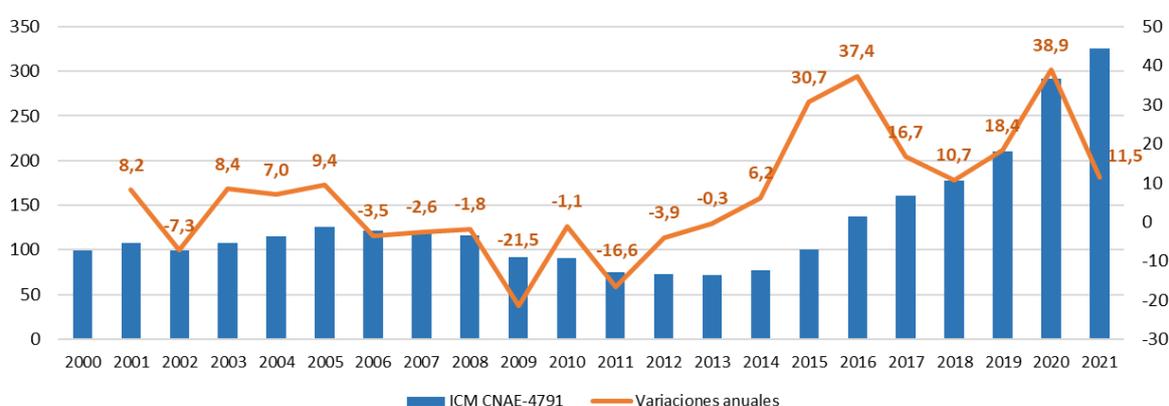
Fuente: Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2021. INE.

V.2 Evolución de los indicadores del comercio electrónico

Los datos sobre cifra de negocio que ofrece el Índice del Comercio Minorista (ICM) elaborado por el INE, miden la generación de valor añadido debido a las empresas con código *CNAE - 4791 Comercio al por menor por correspondencia e internet* (Gráfico 24). Esta modalidad de comercio aumenta en España un 11,5% en 2021 en la serie corregida de estacionalidad y efectos de calendario, un incremento importante tras el crecimiento del 38,9% que se produjo en 2020.

El indicador de actividad crece a un ritmo medio del 2,8% anual hasta 2007, presenta un comportamiento decreciente durante la crisis 2008-2013 con caídas del 7,6% anual por término medio, pero a partir de 2014 el crecimiento es imparable, destacando especialmente los años 2015, 2016 con incrementos del 30,7% y del 37,4% respectivamente. Las especiales circunstancias de 2020, dan un gran impulso al comercio online, de manera que en 2021 supone un 225,7% más que en 2015 en nuestro país.

Gráfico 24. Índice de actividad del Comercio al por menor por correspondencia e Internet a precios constantes. Serie corregida de efectos estacionales y de calendario (Base 2015)



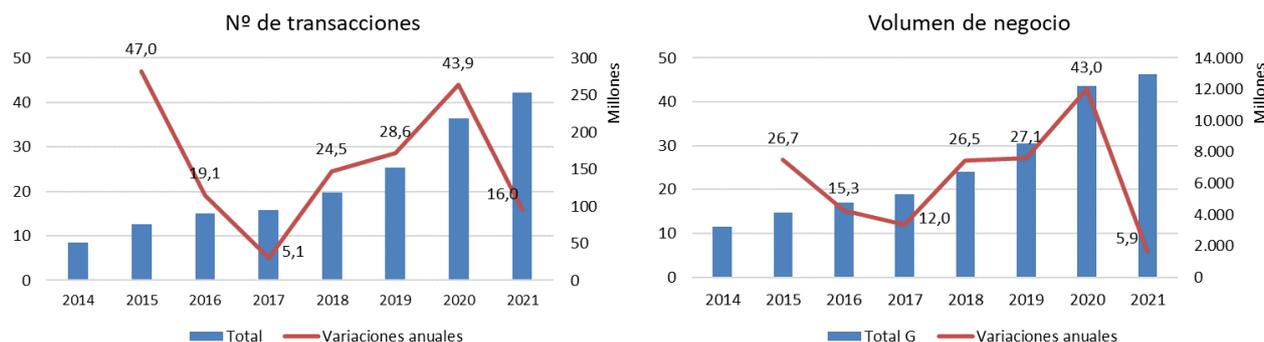
Fuente: Fuente: Índice del comercio Minorista (INE)

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) publica información sobre el número de transacciones y el volumen de negocio de las operaciones online correspondientes a todas las ramas de actividad. Los datos son de ámbito nacional y tienen periodicidad trimestral, siendo el cuarto trimestre de 2021 el último dato disponible. Las operaciones computadas por la CNMC son todas las transacciones electrónicas a través de terminales de punto de venta virtuales que tengan España como punto de origen y/o destino y cuyo pago se realice a través de tarjetas bancarias de pago adscritas a Sistema de Tarjetas y Medios de Pago S.A.

Desde 2014 y con la única excepción de los dos últimos años, se vienen produciendo incrementos anuales en la cifra de negocio superiores al 20%, sobresaliendo 2018 con un 29,1%. En 2020 se superaron los 51.600 millones de euros, un 5,8% más que en 2019, lo cual representó un incremento importante dadas las especiales circunstancias de ese año y en 2021, se rebasaron los 57.700 millones, con un crecimiento anual del 11,7%. Esta desaceleración se produce fundamentalmente por las fuertes caídas de las ventas de agencias de viajes, del transporte aéreo y de la hostelería durante la pandemia, cuyos efectos se han prolongado ya en menor medida durante 2021.

Seleccionado únicamente las operaciones correspondientes a las ramas de actividad relacionadas con el comercio (CNAE - 45, 46 y 47), la evolución desde 2014 muestra crecimiento todos los años, irregular, pero muy notable. El año con menor progreso fue 2017 tanto en operaciones como en volumen de ventas, y destaca especialmente 2020, donde se superaron los 12.200 millones de euros con más de 185 millones de operaciones. En 2021 se ha producido un incremento del 16,0% en el nº de transacciones y del 5,9% en valor (Gráfico 25).

Gráfico 25. Evolución del nº de transacciones y volumen de negocio online (CNAE - 45, 46 y 47)



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

Los datos de la CNMC presentan también desagregaciones de las operaciones online correspondientes a determinados códigos armonizados según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas CNAE-2009 y la Clasificación Nacional de Productos por Actividades CNPA-2008. Las principales operaciones de los últimos tres años en cuanto a volumen se detallan en el Cuadro 9.

Las prendas de vestir ocupan el primer puesto de las ventas online, tanto en número de operaciones como en valor, superando el 34% de la cifra de negocio en los tres últimos años. El marketing directo, que venía ocupado posiciones relevantes, en los últimos tres años está retrocediendo desde un volumen de negocio del 16% en 2019 al 4,4% en 2021. Se notó especialmente el efecto de la pandemia en la transformación de los hábitos de consumo, pues los datos sobre hipermercados y supermercados, que se encontraban en torno al 10% del volumen facturado online, subieron de forma importante en 2020 y han seguido creciendo hasta alcanzar el 16,5% en 2021. Ocurre lo mismo en los grandes almacenes que han ido escalando cotas hasta lograr el 14,9% del volumen de negocio en 2021. El calzado y los artículos de cuero se han mantenido en torno al 4,5% de cifra de negocio; los productos de perfumería se encuentran en proceso de crecimiento alcanzando el 5,1% del volumen de ventas en 2021 y, la venta de carburantes para la automoción, se resintió con las restricciones de movilidad en 2020, pero avanza en nº de transacciones y ventas ya en 2021.

Cuadro 9. % de volumen de negocio y nº de transacciones. Principales operaciones (CNAE-45, 46 y 47)

	2019		2020		2021	
	Vol.	Nº trans.	Vol.	Nº trans.	Vol.	Nº trans.
Prendas de vestir	34,3	27,9	35,4	31,0	36,1	29,2
Hipermercados, super. y tiendas alimentación	10,0	9,0	14,1	10,6	16,5	10,7
Grandes almacenes	10,5	26,3	12,6	27,9	14,9	34,3
Marketing directo	16,0	12,9	10,3	7,4	4,4	3,1
Calzado y artículos de cuero	4,6	3,2	4,7	3,3	4,4	2,7
Perfumería, cosméticos y artículos de tocador	4,3	3,4	5,0	4,5	5,1	4,1
Carburantes para automoción	3,9	5,3	2,8	3,9	4,5	6,8

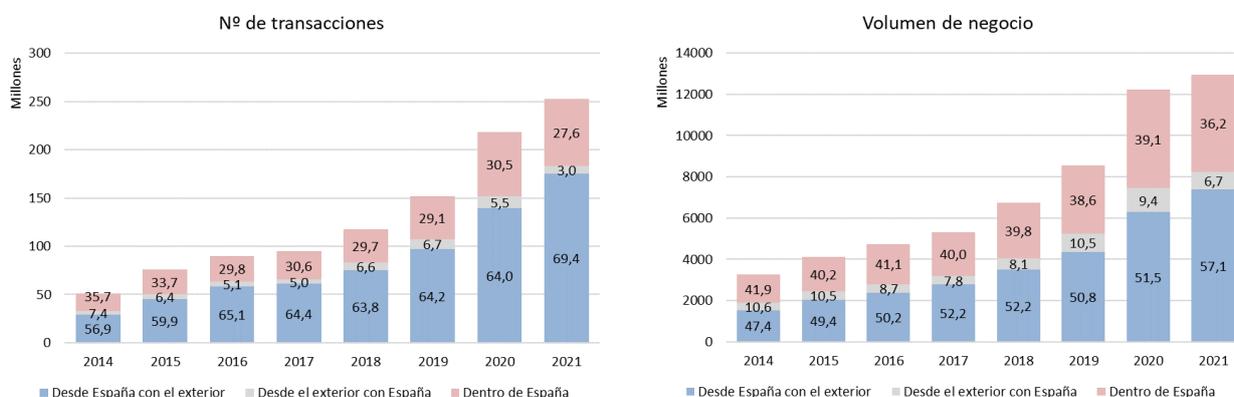
Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

Teniendo en cuenta el origen y destino geográfico de las operaciones y su evolución en el tiempo (Gráfico 26), se aprecia un gran crecimiento, superándose los 12.900 millones de euros en 2021, con más de 250 millones de transacciones. El 57,1% del volumen de negocio generado correspondió al comercio de España con el exterior, el 36,2% a las ventas dentro de España y el 6,7% a las del exterior con España.

En el periodo analizado (2014-2021) predominan las operaciones desde España con el exterior con más del 60% de las transacciones a partir de 2016 y un volumen de negocio en superior al 50%. En segundo lugar se encuentra el comercio interior de España que acapara en torno al 30% de las operaciones generando

aproximadamente el 40% del valor y, por último, es minoritario el comercio del exterior con España, que con un pequeño porcentaje de transacciones produce algo menos del 10% del valor. Concretamente en 2021, se facturaron casi 7.400 millones de euros desde España con el exterior; cerca de 870 desde el exterior con España y más de 4.600 millones en el comercio online dentro de España.

Gráfico 26. Evolución del nº de transacciones y volumen de negocio online (CNAE- 45, 46 y 47). Segmentación geográfica



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

A continuación se presenta este mismo desglose de información para las clasificaciones o ramas de actividad más relevantes de los últimos años (Cuadro 10): *Prendas de vestir* (4771), *Marketing directo* (4799), *Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación* (4711) y *Grandes almacenes* (4719).

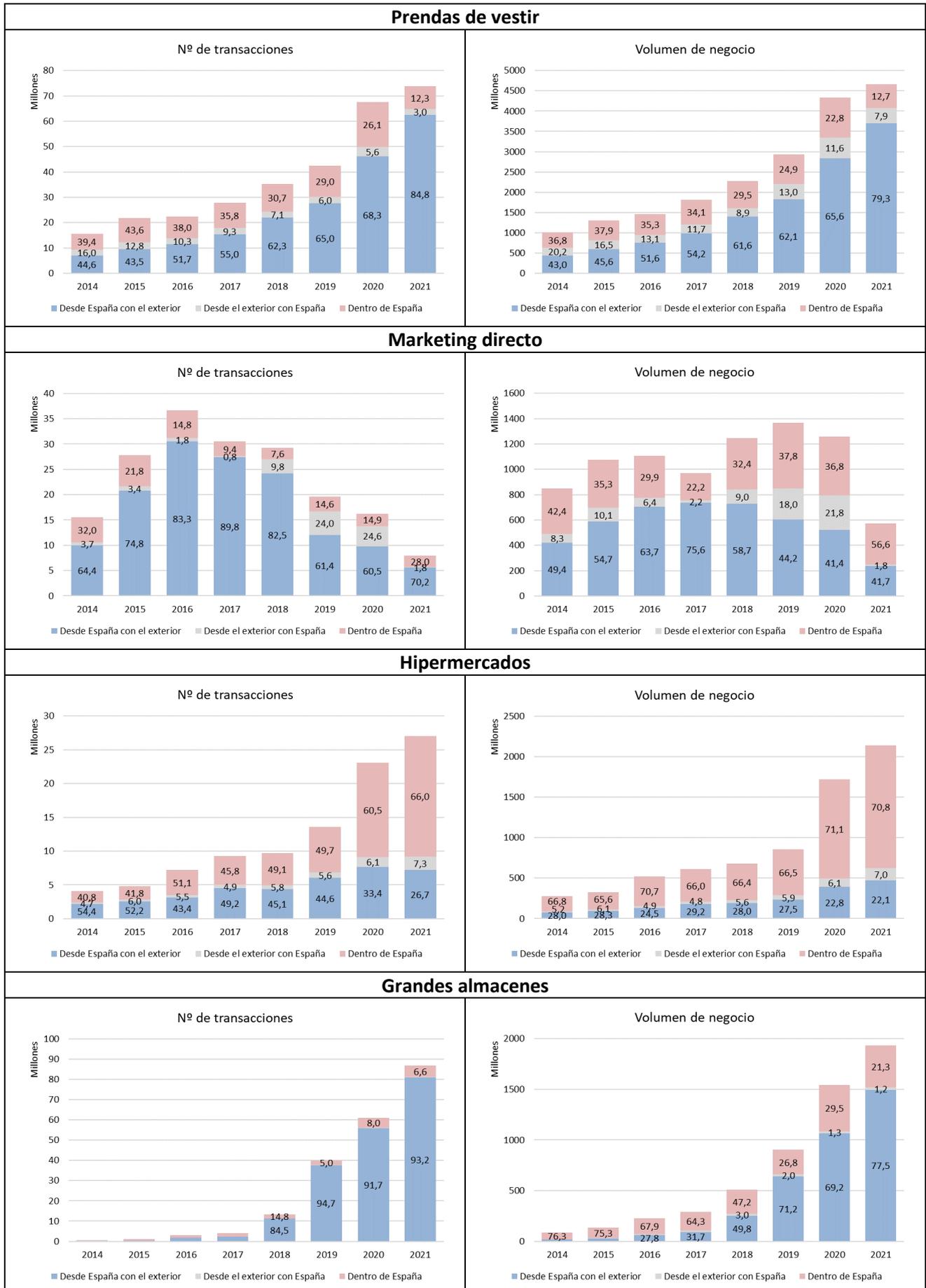
En *Prendas de vestir* se observa un crecimiento importante y progresivo desde 1.004,4 millones de euros en 2014 a más de 4.600 en 2021. Predominan las compras desde España con el exterior, que han ido creciendo porcentualmente hasta representar el 84,8% de las transacciones con un 79,3% del volumen de ventas en 2021, a la par que el comercio interior decrecía porcentualmente hasta suponer el 12,3% de las operaciones con un valor del 12,7% del volumen total facturado online.

El *Marketing directo* parte de un volumen total de operaciones superior a los 850 millones de euros en 2014, alcanza casi los 1.366 millones en 2019 y retrocede a 572 millones en 2021, con una evolución irregular. Porcentualmente predominan las compras desde España con el exterior y destacan los crecimientos anuales de valor desde el exterior con España entre 2018 y 2020. Cabe señalar que en los últimos años, con menos operaciones se consigue mayor volumen de negocio y en especial en el comercio que se realiza dentro de España.

En *Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación*, el crecimiento del volumen de ventas online de ha sido progresivo con cifras de 273,6 millones de euros en 2014 hasta alcanzar más de 850 millones en 2019. Hasta ese año había un claro y lógico predominio del comercio online dentro de España que con menos del 50% de las operaciones generaba más del 65% del volumen de negocio. Las especiales circunstancias de 2020, hicieron que las ventas de este tipo de establecimientos crecieran espectacularmente llegando a más de 1.720 millones de euros en 2020, superándose los 2.130 millones en 2021.

El salto al comercio online de los *Grandes almacenes* se produce fundamentalmente a partir de 2018. En 2014 el volumen de las ventas por el canal online fue de aproximadamente 85,7 millones de euros; en 2018 se alcanzan casi los 510 millones; esta cifra prácticamente se multiplica por tres en 2020 y se superan los 1.900 millones en 2021. El número de transacciones dentro de España es muy pequeño, porcentualmente generaba más del 75% del valor en 2014 y ha evolucionando perdiendo peso hasta llegar al 21,3% en 2021, en favor de las compras de España con el exterior, sin embargo es destacable que dichas ventas se consiguen sólo con el 6,6% de las operaciones.

Cuadro 10. Evolución de las ramas con mayor volumen de negocio. Segmentación geográfica



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

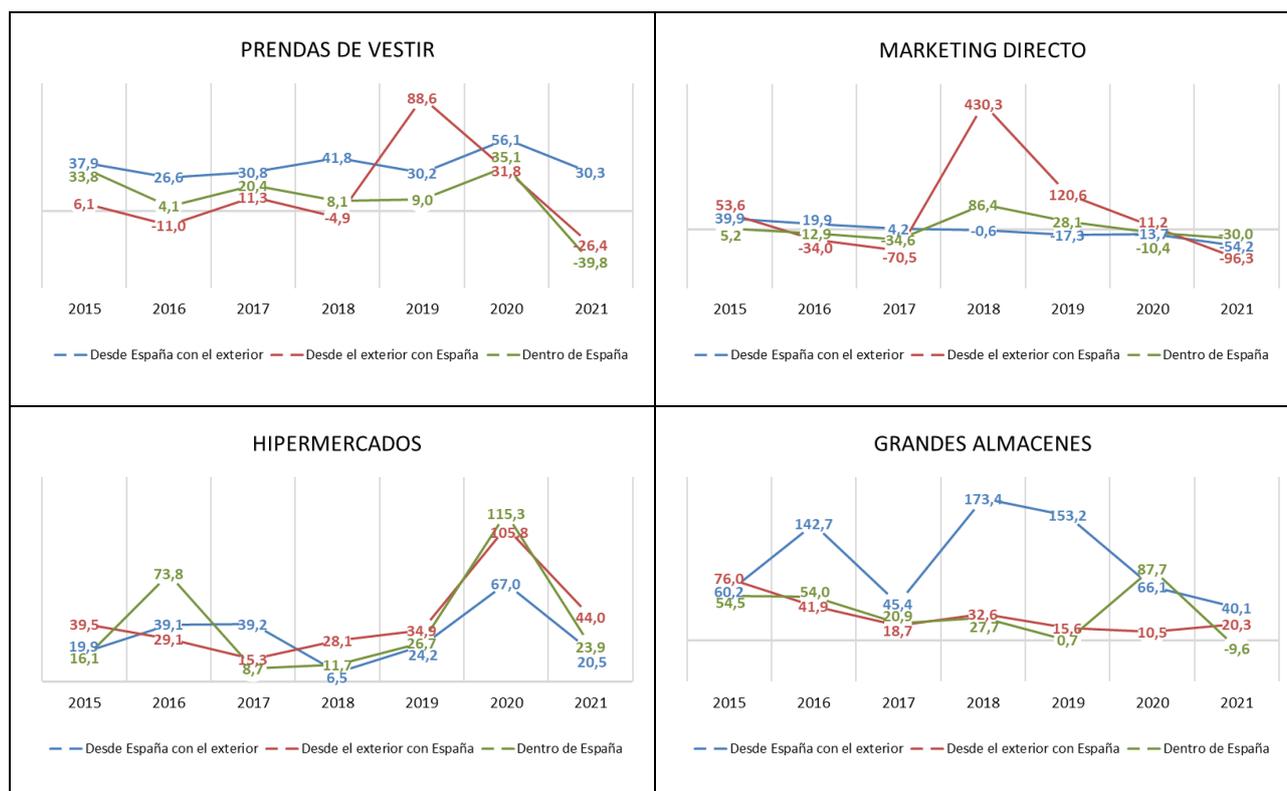
Las variaciones anuales de los cuatro grupos se muestran en el Cuadro 11. En *Prendas de vestir* se aprecian crecimientos medios anuales del 36,2% desde España con el exterior, del 13,6% desde el exterior con España y del 10,1% dentro de España en el periodo 2015-2021. En el año 2021 las variaciones anuales han sido menores que en 2020 y sólo se mantiene un crecimiento positivo y alto en las operaciones de España con el exterior (30,3%). Las compras desde el exterior con España han sido más irregulares que el resto.

El *Marketing directo* presenta variaciones moderadas en el comercio interno de España con un crecimiento importante en 2018 y un 4,6% de crecimiento medio anual en el periodo 2015-2021. Se aprecia un decrecimiento progresivo en las compras desde España al exterior y, desde el exterior con España, se observa bastante irregularidad con un crecimiento puntual en 2018 muy elevado.

Los *Hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación* evolucionan positivamente todos los años y en todas las segmentaciones geográficas, con variaciones anuales en general inferiores al 40%, salvo los importantes crecimientos del comercio online en 2020. En 2021 las variaciones vuelven a ser más moderadas, pero siguen siendo todas positivas y especialmente alta la de las transacciones del exterior con España.

En el caso de los *Grandes almacenes*, la evolución ha sido positiva todos los años independientemente del origen y destino de las operaciones. Ha habido grandes altibajos en las operaciones de España con el exterior, pero se han manteniendo variaciones positivas y altas los dos últimos años. Desde 2017 el crecimiento ha sido en torno al 20% de media anual en las operaciones desde el exterior con España y del 25,5% en el comercio interno, pero con más irregularidades los dos últimos años.

Cuadro 11. Variaciones anuales de las ramas con mayor volumen de negocio. Segmentación geográfica



Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

En general, los datos apuntan a que el crecimiento generalizado del comercio online lo capitalizan fundamentalmente las operaciones de España con el exterior y, en menor medida, las del comercio interno de España, sin embargo las compras del exterior a nuestro país son poco significativas, presentan bastantes altibajos y desde 2019 están decreciendo. Esto sugiere la conveniencia de tratar de mejorar la competitividad del comercio español en los mercados online exteriores.

VI. EL COMERCIO EN ESPAÑA. COMPARATIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

El estudio del comercio en España por Comunidades Autónomas se ha realizado desde el punto de vista de las empresas con datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE; analizando el empleo mediante datos de afiliación media del Instituto Nacional de la Seguridad Social y aportando información del comercio minorista procedente del Índice del comercio al por menor elaborado por el INE.

VI.1 Empresas

Existen grandes diferencias en cuanto a la distribución de las empresas con actividad comercial por comunidades autónomas (Cuadro 12). Respecto al número de empresas activas, el 60% se encuentran en las cuatro comunidades de mayor población: Andalucía, Cataluña, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana que, además, tienen un volumen de turismo importante. La evolución 2020-2021 indica una pérdida del 1,8% de las empresas en España y ha sido negativa en todas las comunidades autónomas sin excepción, con las mayores mermas en Ceuta (-5,9%), Canarias (-5,1%), País Vasco (-4,5%) y Melilla (-4,0%). Respecto de 2019 España pierde el 3,8% de las empresas del sector y nueve comunidades mantienen algo mejor sus comercios, con pérdidas porcentualmente menores a las del conjunto nacional.

Cuadro 12. Número de empresas activas. Distribución porcentual en 2021 y variaciones

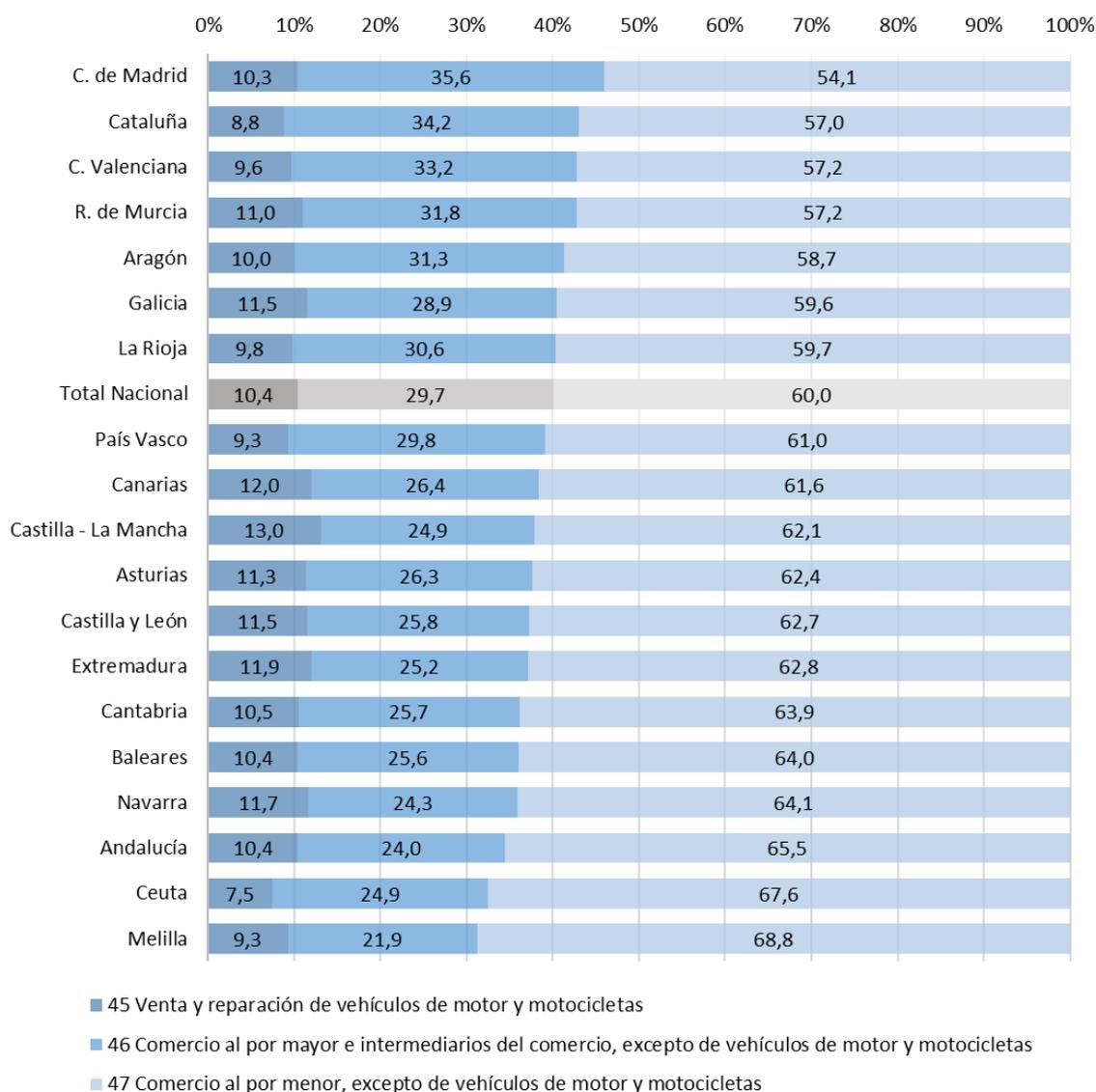
	Distribución porcentual	% Var. (20 – 21)	% Var. (19 – 21)
TOTAL NACIONAL	100,0	-1,8	-3,8
Andalucía	18,6	-0,7	-1,1
Aragón	2,4	-2,8	-6,8
Asturias	1,9	-1,9	-5,1
Baleares	2,2	-2,6	-5,6
Canarias	4,3	-5,1	-8,2
Cantabria	1,1	-0,9	-4,5
Castilla y León	5,0	-2,2	-5,6
Castilla - La Mancha	4,4	-1,1	-3,4
Cataluña	16,8	-1,4	-3,4
C. Valenciana	11,6	-1,6	-2,9
Extremadura	2,6	-2,0	-3,5
Galicia	6,2	-2,6	-7,1
C. de Madrid	12,9	-1,5	-3,0
R. de Murcia	3,4	-1,9	-3,6
Navarra	1,3	-1,9	-3,5
País Vasco	4,1	-4,5	-6,8
La Rioja	0,7	-2,0	-4,3
Ceuta	0,2	-5,9	-6,4
Melilla	0,3	-4,0	-2,5

Fuente: Directorio General de Empresas. INE.

En lo relativo a la composición del comercio por ramas de actividad, también hay importantes contrastes entre comunidades autónomas. En España el 10,4% de los comercios corresponden a venta y reparación de vehículos a motor; el 29,7% al comercio al por mayor y el 60,0% al comercio minorista. El Gráfico 27 resume esta información por comunidades autónomas y deja ver que el comercio al por menor supone más del 50% de las empresas en todas las comunidades, pero en Madrid, Cataluña, Valencia, Murcia, Aragón, Galicia y La

Rioja este porcentaje es inferior al del total nacional en favor de una mayor presencia de empresas dedicadas al comercio al por mayor.

Gráfico 27. Composición del comercio según rama de actividad por Comunidades Autónomas (2021)



Fuente: Directorio Central de Empresas. INE.

Una característica del comercio común en todas las comunidades autónomas sobre el tamaño de las empresas, es el predominio del pequeño comercio (Cuadro 13). Sobresalen las empresas sin asalariados con porcentajes superiores o iguales al 50% en Melilla (62,5%), Ceuta (53,3%), Extremadura (52,5%), la Comunidad de Madrid (51,1%), Andalucía (50,9%) y Castilla-La Mancha (50,0%). En segundo y tercer lugar, destacan las empresas de 1 a 2 empleados y de 3 a 5 en todas las comunidades autónomas.

Las empresas que podríamos llamar de tamaño medio en este sector (de 6 a 9 empleados), se concentran con porcentajes superiores al 4% en Canarias (4,7%), Baleares (4,6%), Aragón (4,5%), Cataluña (4,4%), Región de Murcia (4,4%), C. de Madrid (4,2%) y País Vasco (4,1%). Por último, los negocios que emplean a 10 o más personas son más frecuentes en la Comunidad de Madrid (4,0%), la Región de Murcia (4,0%), Cataluña (3,8%), Canarias (3,8%), Baleares (3,6%) y Aragón (3,6%). En definitiva, las empresas son más grandes en las comunidades con tasas altas de comercio al por mayor y en las islas.

Cuadro 13. Porcentaje de empresas dedicadas al comercio según tamaño por Comunidades Autónomas (2021)

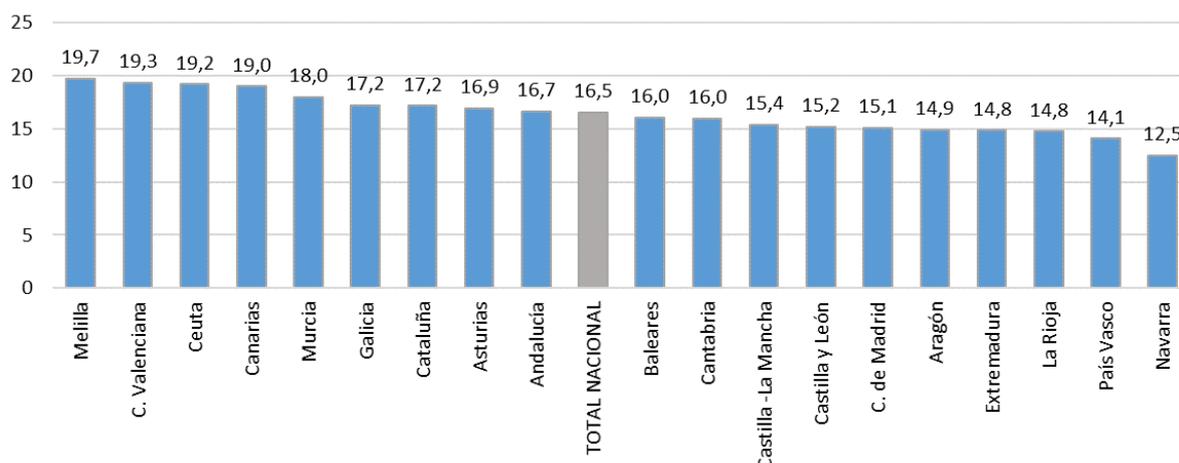
	Sin asalariados	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	10 o más
TOTAL NACIONAL	48,6	33,1	11,2	3,9	3,2
Andalucía	50,9	32,6	10,7	3,4	2,4
Aragón	42,0	37,3	12,6	4,5	3,6
Asturias	47,5	35,8	10,9	3,4	2,5
Baleares	44,3	34,8	12,7	4,6	3,6
Canarias	48,2	31,0	12,4	4,7	3,8
Cantabria	44,6	36,5	12,4	3,7	2,8
Castilla y León	48,1	35,3	10,4	3,6	2,5
Castilla-La Mancha	50,0	33,6	10,5	3,5	2,5
Cataluña	46,2	33,5	12,1	4,4	3,8
Valencia	49,4	32,7	10,9	3,9	3,1
Extremadura	52,5	31,7	10,2	3,4	2,2
Galicia	46,3	35,8	11,4	3,9	2,5
C. de Madrid	51,1	29,9	10,9	4,2	4,0
R. de Murcia	49,8	30,8	11,0	4,4	4,0
Navarra	46,1	35,0	12,0	3,6	3,2
País Vasco	44,9	35,8	11,8	4,1	3,3
La Rioja	45,8	37,0	10,5	3,6	3,1
Ceuta	53,3	32,6	9,7	2,7	1,6
Melilla	62,5	26,5	7,7	2,3	1,1

Fuente: Directorio Central de Empresas. INE.

VI.2 Empleo

Los datos de afiliación media a la seguridad social indican el porcentaje de empleo que supone el comercio en cada comunidad autónoma (Gráfico 28), este valor para el conjunto de España representa al 16,5%. Es destacable que hay cinco comunidades que alcanzan o superan el 18% de afiliación y son la C. Valenciana, Canarias, la Región de Murcia, Ceuta y Melilla. En el caso de las tres primeras influye muy probablemente la importancia del turismo en sus economías, que lógicamente tiene un efecto arrastre en el comercio. En el caso de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, se debe fundamentalmente a que por su condición fronteriza tienen en el comercio una de sus actividades económicas con mayor peso, que se deja sentir en el elevado porcentaje de afiliación en este sector.

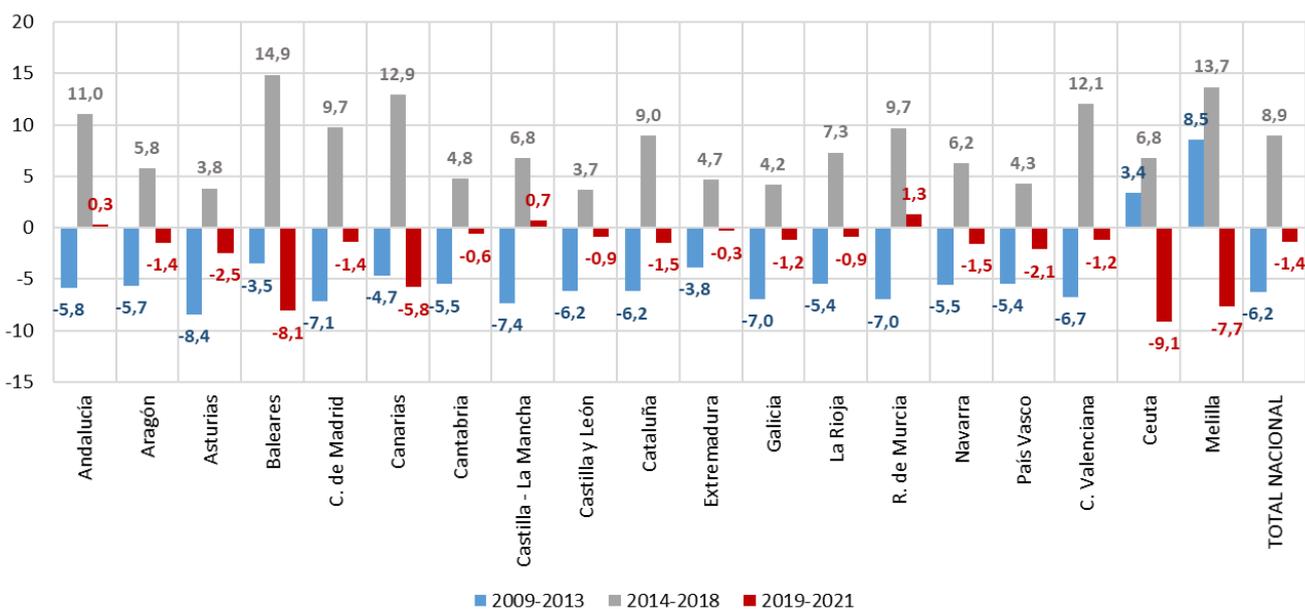
Gráfico 28. Afiliación media (%) a la Seguridad Social del comercio respecto del total de afiliados (CCAA)



Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

Las cifras de evolución de los últimos años (Gráfico 29) reflejan importantes caídas en el periodo de crisis económica (2009-2013) en todas las comunidades autónomas excepto en Ceuta (3,4%) y Melilla (8,5%) y con las mayores pérdidas de afiliados a la Seguridad Social en Asturias (-8,4%) y Castilla-La Mancha (-7,4%). Entre 2014- y 2018, ya en etapa de recuperación vuelve a crecer el empleo en todas las comunidades sin excepción desde el 3,7% de Castilla y León y el 3,8% de Asturias hasta las cifras más altas en Baleares (14,9%), Melilla (13,7%), Canarias (12,9%) y Valencia (12,1%). Por último, entre 2019 y 2021 solo se mantienen en positivos Andalucía (0,3%), Castilla-La Mancha (0,7%) y Murcia (1,3%), acusando las mayores pérdidas de afiliación Ceuta (-9,1%), Baleares (-8,1%), Melilla (-7,7%) y Canarias (-5,8%).

Gráfico 29. Variaciones en la afiliación media a la Seguridad Social del comercio por Comunidades Autónomas



Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

VI.3 Índice del Comercio al por Menor por Comunidades Autónomas

Para finalizar este análisis, y haciendo referencia únicamente al comercio minorista (CNAE-47), el Gráfico 30 muestra las variaciones de la cifra de negocios de los últimos años y el Gráfico 31, las variaciones en el número de personas ocupadas en el comercio.

La cifra de negocio en 2021 no ha sufrido variación alguna respecto de 2020 en ni Castilla y León, ni en Navarra y ha evolucionado positivamente en la mayoría de las comunidades, destacando los buenos datos de Baleares (7,4%) y Madrid (7,3%), y los retrocesos de Extremadura (-0,8%), Ceuta (-4,7%) y Melilla (-7,9%). Es destacable el hecho de que Madrid es la única comunidad cuyo comercio ha recuperado las cifras de ventas pre-pandemia con un incremento del 3,7% respecto de 2019 y, cerca de esa recuperación se sitúan, pero todavía con variaciones negativas, Galicia (-0,7%), Cantabria (-1,3%) y Castilla-La Mancha (-2,3%). Las comunidades más afectadas en relación a los datos de 2019 han sido Baleares (-8,3%), Canarias (-13,5%), Ceuta (-20,3%) y Melilla (-27,3%).

La ocupación en el comercio tiene los mayores aumentos en el último año en la Comunidad Valenciana (2,0%), el País Vasco (1,5%), Aragón (1,4%), la Comunidad de Madrid (1,2%) y Castilla y León (1,2%) y únicamente tienen cifras negativas en Canarias (-2,9%), Melilla (-1,6%), Ceuta (-1,0%), La Rioja (-0,5%) y Asturias (-0,1%). Los niveles de ocupación previos a la pandemia se recuperan en Aragón (0,7%), la Comunidad Valenciana (0,7%), el País Vasco (0,3%) y casi lo alcanza Castilla y León (-0,1%). Presentan datos

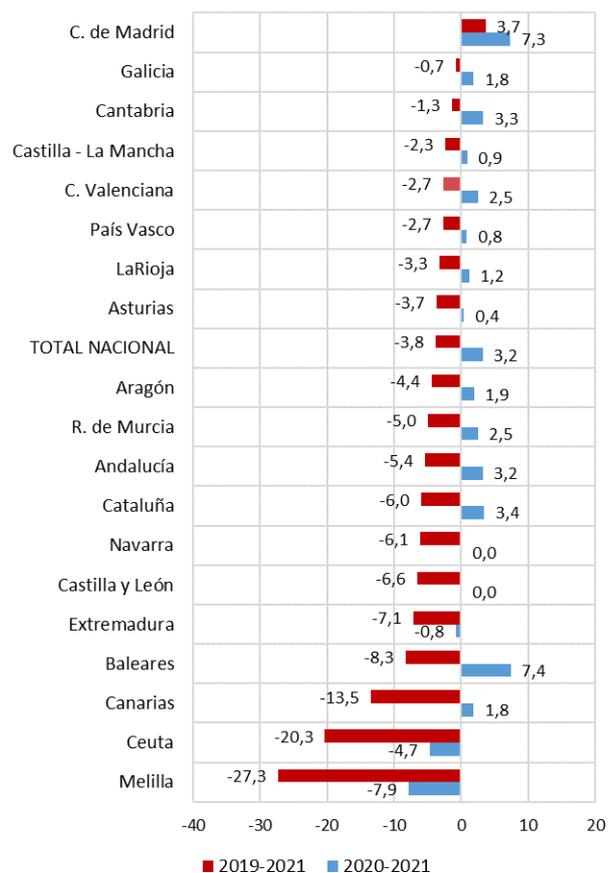
bastante negativos de empleo en comparación con 2019, Canarias (-7,5%), Baleares (-6,1%), Melilla (-4,3%) y Ceuta (-3,5%).

Comunidades muy turísticas como Cataluña o Andalucía, se sitúan en posiciones intermedias de las variaciones en cifra de negocios y ocupación del comercio; la Comunidad Valenciana no se resiente tanto y en este análisis, merecen una mención aparte las situaciones de insularidad y de frontera con África.

En el caso de las islas, el impacto de las medidas restrictivas de la movilidad para contener la pandemia ha sido muy grande, pues el turismo tiene mucho peso en sus economías y repercute notablemente en el comercio. Canarias ha sufrido cuantitativamente más las pérdidas en cifra de negocio y empleo, y en el último año recupera mínimamente las cifras de ventas, pero sigue perdiendo ocupados en el sector. Baleares, que tuvo también importantes mermas en ambas variables, en el año 2021 recobra nuevamente crecimientos importantes tanto en cifra de negocios, como en empleo.

La situación de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla ha sido especialmente delicada, pues en estos territorios el comercio es una actividad económica primordial por su situación fronteriza. La pandemia y la crisis diplomática con Marruecos han causado el cierre de fronteras entre marzo de 2020 y mayo de 2022, lo que explica las grandes pérdidas económicas y de empleo.

Gráfico 30. Variaciones (%) de la cifra de negocio del comercio minorista por CCAA



Fuente: Fuente: Índice del comercio Minorista (INE)

Gráfico 31. Variaciones (%) de la ocupación del comercio minorista por CCAA



Fuente: Fuente: Índice del comercio Minorista (INE)



CEOE
Castilla y León

