

**DOCUMENTO BASE
MESA VERTICAL DE
COMERCIO
REGIÓN DE MURCIA (2014-2020)**

ÍNDICE

1. PLAN ESTRATÉGICO DE LA REGIÓN DE MURCIA 2007-2013.....	2
2. PROGRAMA DE LA SESIÓN DE TRABAJO.....	4
3. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LA REGIÓN DE MURCIA.....	5
3.1. <i>Escenario nacional</i>	5
3.2. <i>Escenario regional</i>	6
3.3. <i>Algunos documentos estratégicos relacionados con el sector del comercio</i>	13
4. TENDENCIAS, PRINCIPALES OBSTÁCULOS Y BUENAS PRÁCTICAS.....	16
4.1. <i>Tendencias y principales obstáculos</i>	16
4.2. <i>Buenas prácticas</i>	17
5. ESCENARIO FINANCIERO.....	18
6. ANEXO: CUESTIONES A DEBATIR	19

1. PLAN ESTRATÉGICO DE LA REGIÓN DE MURCIA 2007-2013

El Plan Estratégico de la Región de Murcia (PERM) pretende ser **nuestra hoja de ruta** para el periodo que se inicia de aquí hasta el 2020.

La situación de partida difiere enormemente de la que había hace siete años cuando se trabajó en la definición del Plan Estratégico de la Región de Murcia 2007-2013. Los principales indicadores socioeconómicos se encuentran en una situación mucho más desfavorable que entonces debido principalmente a los estragos que la crisis ha generado con especial virulencia en nuestro país.

En este contexto, **se presenta un reto** esencial: entender correctamente la evolución económica, fiscal, ambiental y social de la Región de Murcia en los últimos años y lograr determinar los factores clave.

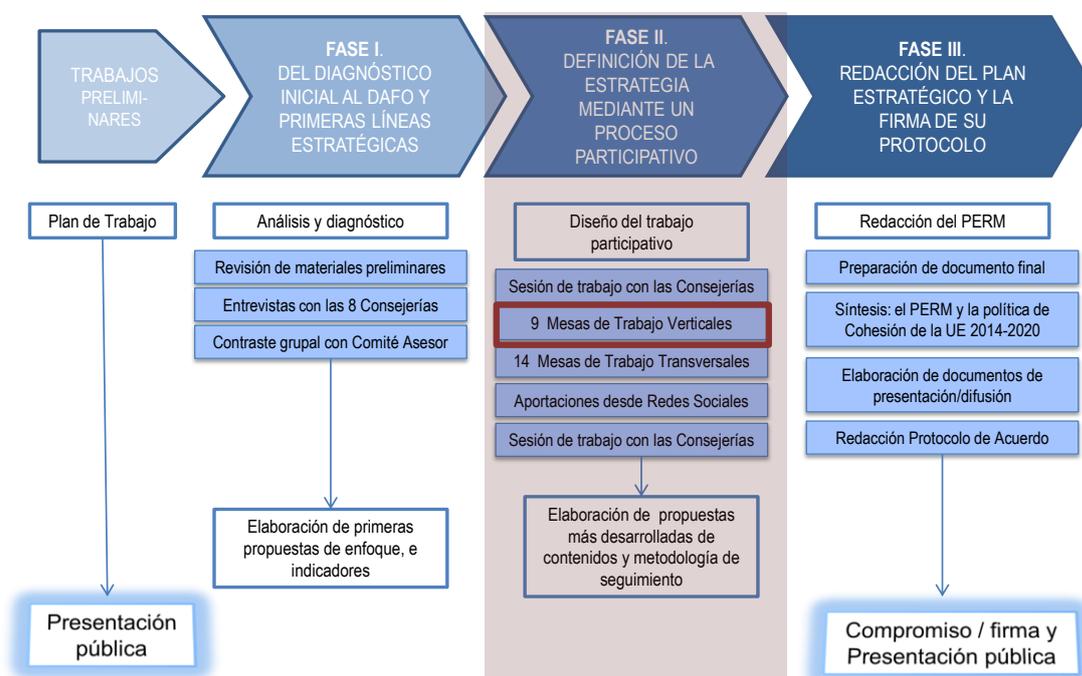
La situación de crisis actual requiere un **cambio de modelo** que nuestra Región pretende abordar con energía y contando con la máxima participación de todos los agentes involucrados (asociaciones empresariales y sindicales, universidades, colegios de profesionales, partidos políticos, entidades financieras, asociaciones juveniles, ONG, personas expertas en distintas temáticas, etc.) y la ciudadanía en general.

No se plantean grandes cambios, sino una transformación gradual del modelo de desarrollo económico de la Región de Murcia, a través de la consolidación e impulso de los sectores tradicionales en los que la Región es un referente (con adecuadas políticas que incrementen su nivel de productividad y aseguren su posicionamiento en el mercado) y con la apuesta por algunos sectores de futuro, generadores de mayor valor añadido y productividad en los que la Región pueda tener cierta ventaja competitiva, en un contexto de firme compromiso de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera.

La elaboración del nuevo Plan Estratégico, incluye la **utilización conjunta de técnicas de trabajo de gabinete** y el **desarrollo de técnicas participativas**, que ayuden a complementar dicho análisis con la participación de las personas expertas y agentes socioeconómicos relevantes de la Región, y, en algunos casos, de la ciudadanía en general, con incidencia especial sobre el personal encargado de los diversos ámbitos de debate en las distintas Consejerías del Gobierno de la Región de Murcia.

El cruce de estos dos procedimientos proporcionará los elementos de juicio para el diagnóstico de la posición estratégica y perspectivas de la Región de Murcia, la definición de prioridades estratégicas, la formulación de líneas de acción y las propuestas de gasto.

El esquema de este proceso se representa gráficamente como sigue:



Encontrándonos en la Fase II estamos en el punto de continuar con los trabajos de participación, llevando a cabo la celebración de **mesas de trabajo verticales y transversales**, en el que las personas más relevantes de la Región de Murcia tratarán de dar su visión particular en relación con la situación actual y perspectivas futuras de ciertos sectores en la Región.

Los integrantes de estas mesas son representantes del mundo empresarial, de las instituciones de la Región, agentes sociales, universidades, y largo etcétera que, en conjunto, conforman el amplio tejido social de esta Comunidad.

Se trata de **23 mesas sectoriales, 9 de ellas verticales y 14 transversales**.

Las mesas verticales, que son las que se están celebrando durante este mes, versan sobre sectores, o grupos de sectores, concretos de actividad económica (Complejo agroalimentario, Construcción, Complejo energético, Comercio, Logística y Transporte, Turismo, Industrias tradicionales, Nuevos sectores y Competitividad).

Así pues, se ha preparado este documento que resume la temática a tratar en esta mesa y para que los participantes dispongan de una información general de contexto.

2. PROGRAMA DE LA SESIÓN DE TRABAJO

Tarea	Tiempo	ACTIVIDAD	Responsable
INTRODUCCIÓN			
1	5´	Bienvenida y Agradecimientos e Introducción al PERM 2014-2020.	Consejería de Economía y Hacienda
2	10´	Planteamiento de los Objetivos de la mesa y explicación de la dinámica de funcionamiento	Red2Red
3	5´	Breve Presentación genérica de los participantes (enunciar perfiles de los asistentes)	Consejería que Preside la Mesa
DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN DEL SECTOR			
4	10´	Breve presentación de la caracterización del sector (partiendo del Documento Base)	Red2Red
5	40´	Recogida de elementos relevantes del diagnóstico presentado : cada participante trae escritas en un papel las 3 ideas prioritarias de su perspectiva del diagnóstico	Cada participante ... (ver siguiente tarea)
DEBATE SOBRE LAS PRIORIDADES DE ACTUACIÓN DE MEJORA DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR EN EL CONTEXTO DEL CAMBIO DE MODELO ECONÓMICO			
6	50´	Recogida de aportaciones : cada participante trae escritas escribe en el mismo papel las 3 ideas prioritarias de las acciones a proponer. (Tarea 5+6): Se hace una ronda de exposición sobre lo escrito en el papel dando un turno de palabra de unos 2-3 min. por persona.	... Cada participante (ver tarea anterior)
7	30´	Debate sobre las prioridades del sector y las principales vías de actuación propuestas	Todos
CIERRE			

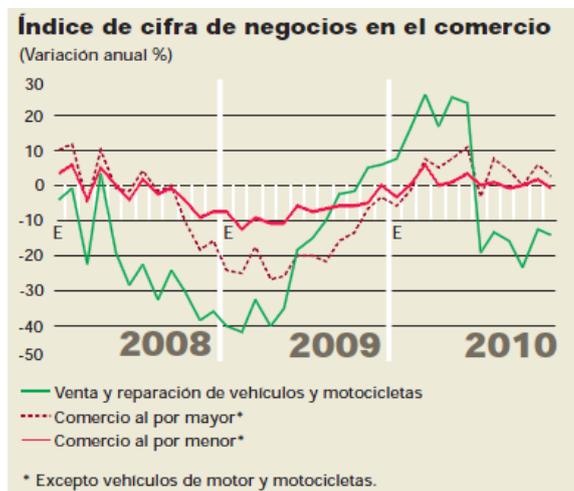
3. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DEL COMERCIO EN LA REGIÓN DE MURCIA

3.1. Escenario nacional

Según el INE¹, en la economía española los servicios de mercado (comercio, hostelería, transporte...) aportaron en 2009 más de la mitad al Producto Interior Bruto (51,2%). Dentro de estos, el comercio fue la actividad con mayor peso, tanto por número de empresas y ocupados como por volumen de negocio y aportación al valor añadido. España fue en 2009 el quinto país de la Unión Europea en términos de cifra de negocios generada en el sector comercio, con un 8,2% del total.

La cifra de negocios del comercio en 2011, si bien aún inferior a la del año anterior en un 0,6%, muestra una tendencia al remonte, dado que en 2009 ese descenso fue de 12,3% en todo el sector. Los efectos de la crisis económica en la caída de las ventas han sido notables en algunas agrupaciones del comercio, como la venta y reparación de vehículos de motor, con un descenso interanual del 20,7% en 2008 y del 14% en 2012, y el comercio al por menor en puestos de venta y mercadillos, con un -12,5% de variación 2011-2010.

En el sector mayorista, en 2011, la actividad más dinámica fue el comercio al por mayor de materias primas agrarias y animales vivos –siendo la distribución de las primeras el puntal de la Región en el sector al mayor-, con un incremento en su facturación respecto a 2010 de 17,2%, lo que supone el 5,3% sobre el total facturado al por mayor. Esa tendencia al alza es clara en el comercio exterior, cuya facturación aumentó en un 8,9% en 2011, frente al 7,8% del periodo anterior.



Fuente: 2011. INE. *Comprar y vender en España*

¹ 2012, INE. Nota de prensa Encuesta Anual de Comercio. Disponible en <http://www.ine.es/prensa/np760.pdf>; y 2011, INE. *Comprar y vender en España*. Disponible en http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INECifrasINE_C&cid=1259931235034&p=1254735116567&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayou

Respecto al ámbito minorista, en 2009 la mayor parte del volumen de negocio lo generaron hogares y particulares (91,2%), y un 6,3% empresas. En 2011, el 37,7% del volumen de negocio en el comercio al por menor es debido a la venta de productos alimenticios, bebidas y tabaco, frente al 61,5% de productos no alimenticios.

Sobre el mercado exterior, en 2011 el 91,1% de las ventas de las empresas de comercio se realizaron dentro de España, el 6,2% hacia países de la UE y el 2,7% al resto del mundo. Por sectores de actividad, ese año el comercio al por mayor de frutas y hortalizas supuso el 34,2% del total de las ventas al exterior, situándose en el quinto puesto de los subsectores comerciales.

Los nuevos hábitos de compra y venta que posibilitan las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han incrementado en los últimos años, según registran las encuestas sobre uso de las TIC en hogares y empresas. Si bien en 2009 el comercio electrónico supuso apenas el 0,7% de la cifra de negocios en el comercio al por menor, esta cifra se incrementa en un 4,8% en el periodo 2011-2010.

En cuanto al empleo, las cifras continúan en descenso, ya que el personal ocupado en el sector descendió en 2011 un 2,4% respecto al año anterior. De ese total, en 2011, el 55,2% de los afiliados correspondieron al comercio al por menor. Es destacable que 6 de cada 10 empresas fueron comercios minoristas, y que su contribución a la cifra total de negocio fue del 33,2% en 2011.

3.2. Escenario regional

En 2011², el volumen de negocio del sector comercial de la Región de Murcia alcanzó los 19.112 millones de euros, lo que representa el 2,9% sobre el total nacional, situando a la Región en el puesto noveno de todas las CCAA. Sin embargo, mientras la variación interanual 2011-2010 de la facturación nacional fue de -0,6%, Murcia experimentó en ese periodo un incremento del 0,3%, lo que la sitúa en el sexto puesto, tras Aragón, Cantabria, Galicia, Castilla La Mancha y Castilla León de entre las autonomías dinamizadoras. Si se considera el personal ocupado por el sector (a septiembre de 2011), la Región pasa, con el 3,3% de los afiliados nacionales, al décimo puesto en la escala autonómica.

La Región de Murcia tradicionalmente había tenido un saldo comercial positivo en sus intercambios comerciales, principalmente debido a la exportación de frutas y hortalizas, pero como consecuencia del fuerte incremento de las importaciones a partir del año 2000 se invierte esta tendencia. No obstante, la gravedad de la crisis financiera frena en buena medida el consumo interno regional, afectando a las importaciones, que a partir del año 2009 redujeron notablemente su volumen respecto al año anterior (-37,5%), superando la caída registrada por las exportaciones (-4,8%), lo que implicó una corrección parcial del déficit comercial que se mantuvo hasta 2010. En el año 2011 el saldo comercial vuelve a aumentar por la ampliación de la refinería del Valle de Escombreras, y por tanto el fuerte crecimiento de las importaciones energéticas³.

Dentro de las 112 grandes empresas regionales con más de 200 asalariados, destacan las dedicadas a “comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco” (23% de éstas) y a “actividades de las empresas de trabajo temporal” (11% de las grandes empresas).

² 2012, INE. Nota de prensa Encuesta Anual de Comercio. Disponible en <http://www.ine.es/prensa/np760.pdf>

³ 2011, Instituto de Fomento de la Región de Murcia. Análisis Estadístico del Comercio Internacional de la Región de Murcia 2011. Disponible en http://www.institutofomentomurcia.es/c/document_library/get_file?uuid=9e82ac9b-f66b-4b88-8499-35d57d235f42&groupId=10131

Sector mayorista en la Región de Murcia

En 2011, al igual que en años anteriores, algo más del 50% de las actividades de distribución o comercio mayorista de la Región de Murcia se dedican a las materias primas agrarias, alimentación, bebidas y tabaco. Le siguen en número de comercios las actividades del comercio al por mayor interindustrial y el comercio al por mayor de artículos duraderos, con unos porcentajes del 17,04% y el 12,41% respectivamente. La cifra total de actividades, de un total de 5.681 comercios, supuso el 3,3% del total nacional, mientras aquellas dedicadas a las materias primas agrarias, bebidas y tabaco representan el 4,3% de ese subsector en España. La variación interanual 2006-2011 de esa cifra fue de un -12,2% en la Región, sólo una décima por debajo de la media nacional⁴. Además, ese subsector en Murcia representa el de mayor productividad comparada con el resto del país, como muestra la siguiente figura.



Fuente: 2009. La Caixa. La Economía de la Región de Murcia. Diagnóstico Estratégico.

Como puede apreciarse en la tabla siguiente, desde 2009 las cifras del sector mayorista murciano en cuanto a empleo, inversión y volumen de negocio discurren en general parejas a las nacionales, si bien destaca la ligera recuperación del número de personas ocupadas entre 2011 y 2010 –habida cuenta el fuerte descenso regional del periodo anterior, cercano al 11%–; y la recuperación retardada del volumen total de negocio en la Región, alcanzando una variación interanual de 4,23% entre 2011 y 2010, cuando en todo el Estado fue de 1,36%. Grosso modo, los indicadores denotan una cierta recuperación tras la ruptura de 2009.

⁴ 2012, La Caixa. Anuario Económico (2011). Base de datos municipal. Disponible en http://www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com/java/X?cgi=caixa.le_DEM.pattern&START=YES

Tabla 1: Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas (CNAE-2009.46)

2011	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	RM sobre nacional (%)
Personal ocupado	44.180	1.057.878	4,18
Variación interanual	1,41	-1,76	
Sueldos y Salarios	703.668	23.527.907	2,99
Inversión en activos materiales	196.586	4.146.808	4,74
Variación interanual	-4,32	-5,25	
Volumen de negocio	11.588.812	371.561.302	3,12
Variación interanual	4,23	1,36	
2010	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	% RM sobre nacional
Personal ocupado	43.564	1.076.782	4,05
Variación interanual	-10,74	-0,30	
Sueldos y Salarios	677.258	23.405.125	2,89
Inversión en activos materiales	189.519	4.904.095	3,86
Variación interanual	0,19	-0,09	
Volumen de negocio	11.118.487	366.570.162	3,03
Variación interanual	-2,94	3,03	
2009	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	% RM sobre nacional
Personal ocupado	48.808	1.080.030	4,52
Variación interanual	-2,09	-7,48	
Sueldos y Salarios	776.945	23.685.441	3,28
Inversión en activos materiales	168.011	5.229.903	3,21
Variación interanual	-1,19	-0,48	
Volumen de negocio	11.455.813	355.777.011	3,22
Variación interanual	-13,64	-13,08	
2008	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	% RM sobre nacional
Personal ocupado	49.852	1.167.397	4,27
Sueldos y Salarios	769.276	25.056.216	3,07
Inversión en activos materiales	325.439	7.176.221	4,53
Volumen de negocio	13.264.567	409.292.390	3,24

Fuente: elaboración propia a partir de la EAC del INE.

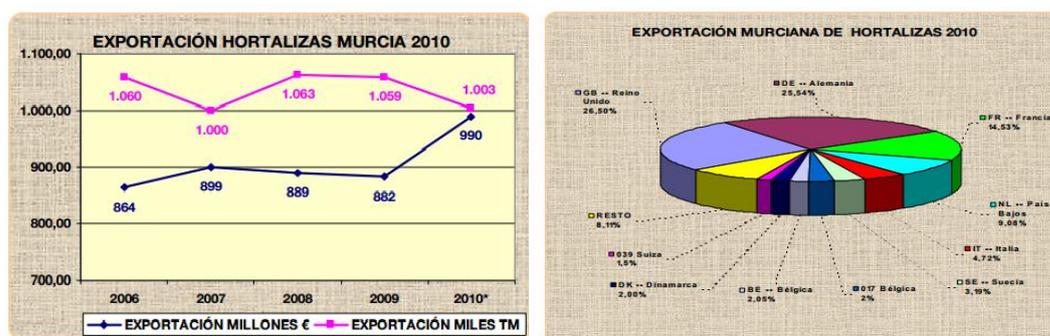
Comercio exterior

Atendiendo a los datos de la Dirección General de Aduanas⁵, en 2012 la exportación de la Región de Murcia aumenta un 59,6% respecto al mismo mes del año anterior y la importación registra una subida del 22,1%. El déficit comercial disminuye un 7,9% frente a los datos de septiembre de 2011, resultando un saldo negativo de 445,52 millones de euros.

Al igual que en el caso de las ventas al resto de regiones españolas, el principal problema de las exportaciones murcianas es su elevado grado de concentración en pocas categorías de productos, más allá de la normal especialización que presentan las exportaciones de economías territoriales de escala reducida. El elevado peso de los alimentos sobre el total de exportaciones, indica la fuerte especialización de la economía murciana en la exportación alimentaria, sector en el cual la comunidad autónoma es muy competitiva. No obstante si se compara con los datos de 1995, se observa que la estructura exportadora murciana ha iniciado un tránsito hacia el comercio de bienes de mayor valor añadido, habiendo disminuido (en términos relativos) desde 1995 hasta 2011 un 19% las exportaciones de alimentos, aunque mantienen el liderazgo regional en términos absolutos dado que suponen todavía el 54% del total exportado. Por el contrario, han adquirido una mayor importancia las exportaciones de semimanufacturas y bienes de equipo alcanzando en 2011 casi un 30% del total de bienes exportados.

En lo referente a la exportación de frutas y hortalizas -punta de la Región de Murcia como se ha indicado arriba- en el primer trimestre de 2012, tres Comunidades Autónomas registraron incrementos del volumen y del valor: la exportación hortofrutícola de Andalucía ascendió a 984.993 toneladas (+4%) por un valor de 1.162 millones de euros (+11%); la de Murcia se situó en 585.740 toneladas (+3%) por un valor de 485 millones de euros (+6%) y la Comunidad Valenciana incrementó su volumen en un 5% y en un 1% su valor. Así, la Región consolida la recuperación tras las caídas de 2009.

Gráfico 1: Exportaciones de hortalizas, Región de Murcia 2010.



Fuente: 2011, ICEX. Estadísticas exportación hortalizas 2010*

Si se analiza la competitividad comercial de la Región de Murcia en los mercados exteriores mediante el estudio de la evolución de la ratio de "ventaja comparativa revelada" (VCR)⁷, se observa que ésta ha mantenido una tendencia descendente en el periodo 1995-2011, lo que indicaría el deterioro de la competitividad comercial de la región, aunque si se excluye al sector de la energía del cálculo de la

⁵ 2012, Subdirección General de Evaluación de Instrumentos de Política Comercial del Ministerio de Economía y Competitividad. Informe de comercio exterior de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Septiembre 2012. Disponible en http://murcia.comercio.es/icex/cda/controller/pageDTS/0_5309_5262612_5263820_5267359_4639355_16_00.html

⁶ Disponible informe completo en <http://murcia.comercio.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento?doc=4480277>

⁷ La ratio VCR se obtiene dividiendo el saldo comercial entre la suma de las exportaciones y las importaciones. Un incremento de este cociente significa que los productos de la región mejoran su competitividad comercial en el exterior, mientras que una caída indicaría un empeoramiento.

tendencia de competitividad, ésta saldría positiva y con una pendiente descendente mucho menos acusada.

Por grupos de productos de exportación, la ventaja comparativa revelada habría seguido tendencias muy dispares. Así, a pesar de que los alimentos tendrían el nivel de VCR más elevado, éste habría descendido desde 2004. Por el contrario, los bienes de equipo, las semimanufacturas y las materias primas parecen haber ganado competitividad a lo largo del periodo.

Una de las principales puntas de lanza de la competitividad de un territorio es el mantenimiento en niveles aceptables de los costes laborales. La Región de Murcia cuenta con niveles de coste salarial inferiores a la media nacional, pero que han sufrido una aceleración en los últimos años, (+56,9%), superior a la registrada en el conjunto del país (+42,3%).

Comercio interregional

El comercio interregional con el resto de Comunidades Autónomas, se caracteriza por un constante aumento de los intercambios de mercancías con otras regiones durante los últimos años, aunque se observa desde el inicio de la crisis una disminución de flujos, asociado a una menor demanda tanto en la Región de Murcia, como en el resto de Comunidades.

Los últimos datos registrados por C-Intereg⁸, muestran que en el año 2009 (con datos provisionales) el balance comercial de la Región de Murcia con el resto de España fue ligeramente negativo (-45,7 millones de euros), siendo superiores las importaciones que las exportaciones. Sin embargo, en 2010 (con avance de los datos), el balance anual es de 815 millones de euros, siendo las importaciones (8.415) inferiores a las exportaciones (9.231). Estos datos, a 2009, muestran que las compras interregionales representan el 28,5% del PIB regional, mientras que las ventas alcanzan casi el 30%, lo que da cuenta del elevado nivel de apertura de la economía murciana respecto al resto de autonomías.

Los principales grupos de mercancías que la Región de Murcia vendió y compró al resto de Comunidades Autónomas a lo largo del periodo 1995-2010⁹ se sintetizan en la siguiente tabla.

Tabla 2: Comercio interregional. Principales mercancías que la Región de Murcia compró y vendió al resto de España (1995-2010).

Productos	Venta al resto de España	Compra al resto de España
Industria agroalimentaria	26,20%	18,50%
Industrias extractivas	20,10%	6,10%
Agricultura, silvicultura y pesca	13,90%	9,80%
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	6,70%	11,70%
TOTAL	66,90%	46,10%

Fuente: C-Intereg

En cuanto a las Comunidades Autónomas receptoras de los productos murcianos, puede verse la distribución en el siguiente diagrama.

⁸ Base de datos centrada en el análisis del comercio interregional español. Disponible en <http://www.c-intereg.es/index.asp>. La metodología C-Intereg sólo considera los flujos interregionales de mercancías (no servicios) movidos por carreteras, ferrocarriles, barcos o avión, excluyendo los flujos de electricidad transportados por redes de alta o media tensión entre regiones, así como productos energéticos transportados por tuberías (oleoductos o gaseoductos).

⁹ C-Intereg. Análisis estadístico. Región de Murcia. Disponible en http://www.c-intereg.es/docs/inf_complementaria/Region_Murcia.pdf

Gráfico 2: Ranking de Comunidades Autónomas receptoras de productos murcianos (Promedio 1995-2010)



Fuente: C-Íntereg

En cuanto a las regiones proveedoras, con los datos de avance de 2010 de C-Intereg, la Comunidad Valenciana y Andalucía mantienen los primeros puestos, con un 31,3% y 19,3%, respectivamente; mientras les siguen Cataluña (16,2%), la Comunidad de Madrid (8,9%) y Castilla-La Mancha (8,7%).

Comercio minorista

La Región de Murcia ocupaba en 2009 el undécimo puesto en la comparativa de comunidades autónomas españolas en lo que respecta al número total de actividades comerciales minoristas, puesto que asciende al décimo si se tienen en cuenta los m² de superficie destinada a tales actividades. Unos datos que resultan óptimos atendiendo al peso demográfico relativamente modesto que posee la Comunidad dentro del conjunto nacional. Los 45 municipios que componen la Región se agrupan en tres áreas comerciales representadas en tres Cámaras de Comercio, Lorca, Murcia y Cartagena.

El 59% de los comercios minoristas de la Región de Murcia se dedican a actividades comerciales de productos no alimenticios (vestido, calzado, hogar, etc.). Las actividades comerciales de alimentación (comercio tradicional, supermercados) representan un 33% de la estructura comercial minorista; el 8% restante está compuesto por el comercio mixto (grandes almacenes, hipermercados, almacenes populares, comercio ambulante y mercadillos). Las cifras nacionales siguen proporciones muy parecidas: 57%, 35% y 8 %, respectivamente¹⁰.

Tabla 3: Actividades comerciales minoristas en la Región de Murcia y España.

2011	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	RM sobre nacional (%)
Actividades comerciales de alimentación	6.666	247.839	2,69
Actividades comerciales no de alimentación	14.008	473.046	2,96
Comercio mixto y otros	1.814	65.278	2,78

Fuente: 2012, La Caixa. Anuario Económico de España 2012.

¹⁰ Región de Murcia Digital. http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c.24.m.3114&r=ReP-23977-DETALLE_REPORTAJESPADRE

A continuación se presenta la evolución de una serie de indicadores del comercio al por menor desde 2008 hasta 2011 (último año con cifras disponibles).

Tabla 4: Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas (CNAE-2009.47)

2011	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	% RM sobre nacional
Número de locales	17.019	566.762	3,00
Variación interanual	-3,03	-3,48	
Volumen de negocio	6.265.766	217.287.574	2,88
Variación interanual	-2,43	-1,85	
Inversión en activos materiales	164.491	4.077.485	4,03
Variación interanual	-1,76	-11,19	
Personal ocupado	48.056	1.698.593	2,83
Variación interanual	-3,77	-2,27	
2010	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	% RM sobre nacional
Número de locales	17.551	587.221	2,99
Variación interanual	-3,31	-2,78	
Volumen de negocio	6.422.086	221.382.959	2,90
Variación interanual	7,80	0,85	
Inversión en activos materiales	167.438	4.591.442	3,65
Variación interanual	148,49	-8,55	
Personal ocupado	49.940	1.738.045	2,87
Variación interanual	-0,59	-2,05	
2009	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	% RM sobre nacional
Número de locales	18.152	603.999	3,01
Variación interanual	-0,67	-2,51	
Volumen de negocio	5.957.286	219.519.068	2,71
Variación interanual	-11,60	-8,78	
Inversión en activos materiales	67.383	5.020.721	1,34
Variación interanual	-66,48	-23,24	
Personal ocupado	50.236	1.774.482	2,83
Variación interanual	-6,09	-4,66	
2008	Región de Murcia (miles de euros)	España (miles de euros)	% RM sobre nacional
Número de locales	18.274	619.573	2,95
Volumen de negocio	6.739.040	240.651.950	2,80
Inversión en activos materiales	201.023	6.540.721	3,07
Personal ocupado	53.491	1.861.276	2,87

Fuente: elaboración propia a partir de la EAC del INE.

El sector comercial de la Región de Murcia y las TICs

Así mismo, según los últimos datos publicados por el INE en la “Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico de las empresas” en enero de 2012¹¹, las empresas de la Región tienen un uso de las TIC inferior a la media nacional, si bien han experimentado un intenso proceso de convergencia. Por otra parte, cabe destacar el especial favorable dato en cuanto al porcentaje de empresas² de la Región que tienen acceso a internet, que asciende a 97,9% en 2012, estando por encima de la media nacional (97,5%). Sin embargo, las empresas de la Región deben seguir mejorando en el desarrollo de las TICs, ya que la mayor parte de estos indicadores se siguen situando por debajo de la media española.

3.3. Algunos documentos estratégicos relacionados con el sector del comercio

Plan de Competitividad del Comercio Minorista en la Región de Murcia 2008-2010¹²

Este documento se elaboró para responder mejor a las necesidades de los consumidores y del comercio minorista -adaptándose a los cambios y demandas del momento-, promover la coordinación de esfuerzos en política comercial para afrontar el cambio de ciclo económico y optimizar el aprovechamiento del potencial económico del sector comercial regional y de sus actividades empresariales conexas y la competitividad.

El Plan analiza la situación a 2007 del sector comercial, propone soluciones en un contexto de retos y oportunidades y define objetivos y líneas de actuación sobre los que la Administración Regional y los agentes (Ayuntamientos, Cámaras de Comercio, Federaciones, Asociaciones y PYMES comerciales) centralicen sus esfuerzos, así como medidas concretas a corto y medio plazo. Si bien no se ha empleado hasta ahora como instrumento base de trabajo entre todos los actores implicados sobre el que coordinar las iniciativas del sector público (local y regional) con las del sector privado, puede ser una excelente base –con las actualizaciones pertinentes- para afrontar el futuro del subsector.

El Plan identifica como principales retos del comercio minorista murciano los siguientes:

- Revitalizar el comercio regional, aumentando la competitividad y la productividad del sector.
- Hacer patente, desde una visión globalizadora, el papel del comercio como generador de empleo y motor económico, equipamiento comunitario y elemento estructurante de los centros urbanos.
- Modernizar los establecimientos comerciales minoristas.
- Incentivar al comerciante a la mejora de la calidad, al objeto de potenciar una óptima atención al cliente/consumidor.
- Potenciar las nuevas estrategias y tendencias del comercio urbano, especialmente mediante los Centros Comerciales Abiertos.
- Formar a los comerciantes y a los empleados del comercio.
- Difundir y potenciar entre el sector comercial el conocimiento y uso de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.

¹¹ Datos disponibles en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t09/e02/a2011-2012&file=pcaxis>

¹² CARM. Plan de Competitividad del Comercio Minorista en la Región de Murcia (2008-2010). Disponible en [http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=36107&IDTIPO=60&RASTRO=c818\\$m10970](http://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=36107&IDTIPO=60&RASTRO=c818$m10970)

- Modernizar mercados municipales y zonas comerciales urbanas poco competitivas en el marco de proyectos integrales.
- Conseguir el equilibrio entre comercio de proximidad y los nuevos formatos que están modificando los usos comerciales.
- Disponer de una oferta amplia en términos de calidad, precio y productos, con el fin de satisfacer las necesidades de la población residente, garantizando la diversidad y compatibilidad de fórmulas comerciales.
- Fortalecer el comercio rural y el de las zonas infradotadas.

Y detecta la necesidad de replantear la acción pública en los siguientes aspectos:

- Adecuar la legislación autonómica a la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los Servicios en el Mercado Interior y, en particular, respecto al régimen de intervención administrativa sobre las actividades comerciales, salvaguardando en todo caso los derechos del consumidor.
- Conseguir la definición consensuada de un nuevo modelo territorial de implantaciones comerciales, mediante la elaboración de Planes de Actuación y Ordenación Comerciales.
- Plantear un nuevo modelo de relación entre las distintas Administraciones Públicas y los agentes sociales del sector comercial, basado en criterios de corresponsabilidad, colaboración y cooperación.
- Profundizar en la modernización de la Administración Pública a través de la simplificación normativa y administrativa.
- Crear un plan específico para el sector comercial.
- Lograr un tejido urbano comercial armónico, poniendo en valor los formatos clásicos del comercio (mercados y calles comerciales), interrelacionándolos con los nuevos (Centros Comerciales Abiertos, Ejes Comerciales, etc.).
- Adecuar el sector comercial a las nuevas necesidades y demandas sociales y medioambientales, estableciendo políticas integradas de mejora ambiental, creando focos de centralidad y rediseñando los espacios públicos.

Dicho Plan de Competitividad expone los siguientes objetivos de dinamización, y propone una serie de medidas:

- Mejorar la gestión, la eficiencia y la productividad de las PYMES y del sistema de distribución comercial, alcanzando así una mayor competitividad. 27 medidas.
- Apoyar la adaptación de las PYMES a los cambios del mercado y a las demandas de los consumidores. 31 medidas.
- Estimular la creación de empleo por parte de las empresas del sector. 7 medidas.
- Fomentar la cooperación y el asociacionismo empresarial. 10 medidas.
- Mejorar la cualificación de los recursos humanos, adaptando la formación a las necesidades del sector. 16 medidas.
- Impulsar la innovación e introducir y extender las nuevas tecnologías. 23 medidas.

- Implantar la cultura de la calidad y de la excelencia del servicio. 13 medidas.
- Dinamizar el comercio urbano consolidando las áreas comerciales urbanas e integrando el comercio autóctono y alóctono. 19 medidas.
- Impulsar la realización de actuaciones de urbanismo comercial. 10 medidas.
- Ordenar las implantaciones comerciales de impacto supramunicipal a la luz de la Directiva de Servicios. 27 medidas. 11 medidas.
- Apoyar la creación de comercio en zonas infradotadas. 20 medidas.
- Adaptar el marco normativo regional regulador del comercio. 6 medidas.
- Mejorar el conocimiento sobre el sector comercial y su evolución. 11 medidas.
- Potenciar un comercio sostenible. 26 medidas.

Plan de Acción Europeo para el Comercio Minorista¹³

El 31 de enero de 2013 la Comisión Europea adopta un Plan de Acción Europeo para el Comercio Minorista y un Libro Verde sobre las prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario y no alimentario entre empresas. Las acciones del Plan de Acción Europeo para el Comercio Minorista se refieren a cinco prioridades clave:

- Capacitar a los consumidores gracias a una mejor información.
- Mejorar la accesibilidad a los servicios minoristas fomentando el intercambio de buenas prácticas entre los Estados miembros en materia de planificación comercial y territorial.
- Garantizar unas relaciones comerciales más justas y sostenibles a lo largo de la cadena de suministro alimentario y no alimentario.
- Garantizar una mejor vinculación entre el sector minorista y la innovación.
- Mejorar el entorno de trabajo, por ejemplo, mediante una mejor adecuación entre las necesidades de los empleadores y las cualificaciones del personal.

Además, la Comisión creará un grupo permanente sobre competitividad en el sector minorista que contribuirá a desarrollar nuevos objetivos específicos en determinados ámbitos, supervisará los progresos registrados, formulará recomendaciones para garantizar la plena ejecución de las acciones incluidas en este Plan y, en caso necesario, asesorará a la Comisión sobre nuevas medidas adicionales que puedan proponerse.

¹³ 2013, Comisión Europea. Nota de prensa. Disponible en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-78_es.htm

4. TENDENCIAS, PRINCIPALES OBSTÁCULOS Y BUENAS PRÁCTICAS

4.1. Tendencias y principales obstáculos

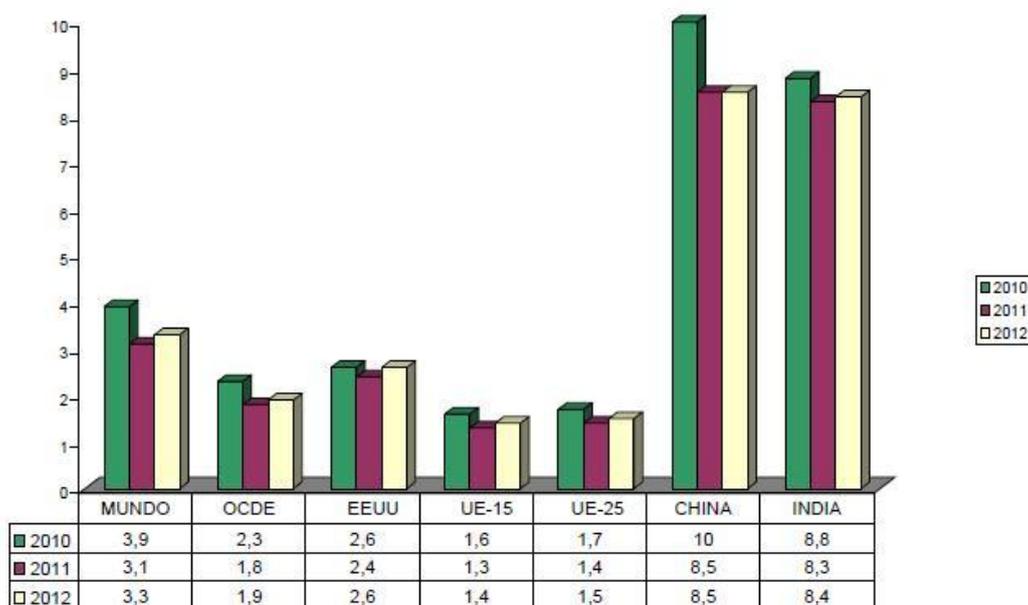
El sector de los servicios mayoristas y minoristas es uno de los principales sectores económicos de la UE y debe desempeñar un importante papel a la hora de estimular el crecimiento y la creación de empleo en el marco de la Estrategia Europa 2020.

Representa el 11 % del PIB de la UE y el 29 % de las PYME europeas y emplea a casi 33 millones de personas, ofreciendo oportunidades laborales especialmente a los jóvenes, las mujeres y los trabajadores menos cualificados.

No obstante, siguen existiendo barreras que obstaculizan el adecuado funcionamiento del abastecimiento transfronterizo, el acceso de los consumidores a los servicios transfronterizos al por menor y la entrada de los minoristas al mercado¹⁴.

Una foto general de esta realidad comparando grandes territorios geográficos se muestra en el presente gráfico.

Gráfico 3: Crecimiento del PIB



Fuente: 2011, CCOO. El sector de comercio en la Comunidad de Madrid¹⁵

¹⁴ 2013, Comisión Europea. Nota de prensa. Disponible en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-78_es.htm

¹⁵ Disponible en http://www.fundacionsindicaldeestudios.org/comunes/recursos/99928/doc55412_El_sector_del_comercio_en_la_Comunidad_de_Madrid.pdf

4.2. Buenas prácticas

*Libro Verde sobre prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario y no alimentario entre empresas*¹⁶

Una de las principales acciones del Plan de Acción Europeo para el Comercio, adoptado a principios de 2013 por la Comisión Europea es un Libro Verde que pone en marcha una consulta sobre prácticas comerciales desleales en la cadena de suministro alimentario y no alimentario entre empresas. La consulta, de tres meses de duración, ayudará a la Comisión a evaluar la magnitud de las prácticas comerciales desleales y a recoger datos sobre su impacto en la economía y en la actividad transfronteriza y examinará la eficacia de los marcos legislativos y autorreguladores establecidos para abordar esas prácticas a nivel nacional; asimismo, analizará si la divergencia de enfoques puede dar lugar a la fragmentación del mercado único.

En el caso específico de las prácticas comerciales desleales en el sector alimentario, en 2010 se creó una Plataforma de Expertos sobre prácticas contractuales entre empresas, dentro del Foro de Alto Nivel sobre la Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria, para intentar aportar una solución a este problema. Durante la reunión del Foro de Alto Nivel de diciembre de 2012, se anunció un «enfoque de doble vía» para abordar el problema, y este Libro Verde viene a sumarse a los trabajos de este Foro, y la Comisión pondrá en marcha una evaluación de impacto en la que se analizarán posibles opciones para abordar estas cuestiones, que irán desde la adopción de legislación hasta la autorregulación.

*Código de Buenas Prácticas del Comercio Minorista en la Región de Murcia*¹⁷

Para el sector comercial minorista, aparte del Plan de Acción Europeo adoptado en 2013 y comentado anteriormente, se aprueba en 2009 el Código de BBPP del Comercio Minorista en la Región de Murcia, que incluye también la creación de una “marca” del comercio minorista regional, tal y como ya existe en otros sectores (artesanía, turismo), denominada “Sol, Región de Murcia”.



El Código de BBPP se basa en un decálogo de compromisos y objetivos:

- 1.- Profesionalidad en la atención al cliente.
- 2.- Información completa y veraz sobre los productos en venta.
- 3.- Relación de confianza con el cliente.
- 4.- Incorporación a las nuevas tecnologías.
- 5.- Protección y seguridad en la relación con el cliente.
- 6.- Mejora de la imagen y condiciones de los establecimientos comerciales y su entorno.
- 7.- Credibilidad y fiabilidad.
- 8.- Sostenibilidad y medio ambiente.
- 9.- Cooperación y responsabilidad social de la empresa con sus semejantes.
- 10.- Formación continua del personal.

¹⁶ 2013, Comisión Europea. Nota de prensa. Disponible en http://europa.eu/rapid/press-release_IP-13-78_es.htm

¹⁷ 2009. BORM de 6 de octubre. Decreto n.º 323/2009, de 2 de octubre, por el que se aprueba el Código de Buenas Prácticas del Comercio Minorista de la Región de Murcia y se crea la marca distintiva del comercio minorista regional. Disponible en <http://www.borm.es/borm/documento?obj=anu&id=383601>

5. ESCENARIO FINANCIERO

El **Gobierno de la Región de Murcia** consiguió, durante la fase expansiva, un comportamiento ligeramente mejor que la media de las comunidades autónomas españolas. Desde entonces, el mayor impacto de la crisis en la Región ha comportado déficits mayores que en la media, hasta alcanzar el -4,3% del PIB en 2011, solamente por detrás de Castilla-La Mancha, la Comunidad Valenciana y Extremadura.

Durante los últimos meses, las **perspectivas económicas** para España se han deteriorado significativamente. Desde mediados de mayo de 2012 se ha asistido a un nuevo episodio de recrudescimiento de las tensiones financieras en Europa, en el que se han incrementado tanto el coste como las dificultades de acceso a la financiación externa de la economía española y regional. A pesar de la recapitalización de las entidades financieras vía Mecanismo Europeo de Estabilidad (MEDE) y el anuncio del Banco Central Europeo sobre una compra ilimitada de deuda pública, sujeta a la esterilización de las operaciones y a una condicionalidad estricta, no se han logrado disipar las dudas sobre la credibilidad de la economía española (y por ende la regional) para cumplir con los compromisos adquiridos.

En este entorno, el **Gobierno de la Región de Murcia** está haciendo un **gran ajuste fiscal** con el que empieza a resituar las cuentas públicas y reducir el déficit fiscal, no obstante, la posición de las cuentas regionales sigue siendo relativamente complicada, tanto por el elevado nivel de déficit como por las necesidades de financiación a corto plazo. En este último año 2012, el esfuerzo ha permitido reducir el déficit en aproximadamente 450 millones de euros que no deberán ser financiados con nueva deuda, situándose en un déficit total que alcanza el -3,02% del PIB regional principalmente motivado por la caída de ingresos públicos que continúa su declive.

Además, la **Ley Orgánica 2/2012 de 27 de abril, de Estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera** hace que la garantía de estabilidad presupuestaria siga siendo una de las claves de la política económica de la Región de Murcia, que seguirá esforzándose por reducir su déficit, pero debe ir de la mano del reforzamiento de la confianza en la economía regional, contribuyendo a recuperar la senda de crecimiento económico y de creación de empleo.

En este escenario, las **oportunidades de financiación futura** deben pasar también por oportunidades existentes fuera del presupuesto regional, es decir, la captación de inversiones:

- ▣ **Financiadas por las Instituciones Europeas:** hasta ahora, el interés principal del Gobierno de la Región de Murcia ha estado en los llamados fondos de gestión compartida entre Estado Miembro y Comisión Europea (FEDER, FSE, FEADER, FEAGA), pero, las Instituciones Europeas cuentan con reservas de créditos (Comisión y Agencias) y fondos patrimoniales (BEI-FEI) para el lanzamiento de convocatorias para proyectos destinados a atender asuntos de interés Comunitario, cifra que ha venido creciendo en cada ciclo presupuestario, que actualmente alcanza el 22% y que de cara al siguiente periodo de programación 2014-2020 podría superar ampliamente el 25%.
- ▣ **Financiadas por colaboración con el sector privado:** las colaboraciones público-privadas de distinto tipo, tales como consorcios, concesiones, subcontrataciones, project finance o fórmulas más novedosas donde la responsabilidad última de su prestación es la Administración (fijando precio, condiciones y calidad). Así pues, existe un conjunto de posibilidades, más allá de la pura privatización de servicios, que deberán ser tenidas en cuenta dentro del conjunto de oportunidades.

En cualquier caso, también en el ámbito de financiación de actuaciones **las alianzas son claves** (alianzas entre distintas Administraciones, alianzas entre empresas dedicadas a un mismo sector, alianzas entre sector público y privado), con el fin de concentrar esfuerzos y diferir riesgos que favorezcan la inversión en activos regionales, públicos y privados.

6. ANEXO: CUESTIONES A DEBATIR

Recogida de comentarios sobre el diagnóstico presentado: Por favor exprese aquí por escrito para aportar en la Mesa las tres ideas que, en su opinión, representan los aspectos más destacados de la realidad actual del sector, tanto positivos como negativos:

1)
2)
3)

Recogida de aportaciones sobre las prioridades de actuación de mejora de la situación del sector en el contexto del cambio de modelo económico: Por favor exprese aquí por escrito para aportar en la Mesa las tres ideas que en su opinión, representan las actuaciones prioritarias incorporar al Plan Estratégico de la Región de Murcia 2014-2020:

1)
2)
3)