

La actividad comercial en Canarias: dimensiones estructurales y empresariales

Dirección:

**Isabel Montero Muradas
Pedro Gutiérrez Hernández**

Equipo de investigadores:

**David Padrón Marrero
Dirk Godenau
Juan Ramón Oreja Rodríguez
Pedro Afonso Afonso
Ana María García Pérez
Manuel González de la Rosa
Ángel Ramos Domínguez
Vanessa Yanes Estévez
Maria del Carmen Moreno Perdigón
Manuel Rodríguez Díaz
José Luis Gutiérrez Acuña
Zamira Acosta Rubio
Jaime Febles Acosta
Teodoro Ravelo Mesa
Zenona González Aponcio
Margarita Calvo Aizpuru
Antonia M^a Gil Padilla
Inmaculada Aguiar Díaz
Nieves Lidia Díaz Díaz
Antonio Arbelo Álvarez
Pilar Pérez Gómez
Ángel China Martínez
Felipe Rosa González**



**FUNDACION FORMACION
Y DESARROLLO EMPRESARIAL**



Gobierno de Canarias

Consejería de Economía
y Hacienda

Dirección General
de Promoción Económica

© 2010 Fundación FYDE-CajaCanarias (Edición)

© 2010 Los autores

Prohibida la reproducción total o parcial de este libro ni su incorporación a sistema informático alguno, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio sin el permiso escrito de los autores.

Edita:

Fundación FYDE-CajaCanarias

Avda. Reyes Católicos, 31. 2º

38005 Santa Cruz de Tenerife

Tfno.: 922 22 78 35

Fax: 922 22 77 18

e-mail: administracion@fyde-cajacanarias.es

<http://www.FYDE-CajaCanarias.es>

ISBN: 978-84-693-5796-5

Depósito Legal: TF-2036/2010

Fotomecánica e impresión:

Litografía Gráficas Sabater, S.L.

ÍNDICE

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	9
<i>Isabel Montero Muradas</i>	
<i>Pedro Gutiérrez Hernández</i>	
CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO MACROECONÓMICO DEL SECTOR COMERCIAL EN CANARIAS	17
<i>David Padrón Marrero</i>	
I.1. Introducción.....	19
I.2. El peso de la distribución comercial en la producción.....	20
I.3. Importancia del comercio en el empleo.....	23
I.4. Número de empresas y locales comerciales	26
I.5. Volumen de negocio, inversión y productividad	31
I.6. Impacto de la crisis actual sobre el sector de la distribución comercial....	38
I.7. Conclusiones	41
Bibliografía	42
CAPÍTULO II: OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS COMERCIALES MINORISTAS EN CANARIAS.....	45
<i>Pedro Gutiérrez Hernández</i>	
<i>Dirk Godenau</i>	
II.1. Introducción.....	47
II.2. La oferta comercial minorista.....	47
II.2.1. Indicadores de la oferta comercial minorista	47
II.2.2. Evolución de la distribución territorial (por islas y municipios) del comercio minorista en Canarias	49
II.2.3. Evolución de los formatos comerciales (régimen de libre servicio)	55
II.2.4. Tipos de actividad comercial.....	58
II.3. Demanda de servicios comerciales minoristas en Canarias	61
II.3.1. Tendencias y determinantes de la demanda	61
II.3.2. Hábitos de consumo	62
II.3.2.1. La cesta de compra de los hogares Canarios en el contexto español	62
II.3.2.2. Particularidades del consumo de alimentos	63
II.3.2.3. La importancia del consumo de no residentes	65
II.3.3. Hábitos de compra.....	66

II.3.3.1. Diferencias según tipo de producto y formato comercial	66
II.3.3.2 Particularidades del comercio electrónico.....	69
II.4. Conclusiones	71
Bibliografía	72
CAPÍTULO III: ASPECTOS EXTERNOS RELEVANTES EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EN CANARIAS	
<i>Isabel Montero Muradas (Coordinadora)</i>	
<i>Juan Ramón Oreja Rodríguez (Coordinador)</i>	
<i>Pedro Afonso Afonso</i>	
<i>Ana María García Pérez</i>	
<i>Manuel González de la Rosa</i>	
<i>Ángel Ramos Domínguez</i>	
<i>Vanessa Yanes Estévez</i>	
III.1. Introducción.....	77
<i>Isabel Montero Muradas</i>	
<i>Juan Ramón Oreja Rodríguez</i>	
III.2. Análisis del entorno de la empresas comerciales en Canarias 2002-2005	78
<i>Vanessa Yanes Estévez</i>	
<i>Juan Ramón Oreja Rodríguez</i>	
III.3. El entorno legal de las empresas comerciales en Canarias	83
<i>Pedro Afonso Afonso</i>	
III.4. Formación para el empleo en el Sector del Comercio en Canarias	91
<i>Manuel González de la Rosa</i>	
III.5. Análisis y diagnóstico de los canales de distribución de las empresas comerciales en Canarias	96
<i>Isabel Montero Muradas</i>	
III.6. Alianzas estratégicas en las pymes comerciales según la incertidumbre del entorno.....	100
<i>Ana María García Pérez</i>	
<i>Vanessa Yanes Estévez</i>	
<i>Ángel Ramos Domínguez</i>	
<i>Juan Ramón Oreja Rodríguez</i>	
Bibliografía	106

CAPÍTULO IV: CUOTAS COMERCIALES, CENTROS DE GRAVITACIÓN Y POSIBILIDADES DE LOCALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS COMERCIALES EN CANARIAS.....111

María del Carmen Moreno Perdigón

Isabel Montero Muradas

Juan Ramón Oreja Rodríguez

IV.1. Introducción	113
IV.2. Revisión teórica	113
IV.3. Cuotas comerciales de los municipios Canarios. Posicionamiento municipal	116
IV.4. Centros de gravitación en Canarias	124
IV.5. Posibilidades de localización de las empresas comerciales en Canarias.....	127
Bibliografía	128

ANEXO Nº 1: ESCALOGRAMA DE GUTTMAN. MUNICIPIOS CANARIOS.....131

CAPÍTULO V: LOCALIZACIÓN DE UNA GRAN SUPERFICIE COMERCIAL EN LA ZONA NORTE DE GRAN CANARIA.....133

Manuel Rodríguez Díaz

José Luis Gutiérrez Acuña

V.1. Introducción	135
V.2. Metodología de la investigación	137
V.3. Evaluación de la demanda y la oferta comercial.....	142
V.4. Estudio de localización	147
V.5. Evaluación de la viabilidad económica y medioambiental.....	150
V. 5.1. Viabilidad económica	151
V. 5.2. Impacto ambiental.....	152
V.6 Conclusiones	154
Bibliografía	155

CAPÍTULO VI: FACTORES INTERNOS CONDICIONANTES DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EN CANARIAS.....159

Isabel Montero Muradas (Coordinadora)

Juan Ramón Oreja Rodríguez (Coordinador)

Zamira Acosta Rubio

Jaime Febles Acosta

Teodoro Ravelo Mesa

VI.1. Introducción.....	161
<i>Isabel Montero Muradas</i>	
<i>Juan Ramón Oreja Rodríguez</i>	

VI.2. Cultura y estilo de la dirección en la empresa comercial en Canarias ...	162
<i>Jaime Febles Acosta</i>	
VI.3. Análisis de la I+D+i en la empresa comercial en Canarias	169
<i>Zamira Acosta Rubio</i>	
VI.4. El impacto del entorno insular en la cadena de valor de la empresa comercial en Canarias: Introducción	173
<i>Juan Ramón Oreja Rodríguez</i>	
<i>Isabel Montero Muradas</i>	
VI.5. El impacto del entorno insular en los aspectos tecnológicos de la empresa comercial en Canarias, destacando el caso de la tecnologías de la información	179
<i>Zamira Acosta Rubio</i>	
VI.6. El impacto del entorno insular en el mobiliario e instalaciones de la empresa comercial en Canarias	181
<i>Teodoro Ravelo Mesa</i>	
VI.7. El impacto del entorno insular sobre las compras y la logística de aprovisionamiento de la empresa comercial en Canarias	183
<i>Teodoro Ravelo Mesa</i>	
VI.8. El impacto del entorno insular en las operaciones y procesos de la empresa comercial en Canarias	185
<i>Teodoro Ravelo Mesa</i>	
VI.9. El impacto del entorno insular en el márketing de la empresa comercial en Canarias	186
<i>Isabel Montero Muradas</i>	
Bibliografía	190
CAPÍTULO VII: LA CADENA DE VALOR Y LA FORMACIÓN DE PRECIOS EN CANARIAS	
<i>Manuel Rodríguez Díaz</i>	
VII.1. Introducción	197
VII.2. Actividades de la cadena de valor	199
VII.3. Los costes de la cadena de valor	205
VII.4. La cadena de valor local	211
VII.5. La cadena de valor interinsular	213
VII.6. Conclusiones	215
Bibliografía	217

CAPÍTULO VIII: EQUIPAMIENTO MICROINFORMÁTICO DEL COMERCIO MINORISTA EN CANARIAS: UN ANÁLISIS POR SUBSECTORES219

Zenona González Aponcio

Margarita Calvo Aizpuru

Antonia M^a Gil Padilla

VIII.1. Introducción.....	221
VIII.2. Las tecnologías de la información en el comercio minorista	222
VIII.3. Desarrollo de la investigación	223
VIII.4. Resultados.....	224
VIII.5. Conclusiones y recomendaciones	238
Bibliografía	239

CAPÍTULO IX. LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS COMERCIALES CANARIAS241

Inmaculada Aguiar Díaz

Nieves Lidia Díaz Díaz

IX.1. Introducción	243
IX.2. La rentabilidad como indicador de la competitividad empresarial	245
IX.3 Aspectos metodológicos	248
IX.3.1. Muestra	248
IX.3.2. Variables.....	249
IX.4. Resultados	252
IX.4.1. Análisis descriptivo.....	252
IX.4.2. Resultados de los modelos	258
IX.5. Discusión y conclusiones.....	261
Bibliografía	264

CAPÍTULO X: EFICIENCIA Y SERVICIOS DIRECTIVOS EN LA EMPRESA COMERCIAL EN CANARIAS.....269

Antonio Arbelo Álvarez

Pilar Pérez Gómez

Ángel China Martínez

Felipe Rosa González

X.1. Introducción.....	271
X.2. El sector comercial: importancia y retos.....	272
X.3. Eficiencias en el sector comercial en Canarias	280
X.4. Modelo, datos y resultados	285
X.5. Consideraciones finales.....	292
Bibliografía	294

