

2014

**EL SECTOR SERVICIOS EN UN  
CONTEXTO DE CRISIS  
APROXIMACIÓN A UN ESTUDIO DE  
CASO EN CANARIAS**

**(SERVICE SECTOR IN THE CONTEXT OF  
CRISIS  
APPROACH TO A CASE STUDY IN CANARY)**

**GRADO EN  
CONTABILIDAD Y  
FINANZAS 2013/2014  
05/09 LA LAGUNA**

**AUTORES:**

**BENGUS LARISA MARIA  
DELGADO BELLO YAQUELIN  
LEÓN GÓMEZ TANIA**



## RESUMEN

Este estudio tiene como objeto el análisis del impacto del sector servicios isleño haciendo especial referencia a la actividad comercial y más concretamente al comercio minorista, siendo este un sector clave de la economía canaria. Esta investigación nos proporcionará datos de cómo ha afrontado el sector la actual coyuntura económica y si la aplicación de medidas legales y fiscales ha favorecido o no a su recuperación.

En segundo lugar se lleva a cabo un estudio que se centra en la escenificación de la zona centro de Santa Cruz de Tenerife para examinar la distribución espacial de los establecimientos y actividades que son desarrolladas en esta zona, evaluando con ello que tipo de actividad predomina en el municipio, las características de los comercios del lugar y las causas y efectos que ha tenido la crisis sobre su estructura comercial.

This study aims at analyzing the impact of island service sector with particular reference to the particular business and retail trade, this being a key sector of the Islands' economy. This research will provide data on how the sector has faced the current economic situation and the application of legal and fiscal measures favored or not recovery.

Secondly performed a study that focuses on the staging of the downtown area of Santa Cruz de Tenerife to examine the spatial distribution of facilities and activities that are developed in this area, assessing thereby that type of activity dominates the municipality, the characteristics of the trades of the place and the causes and effects that the crisis has had on its business structure.

## INDICE

|  | <b>PAG.</b> |
|--|-------------|
| <b>0.</b> Introducción   | <b>3</b>    |
| <b>1.</b> Canarias, una economía de servicios                      | <b>4</b>    |
| <b>2.</b> Sector servicios en Santa Cruz de Tenerife               | <b>8</b>    |
| <b>3.</b> La actividad comercial en Santa Cruz de Tenerife         | <b>10</b>   |
| <b>4.</b> Comercio minorista en Canarias                           | <b>14</b>   |
| <b>4.1.</b> Comercio minorista en Santa Cruz de Tenerife           | <b>16</b>   |
| <b>5.</b> Estudio actividades económicas de Santa Cruz de Tenerife | <b>20</b>   |
| <b>6.</b> Bibliografía   | <b>28</b>   |

## INDICE DE CUADROS Y GRAFICAS

|   | <b>PAG.</b> |
|---|-------------|
| <b>Cuadro 1.</b> Tasa de variación interanual de la cifra de negocios del sector servicios en Canarias (2005=100)                 | <b>4</b>    |
| <b>Cuadro 2.</b> Tasa de variación interanual del personal ocupado en el sector servicios en Canarias (2005=100)                  | <b>5</b>    |
| <b>Cuadro 3.</b> Número de empresas del sector servicios en Canarias según número de trabajadores                                 | <b>5</b>    |
| <b>Cuadro 4.</b> Empresas del sector servicios en Tenerife según número de trabajadores   | <b>7</b>    |
| <b>Cuadro 5.</b> Empresas del sector servicios en Santa Cruz de Tenerife.   | <b>8</b>    |
| <b>Cuadro 6.</b> Número de contratos laborales por sectores económicos en Santa Cruz de Tenerife                                  | <b>12</b>   |
| <b>Cuadro 7.</b> Tasa de variación interanual del número de contratos laborales por sectores económicos en Santa Cruz de Tenerife | <b>17</b>   |
| <b>Cuadro 8.</b> Distribución de la actividad económica en el municipio de Santa Cruz Tenerife                                    | <b>22</b>   |
| <b>Cuadro 9.</b> Principales calles comerciales   | <b>24</b>   |
| <b>Gráfico 1.</b> Establecimientos comerciales según superficie en Santa Cruz de Tenerife en 2013.                                | <b>10</b>   |
| <b>Gráfico 2.</b> Índice general de ventas del comercio minorista a precios constantes. España y Canarias                         | <b>14</b>   |
| <b>Gráfico 3.</b> Número de establecimientos comerciales minoristas en el municipio de Santa Cruz de Tenerife                     | <b>16</b>   |

## INTRODUCCIÓN

Este estudio plantea como objetivo evaluar la situación socioeconómica de un sector clave en la economía canaria: los servicios, en una década caracterizada por una fuerte crisis económica y, en menor medida, social. Concretamente, nuestro interés, se ha centrado en el análisis de la actividad comercial en Canarias y, específicamente, en la evolución seguida por el comercio minorista en la última década.

Nos hemos decantado por la elección de este tema por varias razones. La primera, como ya señalamos, por tratarse del sector económico isleño más destacado, al generar más de dos tercios del valor añadido bruto (VAB) regional. La segunda, por conocer la incidencia de la crisis económica en dicho sector y, específicamente, en la actividad comercial. La tercera, porque su conocimiento nos permitirá planificar su desarrollo y proyectar actuaciones de futuro.

En este sentido, tras esta Introducción, el documento se estructura de la siguiente manera. El primer apartado está dedicado al análisis del sector servicios en el período de crisis: 2007-2013, centrándonos en las variables más significativas tanto a nivel regional como insular (empresas, empleo, aportación al VAB regional); el segundo apartado, trata de acercarnos a la evolución del sector servicios en Santa Cruz de Tenerife; el tercero, se centra las características comerciales del municipio; el cuarto apartado se centra en el estudio del comercio minorista en Canarias, prestando especial atención a su evolución en Santa Cruz de Tenerife; en el quinto, se realiza una zonificación del comercio minorista en dicha ciudad, tratando no sólo de conocer las áreas del municipio en las que se concentra la actividad comercial minorista sino también las actividades predominantes en dicha área de estudio; por último en el apartado 6, se extraen unas breves conclusiones.

## 1. CANARIAS, UNA ECONOMÍA DE SERVICIOS

La economía de las Islas Canarias está sustentada en el sector terciario, en donde la actividad comercial juega un papel relevante ya que contribuye tanto a la generación de riqueza como a la creación de empleo, dando lugar a una importante diversidad de bienes y servicios. La participación del sector servicios en el valor añadido bruto regional a lo largo del período no sólo no ha retrocedido sino que ha aumentado pasando del 80,6% en el 2007 al 83,2% del VAB regional en el año 2013, siendo este el sector con mayor capacidad de resistencia en el actual contexto de crisis económica<sup>1</sup>. El comercio, transporte y hostelería es la rama de mayor peso en la estructura económica del Archipiélago, representando el 36% del VAB canario en el ejercicio 2013.

No obstante, aunque la aportación al VAB se incrementó en la última década, el sector, como el conjunto de la economía, se ha visto sometido a una fuerte contracción. Para conocer, con mayor exactitud, el comportamiento del sector en la última década emplearemos, básicamente, dos variables. Por una parte, la cifra de negocios, que comprende los importes facturados por las empresas por la prestación de servicios y la venta de bienes. Por otra parte, la evolución del personal ocupado en donde se incluye tanto el personal asalariado como el no remunerado.

**Cuadro 1**  
**Tasa de variación interanual de la cifra de negocios del sector servicios en Canarias**  
**2005=100**

| 2007 | 2008  | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|------|-------|------|------|------|------|
| 3,5  | -14,0 | -6,9 | -2,1 | -3,7 | -8,8 |

*Fuente: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC). Años indicados.  
Elaboración propia*

El actual período de inestabilidad económica ha afectado a este sector de manera notable, apreciándose tanto en la evolución del personal ocupado como en la cifra de negocios. El índice de cifra de negocios en los servicios presenta en diciembre de 2007 un índice de 129,6 puntos porcentuales y una variación positiva de 3,5% (Cuadro 1). A partir de este año se produce un descenso significativo de la actividad, llegando a alcanzar tasas de variación negativas en todo el período analizado. Indudablemente, el descenso de la cifra de negocios ha tenido una fuerte repercusión en el personal ocupado en el sector servicios en Canarias. Como se recoge en el Cuadro 2 se puede apreciar como la contratación sigue la misma tendencia descendente que la cifra de negocios a partir del 2008.

No obstante, en ambos caso, los mayores descensos se producen en los dos primeros años de la crisis y, nuevamente, en el 2012, año en el que se acentúa la crisis económica.

<sup>1</sup> CONFEDERACIÓN CANARIA DE EMPRESARIOS, Memoria anual 2013.

**Cuadro 2**  
**Tasa de variación interanual del personal ocupado en el sector servicios en**  
**Canarias**  
**2005=100**

| 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|------|------|------|------|------|------|
| 1,4  | -5,7 | -6,2 | -0,6 | -0,4 | -3,6 |

*Fuente: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC). Años indicados.  
 Elaboración propia.*

El sector servicios en Canarias representa en el 2013 el 88% de las empresas que operan en el Archipiélago (empresas del régimen general, excluidos los sistemas especiales agrario y empleados de hogar, y del régimen especial de la minería del carbón). Este sector ha experimentado un importante descenso desde el inicio de la crisis económica hasta la actualidad (Cuadro 1). En el período comprendido entre 2007 y 2013 el censo de empresas se ha reducido en un 6%, contabilizándose 3.132 empresas menos que en el 2007. No obstante, cabe señalar, que este descenso tuvo mayor intensidad entre el 2007 y el 2010, registrándose a partir del 2011 un repunte moderado en la creación de empresas, repunte que contrasta con el negativo comportamiento de la cifra de negocios y nuevos empleo.

**Cuadro 3**  
**Número de empresas del sector servicios en Canarias según número de**  
**trabajadores**

|             | Tot.   | 1 a 2  | 3 a 5  | 6 a 9 | 10 a 25 | 26 a 49 | 50 a 249 | 250 a 499 | 500 a 999 | 1.000 o más |
|-------------|--------|--------|--------|-------|---------|---------|----------|-----------|-----------|-------------|
| <b>2007</b> | 51.194 | 28.489 | 11.282 | 4.653 | 4.201   | 1.266   | 1.080    | 139       | 52        | 32          |
| <b>2008</b> | 49.684 | 28.076 | 10.674 | 4.490 | 3.966   | 1.222   | 1.041    | 135       | 46        | 34          |
| <b>2009</b> | 47.970 | 27.416 | 10.282 | 4.251 | 3.724   | 1.106   | 990      | 126       | 42        | 33          |
| <b>2010</b> | 47.721 | 27.225 | 10.210 | 4.251 | 3.714   | 1.111   | 990      | 141       | 47        | 32          |
| <b>2011</b> | 48.218 | 27.347 | 10.410 | 4.338 | 3.793   | 1.108   | 1.012    | 136       | 45        | 29          |
| <b>2012</b> | 48.043 | 27.143 | 10.492 | 4.436 | 3.712   | 1.080   | 979      | 131       | 41        | 29          |
| <b>2013</b> | 48.062 | 26.685 | 10.663 | 4.641 | 3.798   | 1.089   | 976      | 134       | 47        | 29          |

*Fuente: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC). Años indicados.  
 Elaboración propia.*

El análisis del tamaño de la empresa en función del número de trabajadores nos revela

algunas de las características del tejido empresarial isleño y el diferente impacto de la crisis en función del tamaño. En este sentido, lo primero que destaca es el predominio de las pymes (1-249 trabajadores).

En segundo lugar, se trata de un sector caracterizado por su pequeña dimensión pues las empresas con menos de 5 trabajadores: microempresas, representan poco más de dos tercios de las empresas de servicios a lo largo del período. En tercer lugar, la crisis, aunque general, ha tenido un diferente impacto en función del número de trabajadores. Así, la incidencia entre el 2007 y 2013 ha sido mínima en las empresas entre 6 y 9 trabajadores (-0,3%), moderada para las del intervalo entre 250 y 499 empleados (-3,6%), y elevada para las empresas de más de 500 trabajadores (-9,5%) y, sobre todo, para las que cuentan con una plantilla de 26 a 49 empleados (-14,0%). No obstante, a pesar de su menor descenso relativo (-6,1%), la contracción experimentada por las pymes ha tenido una mayor repercusión por su mayor peso en el tejido empresarial isleño.

Entre los factores que explican la crisis empresarial sobresale, de acuerdo con los indicadores de confianza empresarial, la debilidad de la demanda, las dificultades financieras, el carácter insular (tamaño de mercado y costes del transporte), y, todo ello, agravado por el reducido tamaño de las empresas. En este sentido, resulta evidente la incidencia de la fuerte disminución del consumo como consecuencia de la pérdida de puestos de trabajo y la disminución de los ingresos en los hogares canarios. A este factor, se une como causa de cese en la actividad lo limitado de los recursos financieros, el alto nivel de endeudamiento, los cambios en el costo de la materia prima, el bajo nivel de ventas, la falta de capital para invertir y la dificultad para adquirir préstamos entre otros.

Ante la crisis del sector, la Administración pública, ha puesto en marcha cambios legislativos orientados a la mejora del mismo. Entre las modificaciones más importantes cabe destacar las modificaciones legislativas aprobadas en el 2009 y 2013. La primera, la denominada Ley Ómnibus<sup>2</sup>, surge debido a las carencias estructurales del sector como consecuencia, en buena medida, de la propia regulación de los mercados de servicios. Uno de los objetivos principales de la norma es alcanzar un auténtico mercado único de servicios en la Unión Europea, eliminando las barreras legales y administrativas que limitan el desarrollo de actividades de servicios. Por lo tanto, lo que se pretende es reducir las cargas administrativas y dar mayor seguridad jurídica a aquellos empresarios que desean prestar un servicio a través de un establecimiento permanente (libertad de establecimiento) o sin establecimiento permanente (libertad de prestación de servicios).

La segunda, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización<sup>3</sup>, tiene por objeto apoyar al emprendedor y la actividad empresarial, con el fin de favorecer su desarrollo, crecimiento e internacionalización, fomentar la cultura emprendedora y establecer un entorno estable, tanto en los momentos de inicio de la actividad, como en su desarrollo e internacionalización. Entre las medidas contempladas destacan los incentivos fiscales para aquellos que inviertan en empresas de nueva creación, la creación de una ventanilla única para facilitar información a la pymes que quieran salir al exterior, a través de una entidad pública de nueva creación: “ICEX España Exportación e

---

<sup>2</sup> Ley 25/2009, de 22 de diciembre.

<sup>3</sup> Ley 14/2013, de 27 de septiembre

Inversiones”<sup>4</sup>, la agilización en la creación de empresas, reducción de cargas administrativas, incentivos fiscales a financiadores de proyectos emprendedores, protección de la vivienda habitual para los Emprendedores de Responsabilidad Limitada entre otros.

No obstante, a pesar del significativo avance que suponen las medidas puestas en marcha, su desarrollo tiene un alcance limitado pues no se realiza una clara distinción entre autónomos y sociedades, primando la legislación a estas últimas frente a los primeros en aspectos como la internacionalización o la fiscalidad. Por otra parte, las medidas están dirigidas básicamente a las empresas de nueva creación, quedando marginadas las existentes que se ven obligadas a cerrar por falta de apoyo financiero.

No obstante, aunque se han producido mejoras, el impacto de estas medidas no ha sido muy significativo, como se refleja en la disminución del censo empresarial y reconocen las instituciones europeas, tal y como recoge la Comisión Europea en las recomendaciones para dar un nuevo enfoque a la insolvencia y el fracaso empresarial:

*“El objetivo de las recomendaciones es animar a los Estados miembros a establecer un marco que permita la reestructuración eficiente de las empresas viables con dificultades financieras, y ofrecer una segunda oportunidad a los empresarios honrados, con el fin de fomentar el espíritu empresarial, la inversión y el empleo, y contribuir a reducir los obstáculos para el buen funcionamiento del mercado interior”<sup>5</sup>.*

**Cuadro 4**  
**Empresas del sector servicios en Tenerife según número de trabajadores**

| Años | Total  | 1 a 9  | 10 a 49 | 50 a 249 | 250 y más | % Total Tenerife/Canarias |
|------|--------|--------|---------|----------|-----------|---------------------------|
| 2007 | 22.343 | 19.337 | 2.449   | 475      | 82        | 43,6                      |
| 2008 | 21.623 | 18.809 | 2.291   | 441      | 82        | 43,5                      |
| 2009 | 20.767 | 18.188 | 2.101   | 399      | 79        | 43,3                      |
| 2010 | 20.522 | 17.980 | 2.055   | 405      | 82        | 43,0                      |
| 2011 | 20.719 | 18.129 | 2.089   | 427      | 74        | 43,0                      |
| 2012 | 20.652 | 18.130 | 2.051   | 401      | 70        | 43,0                      |
| 2013 | 20.782 | 18.242 | 2.059   | 404      | 77        | 43,2                      |

*Fuente: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC). Años indicados. Elaboración propia.*

<sup>4</sup> ICEX España Exportación e Inversiones es una entidad pública empresarial de ámbito nacional que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas españolas.

<sup>5</sup> COMISIÓN EUROPEA, Recomendación de la Comisión Europea, Bruselas, 2014, pág. 5.

## 2. EL SECTOR SERVICIOS EN SANTA CRUZ DE TENERIFE

La economía de la Isla y, concretamente, de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife es una economía básicamente de servicios y con un fuerte predominio de la pequeña y mediana empresa. En este sentido, destacan dos cuestiones. Por una parte, que el comportamiento del sector en Tenerife es similar al experimentado por el conjunto de la Comunidad Autónoma (cuadro 4). Por otra parte, el análisis de los servicios en Santa Cruz de Tenerife pone de manifiesto que la contracción ha sido más intensa en la capital, con un descenso entre el 2007 y 2013 del 14,6% frente al 7,0% que experimentó la Isla (Cuadro 4 y 5). Ello, lógicamente, se traduce en la progresiva pérdida de peso de Santa Cruz de Tenerife en el conjunto insular en casi 3 puntos, pasando a suponer sólo el 27,2% del total de las empresas de servicios. Esta pérdida de peso, contrasta con la evolución de los servicios en el sur de la Isla, en especial como consecuencia del mayor dinamismo del sector a partir del 2011 en municipios como Arona, Adeje, Granadilla de Abona y Güimar, gracias sobre todo al crecimiento de la demanda local impulsada por su mayor dinamismo demográfico y económico.

**Cuadro 5**  
**Empresas del sector servicios en Santa Cruz de Tenerife.**

|      | Servicios | %<br>Santa Cruz de<br>Tenerife/Tenerife |
|------|-----------|---|
| 2007 | 6.598     | 29,5                                    |
| 2008 | 6.407     | 29,6                                    |
| 2009 | 6.049     | 29,1                                    |
| 2010 | 5.895     | 28,7                                    |
| 2011 | 5.815     | 28,1                                    |
| 2012 | 5.730     | 27,8                                    |
| 2013 | 5.637     | 27,2                                    |

*Fuente: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC). Años indicados. Elaboración propia.*

La constatación de la mayor incidencia de la crisis en Santa Cruz de Tenerife ha llevado al Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, en colaboración con la Fundación Canaria Empresa Universidad de La Laguna, a la elaboración y puesta en marcha de un plan estratégico para la ciudad que consta de 5 líneas estratégicas y 47 acciones a desarrollar en los próximos años. Este Plan pretende mejorar la situación comercial y de servicios del municipio, el nodo central del sistema de comunicaciones de Tenerife y fomentar el turismo. Para ello Santa Cruz ha de transformar su imagen actual, desarrollando la marca de una ciudad diferente del resto de la isla.

No obstante, tras el análisis de las propuestas y acciones contempladas, hemos detectado ciertas cuestiones que no se han tenido en cuenta y que consideramos importantes a la hora de poner en marcha dicho Plan. Entre ellas destaca que:

-carece de información financiera, por lo que el plan estratégico parece un documento anterior al momento económico actual que no tiene en cuenta la situación de crisis

económica. En este sentido, sería necesario realizar un análisis coste-beneficio de las empresas, lo que nos permitiría proporcionar una medida de la rentabilidad del proyecto, estimar adecuadamente los recursos económicos necesarios y seleccionar las alternativas más beneficiosas.

-no hace un análisis entre ciudades que pueden ser posibles competidores. Este detalle es una incongruencia con uno de los objetivos que se quiere alcanzar, como es que el municipio se convierta en una marca distintiva. Si se quiere lograr la diferenciación, es necesario conocer a los competidores y su entorno.

-no concreta objetivos, acciones e indicadores de cumplimiento a corto, medio y largo plazo, ya que el documento no especifica la línea temporal de actuación.

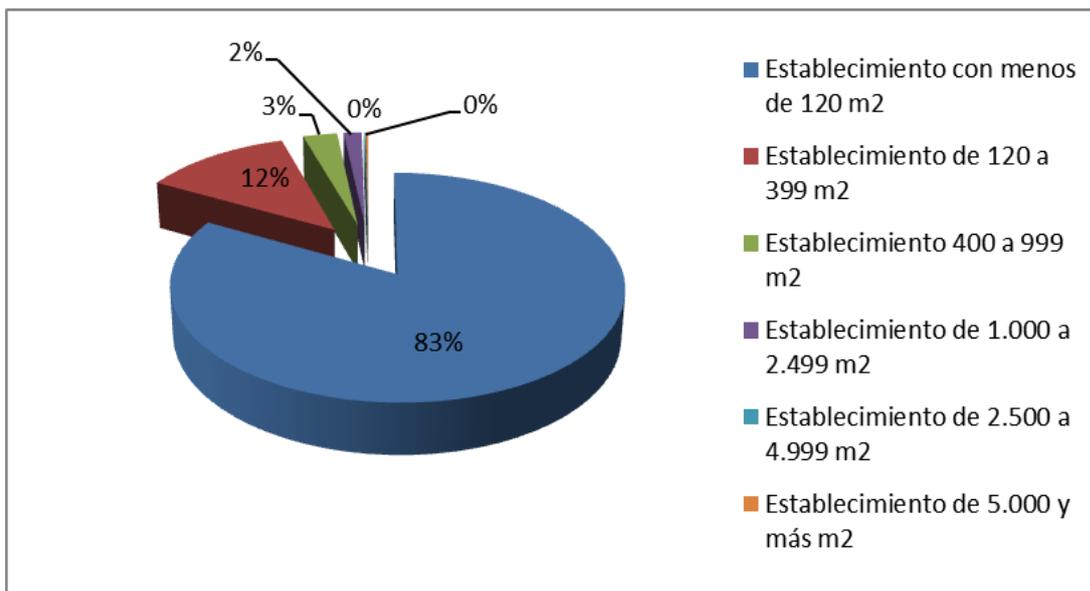
-carece de un análisis de tendencias o escenarios, ya que considera Santa Cruz como un ente urbano homogéneo, cuando en realidad el comportamiento de la población y de los consumidores varía según la situación económica, el entorno, etc.

Este plan resultaría de utilidad para fomentar el desarrollo económico del municipio, siempre que se reajusten algunos de los puntos mencionados anteriormente, para que así este sea utilizado como herramienta eficaz de progreso económico.

### 3. LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN SANTA CRUZ DE TENERIFE

Para concretar un poco más el estudio que estamos realizando nos centraremos en analizar la importancia de la actividad comercial en el municipio de Santa Cruz de Tenerife, que es nuestro objeto de estudio principal. Un primer indicador de la estructura del sector comercial nos lo ofrece la clasificación de las empresas en función de la superficie de los establecimientos en el año 2013<sup>6</sup>.

Gráfico 1



#### Establecimientos comerciales según superficie en Santa Cruz de Tenerife en 2013.

Fuente: *Consejería de Empleo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias. Año 2013. Elaboración propia.*

Por un lado, destaca el predominio de los establecimientos con menos de 120 m<sup>2</sup> pues estos representan el 83% de la estructura económica del municipio. Dicho de otro modo, el pequeño comercio es un importante componente del tejido empresarial del municipio de Santa Cruz de Tenerife y, en general, del panorama empresarial canario, como hemos podido comprobar con anterioridad. En cambio, los establecimientos de más de 1.000 m<sup>2</sup>, que podemos clasificar como comercio al por mayor, tienen un peso relativamente escaso pues sólo suponen el 2% del total, de ahí la importancia que le queremos atribuir al pequeño comercio.

En efecto, este predominio puede justificarse por varias razones. Entre ellas, la más importante, es que la Comunidad Autónoma de Canarias goza de un régimen económico-fiscal especial, en adelante REF, basado en la libertad comercial de importación y exportación, no aplicación de monopolios y en franquicias aduaneras y fiscales sobre el consumo. Dicho régimen incorpora a su contenido los principios y

<sup>6</sup> Se ha escogido el año 2013 puesto que es la última actualización del Censo de Establecimientos Comerciales realizado por la Consejería de Empleo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias.

normas aplicables como consecuencia del reconocimiento de Canarias como región ultraperiférica de la Unión Europea.<sup>7</sup>

En este sentido, una de las ventajas con la que cuentan los comerciantes de las Islas es el régimen especial del comercio minorista: el Impuesto General Indirecto Canario, en adelante IGIC. Se trata de un gravamen general sobre las ventas o prestaciones de servicios y constituye el tributo básico de la imposición indirecta en el Archipiélago. Es de destacar que se considera como impuesto gemelo del IVA por sus grandes similitudes tanto en hecho imponible, fecha de devengo, liquidaciones, etc. La gran diferencia con este último que establece unos tipos impositivos menores (tipo del 7% general en contraposición al 21% en Península y Baleares). Sin duda, este diferente régimen fiscal, ha contribuido a que las actividades predominantes sean establecimientos comerciales de venta al por menor.

Asimismo, el sector comercial se puede beneficiar de incentivos fiscales que surgen de diferentes Leyes que dan paso a la Ley 19/1994, de 6 de julio, de Modificación del REFC que recoge la regulación de importantes incentivos fiscales dirigidos a la inversión empresarial donde además de reconocerse nuevos incentivos fiscales a la inversión en el ámbito de los impuestos indirectos a favor de los titulares de actividades económicas, se introdujeron relevantes incentivos fiscales en la imposición directa: bonificación a la producción de bienes corporales; Reserva para inversiones en Canarias (RIC); Deducción por inversiones en Canarias (DIC) y Zona Especial Canaria (ZEC).

Como un último referente al tamaño de los establecimientos queremos hacer mención a la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, se hace una mención específica en los cambios producidos por esta ley en concreto a las medidas para la liberalización del comercio. Es decir, se establece medidas de liberalización del comercio y determinados servicios, entre los que se incluye la supresión de la licencia municipal previa, que son de aplicación a las actividades comerciales minoristas y a la prestación de determinados servicios, realizados a través de establecimientos permanentes, situados en cualquier parte del territorio nacional y cuya superficie de exposición y venta al público no sea superior a 500 metros cuadrados, en lugar de los 300 metros de la anterior regulación. En conclusión una ventaja amparada por esta ley que incentiva a las pequeñas y medianas empresas, pues como ya hemos podido observar en el gráfico arriba mostrado son los establecimientos predominantes en el municipio de Santa Cruz de Tenerife.

En materia de empleo la importancia del comercio es también muy destacable así que otro punto al que nos vamos a referir es la evolución que ha habido en los contratos desde el año 2007 hasta el 2013, esto nos ayudará a ver qué porcentaje de la población activa está empleada en actividades relativas al comercio en el municipio de Santa Cruz de Tenerife.

---

<sup>7</sup> Reconocimiento de las Islas Canarias como región ultraperiférica, Art. 349 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

### Cuadro 6

#### Número de contratos laborales por sectores económicos en Santa Cruz de Tenerife

| Años | Comercio | Agricultura, Construcción, Hostelería, Industria y Otros | Total | % Comercio sobre el Total de Sectores |
|------|----------|--|-------|---------------------------------------|
| 2007 | 1.526    | 7.597  | 9.123 | 16,7                                  |
| 2008 | 1.124    | 6.423  | 7.547 | 14,9                                  |
| 2009 | 1.014    | 5.818  | 6.832 | 14,8                                  |
| 2010 | 1.032    | 6.068  | 7.100 | 14,5                                  |
| 2011 | 893      | 5.664  | 6.557 | 13,6                                  |
| 2012 | 875      | 5.115  | 5.990 | 14,6                                  |
| 2013 | 1.087    | 6.688  | 7.775 | 14,0                                  |

*Fuente: SERVICIO TÉCNICO DE EMPLEO, DESARROLLO ECONÓMICO Y COMERCIO DEL GOBIERNO DE CANARIAS, Memorias. Años indicados. Elaboración propia.*

El empleo en el comercio ha sufrido una gran caída con respecto al número de contratos. En el año 2007, año que como hemos indicado se ha tomado como referencia anterior a la crisis económica, el total de contratos laborales del municipio ascendió a 9.123 de los cuales el comercio representa un 16,4% y como hasta el año 2009 se ha ido reduciendo de una manera relevante. Donde más impacto ha tenido está pérdida ha sido en el comercio pues del año 2007 al 2008 varía en una bajada del 26,3% mientras que en otros sectores es del 15,5%. Del año 2009 al año 2010 hay una apreciable recuperación puesto que se incrementa la contratación pasando de 6.832 a 7.100 contratos laborales en total. Si atendemos a la variación podemos ver como el crecimiento ha sido más significativo en otros sectores pues se incrementa llegando a un valor positivo de 4,3%, igualmente el comercio pasa de un valor negativo a un incremento positivo de 1,8%.

### Cuadro 7

#### Tasa de variación interanual del número de contratos laborales por sectores económicos en Santa Cruz de Tenerife

| Años | Comercio | Resto sectores* |
|------|----------|-----------------|
| 2007 |          |                 |
| 2008 | -26,34   | -15,45          |
| 2009 | -9,79    | -9,42           |
| 2010 | 1,78     | 4,30            |
| 2011 | -13,47   | -6,66           |
| 2012 | -2,02    | -9,69           |
| 2013 | 24,23    | 30,75           |

*\*Agricultura, Construcción, Hostelería, Industria y Otros  
Fuente: Cuadro 6. Elaboración propia*

No obstante, en el año 2011 y 2012, vuelve a haber una caída en el número de personas empleadas, descendiendo en valores porcentuales del año 2010 al 2011 a valores negativos de 13,5% para el comercio y un 6,7% para los otros sectores. Y vemos como del 2011 al 2012 vuelve a haber una bajada del 2,0% en el comercio y 9,7% para otros sectores, siendo mayor así la bajada para estos últimos.

Del mismo modo se puede observar como del año 2012 al 2013 vuelve a haber una mejoría pasando de un total de contratos en el año 2012 de 5.990 a 7.775 en 2013, es decir se incrementan en 1.785. De los cuales el comercio representa el 14,0% sobre el total. Siendo la variación interanual positiva de 24,2% para el comercio y 30,8% para otros sectores. Por lo que se refiere a este último incremento de contratos laborales es de destacar la resolución del programa extraordinario de incentivos a la contratación laboral para el ejercicio 2013 en dónde el objetivo fundamental de la subvención es potenciar la contratación laboral mediante la concesión de subvenciones a cualquier entidad que desarrolle una actividad empresarial acogida a cualquiera de los regímenes de la Seguridad Social<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Resolución del BOC del 8 de agosto de 2013, por la que se aprueban las bases reguladoras del programa extraordinario de incentivos a la contratación laboral para el ejercicio 2013, y se aprueba simultáneamente su convocatoria para dicho ejercicio.

## 4. EL COMERCIO MINORISTA EN CANARIAS

Con el objetivo de realizar un estudio más exhaustivo nos centraremos en el desarrollo del comercio minorista puesto que, como hemos mencionado anteriormente estamos ante una economía basada en los servicios, donde las actividades comerciales y, en especial, el comercio minorista tiene un gran peso. En este sentido, el comercio minorista, esto es, el conjunto de actividades desarrolladas profesionalmente con ánimo de lucro caracterizada por ofertar la venta de cualquier clase de artículos a los destinatarios finales de los mismos, utilizando o no un establecimiento<sup>9</sup>.

Gráfico 2

Índice general de ventas del comercio minorista a precios constantes. España y Canarias



Fuente: INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (ISTAC).

Con objeto de conocer la evolución del comercio minorista veamos, en primer lugar, como ha variado el índice de ventas tanto en Canarias como en el conjunto del País (grafico 2). Como se observa, como consecuencia del inicio de la crisis económica, el índice experimenta un notable declive tanto en las Islas como en el resto de España, alcanzando a finales del 2008 el punto más bajo en las islas. A partir de este año se puede observar como la tendencia comienza a ser ascendente, alcanzando su punto más alto a mediados de 2010, sin embargo no llega a alcanzar los valores iniciales anteriores a la crisis. A partir de este momento se inicia una fase de depresión que se hace notar hasta finales de 2012 y comienzos del año 2013, es aquí donde el territorio español al contrario que las Islas alcanza el punto más reducido de este índice. No obstante a partir del 2013 se puede apreciar una mejoría en las ventas de una manera más acentuada en el archipiélago canario.

Otra cuestión a tener presente es que la mejoría en las ventas de las Islas puede ser debido al carácter turístico pues, los comerciantes, no solo se dedican a vender sus productos a consumidores locales sino también al elevado número de turistas que visitan el Archipiélago. Por ello, puesto que nos vamos a centrar principalmente en la Isla de Tenerife y, más concretamente, en el municipio de Santa Cruz de Tenerife consideramos importante nombrar el programa para la “Potenciación de las Zonas

<sup>9</sup> Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Comerciales Abiertas de Canarias a iniciativa del Gobierno”<sup>10</sup> aprobado en julio de 2010, para a continuación implantarse como medida para la crisis y en donde se establecen distintos ámbitos de actuación para la dinamización del comercio local con el objetivo principal de estudiar el comportamiento de las actividades comerciales tanto a nivel de distribución de núcleos comerciales como de los compradores que acceden a estos para adquirir los productos y servicios que ofrecen. Tras esto, y basándonos en el gráfico anterior, observamos cómo esta medida ha podido ayudar a tener un efecto positivo, ya que se ha experimentado una mejoría en las ventas.

Otro dato relevante a comentar es la aparición de las grandes superficies, que aunque éstas fueron apareciendo en Canarias a finales de los años 90, desde entonces han ido teniendo repercusión en el pequeño comercio, y que en gran medida ha afectado también al desmoronamiento de las Pymes. En el último balance sobre el comercio minorista<sup>11</sup>, mientras las grandes cadenas han aumentado las ventas un 29%, por el contrario las empresas unilocalizadas han visto cómo el futuro de su negocio no es muy esperanzador, descendiendo sus ventas un 26%. Por lo tanto, los datos son claros y no cabe lugar a duda sobre quién está ganando la guerra de la distribución comercial. Por lo tanto, desde la creación de las grandes superficies, el pequeño comercio se ha visto involucrado en una lucha constante donde las estrategias fundamentales a seguir han sido; la renovación constante ya que la garantía de supervivencia no la da el tamaño, sino una buena gestión; la especialización y segmentación de la demanda; la fidelización para tratar de ofrecer un valor añadido a la clientela y la asociación entre comerciantes que serían imposibles alcanzar por separado. Tras una fase de lucha contra la instalación, libertad horaria, período de rebajas

Pero, la realidad es que, adentrándonos en el sector de la alimentación en concreto, este sector está ligado con el grado de concentración, que se ha acelerado en los últimos años, hasta tal extremo de que las mayores empresas alimentarias (Mercadona, Carrefour, Auchan y El Corte Inglés) tienen una cuota de mercado del 62,3%<sup>12</sup>. Además, el grado de concentración de las grandes superficies ha experimentado una tendencia creciente a partir de 2007 tras el comienzo de la gran depresión financiera.

---

<sup>10</sup> El 16 de diciembre de 2009 se aprueba la Ley 12/2009 Reguladora de la Licencia Comercial cuya Disposición Final Tercera, autoriza al Gobierno de Canarias a elaborar un Plan de Calidad del Comercio

<sup>11</sup> Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) en su balance a 31 de diciembre de 2012 sobre el comercio minorista. Año base 2005 del Índice de Comercio al por Menor.

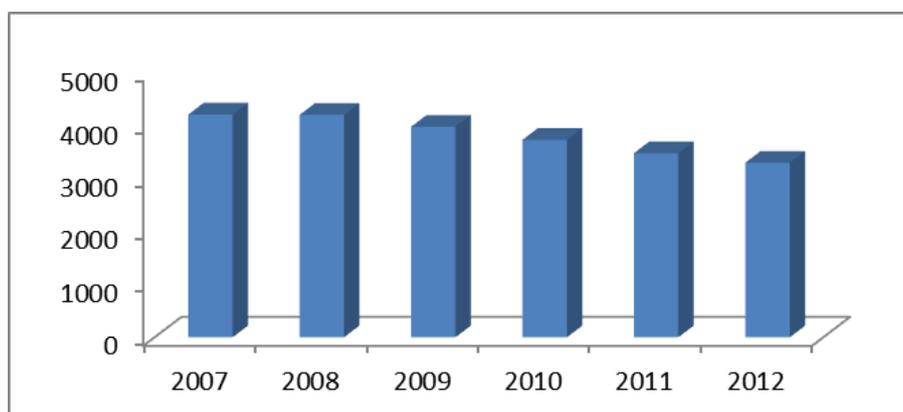
<sup>12</sup> Fuente: Comisión Nacional de Competencia.

## 4.1 EL COMERCIO MINORISTA EN SANTA CRUZ DE TENERIFE

Con independencia del indicador utilizado resulta indudable que los efectos de la crisis han tenido una repercusión mayor en la actividad comercial minorista. Así, de acuerdo con el número de establecimientos censados, la actividad comercial en Santa Cruz de Tenerife ha experimentado un descenso gradual desde el inicio de la crisis (Véase Gráfico 3). Si en el año 2007 se contabilizó un total de 4.219 empresas, en el 2012 el número se había reducido a 3.307, lo que implica una disminución del tejido empresarial del municipio del 21,6%. Esta fuerte disminución del censo se traduce, grosso modo, en una menor participación en el VAB y en la pérdida del empleo, ya que las actividades comerciales son generadoras de empleo directo de un número elevado de personas.

Gráfico 3

Número de establecimientos comerciales minoristas en el municipio de Santa Cruz de Tenerife



*Fuente: LA CAIXA. Anuarios económicos de España. Años indicados. Elaboración propia.*

Entre los factores que permiten explicar la mayor incidencia de la crisis en el sector minorista en Santa Cruz de Tenerife cabe destacar, por una parte, el desfavorable comportamiento de la demanda consecuencia de la disminución del número de demandantes, del deterioro del mercado laboral y capacidad adquisitiva y el descenso en la afluencia de turistas, a pesar del incremento del turismo de cruceros. Por otra parte, hay que destacar los efectos de la instalación de las grandes superficies (menores costes de financiación, etc., o de factores como la libertad horaria, períodos de rebajas y pérdida de centralidad como consecuencia del incremento en otros municipios... Por último, debemos destacar las acciones, tanto públicas como privadas, emprendidas para hacer frente a la crisis del comercio minorista.

El municipio de Santa Cruz de Tenerife ha experimentado en los últimos años una disminución de la población residente, pasando de 214.153 habitantes en el 2001 a sólo 206.593 en el 2013, mientras que la población insular se incrementaba, entre dichas fechas, en poco más de 153.000 personas (de 744.076 a 897.582 habitantes).

Ello, evidentemente, se ha traducido en una pérdida relativa de su peso demográfico en dicho periodo en el conjunto insular (del 28,8 al 23,0 por ciento), y regional (del 12,0 al 9,5 por ciento).

**Cuadro 7**  
**Evolución del gasto medio por persona por grupos de gasto**  
**(Euros corrientes)**

| Grupos   | 2007            | 2011            |
|--|-----------------|-----------------|
| Grupo 1. Alimentos y bebidas no alcohólicas  | 1.678,7         | 1.607,5         |
| Grupo 2. Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos  | 219,5           | 228,7           |
| Grupo 3. Artículos de vestir y calzado   | 788,4           | 613,3           |
| Grupo 4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles                                | 3.404,9         | 3.849,5         |
| Grupo 5. Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda | 711,2           | 585,4           |
| Grupo 6. Salud   | 384,7           | 377,9           |
| Grupo 7. Transportes   | 1.617,2         | 1.236,8         |
| Grupo 8. Comunicaciones  | 363,1           | 367,8           |
| Grupo 9. Ocio, espectáculos y cultura  | 904,8           | 778,1           |
| Grupo 10. Enseñanza  | 136,9           | 152,6           |
| Grupo 11. Hoteles, cafés y restaurantes  | 1.278,0         | 1.094,0         |
| Grupo 12. Otros bienes y servicios   | 963,4           | 904,2           |
| <b>Total</b>   | <b>12.450,7</b> | <b>11.795,5</b> |

Fuente: INE. *Gasto medio por persona por grupos de gasto, según tamaño del municipio de residencia.* Años indicados. Elaboración propia

A este descenso del número de demandantes potenciales, se une la reducción experimentada en los niveles de consumo por persona y año, de acuerdo con la encuesta de presupuestos por grupos de gasto que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE). Con independencia del tamaño del municipio, la crisis económica ha provocado un retraimiento del consumo total. Entre el 2007 y el 2011, en los municipios de más de 100.000 habitantes (intervalo en el que se sitúa Santa Cruz de Tenerife) el descenso fue de poco más de 5 puntos, al pasar el gasto total de 12.451 a 11.796 euros por persona y año (Cuadro 7). Esta contracción afectó, en mayor medida, a los grupos que podemos englobar en comercio: alimentos y bebidas no alcohólicas (grupo 1), bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos (grupo 2), los artículos de vestir y calzado (grupo 3), y la adquisición de mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda (grupo 5), que en conjunto descendieron un 10,6%, pasando de representar el 27,3% al 25,7% del gasto total. Por grupos destaca la fuerte caída de las ventas de artículos de vestir y calzado (-22,2%), de los gastos en “mobiliario, equipamiento del hogar, ...” (-17,7%), “alimentación y bebidas no alcohólicas” (-4,2%). Descenso a los que habría que añadir los registrados en “transportes” (-23,5%), “ocio...” (-14,0%) y “hoteles, cafés...” (-14,4%). Estos descensos, que podemos atribuir a la disminución del empleo y salarios están vinculados, también, a la necesidad de compensar los incrementos registrados en determinados grupos, como la Vivienda,

agua, electricidad, gas y otros combustibles, que en el 2011 absorbía el 32,6% de los gastos totales, y, en menor medida, comunicación o enseñanza(Cuadro 7).

Indudablemente, el menor consumo, se traduce en disminución de los establecimientos comerciales como hemos podido ver con anterioridad puesto que si se gasta menos, estos han visto reducidos sus ingresos y consecuentemente muchos de ellos no han podido hacer frente a la situación de crisis económica teniendo que finalizar con sus actividades económicas

En cuanto al sector privado, sin duda, la estrategia inicial, articulada en torno a la Federación de Comercio (FEDECO) y CORECO, se sustentó básicamente en tratar de impedir la instalación de grandes superficies, eliminación de la libertad horaria, fijación de los períodos de rebajas, o propuestas, como las formuladas en el 2012, de incentivos fiscales en el marco del REF (bonificación del 50% en la cuota del IRPF o aplicación de un tipo de gravamen más reducido como la rebajas). Se trataba, en palabras de sus proponentes, de que:

*“en las actuales circunstancias, se precisa de un incentivo fiscal que permita a los perceptores de rentas del trabajo aumentar su disponibilidad de renta para destinarla, bien al ahorro, bien al consumo, o bien al inicio de una actividad empresarial o profesional, pues ello contribuiría igualmente de manera directa a potenciar la actividad económica.”*<sup>13</sup>

En cuanto al sector público, tanto estatal como local, las medidas se centraron en la puesta en marcha de incentivos. Entre dichas medidas destaca la promulgación del “Plan Integral de apoyo a la competitividad del comercio minorista de España 2013”. En dicho Plan se recogen diferentes medidas de apoyo orientadas a la Innovación y Competitividad del Pequeño Comercio; Centros Comerciales Abiertos y Mercados Municipales; Apoyo Financiero; Promoción Comercial y Reactivación de la Demanda; Relevo Generacional y Emprendedores; Comercio y Turismo; Seguridad; Medidas legislativas de impulso de la actividad comercial y de eliminación de barreras; Internacionalización; y por último Formación y Empleo. Entre este conjunto de medidas destaca la línea 3, que recoge unas líneas de crédito para el pequeño comercio, es decir, facilitar el acceso al crédito para financiar tanto proyectos de inversión como necesidades de liquidez de autónomos y empresas mediante el apoyo del Instituto de Crédito Oficial (ICO), ante las enormes dificultades que tiene el pequeño comercio por el descenso del consumo<sup>14</sup>.

A este Plan se une en el 2013, la creación del Consejo Estatal de la pequeña y mediana empresa<sup>15</sup>. Se trata de un órgano colegiado consultivo, asesor y de colaboración en las materias que afectan a las pequeñas y medianas empresas para favorecer y facilitar su creación, crecimiento y desarrollo de ventajas competitivas. Entre sus funciones destacan:

---

<sup>13</sup> ASOCIACIÓN CANARIA PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LOS CONTRIBUYENTES. *Propuesta de bonificación a favor de los perceptores de rentas del trabajo ante la revisión del Régimen Económico y Fiscal de Canarias (REF) para el período 2015- 2020*, Santa Cruz de Tenerife, 2014.

<sup>14</sup> El ICO actúa en colaboración con las Entidades de Crédito, de esta forma, aporta los fondos y las entidades son las encargadas de la tramitación, estudio y aprobación de las operaciones en las condiciones establecidas

<sup>15</sup> Real Decreto 962/2013, de 5 de diciembre.

- Realizar el seguimiento de la evolución, problemas y políticas que afectan a las PYMES para formular, en su caso, recomendaciones y propuestas sobre las prioridades, mecanismos, actuaciones y cambios regulatorios que sean necesarios para incrementar la actividad y competitividad sostenibles de las pequeñas y medianas empresas.
- Informar con carácter previo el Plan plurianual de apoyo a la PYME.
- Formular recomendaciones para la coordinación de los distintos programas de apoyo a la PYME.
- Analizar las prácticas europeas e internacionales de apoyo a la PYME.
- Contribuir a la valoración, reconocimiento y desarrollo de la función empresarial ante los medios de comunicación, en el entorno educativo y en la sociedad en general.

No obstante, cabe señalar que los efectos de estas medidas no se pueden ponderar por el momento como consecuencia de lo tardío de su puesta en marcha.

## 5. ESTUDIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA ZONA CENTRO DE LA CIUDAD DE SANTA CRUZ



Fuente: *SOCIEDAD DE DESARROLLO SANTA CRUZ DE TENERIFE, Mapa callejero de Santa Cruz de Tenerife.*

Este apartado tiene la finalidad conocer, a partir del Censo Comercial de Establecimientos elaborado por el Banco de Datos y Centro de Documentación de los Servicios Técnicos, Empleo, Desarrollo Económico y Comercio del Cabildo Insular de Tenerife, la distribución espacial de los establecimientos y las actividades a las que estos se dedican. En este sentido, aunque la capital se encuentra dividida en cinco distritos: Anaga, Centro-Ifara, Salud-La Salle, Ofra-Costa Sur y el distrito Suroeste, hemos elegido, como primera aproximación, parte de las zonas correspondientes a los distritos Centro-Ifara y Salud-la Salle, pues en los mismos se concentra casi el 60% de la población del municipio y en torno al 41% de los establecimientos censados en el municipio en el año 2013.

Las actividades predominantes en esta área son, con un 52,7% de los establecimientos del Censo Comercial de Empresas, el comercio y la alimentación, le sigue la hostelería y restauración con un 43,9% y los servicios en un 31,0%.

Volviendo al tema principal que no es finalidad de estudio, analizaremos el número de establecimientos desglosados por actividad y la representatividad del área de estudio, para así poder determinar cuáles son las actividades más destacables y que porcentaje representa la zona de estudio frente al resto de Santa Cruz de Tenerife y si estas a su vez corresponden con el cuadro anterior en donde hemos reflejado la evolución del gasto medio por persona por grupo de gastos, es decir si las actividades que más predominan son las mismas en las que más se ha aumentado el gasto o por el contrario si ha disminuido.

### Cuadro 8

#### Distribución de la actividad económica en el municipio de Santa Cruz Tenerife

| ACTIVIDAD                   | TOTAL MUNICIPIO | TOTAL ZONA DE ESTUDIO | % ZONA DE ESTUDIO/MUNICIPIO | %/TOTAL |
|-----------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------------------|---------|
| Comercio y alimentación     | 1.837           | 969                   | 52,7                        | 52,9    |
| Hostelería y restauración   | 460             | 202                   | 43,9                        | 11,0    |
| Servicios*                  | 675             | 209                   | 31,0                        | 11,4    |
| Transportes                 | 56              | 12                    | 21,4                        | 1,7     |
| Industria                   | 373             | 31                    | 8,3                         | 0,1     |
| Deporte y ocio              | 44              | 2                     | 4,5                         | 3,2     |
| Medicina y salud            | 198             | 59                    | 29,8                        | 0,5     |
| Turismo                     | 66              | 36                    | 54,5                        | 2,0     |
| Agricultura                 | 3               | 2                     | 66,7                        | 0,1     |
| Admon. y servicios públicos | 59              | 12                    | 20,3                        | 0,7     |
| Educación y cultura         | 64              | 10                    | 15,6                        | 15,8    |
| SUBTOTAL                    | 3.835           | 1.544                 | 40,3                        | 84,2    |
| Locales disponibles         | 653             | 289                   | 44,3                        | 15,8    |
| TOTAL                       | 4.488           | 1.833                 | 40,8                        | 100,0   |

*\*En Servicios se incluyen establecimientos de peluquería, bancos, colegios oficiales, agencias de seguros, inmobiliarias, etc. Establecimientos que se dedican a la prestación de servicios a consumidores finales.*

*Fuente: CABILDO DE TENERIFE-BANCO DE DATOS Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DE SERVICIOS TÉCNICOS, EMPLEO, DESARROLLO ECONÓMICO Y COMERCIO, Censo comercial, Santa Cruz de Tenerife, 2012. Elaboración propia.*

El predominio del comercio y la alimentación y en general de las actividades dedicadas al comercio puede ser contrastado con el estudio realizado en el capítulo anterior, que nos revela que el sector comercial es uno de los principales motores de la economía de la isla de Tenerife y en concreto del municipio de Santa Cruz, todo esto siendo analizado a través de los contratos en dicho sector, el número de empresas, etc. (Véase gráfico 1 y cuadro 6).

Igualmente las actividades menos representativas de esta área son las relativas al deporte y ocio y a la industria con un 4,5% y un 8,3% respectivamente, además de las relacionadas con la educación, la medicina, agricultura y administración y servicios públicos. Esto se traduce en que nos encontramos ante una zona casi exclusivamente comercial.

Haciendo referencia a la representatividad de cada actividad dentro del sector investigado podemos examinar como la zona centro de la ciudad de Santa Cruz de Tenerife basa su actividad en establecimientos dedicados al comercio y a la alimentación, pues se puede observar en la tabla arriba mostrada, que más de la mitad de las empresas (52,9%) se dedican al comercio. En menor medida están los servicios y la hostelería y restauración que representan en torno al 11% del total. Asimismo las actividades que menos representación tienen son las dedicadas a la agricultura (0,1%) y al deporte y ocio (0,1%). Con unos porcentajes algo superiores están las actividades destinadas a la medicina y salud (3,2%) y al turismo (2%).

Según datos extraídos del cuadro anterior se puede advertir que el 75,3%<sup>16</sup> de los establecimientos ubicados en la zona centro se dedican al comercio minorista. Dato que coincide con la información del capítulo 1 donde se explica cómo dentro del comercio, el 83% (véase gráfico 1) de los establecimientos comerciales del municipio se dedican al comercio minorista. Con ello se puede concluir la importancia que tiene el comercio minorista tanto en el área seleccionada como en el resto de la ciudad.

Es relevante nombrar los locales disponibles que hay en el municipio de Santa Cruz de Tenerife ya que estos ascienden a 653, de los cuales el 44,3% se encuentran localizados en la superficie de estudio. Este es un porcentaje bastante elevado si tenemos en cuenta que corresponde a una de las zonas comerciales más importantes de la isla. Esta notable pérdida de establecimientos es la consecuencia del difícil período económico por el que se está atravesando en la actualidad.

Los principales sectores de ocupación de la ciudad son a su vez las actividades en donde más ha disminuido el consumo, un claro ejemplo está en que se gasta menos en los grupos de: Alimentos y bebidas no alcohólicas; Artículos de vestir y calzado; Hoteles, cafés y restaurantes y Otros bienes y servicios, como hemos podido ver anteriormente. (Véase cuadro 7) Por tanto las actividades que más predominan son también las

---

<sup>16</sup> Formado por las actividades de comercio y alimentación con un 52,9%, hostelería y restauración con el 11% y los servicios con un 11,4%.

actividades en dónde más se ha visto reducido el gasto. Esto puede estar influenciado como ya hemos comentado en el párrafo anterior por la crisis económica.

A continuación en la siguiente imagen se muestra la distribución espacial de las calles comerciales más representativas del objeto de estudio. Con esta ilustración lo que se pretende es visualizar el emplazamiento de los principales núcleos comerciales de la zona centro de Santa Cruz.

**Cuadro 9**  
**Principales calles comerciales**

| <b>CALLES</b>                                 | <b>Número de Establecimientos</b> | <b>% Zona/ Municipio</b> |
|---|-----------------------------------|--------------------------|
| <b>Calle el Castillo</b>                      | 159                               | 8,7                      |
| <b>Avda. San Sebastián</b>                    | 157                               | 8,6                      |
| <b>Avda. Manuel Hermoso Rojas</b>             | 94                                | 5,1                      |
| <b>Rambla Pulido</b>                          | 92                                | 5                        |
| <b>Avda. 3 de Mayo</b>                        | 78                                | 4,3                      |
| <b>Rambla Santa Cruz</b>                      | 76                                | 4,1                      |
| <b>Calle el Pilar</b>                         | 68                                | 3,7                      |
| <b>Calle Bethencourt Alfonso</b>              | 65                                | 3,5                      |
| <b>TOTAL ESTABLECIMIENTOS ZONA DE ESTUDIO</b> | 1.833                             | 100                      |

*Fuente: CABILDO DE TENERIFE-BANCO DE DATOS Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DE SERVICIOS TÉCNICOS, EMPLEO, DESARROLLO ECONÓMICO Y COMERCIO, Censo comercial, Santa Cruz de Tenerife, 2012.*

*Elaboración propia*

Según datos de los cuadros anteriores, y como ya ha sido mencionado, el área analizada representa el 40,8%, por lo que muchas de las calles comerciales más importantes se encuentran en esta zona.

De las 84 calles censadas para el área examinada hemos seleccionado 8 de ellas, las cuáles son las más relevantes comercialmente. Entre ellas se encuentran la Calle el Castillo con 159 establecimientos, la Avenida San Sebastián con 157, la Avenida Manuel Hermoso Rojas con 94, Rambla Pulido con 92 locales comerciales, la Avenida 3 de Mayo con 78, Rambla Santa Cruz con 76 establecimientos, la Calle el Pilar con 68 y finalmente la Calle Bethencourt Alfonso que cuenta con 65 empresas.

Históricamente la Calle Castillo tiene mucha importancia, pues se trata de una de las calles más antiguas de la ciudad pues ya se menciona desde principios del siglo XVII.

La Calle el Castillo es la más significativa del sector analizado. Esta es una calle peatonal y totalmente comercial ya que a lo largo de su recorrido se puede encontrar tiendas de todo tipo, locales para el ocio, y además de disfrutar de un gran ambiente, pues es una de las calles más concurridas de Santa Cruz.

Esta calle abarca desde la Plaza Weyler, atraviesa la plaza de la Candelaria y finaliza en la Plaza de España. La actividad predominante de esta calle es el comercio y la alimentación pues de sus 159 negocios, 123 se dedican a este sector. Cabe también destacar que es una de las zonas en las que hay mayor número de locales disponibles, no es la más afectada pero si se encuentra entre las calles con mayor número de locales desocupados, alcanzando un 6% de nivel de ociosidad.

Seguida de la calle de El Castillo se encuentra la Avenida San Sebastián, también muy importante por su estructura comercial y su historia. Esta abarca el 8,6% de la actividad comercial del área de análisis con un predominio de actividades de comercio y alimentación con un total de 114 empresas, lo que significa que en torno al 73% de los negocios se dedican al comercio. Esta es otra calle importante por el número de locales sin ocupar, alcanzando la cifra de 19 establecimientos, convirtiéndose en la segunda calle con mayor nivel de inactividad con 19 locales.

La avenida Manuel Hermoso Rojas y la Rambla Pulido cuentan prácticamente con el mismo número de empresas, pero estas se distinguen en que en la primera predomina el comercio y la alimentación, mientras que en la segunda se divide entre este sector de la alimentación y los locales desocupados, con 47 y 21 establecimientos respectivamente. Colocándose así la Rambla Pulido como la calle con más locales sin ocupar, lo que significa que esta es una de las calles más afectadas por la crisis económica.

En la misma situación se encuentran la Avenida 3 de Mayo y la Rambla Santa Cruz, que representan alrededor del 4% del total de establecimientos del sector analizado. La avenida 3 de Mayo al igual que el resto de calles se centra en la actividad comercial, sin embargo en la Rambla Santa Cruz las actividades predominantes son la actividad comercial y la hostelería y restauración. Esta junto a la Avenida Manuel Hermoso Rojas constituyen las zonas con mayor número de negocios dedicados a la restauración.

Finalmente se encuentran la calle de El Pilar y la de Bethencourt Alfonso que, como en las anteriores, su principal actividad se centra en el comercio y la alimentación con 40 y 36 empresas respectivamente.

En general las calles principales se centran en el comercio y la alimentación, correspondiendo esto a los resultados extraídos del análisis del capítulo anterior que nos expresa que en Santa Cruz de Tenerife en el año 2013 se crearon 1.087 contratos en el sector comercial (véase cuadro 6).

Tras realizar un estudio de las principales zonas comerciales de la ciudad Santa Cruz, comentaremos a continuación los principales planes de actuación que se han desarrollado para impulsar el consumo y mejorar la actividad comercial.

La instalación de las grandes superficies, revolucionó el mercado tradicional canario. Estas ofertaban una amplia gama de productos y albergaban casi la totalidad de los artículos que un consumidor puede demandar, con precios bajos y horarios comerciales más amplios que los comercios tradicionales. Estos no podían competir con los grandes

centros comerciales por lo que para dar solución a esta problemática, se ha potenciado la creación de Zonas Comerciales Abiertas.

La ciudad de Santa Cruz cuenta con diferentes zonas comerciales abiertas que presentan una oferta comercial muy amplia, donde se ofrece a los visitantes diferentes opciones en comercios y servicios, convirtiéndose esta ciudad en un interesante itinerario comercial<sup>17</sup>.

En relación a la distribución comercial, la ciudad se encuentra dividida en dos grandes zonas comerciales como son: zona Centro y zona Rambla. En Zona Centro se localiza el núcleo fundacional de la ciudad, donde Alonso Fernández de Lugo asentó el Real de la Santa Cruz en 1494 para iniciar la conquista de la isla. Terminada esta, comenzó a desarrollarse el núcleo a partir del cual siguió el desarrollo urbano de la ciudad. Estos dos sectores comerciales debido a las dificultades financieras y con el objetivo de promover el consumo, se han unido desarrollando diversas asociaciones.

Por un lado se encuentra la asociación Zona Centro que nace en el año 1994 por iniciativa de un grupo de comerciantes y empresarios de la ciudad con el objeto de impulsar las actividades económicas que se desarrollan en la Zona Comercial Abierta Zona Centro. Esta, en el 2007, se integra en FAUCA<sup>18</sup>, que agrupa las principales áreas urbanas de Canarias. FAUCA ofrece servicios como cursos de formación, subvenciones, acuerdos de cooperación en distintos ámbitos internacionales, regionales y locales, etc.

Conviene destacar la constitución en el año 2010 de una Agrupación de Interés Económico con el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. Esta agrupación recibe el nombre de AIE Casco Histórico de Santa Cruz y se encuentra participada al 50% por la Sociedad de Desarrollo de la capital y la Asociación Comercial Zona Centro. El propósito de esta agrupación es dotar de mejores capacidades para seguir fomentando la actividad económica de la zona, mejorar la competitividad y hacer de la capital un área de atractivo empresarial.

Estas distintas asociaciones y federaciones lo que pretenden es realizar de forma continua actividades de dinamización para atraer a los clientes, defender los intereses de la zona comercial abierta ante las diferentes Administraciones Públicas, impulsar medidas y planes que favorezcan el ahorro de costes a los comercios asociados, lograr acuerdos con los parking para facilitar el acceso a los consumidores, llevar a cabo campañas y proyectos para impulsar las ventas de los comercios, entre otras muchas medidas.

Estas medidas y ayudas creadas para regenerar la actividad comercial de la ciudad de Santa Cruz, debido a la actual crisis económica no han surtido el efecto deseado. Como pudimos ver en el capítulo anterior el número de establecimientos ha descendido de manera notable y con mayor énfasis en la ciudad de Santa Cruz.

---

<sup>17</sup> Las Zonas Comerciales Abiertas se definen como un conglomerado de comercios cercanos entre sí en un mismo espacio acotado definido y al aire libre en el centro de las ciudades, barrios y pueblos, donde sea posible aplicar medidas de gestión conjuntas.

<sup>18</sup> Federación de Áreas Urbanas de Canarias.

## CONCLUSIÓN

En este estudio hemos podido demostrar que el sector servicios es el principal motor de la economía canaria, ya que este representa en torno al 83% del VAB regional en el período 2007-2013. De los datos analizados se puede concluir que el sector servicios de la Comunidad Autónoma de Canarias experimentó a partir del 2007 una fuerte contracción tanto en lo que se refiera al volumen de ventas, número de empresas como empleo. El análisis del sector comercial y, en especial del comercio minorista, en Santa Cruz de Tenerife nos revela que la crisis se ha producido con mayor intensidad en la capital insular debido, básicamente, a la pérdida de poder adquisitivo y el desarrollo de nuevos centros comerciales, tanto en la ciudad como en otras zonas de la Isla, dejando en segundo lugar al comercio tradicional que, como hemos visto, se localiza en el casco histórico. Por otra parte, cabe destacar la tardía puesta en marcha de incentivos desde diferentes ámbitos para tratar minorar los efectos de la crisis.

## BIBLIOGRAFÍA

### Páginas Web, Bases de Datos, Informes y documentos públicos

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Real Decreto 962/2013, de 5 de diciembre, por el que se crea y regula el Consejo Estatal de la pequeña y la mediana empresa. [En línea] Disponible en: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-458](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-458)

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Recomendación de la Comisión, de 12 de marzo de 2014, sobre un nuevo enfoque frente a la insolvencia y el fracaso empresarial. [En línea] Disponible: [http://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=DOUE-L-2014-80463](http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=DOUE-L-2014-80463)

Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. [En línea] Disponible en: <http://www.santacruzdetenerife.es/inicio/?L=0>

Banco de datos y Centro de Documentación. Servicio Técnico Empleo, Desarrollo Económico y Comercio. Cabildo Insular de Tenerife. [En línea] Disponible en: <http://tenerifecomercio.com/>

Boletín Oficial de Canarias. BOC N° 158. Lunes 19 de Agosto de 2013 – 4400. Resolución de 8 de agosto de 2013, de la Presidenta, por la que se aprueban las bases reguladoras del programa extraordinario de incentivos a la contratación laboral para el ejercicio 2013, y se aprueba simultáneamente su convocatoria para dicho ejercicio. [En línea] Disponible en: <http://www.gobcan.es/boc/2013/158/002.html>

CONFEDERACIÓN CANARIA DE EMPRESARIOS, Memoria anual 2013  
Confederación Canaria de Empresarios (2013). Informe Anual de la Economía Canaria. [En línea] Disponible en: <http://www.ccelpa.org/>

Gobierno de Canarias. [en línea]. Disponible en: <http://www.gobcan.es/>  
Instituto Canario de Estadística (ISTAC). [Base de Datos] Comunidad Autónoma de Canarias (CAC). [En línea] Disponible en: [http://www.gobiernodecanarias.org/istac/temas\\_estadisticos/](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/temas_estadisticos/)

Instituto Nacional de Estadística (INE). [Base de Datos] Madrid. [En línea] Disponible en: <http://www.ine.es/>

Guillermo Núñez Pérez, (2014, marzo). Propuesta de bonificación a favor de los perceptores de rentas del trabajo ante la revisión del Régimen Económico y Fiscal de Canarias (REFC) para el período 2015- 2020 por la ACDC. [En línea]. Disponible en: <http://www.xn--guillermonuez-skb.com/estudios-e-informes/>

Plan Integral de apoyo a la competitividad del comercio minorista de España 2013. [En línea] Disponible en: <http://www.comercio.gob.es/es-es/comercio-interior/ayudas-al-comercio-interior/descripcion-general-de-los-planos/Paginas/Plan-Integral-de-Apoyo-a-la-Competitividad-del-Comercio-Minorista-de-Espa%C3%B1a-2013.aspx>

Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife. [En línea]. Disponible en: <http://www.sociedad-desarrollo.com/default.htm>

## **Legislación**

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.

Ley 12/2009, de 16 de diciembre, Reguladora de la Licencia Comercial cuya Disposición Final Tercera, autoriza al Gobierno de Canarias a elaborar un Plan de Calidad del Comercio.

Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

## **Manuales**

LLANOS MATEA, M. de los y J. S. MORA, *La evolución de la regulación del comercio minorista en España y sus implicaciones macroeconómicas*, 2009, Documentos de Trabajo, N.º 0908.

MONTERO MURADAS, I. Y P. GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ (dir.), *La actividad comercial en Canarias: dimensiones estructurales y empresariales*, Santa Cruz de Tenerife, FALTA AÑO y Editorial