

INFORME SOBRE LAS NECESIDADES FORMATIVAS EN EL SECTOR DEL COMERCIO EN EXTREMADURA



INDICE

I.- Introducción.....	3
II.- Caracterización del Sector del Comercio en Extremadura	
1.- Introducción.....	5
2.- Producción.....	8
3.- Estructura Empresarial.....	9
4.- Demografía de Empresas Activas.....	14
5.- Distribución de los Establecimientos del Comercio (unidades locales activas) en Extremadura 2023.....	16
6.- Estructura Empresarial del Comercio Según Tamaño de la Plantilla.....	18
7.- Supervivencia de Empresas del Sector Comercio.....	21
8.- Índice de Comercio al por Menor.....	24
9.- Gasto.....	25
10.- Utilización de TIC y Comercio electrónico.....	26
11.- Áreas Comerciales.....	28
12.- Indicadores de Emprendimiento.....	31
13.- Mercado de Trabajo.....	34
14.- Afiliación a la Seguridad Social.....	47
III.- Análisis de Encuestas.....	49
IV.- Consideraciones de Agentes Claves del Sector.....	74
V.- Bibliografía.....	84

I.- Introducción

En el cumplimiento del convenio de colaboración suscrito entre el Servicio Extremeño Público de Empleo y la Unión General de Trabajadores de Extremadura respecto del ejercicio 2024 se enmarca el siguiente informe.

Dicho convenio y su desempeño se abordan dentro de los preceptos definidos por la Ley 30/2015 que regula el sistema de formación profesional para el empleo en el ámbito laboral y, más específicamente, se incardina como desarrollo del papel que las organizaciones sindicales desempeñan en el diseño, programación, difusión y evaluación de la oferta formativa para personas ocupadas.

De esta forma y con el objetivo concreto de participar en el diseño y evaluación de la oferta formativa para trabajadores ocupados desde un enfoque sectorial se ha llevado a cabo un informe sobre las necesidades formativas de la población trabajadora en el sector del comercio y cómo éstas influyen en su empleabilidad.

Como se indica en la exposición de motivos de la mencionada Ley 30/2015 *“la formación que se imparta debe responder a un diagnóstico de la realidad, a un análisis de las necesidades actuales y futuras de empresas y trabajadores, para cumplir sus fines de forma eficaz”*.

La formación profesional para el empleo tiene un papel esencial en la adaptación de la economía extremeña a los cambios productivos que se vienen registrando y que afecta de manera significativa al sector comercial que engloba actividades potentes y muy representativas de la realidad económica y productiva de Extremadura. Baste indicar que el comercio supone el 12,5% del VAB regional y acoge a más de un 14% de la afiliación a la seguridad social.

El objetivo de este estudio ha sido realizar una caracterización y un diagnóstico de la situación de las personas ocupadas en las actividades comerciales y su relación con el ámbito de la formación ocupacional con el fin de contribuir a la mejora de la actual instrumentación de la oferta formativa, incidiendo en la adecuación de la misma a la realidad presente de dicho sector. La adecuación entre oferta y demanda de cualificación se considera necesaria para evitar disfunciones y desajustes y para que el sistema de formación en Extremadura sea eficaz y eficiente.

Se considera que la información suministrada puede coadyuvar a los agentes del sistema formativo extremeño a la mejora de la programación anual con el fin de implicar en mayor medida a las trabajadoras y trabajadores del comercio y, de esta manera, contribuir a una mayor profesionalización del sector.

En definitiva, se busca que los trabajadores reciban una formación profesional adaptada a las peculiaridades de este sector, que satisfaga sus demandas y, al mismo tiempo, que ofrezca respuesta a las necesidades empresariales particulares y específicas del comercio e incluso que se anticipe a las mismas en un marco imprescindible de planificación ante los cambios acelerados que se producen en ámbitos tan relevantes como la evolución tecnológica.

La experiencia constata que, si la formación se adecúa a las necesidades del mercado de trabajo, esto conlleva cimentar un pilar determinante para la empleabilidad de las personas ocupadas y, por ende, para incrementar la competitividad y la capacidad innovadora de las empresas comerciales extremeñas que son, en su mayoría, de pequeño tamaño.

Para ello se han analizado las principales magnitudes socioeconómicas que definen la dinámica actual del comercio y se ha recabado información de relevancia mediante encuestas y entrevistas sobre los perfiles de las personas ocupadas y sus inquietudes acerca de la oferta formativa, detectando componentes básicos como su visión sobre oportunidades y carencias de la programación formativa actual. Al mismo tiempo se ha recabado opinión de agentes informantes claves. En conjunto cabe destacar la participación y el claro protagonismo en estos informes de las partes presentes y protagonistas de este sector de actividad calve para la región.

Todo ello unido a una amplia tarea de sensibilización y difusión, incluida la presentación pública de los resultados de este informe a la sociedad extremeña, configuran un abanico de actuaciones que han perseguido el refuerzo, la actualización y el impulso del capital humano y su empleabilidad y la mejora de sus capacidades y competencias profesionales, no pudiendo separar este objetivo del de contribuir a un crecimiento sólido y sostenido de la economía de Extremadura.

II.- CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DEL COMERCIO EN EXTREMADURA

1.- INTRODUCCIÓN

La delimitación del ámbito estadístico sobre el que se aborda la presente aproximación al sector comercio en Extremadura comprende tres subsectores: La venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas, el comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas y, por último, el comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas.

De acuerdo con la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009) el sector del comercio está desglosado en tres epígrafes:

- CNAE-45: Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas
 - 451 Venta de vehículos de motor
 - 452 Mantenimiento y reparación de vehículos de motor
 - 453 Comercio de repuestos y accesorios de vehículos de motor
 - 454 Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios

- CNAE-46: Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas
 - 461 Intermediarios del comercio
 - 462 Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos
 - 463 Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco
 - 464 Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico
 - 465 Comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones
 - 466 Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros
 - 467 Otro comercio al por mayor especializado
 - 469 Comercio al por mayor no especializado

- CNAE-47: Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas
 - 471 Comercio al por menor en establecimientos no especializados
 - 472 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados
 - 473 Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados
 - 474 Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados
 - 475 Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados

- 476 Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados
- 477 Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados
- 478 Comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos
- 479 Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillo

La caracterización de las empresas enmarcadas en estos CNAE se sustenta en diversas fuentes estadísticas (INE, Seguridad Social, SEXPE, IEEX, etc.) por lo que los resultados que aportan las mismas no coinciden en su metodología, alcance y periodicidad, pero se han atendido todos ellos con el fin de enriquecer el análisis en ámbitos como:

- Producción (VAB)
- Estructura Empresarial
 - Cifra de negocio
 - Ocupación
- Demografía de empresas activas
- Distribución de los establecimientos comerciales en Extremadura 2023
- Estructura empresarial según tamaño de la plantilla
- Supervivencia de empresas de comercio
- Índice de comercio al por menor
- Gasto
- Utilización TIC-comercio electrónico
- Áreas comerciales
- Índices de emprendimiento
- Mercado de trabajo
 - Encuesta de Población Activa
 - Paro Registrado
 - Contratación
- Afiliación a la Seguridad Social

El conjunto de todas estas estadísticas refleja que la actividad del comercio en Extremadura presenta una dimensión socioeconómica y laboral importante en los últimos años consolidando su significativo peso en el tejido empresarial de la región. Cabe destacar el elevado protagonismo que mantiene el subsector del comercio al por menor respecto del conjunto del sector.

La entidad del sector comercio, pese a su caída en ocupación y afiliación en los últimos años, como vertebrador de la economía regional y su elevada presencia territorial supone un acicate para incentivar la formación como elemento de calidad de los servicios comerciales y el impulso de su especialización como factor de competitividad.

12,5% del VAB regional 2022 (IEEx)	12.907 MILLONES DE EUROS DE CIFRA DE NEGOCIO (EEE2022)	23.885 LOCALES (EEE2022)
158.162 MILES DE EUROS EN INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (EEE2022)	811,4 MILLONES DE EUROS EN SUELDOS Y SALARIOS (EEE2022)	58.261 OCUPADOS (EEE2022)
EL 51,7% DE LA CIFRA DE NEGOCIO Y EL DE LOS LOCALES SON COMERCIOS MINORISTAS	16.379 EMPRESAS ACTIVAS (DIRCE 2024)	UN 49,6% DE EMPRESAS ACTIVAS NO TIENEN ASALARIADOS OTRO 48% SON MICROEMPRESAS (DIRCE 2024)
20.391 UNIDADES LOCALES ACTIVAS (DIRCE 2024)	61.000 PERSONAS OCUPADAS SEGÚN EPA 2023 (5,21% TOTAL REGIONAL)	3.400 PERSONAS DESEMPLEADAS EPA 2023 (3,89% TOTAL REGIONAL)
7.275 PARADOS REGISTRADOS A FINES 2024 (10,38% DEL TOTAL REGIONAL)	EL PERFIL DE UNA PERSONA PARADA EN EL SECTOR COMERCIO ES EL DE UNA MUJER, EN EL COMERCIO MINORISTA Y DESEMPLEADA DE LARGA DURACIÓN	LOS PARADOS REGISTRADOS EN EL COMERCIO SE CONCENTRAN EN LAS CAPITALES DE PROVINCIAS
59.878 AFILIADOS A FINES DE 2024 (14,42% S/ TOTAL REGIONAL)	7.185 EMPRESAS DADAS DE ALTA EN LA SEGURIDAD SOCIAL CON 39.740 TRABAJADORES	24.640 CONTRATOS CELEBRADOS EN 2024 (6,3% DEL TOTAL REGIONAL)
EL 57,82% DE LOS CONTRATOS DEL SECTOR EN 2023 FUERON TEMPORALES	EL INDICE DE COMERCIO MINORISTA SUBIÓ UN 0,7% EN 2024	EL COMERCIO AL POR MENOR PRESENTA EL PEOR INDICE DE SUPERVIVENCIA TANTO EN EMPRESAS COMO EN AUTÓNOMOS
LAS MUJERES SUPONEN CASI EL 60% DE LAS PERSONAS OCUPADAS EN EL COMERCIO MINORISTA	EL COMERCIO AUMENTA SU PRESENCIA EN LAS AREAS COMERCIALES DE BADAJOZ Y DON BENITO-VILLANUEVA MIENTRAS BAJA EN LAS DE CÁCERES Y PLASENCIA EN 2022	EL COMERCIO ELECTRÓNICO CRECIÓ DESDE UN 60,8% EN 2020 A UN 66% EN 2023

2.- PRODUCCIÓN

Con los últimos datos disponibles, correspondientes al año 2023 de la Contabilidad Regional del INE las actividades comprendidas en los grupos GHI (Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas; transporte y almacenamiento; hostelería) aportaron al VAB regional por importe de 4.034 millones de euros, lo que supuso el 17,8% del VAB regional por debajo del 23,9% que representa a nivel nacional. La participación del sector ha sido creciente con las excepciones de los años 2020 y 2021, si bien en 2023 ya se han superado tanto los valores como la participación del año 2019.

Al desglosarlo, y según cálculos estimados por el IEEy que se incluyen en el Plan COMINEX de la Junta de Extremadura, el apartado G “Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas” representa alrededor del 12,5% del VAB regional en 2022.

Dado que, según los datos publicados (sep-23) en la Contabilidad Nacional de España (INE), el comercio supone el 14,0% del PIB total a precios básicos (VAB) de la economía española en 2022, el peso del comercio extremeño sobre el VAB sería menor en Extremadura que a nivel nacional.

3.- ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Respecto del sector comercio en Extremadura la Estadística Estructural de Empresas del sector comercio referida a 2022, recoge una elevada cifra de negocio de 12.907 millones de euros, de la cual el 51,7% corresponde al comercio al por mayor seguido por un 40,6% que supone el comercio al por menor. En el caso del personal ocupado predomina claramente el volumen de locales y el empleo generado por el sector del comercio al menor con porcentajes del 63,2% y del 58% respectivamente.

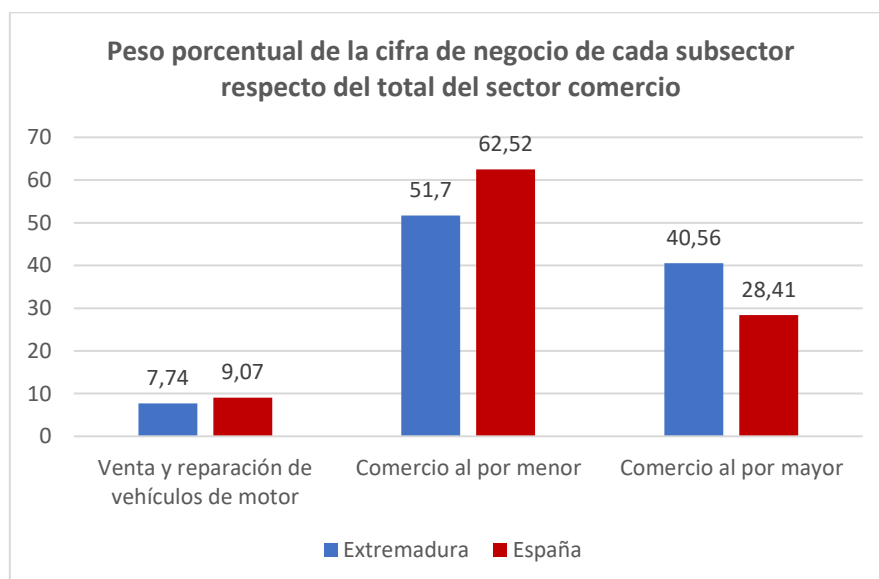
Respecto del total estatal, el comercio extremeño representa un 1,28% de la cifra de negocio, un 1,86% del personal ocupado y un 2,67% del número de locales del total nacional.

C.1.-Estructura Empresarial del Sector Comercio en Extremadura 2022

	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	Comercio al por menor	Total sector comercio
Cifra de negocios (miles de euros)	998.833	6.674.118	5.234.856	12.907.806
Inversión en activos materiales (miles de euros)	12.923	93.275	51.964	158.162
Número de locales	2.631	6.160	15.094	23.885
Personal ocupado	6.402	18.059	33.800	58.261
Sueldos y salarios (miles de euros)	100.921	308.225	402.244	811.389

Fuente: INE. Estadística Estructural de Empresas del sector comercio 2022

La comparativa del peso porcentual de la cifra de negocio entre Extremadura y el conjunto nacional arroja que, salvo el comercio al por mayor, el peso de la venta de vehículos y del comercio al por menor es inferior a nivel extremeño.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE. Estadística Estructural de Empresas del sector comercio 2022

La evolución del sector comercio en cuanto a la cifra de negocios en los últimos años y con los últimos datos disponibles es positiva, salvando el paréntesis de retroceso que supuso el ejercicio 2020 por los efectos derivados de la pandemia del COVID-19.

En el caso de la Inversión en activos materiales la tendencia global es más irregular destacando la senda descendente tanto de la venta de vehículos como del comercio al por menor.

C.2.- Evolución Estructura Empresarial del Sector del Comercio en Extremadura 2018/2022

	2018	2019	2020	2021	2022
Cifra de negocios (miles de euros)	10.758.493	10.908.438	10.593.792	11.819.935	12.907.806
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	1.060.054	1.115.545	955.670	1.066.540	998.833
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	5.190.086	5.302.736	5.251.865	5.940.404	6.674.118
Comercio al por menor	4.508.353	4.490.157	4.386.257	4.812.992	5.234.856
Inversión en activos materiales (miles de euros)	190.761	150.132	169.448	186.864	158.162
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	30.223	11.048	7.434	9.676	12.923
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	89.589	73.690	108.225	89.905	93.275
Comercio al por menor	70.949	65.394	53.788	87.283	51.964
Número de locales	22.477	22.392	21.640	22.767	23.885
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	2.596	2.617	2.461	2.806	2.631
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	5.728	5.672	5.473	5.744	6.160
Comercio al por menor	14.153	14.104	13.706	14.217	15.094
Personal Ocupado	59.555	59.958	57.669	58.206	58.261
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	7.341	7.474	6.905	6.844	6.402

Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	18.487	18.432	17.971	18.412	18.059
Comercio al por menor	33.727	34.052	32.793	32.950	33.800
Sueldos y salarios	708.093	748.415	695.896	753.960	811.389
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	102.961	98.678	83.697	99.512	100.921
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	259.356	282.112	271.865	293.244	308.225
Comercio al por menor	345.775	367.625	340.333	361.204	402.244

Fuente: INE. Estadística Estructural de Empresas del sector comercio

3.1.- Cifra de negocio

La Estadística Estructural de Empresas del Sector Comercio ofrece datos regionalizados de evolución de la cifra de negocio de las empresas de dicho sector definida como el total de los importes facturados netos por la empresa por las ventas de bienes y servicios suministrados a terceros, considerando tanto los realizados directamente por la propia unidad de observación como los procedentes de eventuales subcontrataciones. Se incluyen los impuestos y tasas que gravan los bienes o servicios facturados por la unidad, pero se excluye el IVA repercutido al cliente.

C.3.- Evolución de la cifra de negocio del Sector del Comercio

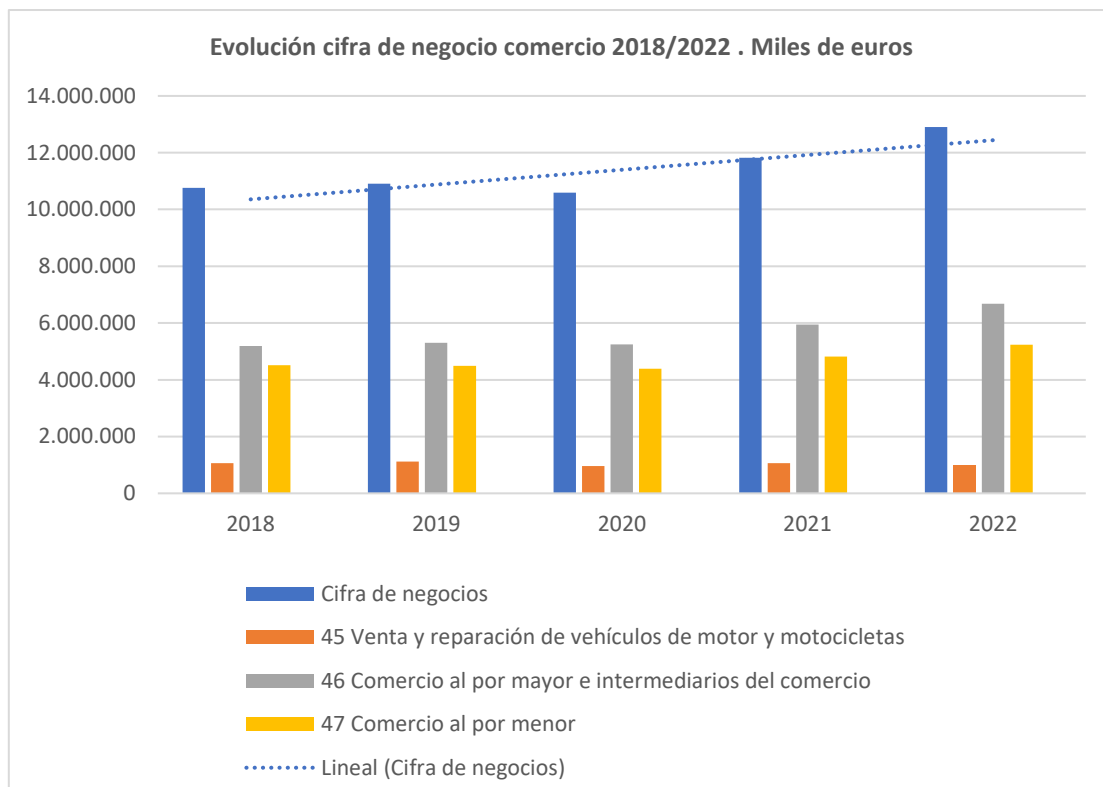
Miles de euros

	Extremadura	España	% Extremadura s/España
2018	10.758.493	812.075.483	1,32
2019	10.908.438	836.129.854	1,30
2020	10.593.792	764.711.691	1,39
2021	11.819.935	873.925.815	1,35
2022	12.907.806	1.009.756.975	1,28

Fuente. INE. Estadística Estructural de Empresas del sector comercio.

Dentro de una tendencia alcista en el conjunto del periodo destaca el retroceso en 2020 y la potente recuperación en 2021 y 2022. En todo caso el peso de la cifra de negocio extremeña sobre la nacional es poco significativo, del 1,28% y con tendencia descendente.

En cuanto a la segmentación por subsectores destaca la evolución dispar del de la venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas que sigue un perfil de sucesivas subidas y descensos. En el caso tanto del comercio al por mayor como del comercio al por menor, la tendencia es creciente y positiva hasta alcanzar en 2022 cifras en máximos.



Fuente. INE. Estadística Estructural de Empresas del sector comercio.

3.2- Ocupación

La Encuesta Estructural de Empresas del sector comercio, que elabora el INE, ofrece datos generales de ocupación. Esta cifra se corresponde con el número total de personas que trabajan en la unidad de observación (incluidos los propietarios que trabajan, los socios que trabajan con regularidad en la unidad y los familiares no retribuidos que trabajan con regularidad en la unidad) y el de personas que, aunque trabajan fuera de la unidad, pertenecen a ella y son retribuidas por ella (por ejemplo, los representantes de comercio, el personal de mensajería y los equipos de reparación y mantenimiento que trabajan por cuenta de la unidad de observación). Incluye tanto al personal remunerado como al no remunerado.

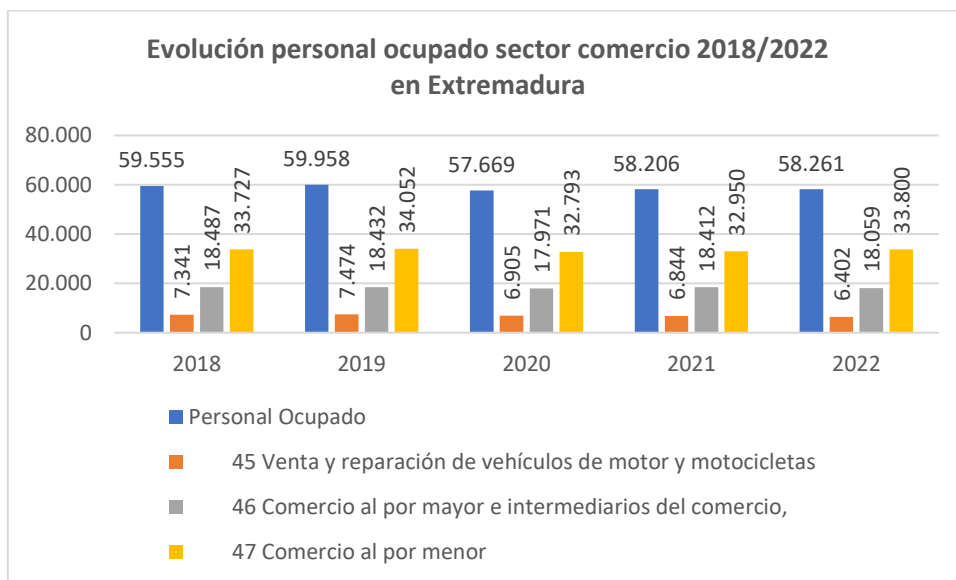
Con base en esta Encuesta el personal ocupado en el comercio en Extremadura se elevaba en 2022 a 58.261 personas, el 1,84% del total nacional. El sector no había recuperado en dicho año el empleo perdido en 2020, poniéndose de manifiesto una tendencia al crecimiento, pero de corta magnitud.

C.4.- Personal ocupado y gastos de personal sector comercio

	Personal ocupado		Gastos de personal (miles de euros)	
	Extremadura	España	Extremadura	España
2018	59.555	3.153.498	708.093	71.931.055
2019	59.958	3.221.353	748.415	76.716.928
2020	57.669	3.116.479	695.896	72.120.547
2021	58.206	3.080.641	753.960	77.791.944
2022	58.261	3.138.742	811.389	83.291.448

Fuente: INE. Encuesta Estructural de Empresas del sector comercio

En cuanto a la segmentación por subsectores destaca la evolución negativa a partir de 2020 del personal ocupado en la venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas. En el caso del comercio al por mayor se aprecia una tendencia a la estabilización con variaciones interanuales reducidas. Algo similar ocurre con el personal ocupado en el comercio al por menor, donde la cifra de 2022 es casi similar a la que tenía en 2018.



Fuente. Elaboración propia con base en datos INE. Estadística Estructural de Empresas del sector comercio

Asimismo, dicha Encuesta ofrece los datos del gasto de personal de las empresas del sector compuestos por los sueldos y salarios y los costes patronales de la seguridad social. En Extremadura en 2022 ascendieron a 811,4 millones de euros, el 0,97% del total nacional.

El coste medio por ocupado en Extremadura en 2022 es de 13.926,8 euros, el 52,48% de la media nacional que se eleva a 26.537,5 euros.

4.- DEMOGRAFIA DE EMPRESAS ACTIVAS

Se toma como base el Directorio Central de Empresas. El DIRCE se elabora anualmente por el Instituto Nacional de Estadística (INE) con fecha 1 de enero de cada año y en el mismo se dispone del número y la evolución de los establecimientos dedicados al comercio en Extremadura.

C.5- Evolución y distribución de las empresas activas de comercio en Extremadura

	2023	2024	Diferencia
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	2.142	2.149	7
451 Venta de vehículos de motor	365	379	14
452 Mantenimiento y reparación de vehículos de motor	1.416	417	1
453 Comercio de repuestos y accesorios de vehículos de motor	263	263	0
454 Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios	98	90	-8
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	4.094	4.056	-38
461 Intermediarios del comercio	891	869	-22
462 Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos	461	477	16
463 Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco	1.145	1.139	-6
464 Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico	391	390	-1
465 Comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones	48	50	2
466 Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros	282	266	-16
467 Otro comercio al por mayor especializado	767	756	-11
469 Comercio al por mayor no especializado	109	109	0
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	10.866	10.609	-257
471 Comercio al por menor en establecimientos no especializados	1.549	1.465	-84
472 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	2.111	2.044	-67
473 Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados	255	257	2
474 Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados	224	218	-6
475 Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	1.674	1.673	-1
476 Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	538	513	-25
477 Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	3.045	2.984	-61
478 Comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos	1.175	1.135	-40
479 Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	295	320	25
TOTAL	17.102	16.814	-288

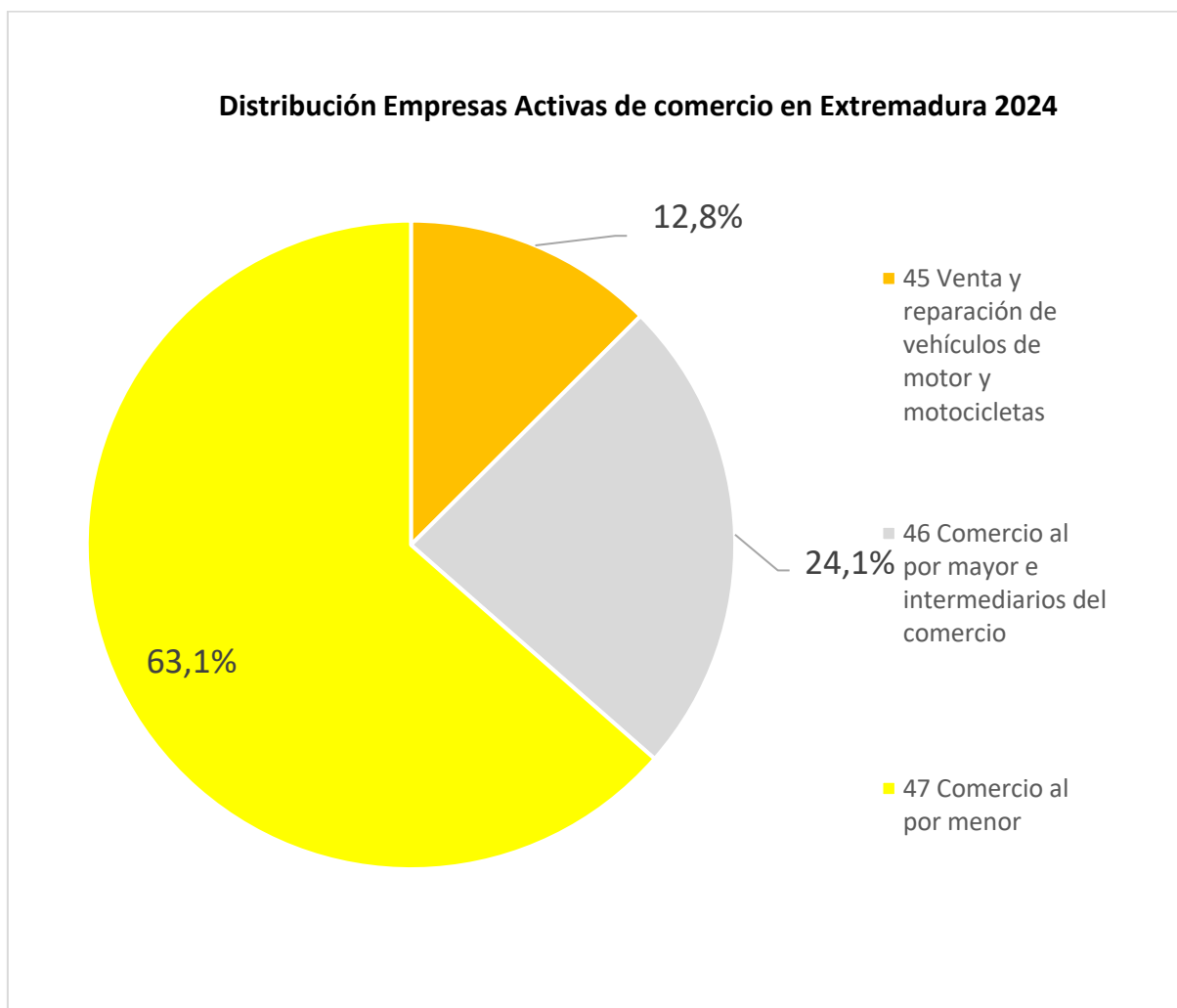
Fuente: INE-DIRCE (datos a 1 de enero de cada año)

Se observa que, según el DIRCE, en Extremadura a 1 de enero de 2024 existían 16.814 empresas activas, lo que representa un 26,4% del total regional y un 2,65% del total nacional del sector comercio. Este peso del 26,4% es sensiblemente superior al 19,51% que supone a nivel nacional.

Se observa en el último año un descenso de 288 empresas (- 1,68%) fundamentalmente en el comercio minorista (-2,37%).

Dentro del conjunto del comercio extremeño las empresas del subsector del comercio al por menor son las que tienen una mayor representación con el 63,1% del total, contabilizándose 10.609 en el inicio de 2024.

Por detrás en volumen se sitúa el comercio al por mayor que suma un total de 4.056 empresas activas que suponen el 2,41% del total nacional. El peso de estas empresas en el conjunto del comercio regional es de un 24,12%.



Fuente: INE.DIRCE

5.- DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEL COMERCIO (UNIDADES LOCALES ACTIVAS) EN EXTREMADURA 2023

El DIRCE ofrece información sobre la distribución de los establecimientos (locales) dedicados al comercio en Extremadura permitiendo comprobar una evolución histórica más amplia que la serie anterior de empresas activas.

El total de locales dedicado al comercio en Extremadura a 1 de enero de 2024 es de 20.391, un 2,55% del total nacional. El peso de los locales comerciales respecto del total es del 27,28% en Extremadura frente al 21,45% a nivel nacional.

En el último año se aprecia un descenso del 1,64%, centrado en una caída de 323 locales del comercio al por menor (-2.45%)

La estadística confirma la mayor presencia de los locales dedicados al comercio al por menor en Extremadura (12.837), el 62,95% del total. Dentro de esta categoría destaca el comercio de otros productos especializados (3.687) junto con el comercio de productos alimenticios (2.271).

El comercio al por mayor absorbe el 24,45% de los locales, siendo de especial relevancia los dedicados al comercio al por mayor de productos alimenticios (1.407) un 28,2% del total de este subsector.

El subsector de Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas dispone de un 12,6% del total de locales dedicados al comercio. Dentro del mismo las actividades dedicadas al mantenimiento y reparación de vehículos de motor son mayoritarias (1.601, un 62,34% del total).

C.6- Evolución y distribución de los establecimientos de comercio (unidades locales activas) en Extremadura

	2023	2024	Diferencia
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	2.561	2.568	7
451 Venta de vehículos de motor	539	558	19
452 Mantenimiento y reparación de vehículos de motor	1.607	1.601	-6
453 Comercio de repuestos y accesorios de vehículos de motor	312	313	1
454 Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios	103	96	-7
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	5.009	4.986	-23
461 Intermediarios del comercio	959	936	-23
462 Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos	577	587	10
463 Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco	1.397	1.407	10
464 Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico	508	510	2
465 Comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones	48	50	2
466 Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros	381	361	-20
467 Otro comercio al por mayor especializado	1.008	1.000	-8
469 Comercio al por mayor no especializado	131	135	4
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	13.160	12.837	-323
471 Comercio al por menor en establecimientos no especializados	2.045	1.954	-91

472 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	2.346	2.271	-75
473 Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados	405	402	-3
474 Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados	239	230	-9
475 Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	2.148	2.117	-31
476 Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	646	620	-26
477 Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	3.749	3.687	-62
478 Comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos	1.205	1.152	-57
479 Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	377	404	27
TOTAL	20.730	20.391	-339

La distribución territorial de estos locales activos dedicados al comercio establece una mayor representación de los mismos en la provincia pacense (un 65,1% del total regional) frente al 34,9% cacereño. En ambas provincias la presencia de locales dedicados al comercio al por menor es mayoritaria, aunque descendente. El peso en la provincia cacereña (66%) es mayor que en la pacense (61,32%).

C.7.- Evolución de los establecimientos de comercio por provincias.

Unidades locales activas

	2023	2024	Diferencia
BADAJOS			
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	1.696	1.687	-9
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	3.474	3.446	-28
47 Comercio al por menor	8.270	8.136	-134
Total	13.440	13.269	-171
CÁCERES			
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	865	881	16
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	1.535	1.540	5
47 Comercio al por menor	4.890	4.701	-189
Total	7.290	7.122	-168

Fuente: INE-DIRCE (datos a 1 de enero de cada año)

6.- ESTRUCTURA EMPRESARIAL DEL COMERCIO SEGÚN TAMAÑO DE LA PLANTILLA

En la estructura de las empresas activas según el número de trabajadores a inicios de 2024 se observa el predominio en el conjunto del sector comercio de las unidades de menor tamaño sin asalariados (un 44,38%) seguido por las empresas con 1 o dos asalariados (37,58%). El 97,4% del sector son microempresas.

C.8.- Distribución de las empresas de comercio en función del tamaño de la plantilla

	Sin asalariados	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	De 100 a 199	De 200 a 249	De 250 a 999	De 1000 a 4999	TOTAL
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	787	948	253	84	55	14	4	4	0	0	0	2.149
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	1.547	1.437	493	326	150	80	16	5	1	1	0	4.056
47 Comercio al por menor	5.127	3.933	1.202	242	64	29	5	2	21	2	0	10.609
TOTAL	7.461	6.318	1.948	652	123	25	11	3	2	2	0	16.814

Fuente: INE-DIRCE (datos a 1 de enero de 2024)

En el caso específico del subsector de venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas se observa asimismo la presencia mayoritaria de trabajadores autónomos empresas sin asalariados (36,62% del total) o con plantillas mínimas (44,11%) influido, sin duda, por la mayor presencia numérica de talleres mecánicos de mantenimiento y reparación.

C.9.- Distribución de las empresas de venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas en función del tamaño de la plantilla

	Sin asalariados	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	De 100 a 199	TOTAL
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	787	948	253	84	55	14	4	4	2.149
0405010 Venta de vehículos de motor	183	136	29	6	6	11	4	2	379
452 Mantenimiento y reparación de vehículos de motor	472	666	186	59	33	1	0	0	1.417
453 Comercio de repuestos y accesorios de vehículos de motor	95	106	32	15	11	2	0	2	263
454 Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios	37	40	6	4	3	0	0	0	90

Fuente: INE-DIRCE (datos a 1 de enero de 2024)

En el caso del comercio al por mayor cabe destacar que, aunque la presencia de trabajadores autónomos sigue siendo mayoritaria (38,14%) influido por la presencia de los intermediarios de comercio, el tamaño medio de plantilla es mayor que en otros subsectores, destacando la presencia de un 8% de empresas con entre 6 y 9 trabajadores, a los que se une la existencia de alguna empresa con entre 250 y 999 trabajadores localizada en el comercio de productos alimenticios.

C.10.- Distribución de las empresas de comercial al por mayor en función del tamaño de la plantilla

	Sin asalariados	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	De 100 a 199	De 200 a 249	De 250 a 999	TOTAL
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	1.547	1.437	493	326	150	80	18	5	1	1	4.056
461 Intermediarios del comercio	621	202	35	8	0	3	0	0	0	0	869
462 Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos	109	234	73	36	15	8	1	1	0	0	477
463 Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco	349	416	138	123	60	39	11	1	1	1	1.139
464 Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico	132	156	49	34	11	7	1	0	0	0	390
465 Comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones	6	19	11	8	1	3	0	2	0	0	50
466 Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros	88	87	42	22	17	7	3	0	0	0	266
467 Otro comercio al por mayor especializado	198	277	136	87	44	13	0	1	0	0	756
469 Comercio al por mayor no especializado	44	46	9	8	2	0	0	0	0	0	109

Fuente: INE-DIRCE (datos a 1 de enero de 2024)

Específicamente en lo que se refiere al comercio al por menor, son mayoría (48,33%) las empresas sin asalariados. Le siguen en relevancia las empresas con 1 ó 2 asalariados que representan un 37,1% del total de este subsector. Aunque en el subsector del comercio al por menor la presencia de microempresas de menos de 10 trabajadores es abrumadora (99,01% del total) es el único en el que existen dos empresas cuya plantilla supera los 1.000 asalariados.

C.11.- Distribución de las empresas de comercio al por menor en función del tamaño de la plantilla

	Sin asalariados	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 a 49	De 50 a 99	De 100 a 199	De 200 a 249	De 250 a 999	De 1000 a 4999	TOTAL
47 Comercio al por menor	5.127	3.933	1.202	242	64	29	5	2	2	1	2	10.609
471 Comercio al por menor en establecimientos no especializados	715	519	167	41	15	4	1	2	0	0	1	1.465
472 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	996	825	187	26	6	2	2	0	0	0	0	2.044
473 Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados	12	89	113	36	1	6	0	0	0	0	0	257
474 Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados	120	71	17	6	2	1	0	0	0	0	1	218
475 Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados	715	707	194	41	12	3	1	0	0	0	0	1.673
476 Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados	284	183	32	7	6	0	0	0	1	0	0	513
477 Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados	1.169	1.253	456	81	16	7	0	0	1	1	0	2.984
478 Comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos	894	212	22	0	2	4	1	0	0	0	0	1.135
479 Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos	222	74	14	4	4	2	0	0	0	0	0	320

Fuente: INE-DIRCE (datos a 1 de enero de 2024)

7.- SUPERVIVENCIA DE EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO

El INE publica la Estadística Experimental de Empresas mostrando el índice de supervivencia como el porcentaje total de efectivos que persisten al final de cada trimestre con relación al número inicial de la cohorte, a 1 de enero de 2022, que es el último dato disponible.

La información de base utilizada para la obtención de estos indicadores por parte del INE es el Registro de Cuentas de Cotización y el Registro de Trabajadores Autónomos (RETA) enviado por la Seguridad Social al INE.

C.12.- Índice de supervivencia en Extremadura

	División CNAE	45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio	47 Comercio al por menor
UNIDADES LEGALES EMPLEADORAS	Cohorte 1 enero 2022	1.122	1.597	4.198
	% I Trimestre (01.04.22)	97,23	95,04	96,07
	% II Trimestre (01.07.22)	93,98	91,28	92,18
	% III Trimestre (01.10.22)	91,43	90,18	89,09
	% IV Trimestre (01.01.23)	86,90	86,91	84,47
AUTÓNOMOS	Cohorte 1 enero 2022	2.870	3.829	14.270
	% I Trimestre (01.04.22)	97,11	97,18	96,41
	% II Trimestre (01.07.22)	95,54	94,70	93,20
	% III Trimestre (01.10.22)	93,87	92,92	90,44
	% IV Trimestre (01.01.23)	91,95	89,66	87,35

Fuente: INE-Estadística Experimental de Empresas. Movimientos de unidades legales empleadoras y trabajadores autónomos afiliados a la seguridad social en cada trimestre

El porcentaje de supervivencia de las empresas empleadoras pasó del 97,23% del primer trimestre de 2022 al 86,90% en el cuarto trimestre en el subsector de venta y reparación de vehículos, del 95,04 % al 86,91% en el caso del comercio al por mayor y del 96,07% al 84,47% en el comercio al por menor. Se detecta que el índice de supervivencia es mayor en el caso de la venta y reparación de vehículos de motor frente a los otros dos sectores, siendo el peor en el comercio al por menor.

Respecto de los autónomos, que son mayoría en el sector, sus porcentajes de supervivencia son superiores a los de las empresas empleadoras. Los autónomos tuvieron porcentajes de supervivencia que oscilaron entre un 97,11% y un 91,95% a lo largo de 2022 para el subsector de venta y mantenimiento de vehículos de motor, entre un 97,18% y un 89,66% en el caso del comercio al por mayor y entre un 96,41% y un 87,35% en el caso del comercio al por menor, siendo nuevamente este subsector el que menor porcentaje de supervivencia presenta a final de año.

C.13.- Flujos demográficos empresas de comercio provincia de Badajoz

BADAJOZ								
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	UNIDADES LEGALES EMPLEADORAS				AUTÓNOMOS			
	2022T1	2022T2	2022T3	2022T4	2022T1	2022T2	2022T3	2022T4
Altas + reactivaciones	41	26	26	25	32	35	30	29
Permanencias	692	712	706	705	685	685	695	705
Bajas	24	21	32	27	45	32	25	20
Tasa neta de crecimiento	2,25	0,66	-0,79	-0,26	-1,71	0,40	0,67	1,19
Comercio al por mayor								
Altas + reactivaciones	64	41	49	67	53	57	48	52
Permanencias	1.018	1.031	1.028	1.022	1.032	1.025	1.047	1.046
Bajas	61	51	44	55	57	60	35	49
Tasa neta de crecimiento	0,26	-0,89	0,45	1,05	-0,35	-0,26	1,15	0,26
Comercio al por menor								
Altas + reactivaciones	99	139	121	193	110	148	204	118
Permanencias	2.456	2.435	2.435	2.460	2.474	2.472	2.468	2.576
Bajas	172	120	139	96	179	112	152	96
Tasa neta de crecimiento	-2,68	0,71	-0,67	3,53	-2,50	1,32	1,84	0,79

Fuente: INE-Estadística Experimental de Empresas. Movimientos de unidades legales empleadoras y trabajadores autónomos afiliados a la seguridad social en cada trimestre

Por provincias, en la de Badajoz la tasa neta de crecimiento de las empresas empleadoras en las actividades de venta y reparación de vehículos de motor fue positiva en el primer semestre del año 2022 y negativa en el segundo semestre. Por su lado, los autónomos tuvieron una evolución positiva en todos los trimestres excepto en el primero.

Por su parte en el caso del subsector de comercio al por mayor la evolución muestra que las tasas netas de crecimiento se producen en todos los trimestres salvo en el segundo mientras que, por parte de los autónomos se registran tasas negativas en el primer semestre frente a tasas positivas en el segundo.

Respecto del comercio al por menor, la evolución es más dispar dado que los mejores trimestres son el segundo y el cuarto frente a caídas en el primero y tercero. En el caso de los autónomos la tasa de crecimiento es positiva en todos los trimestres salvo en el primero de 2022.

C.14.- Flujos demográficos empresas de comercio provincia de Cáceres

CÁCERES								
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	UNIDADES LEGALES EMPLEADORAS				AUTÓNOMOS			
	2022T1	2022T2	2022T3	2022T4	2022T1	2022T2	2022T3	2022T4
Altas + reactivaciones	17	14	21	10	22	12	18	9
Permanencias	361	369	371	382	369	381	376	383
Bajas	14	9	12	10	23	10	17	11
Tasa neta de crecimiento	0,77	1,28	2,23	0,00	-0,24	0,50	0,24	-0,50
Comercio al por mayor								
Altas + reactivaciones	14	38	34	31	20	38	27	24
Permanencias	480	471	472	477	483	486	472	469
Bajas	21	23	37	29	25	17	52	30
Tasa neta de crecimiento	-1,36	2,82	-0,55	0,37	-0,95	3,88	-4,54	-1,15
Comercio al por menor								
Altas + reactivaciones	57	83	74	83	76	72	78	63
Permanencias	1.446	1.433	1.443	1.462	1.456	1.441	1.453	1.462
Bajas	92	70	73	55	89	91	60	69
Tasa neta de crecimiento	-2,19	0,82	0,06	1,75	-0,80	-1,18	1,13	-0,38

Fuente: INE-Estadística Experimental de Empresas. Movimientos de unidades legales empleadoras y trabajadores autónomos afiliados a la seguridad social en cada trimestre

La tasa neta de crecimiento de las empresas empleadoras en Cáceres en el subsector de venta y mantenimiento de vehículos de motor fue positiva en todos los trimestres. Por el contrario, los autónomos tuvieron una evolución negativa en los trimestres primero y último del año, siendo positivos en el resto.

Por su parte, en el caso del subsector de comercio al por mayor la evolución es de caída en los trimestres primero y tercero y de aumento en los dos restantes. Con respecto a los autónomos el comportamiento es similar.

En el comercio al por menor, la tasa neta de crecimiento es positiva en el caso de las empresas empleadoras en todos los trimestres salvo en el primero. Respecto de los autónomos la tasa es negativa en todos los trimestres menos en el tercero.

8.- INDICE DE COMERCIO AL POR MENOR

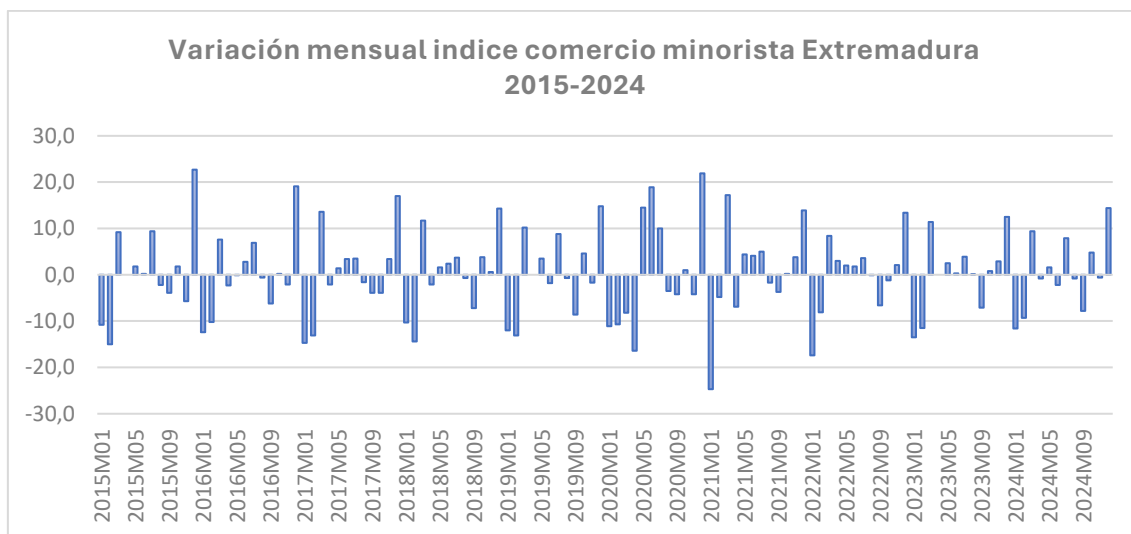
Dada su entidad dentro del sector comercial en Extremadura se acude a la información suministrada por el Índice de Comercio al por menor que elabora trimestralmente el INE y que define las características fundamentales de las empresas dedicadas al ejercicio del comercio minorista en España, que permiten medir, a corto plazo, la evolución de la actividad del sector. En 2024 en Extremadura este índice registra un ligero aumento de media en el año del 0,7%, mientras que en el conjunto de España aumentó un 2,1%.

C.15.- Evolución del Índice de Comercio al por menor en Extremadura

	2018M12	2019M12	2020M12	2021M12	2022M12	2023M12	2024M12
INDICE	119,6	119,4	118,9	118,8	115,5	114,0	115,9
Variación anual en %	-0,3%	-0,2%	-0,4%	-0,1%	-2,7%	-1,4%	1,7
Variación de la media en lo que va de año en %	0,7%	0,1%	-6,4%	2,0%	2,4%	-1,5%	0,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

La evolución cíclica del comercio al por menor en Extremadura refleja un alza periódica en determinados meses con mayor actividad comercial y consumista como diciembre o julio, coincidente con compras navideñas y rebajas, frente a caídas también recurrentes en los meses de enero y febrero.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

9.- GASTO

Como información añadida y por su evidente repercusión en el sector del comercio en Extremadura se aportan datos de la evolución y componentes del gasto de consumo de los hogares extremeños. El Gasto Total en bienes y servicios a precios corrientes pasó de 10.732 millones de € en 2022 a 11.554 millones de € en 2023, lo que representó un aumento del 7,7% en la región, frente al 8,9% a nivel nacional.

C.16.- Distribución del Gasto Total y Gasto Medio por hogar en bienes y servicios relacionados con la actividad comercial en Extremadura 2023

	Gasto total	Distribución porcentual	Gasto medio por hogar
Índice general	11.630.113,42	100,00	26.253,76
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	1.976.611,22	17,00	4.461,99
02 Bebidas alcohólicas y tabaco	185.839,09	1,60	419,51
03 Vestido y calzado	551.434,06	4,74	1.244,80
04 Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	3.351.918,75	28,82	7.566,60
05 Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar	483.878,70	4,16	1.092,31
06 Sanidad	557.062,41	4,79	1.257,51
07 Transporte	1.493.768,88	12,84	3.372,03
08 Comunicaciones	352.165,86	3,03	794,98
09 Ocio y cultura	550.562,92	4,73	1.242,84
10 Enseñanza	91.324,93	0,79	206,16
11 Restaurantes y hoteles	1.133.368,35	9,75	2.558,46
12 Otros bienes y servicios	902.178,28	7,76	2.036,57

Fuente: INE. Encuesta de Presupuestos Familiares

En 2023 el Gasto Medio de los hogares en Extremadura alcanzó los 26.253,76€, frente a los 32.616,66€ de la media nacional. Del gasto general de los hogares extremeños, la mayor parte se destinó a Vivienda (28,82%), seguido de Alimentación y bebidas no alcohólicas (17%) y Transporte (12,84%).

Teniendo en cuenta exclusivamente los gastos relacionados con la actividad comercial de los hogares en 2023, el mayor importe es el que corresponde a Alimentación que alcanza los 4.461,99€, seguido por Otros bienes y servicios (2.036,57€). Por orden de importancia le siguen vestido y calzado (1.244.80€), ocio y cultura (1.242,84€) y muebles y artículos del hogar (1.092,31€).

10. UTILIZACIÓN DE TIC Y COMERCIO ELECTRÓNICO

La utilización de las TIC y las nuevas tecnologías resulta un aspecto determinante actualmente en la caracterización del comercio extremeño y en su evolución futura. Se trata de un factor cada día más presente en las formas y en los hábitos de consumo. Con base en la “Encuesta sobre el uso de TIC y el comercio electrónico” que publica el INE, y considerando que dicha Encuesta diferencia entre empresas con menos de 10 y con más de 10 empleados, siendo sólo en este último caso cuando se diferencia por sectores, y dado que el del comercio se compone muy mayoritariamente de microempresas se asimilan los datos facilitados por esta Encuesta a los que podrían resultar de un análisis asimilable del comercio en Extremadura.

C.17 Las TIC en las empresas extremeñas con menos de 10 empleados (primer trimestre de 2024)

Principales variables de uso TIC	%
% de empresas que disponen de ordenadores	84,63
% de empresas que emplean especialistas en TIC	0,24
% de empresas que disponen de conexión a Internet	82,30
% de empresas con acceso a Internet por conexión fija	84,33
% de empresas con acceso a Internet por banda ancha móvil 3G o superior (1)	85,67
% de empresas que disponen de conexión a Internet y sitio/página web (1)	26,64
% de empresas que utilizan Medios Sociales (1)	38,66
% de empresas que compran algún servicio de cloud computing (1)	7,25

Fuente: INE. Encuesta sobre el uso de TIC y el comercio electrónico.

A través de la Encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares del INE se puede conocer el comportamiento de los usuarios de internet y sus hábitos de consumo. Los últimos datos referidos a 2023 reflejan que un 66% de las 788.228 personas de entre 16 y 74 años de la región habían realizado compras on line en los últimos doce meses, por debajo del 68,9% de España.

La evolución de los últimos tres años refleja el crecimiento de este formato de compra en Extremadura que pasa del 60,8% en 2020 al ya referido 66% en 2023.

Los hábitos de compra a través de internet en los primeros tres meses de 2024 indican que los principales productos adquiridos son “Ropa, zapatos o accesorios”, seguidos por “Cosméticos, productos de belleza o bienestar”, “Entregas de restaurantes, comida rápida”, y “ artículos deportivos”.

C.18.- Porcentaje de compras realizadas, por motivos particulares, de los diez primeros productos en formato físico a través de Internet (primer trimestre 2024).

Total	Extremadura
Ropa, zapatos o accesorios (bolsos, joyas)	78,6
Cosméticos, productos de belleza o bienestar	42,2
Entregas de restaurantes, de comida rápida, servicios de catering	42,0
Artículos deportivos(excluido ropa deportiva)	40,6
Muebles, accesorios para el hogar	40,5
Ordenadores, tablets, teléfonos móviles o accesorios	31,6
Equipamiento electrónico o electrodomésticos	31,1
Libros impresos, revistas o periódicos en formato físico	31,0
Juguetes para niños o artículos para su cuidado	29,7
Productos de limpieza o de higiene personal	27,6

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2024(INE)

Por último, en función del entorno poblacional, el porcentaje de personas que compran por internet en la región es mayor en las áreas urbanas (63,7%) que en las áreas rurales (53%),

**C.19.- Personas que han comprado a través de internet en los últimos 3 meses.
Hábitat Eurostat**

	Compras internet (%)
Área urbana	63,7
Área intermedia	56,4
Área rural	53,0
Total	57,4

Fuente: Instituto de Estadística de Extremadura

11.- AREAS COMERCIALES

Con base en el Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023 el capítulo de Áreas Comerciales incluye los flujos comerciales de los consumidores o desplazamientos habituales de los mismos desde sus municipios de origen a otros municipios de destino (cabeceras de área o de subárea comercial) que poseen un mayor equipamiento comercial.

En dicho Atlas se realiza un análisis de las áreas y subáreas comerciales de Extremadura a través de varios indicadores, tales como el análisis del grado de intensidad de las gravitaciones comerciales sobre las cabeceras de área, y la evolución de las áreas comerciales de Extremadura en el período 1994-2022. La información de las áreas y subáreas comerciales se completa con la estimación del mercado potencial, o volumen de ventas del comercio minorista, de los municipios cabecera de área y de subárea.

De acuerdo con esta información y referidas a 2022 se identifican las siguientes áreas y subáreas comerciales en la región:

C.20.-Áreas Comerciales de Extremadura 2022

Áreas comerciales	Población cabecera de área comercial	Población resto de área comercial	Población total del área comercial
Badajoz	150.146	593.613	743.759
Cáceres	65.456	145.619	241.075
Don Benito-Villanueva de la Serena	63.183	109.867	173.050
Mérida	59.324	75.929	135.253
Plasencia	39.247	79.075	118.322

Fuente: Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023. IEEX

Se entiende por área comercial el espacio geográfico formado por el conjunto de municipios cuya población se siente atraída comercialmente por el municipio de mayor equipamiento comercial de la zona, que constituye su núcleo central o cabecera.

El área comercial toma el nombre de su municipio cabecera. Hay que tener en cuenta que, en algunas ocasiones, el motivo principal por el que se desplazan los consumidores de un municipio a otro con cierta habitualidad, no es la oferta comercial, sino la existencia de servicios administrativos, sanitarios, ocio, turismo, etc., que da lugar a que, de paso, se realicen compras.

Se observa la preeminencia de la comarca de Badajoz y su área comercial que se estima afecta a un 70,51% de la población residente de la región. Asimismo, tras Cáceres destaca el potencial comercial del Área Don Benito-Villanueva de la Serena que supone el 16,41% del total regional.

Con respecto a las ocho subáreas comerciales que se registran en la región hay que indicar que se entiende por tales las extensiones territoriales constituidas por varios municipios cuya población realiza sus compras preferentemente en un municipio del mismo espacio geográfico, que a su vez gravita sobre un municipio cabecera de área. Es decir, las subáreas gravitan en parte sobre un núcleo (centro de subárea) y, a su vez, toda la subárea es atraída por otro núcleo (centro de área), que posee un más alto grado de especialización e intensidad comercial.

Por su relevancia en cuando a la población total destacan Zafra y Almodóvar del Campo.

C.21.- Subáreas Comerciales de Extremadura 2022

Subáreas comerciales	Área comercial a la que pertenece	Población cabecera subárea	Población resto subárea comercial	Población total subárea comercial
Almendralejo	Badajoz	33.669	32.215	65.884
Zafra	Badajoz	16.702	112.196	128.898
Coria	Cáceres	12.308	5.966	18.274
Miajadas	Cáceres	9.458	7.311	16.769
Moraleja	Cáceres	6.691	11.573	18.264
Trujillo	Cáceres	8.695	14.334	23.029
Valencia de Alcántara	Cáceres	5.272	13.905	19.178
Jaraíz de la Vera	Plasencia	6.585	10.586	17.171

Fuente: Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023. IEEX

Un análisis de la evolución de las áreas comerciales en Extremadura entre 1994/2022 indica que el área comercial de Badajoz, con un aumento significativo del 35,7%, y el área de Don Benito-Villanueva de la Serena un 10,5%, frente al retroceso en las áreas de Cáceres y Plasencia.

C.22.- Evolución de las Áreas Comerciales de Extremadura 1994/2022

Áreas Comerciales	Población		% Variación
	1994*	2022	
Badajoz	548.269	743.759	35,7
Cáceres	256.936	241.075	-6,2
Don Benito-Villanueva de la Serena	156.538	173.050	10,5
Mérida (**)	--	135.253	---
Plasencia	138.155	118.322	-9,1

Fuente: Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023. IEEX

(*) En 1994 no se incluyeron los municipios de Portugal.

(**) En 1994 el área de Mérida era subárea comercial perteneciente al área comercial de Badajoz

La gravitación comercial corresponde a los municipios que se desplazan directamente a la cabecera de área para realizar sus compras importantes, sin gravitar también sobre un municipio cabecera de subárea comercial. Como se observa en el siguiente cuadro la población de Badajoz es la que menor peso tiene respecto del total de su área comercial, siendo Mérida la localidad cuya población tiene un mayor peso dentro de su área comercial.

Por su parte, en relación con la gravitación directa más elevada se localiza en el área comercial de Don Benito-Villanueva de la Serena mientras que, el porcentaje más alto de gravitación a través del subárea se produce en Cáceres.

C.23.- Análisis del grado de intensidad de las gravitaciones comerciales sobre las cabeceras de área.

Cabecera de área	(1) Población total área comercial	(2) Población cabecera área	(3)=100*(2) / (1) % Población cabecera/total área	(4) Población municipios que gravitan directamente a la cabecera	(5)=100*(4) / (1) % gravitación directa a la cabecera/total área	(6) Población municipios que gravitan a la cabecera a través de subáreas	(7)=100*(6) / (1) % gravitación a la cabecera a través de subárea/ total área
Badajoz	743.759	150.146	20,2 %	398.831	53,6%	194.782	26,2%
Cáceres	241.075	95.456	39,6%	50.105	20,8%	95.514	39,6%
Don Benito-Villanueva de la Serena	173.050	63.183	36,5%	109.867	63,5%	0	0,0%
Mérida	135.253	59.324	43,9%	75.929	56,1%	0	0,0%
Plasencia	118.322	39.247	33,2%	61.904	52,3%	17.171	14,5%

Fuente: Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023. IEEX

12.- INDICADORES DE EMPRENDIMIENTO

En el referido Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023 se incluye un capítulo referido a Indicadores de Emprendimiento donde se incluye el número total de actividades emprendedoras, así como las actividades emprendedoras de los sectores primario, secundario y servicios. Igualmente se presenta un índice de actividades emprendedoras, e índices de participación sectorial y de especialización sectorial local.

En relación con el comercio se entiende por actividades emprendedoras el número de empresas y autónomos que ejercen su actividad en los sectores económicos 45,46 y 47 comprendidos en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) del INE. A efectos estadísticos, la variable de actividades emprendedoras de un municipio es el número de actividades económicas de iniciativa privada con sede social en dicho municipio, referida al último día hábil del mes de diciembre.

Según el cuadro siguiente, Badajoz predomina como la localidad con mayor número de empresas y autónomos en el sector del comercio, tanto al por mayor como al por menor. En este caso, el 56,6% de los negocios corresponden a comercio al por menor distintos a la alimentación. El menor porcentaje de presencia de comercio de sólo alimentación respecto del total del comercio al por menor se registra en Don Benito (12,39%) y el mayor en Almendralejo (19,17%). Por su parte el peso del comercio de no alimentación respecto del total del comercio es mayor en Don Benito (65,90%) y el más reducido se registra en Plasencia (54,9%).

C.24.- Emprendimiento (número empresas y autónomos) en el sector del comercio por municipios

Municipio	Comercio al por mayor y reparación de vehículos	Comercio al por menor			
		Alimentación	No alimentación	Mixto o integrado	Total comercio al por menor
Almendralejo	484	143	412	191	746
Badajoz	1.102	407	1.353	629	2.389
Cáceres	653	232	901	429	1.562
Don Benito	440	81	431	142	654
Mérida	559	173	558	269	1.000
Plasencia	337	126	461	252	839
Villanueva de la Serena	273	55	233	119	407

Fuente: Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023. IEEX

Por provincias, tanto el comercio al por mayor como al por menor se concentran mayoritariamente en la provincia de Badajoz. En este caso el comercio de la alimentación representa un 18,72% del total del comercio al por menor, porcentaje superior al que representan en la provincia cacereña (16,41% y en la media regional (17,87%).

Algo similar ocurre con el comercio de no alimentación cuyo peso en la provincia pacense es del 51,32% por encima de la media regional 849,78% y de la provincia cacereña (47,13%)

C.25.- Emprendimiento (número empresas y autónomos) en el sector del comercio por provincias y región

Provincia	Comercio al por mayor y reparación de vehículos	Comercio al por menor			
		Alimentación	No alimentación	Mixto o integrado	Total comercio al por menor
Badajoz	5.976	2.263	6.205	3.622	12.090
Cáceres	2.762	1.150	3.302	2.554	7.006
Extremadura	9.738	3.413	9.507	6.176	19.096

Fuente: Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023. IEEX

Abundando en este análisis, el índice de participación sectorial se define como el número de empresas y autónomos que ejercen su actividad en un sector económico con relación al total de empresas y autónomos existentes en un municipio, expresado en tantos por ciento.

De este modo se puede comprobar cómo el índice de participación del comercio al por mayor y reparación de vehículos es superior en casi todos los municipios de mayor población de la región que la media regional, a excepción de Cáceres, siendo Almendralejo la localidad donde este índice es mayor.

Por su parte, en relación con el comercio al por menor el índice de participación regional es de 17, estando por debajo del mismo Villanueva de la Serena (15,9) Don Benito (16,2) y Cáceres (16,8). El mayor índice se registra en la Ciudad de Plasencia (20,7).

Con respecto a los distintos tipos de comercio al por menor el mayor índice del comercio de la alimentación se registra en Almendralejo (3,6) y en el comercio de no alimentación en Plasencia (11,4), siendo también la localidad placentina donde el comercio mixto o integrado tiene una mayor participación sectorial.

C.26.- Índice de participación sectorial

Municipio	Comercio al por mayor y reparación de vehículos	Comercio al por menor			
		Alimentación	No alimentación	Mixto o integrado	Total comercio al por menor
Almendralejo	12,1	3,6	10,3	4,8	18,6
Badajoz	8,3	3,1	10,2	4,8	18,1
Cáceres	7,0	2,5	9,7	4,6	16,8
Don Benito	10,9	2,0	10,7	3,5	16,2
Mérida	9,9	3,1	9,9	4,8	17,8
Plasencia	8,3	3,1	11,4	6,2	20,7
Villanueva de la Serena	10,7	2,2	9,1	4,7	15,9
Badajoz	8,6	3,3	8,9	5,2	17,4
Cáceres	6,5	2,7	7,8	6,0	16,5
Extremadura	7,8	3,0	8,5	5,5	17,0

Fuente: Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023. IEEX

El índice de especialización sectorial local determina la tasa de la actividad emprendedora de un municipio en un determinado sector respecto del total de actividades

emprendedoras de dicho municipio, sobre la tasa del total de actividades emprendedoras en dicho sector respecto del total de actividades en la comunidad autónoma de Extremadura

Este indicador mide el grado de especialización del emprendimiento municipal en un determinado sector económico con respecto a lo que cabría esperar si la actividad emprendedora en dicho sector estuviera distribuida de forma aleatoria a través de los municipios de Extremadura. La actividad emprendedora de un municipio se considerará especializada en un sector determinado cuando el índice de participación de dicho sector en el municipio sea superior a la media de Extremadura, siendo en ese caso el índice de especialización superior a la unidad.

Se puede comprobar cómo respecto al comercio al por mayor y reparación de vehículos la población de Almendralejo muestra el mayor índice de especialización (1,55) superando ampliamente la media regional (1). En el caso del comercio al por menor el mayor índice corresponde a Plasencia (1,21). Específicamente en el comercio al por menor de la alimentación el mayor índice de especialización se registra en Almendralejo (1,17) y el menor en Don Benito (0,66). En el comercio al por menor distinto a la alimentación vuelve a destacar Plasencia (1,34) estando todas las localidades analizadas por encima de la media regional. En el caso del comercio mixto o integrado Plasencia repite con el índice más elevado (1,13) frente a Don Benito que registra el menor (0,64).

Por provincias cabe destacar que Badajoz está por encima de la media regional en todos los sectores a excepción del comercio al por menor mixto o integrado y, por el contrario, la provincia de Cáceres está por debajo de la media regional en todos los sectores salvo en el comercio al por menor mixto o integrado.

C.27.- Índice de especialización sectorial local

Municipio	Comercio al por mayor y reparación de vehículos	Comercio al por menor			
		Alimentación	No alimentación	Mixto o integrado	Total comercio al por menor
Almendralejo	1,55	1,17	1,21	0,86	1,09
Badajoz	1,07	1,01	1,21	0,86	1,06
Cáceres	0,90	0,82	1,14	0,83	0,98
Don Benito	1,40	0,66	1,26	0,64	0,95
Mérida	1,27	1,01	1,17	0,87	1,04
Plasencia	1,07	1,02	1,34	1,13	1,21
Villanueva de la Serena	1,37	0,71	1,07	0,85	0,93
Badajoz	1,10	1,07	1,05	0,94	1,02
Cáceres	0,83	0,89	0,92	1,09	0,97
Extremadura	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Fuente: Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023. IEEX

13.- MERCADO DE TRABAJO

13.1.- Encuesta de Población Activa

En este apartado se analiza las principales variables de la Encuesta de Población Activa, referente a las personas activas, ocupadas y paradas del sector del comercio analizado según las actividades económicas a dos y tres dígitos del CNAE.

El periodo analizado comprende el último ejercicio completo 2023 en medias anuales. Se constata una importante dificultad dado que no se dispone de la información en los apartados con menos de 3.000 personas por lo que no se puede avanzar lo que sería deseable, especialmente en el apartado del desempleo, en el análisis sectorial a tres dígitos CNAE.

13.1.1 Población Activa

La población activa del sector del comercio en Extremadura agrupa en 2023 a 64.400 personas, el 19,26% del total del sector servicios y el 12,82% del global de activos de la región.

De ellos 40.800 corresponden al comercio al por menor, 14.700 al comercio al por mayor y 8.900 a la venta y reparación de vehículos de motor.

C.28- Población Activa Sector Comercio 2023

Extremadura	POBLACIÓN ACTIVA 2023				
	SERVICIOS				
	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Total Comercio	Total Servicios
	8.900	14.700	40.800	64.400	334.300

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

La siguiente tabla recoge la evolución de la población activa del sector comercio según las actividades económicas a dos dígitos, comparando las medias anuales desde año 2015 al 2023.

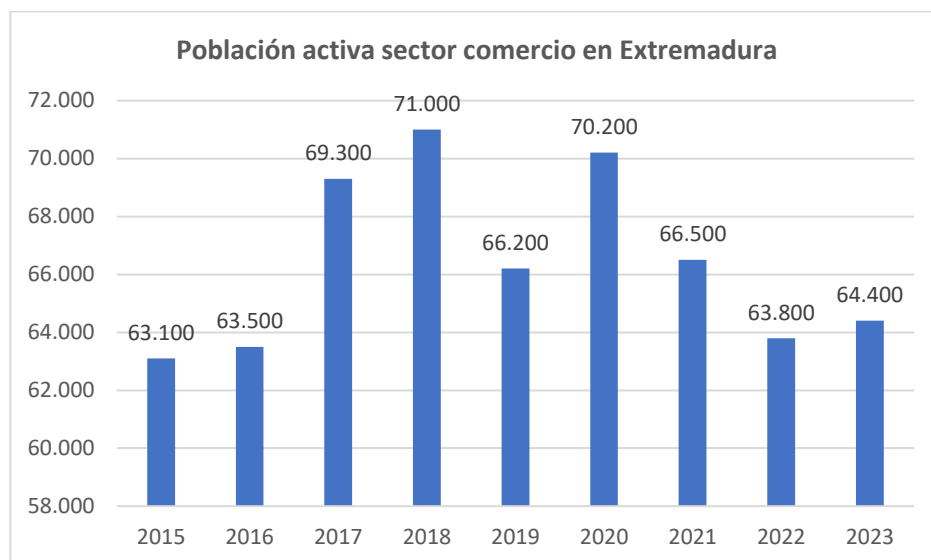
C.29- Evolución Población Activa Sector Comercio 2015/2023 en Extremadura

	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	TOTAL COMERCIO
2015	8.600	14.500	40.000	63.100
2016	9.700	17.400	36.400	63.500
2017	10.000	17.000	42.300	69.300
2018	9.800	16.000	45.200	71.000
2019	9.400	15.300	41.500	66.200
2020	9.700	18.400	42.100	70.200
2021	9.600	17.900	39.000	66.500
2022	10.100	15.500	38.200	63.800
2023	8.900	14.700	40.800	64.400

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

En el periodo analizado 2015/2023 se aprecia un ligero crecimiento de 1.300 activos, un aumento del 2,06% que, aunque es generalizado, se concentra principalmente en el comercio al por menor (+800, +2%).

El máximo de actividad en el sector se alcanzó en 2018, con una fuerte caída en 2020. Posteriormente a la pandemia el sector se ha recuperado sólo parcialmente y de forma moderada. La relevancia del subsector del comercio al por menor y su evolución determina la senda del conjunto del sector comercio



Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

Por sexo, hay un predominio de personas activas en el sector que son hombres (53%) que está basado en la masculinización de los subsectores de venta y reparación de vehículos y de comercio al por mayor, mientras que en el comercio al por menor la presencia de mujeres activas es la mayoritaria con un 59% en este subsector.

C.30- Población Activa subsectores Comercio por sexo en Extremadura

Actividad económica	Activos	
	Hombres	Mujeres
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	7.500	1.500
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos	9.900	4.800
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	16.700	24.000
TOTAL	34.100	30.300

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

13.1.2 Población Ocupada

El comercio ocupaba en Extremadura en 2023 a 61.000 personas, el 20,13% del total del sector servicios y el 5,22% del total de personas ocupadas en la región.

De ellos, el 63,6% corresponde al comercio por menor con 38.800 empleos. Le siguen el comercio al por mayor con un 22,6% y la venta y reparación de vehículos con el 13,8% restante.

C.31.- Población Ocupada Sector Comercio 2023

Extremadura	POBLACIÓN OCUPADA 2023				
	SERVICIOS				
	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Total Comercio	Total Servicios
	8.400	13.800	38.800	61.000	302.900

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

La evolución de la población empleada del sector comercio según las actividades económicas a dos dígitos, comparando las medias anuales desde año 2015 al 2023, se observa una senda alcista, pero con altibajos desde el máximo que se registró en 2020 sin que se haya recuperado aún las cifras de ese ejercicio.

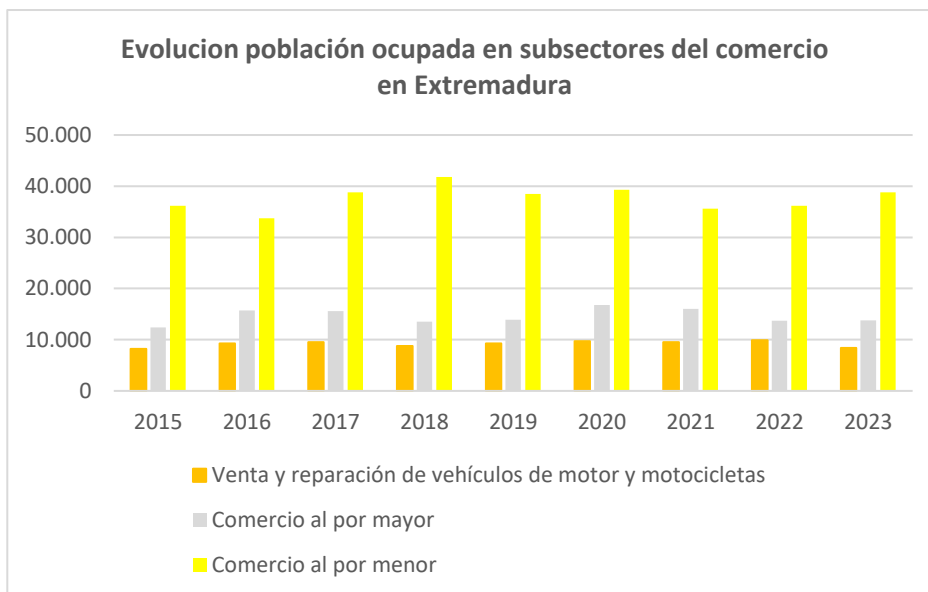
C.32- Evolución Población Ocupada Sector Comercio 2015/2023 en Extremadura

	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Total COMERCIO
2015	8.200	12.400	36.200	56.800
2016	9.300	15.700	33.700	58.700
2017	9.500	15.600	38.800	63.900
2018	8.800	13.500	41.800	64.100
2019	9.300	13.900	38.500	61.700
2020	9.700	16.800	39.300	65.800
2021	9.500	16.000	35.600	61.100
2022	9.900	13.700	36.200	59.800
2023	8.400	13.800	38.800	61.000

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

En el periodo analizado 2015/2023 se constata un crecimiento de 4.200 empleos, un incremento del 7,39% que se concentra principalmente en el comercio al por menor (+2.600, un 7,18%) que se coloca en 2023 en niveles de 2019. El comercio al por mayor con 1.400 nuevos ocupados en el periodo analizado crece en porcentajes del 11,29% mientras que en el caso de la venta y reparación de vehículos el incremento es menor (+200, +2,44%).

Tras un máximo en 2020, el sector ha perdido en los últimos 4 años 4.800 ocupados (-7,3%).



Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

El máximo de personas ocupadas en el sector del comercio al por menor fue en 2018 con 41.800 empleos. Por su parte el máximo empleo en el sector del comercio al por mayor se alcanzó en 2020 con 16.800 ocupados. En la venta y reparación de vehículos de motor el máximo se logró en 2022 con 9.900 ocupados.

En la ocupación por sexo hay un mayor porcentaje de hombres (53,11%) derivado del hecho de que tanto en la venta y reparación de vehículos y de comercio al por mayor, los hombres tienen una presencia mayoritaria, mientras que en el comercio al por menor las mujeres ocupadas representan seis de cada diez empleos de este subsector.

C.33.- Población Ocupada Subsectores Comercio por sexo en Extremadura

Actividad económica	Ocupados	
	Hombres	Mujeres
45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	7.000	1.400
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos	9.700	4.100
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	15.700	23.100
TOTAL	32.400	28.600

Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por el Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

Por situación profesional, el 74,56% del total de ocupados son asalariados del sector privado.

Por tipo de jornada, el 13,49% de los contratos del sector son a tiempo parcial. En el caso del comercio al por mayor, la tasa de parcialidad aumenta hasta el 20,62%.

Por tipo de contrato, el 64,76% de los contratos del sector son indefinidos, es decir, el sector presenta una tasa de temporalidad del 35,24%. Esta tasa se eleva hasta el 42,53% en el comercio al por menor, mientras en el comercio al por mayor es del 25% y del 19,2% en el caso de la venta y reparación de vehículos.

13.1.3 Población Desempleada

La población desempleada en el sector del comercio en Extremadura en 2023 se eleva a 3.400 personas, el 10,79% del total de los parados del sector servicios y el 3,89% del total de desempleados de la región.

De ellas, el 58,82%, 2.000 parados corresponden al comercio al por menor, 900 al comercio al por mayor y los 500 restantes se localizan en la venta y reparación de vehículos de motor.

El hecho de que los valores de esta población desempleadas sean inferiores a 3.000 imposibilita que se caracterice con más fiabilidad los componentes y evolución de la misma.

C.34.-Población Desempleada Sector Comercio 2023

Extremadura	POBLACIÓN DESEMPLEADA 2023				
	SERVICIOS				
	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Total Comercio	Total Servicios
	500	900	2.000	3.400	31.500

Fuente: Elaboración propia con base en información del Instituto de Estadística de Extremadura a partir de microdatos de EPA del INE

13.2.-Paro Registrado

A 31 de diciembre de 2024 el paro registrado en el sector del comercio en Extremadura, expresado como la suma de los epígrafes CNAE 45 Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas, CNAE 46 Comercio al por mayor y 47 Comercio al por menor, ascendía a 7.275 personas, representando el 14,24% del total de parados del sector servicios. y el 10,38% del total de paro registrado de la región.

Desglosado por sexos, dos tercios de los parados en el sector son mujeres con 4.844 desempleadas (66,58%). Los hombres, por su parte, suponen el tercio restante 33,42%, contabilizándose un total de 2.431 desempleados al finalizar 2024.

Por actividad económica, el peso mayoritario es el del comercio al por menor (4.938), un 67,87% del total. Le sigue en importancia el comercio al por mayor con un 24,36% (1.772 desempleados) y, finalmente, el subsector de venta y reparación de vehículos con un 7,77% y 565 personas desempleadas

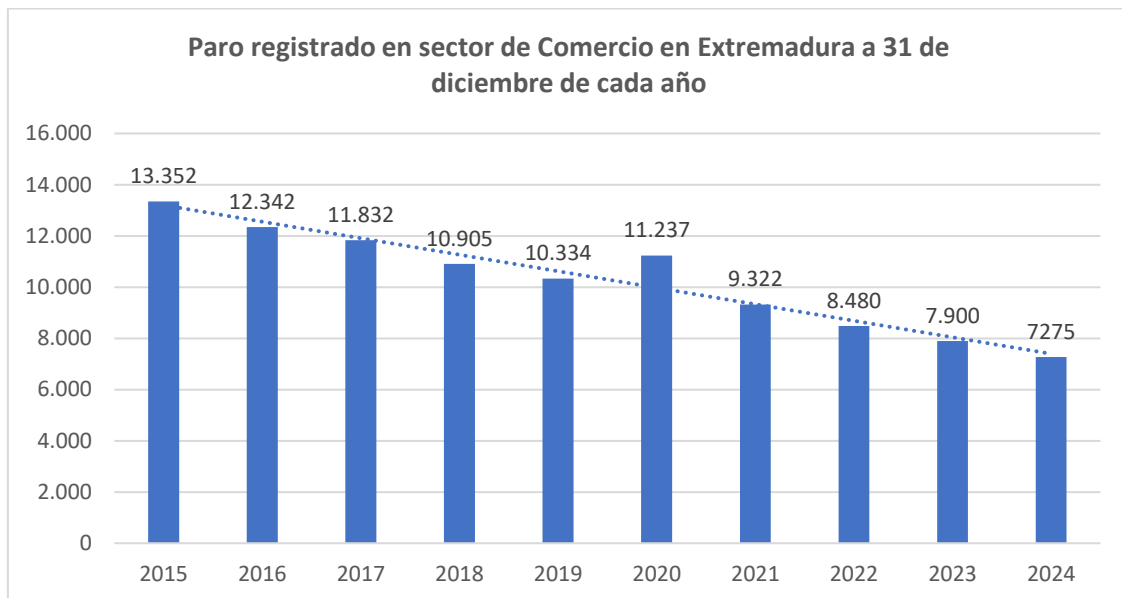
13.2.1 Evolución del paro registrado en el sector comercio

En los últimos años, a partir del análisis del paro registrado a fin de cada ejercicio en el periodo 2015-2024 en el sector de comercio extremeño se observa una muy significativa reducción del paro registrado de 6.077 personas (-45,51%). Este recorte es progresivo, salvando la excepción de 2020, y tiene su origen en una disminución del 51,18% en el sector del comercio al por mayor, junto a uno del 44,4% en el sector de la venta y reparación de vehículos y del 43,27% en el comercio al por menor donde se localiza el 62% de la disminución cuantitativa del paro en este periodo.

C.35.-Paro registrado en Extremadura Sector Comercio 2015-2024 a 31 de diciembre de cada año

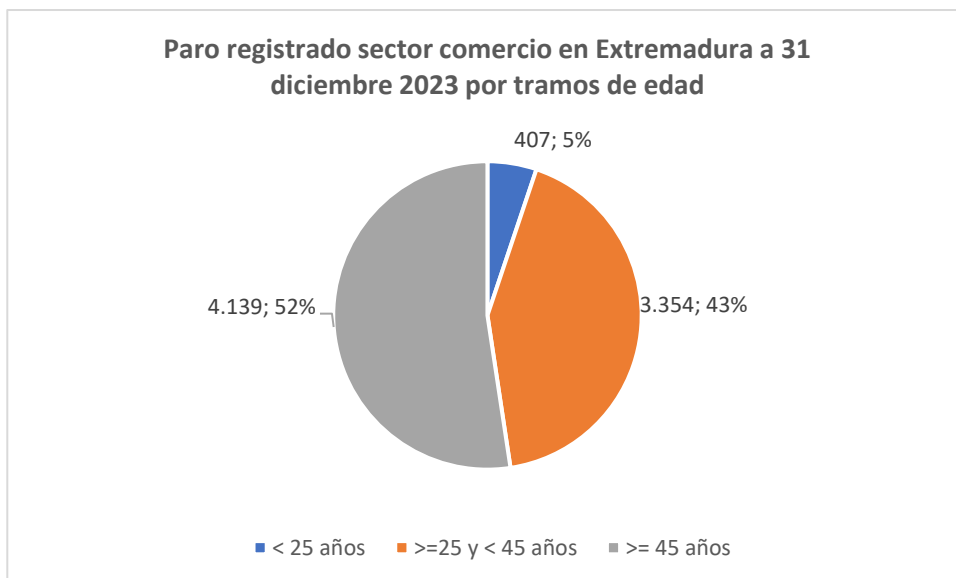
Actividad económica	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	1.017	944	901	808	803	900	704	696	649	565
Comercio al por mayor	3.630	3.158	3.145	2.974	2.799	2.925	2.523	2.139	1.892	1.772
Comercio al por menor	8.705	8.240	7.786	7.123	6.732	7.412	6.095	5.645	5.359	4.938
Total Comercio	13.352	12.342	11.832	10.905	10.334	11.237	9.322	8.480	7.900	7.275

Fuente: SEXPE



Fuente: SEXPE

Centrando, a partir de ahora el análisis en 2023, por edad, el tramo de edad entre 25 y 45 años integra el 52% del paro en el sector seguido de los que tienen más de 45 años (43%). Los jóvenes menores de 25 años representan el 5% del desempleo en comercio. Esta misma situación se observa si se introduce la variable sexo con una evidente influencia de las mujeres demandantes en paro. Las mujeres paradas son predominantes en todos los tramos de edad.



Fuente: SEXPE

Por ramas de actividad, en el comercio al por menor el desempleo en las mujeres supone el 26,3% sobre el total del sector situándose en este perfil el mayor volumen de desempleo en el sector del comercio. También es mayoritario el desempleo en el comercio al por mayor, aunque el reparto por sexo es casi similar (959 mujeres y 934 hombres). Por el contrario, en el sector de la venta y reparación de vehículos son mayoritarios los parados hombres (439 frente a 210 mujeres),

En relación con los niveles formativos, los desempleados del sector comercio se localizan en un 48,29% con niveles de primera etapa de enseñanza secundaria, tanto con título (30,05%) como sin él (18,24%). Le siguen en importancia los niveles de estudios de bachillerato (8,82%), estudios primarios incompletos (8,78%) y estudios de Formación Profesional de grado medio (8,76%).



Fuente: SEXPE

El paro registrado de larga duración se eleva a 3.624 personas desempleadas, el 45,9% del total del sector comercio. De ellos el 70,5% son mujeres frente al 29,5% de hombres.

Por actividad el paro de larga duración se concentra en el comercio al por menor acogiendo al 69,95% del conjunto del global de parados que llevan más de un año en dicha situación. Dentro de esta actividad, también son mayoría las mujeres. Por su parte el paro de larga duración en el comercio al por mayor supone el 22,93% del total. Los parados de larga duración en el subsector de venta y reparación de vehículos suponen el 7,12% del total, siendo hombres, en este caso, el 62,4% de los mismos.

C.36.-Demandantes en paro de larga duración del sector comercio por actividad económica y sexo

Actividad económica	Demandantes en paro de larga duración		
	Hombre	Mujer	Total
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	161	97	258
Comercio al por mayor	361	470	831
Comercio al por menor	547	1.988	2.535
Total	1.069	2.555	3.624

Fuente: SEXPE

A destacar que el paro de larga duración en el comercio al por menor supone el 47,30% del paro total en esta actividad, mientras que este porcentaje es del 43,92% y del 39,75% en el comercio al por mayor y en la venta y reparación de vehículos, respectivamente.

El paro registrado del sector comercio a finales de 2023 por comarcas muestra la preponderancia de la comarca de Badajoz dentro del paro total ya que acoge al 19,06% del total regional del comercio, seguido por las comarcas de Cáceres y de Mérida en la que residen un 10,58% y un 8,72%, respectivamente, del total de los demandantes en paro.

C.37.-Demandantes en paro del sector comercio por comarca y actividad económica

Comarca	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Total
Badajoz	146	290	1.070	1.506
Cáceres	61	186	589	836
Campaña Sur	12	40	131	183
Campo Arañuelo	16	39	142	197
La Serena	18	57	166	241
La Siberia	7	21	82	110
La Vera	4	32	57	93
Lácara	55	91	257	403
Las Hurdes		2	9	11
Mérida	63	133	493	689
Miajadas-Trujillo	18	34	116	168
Monfragüe y su entorno	4	25	25	54
Olivenza	13	48	115	176
Plasencia	19	253	291	563
Sierra de Gata	11	38	73	122
Sierra de Montánchez y Tamuja	6	24	38	68
Sierra de San Pedro - Los Baldíos	8	24	104	136

Sierra Grande - Tierra de Barros	45	135	435	615
Sierra Suroeste	18	49	142	209
Tajo-Salor - Almonte	6	26	114	146
Tentudía	16	33	92	141
Trasierra-Tierras de Granadilla	6	9	17	32
Valle del Alagón	26	69	117	212
Valle del Ambroz	3	15	28	46
Valle del Jerte	1	20	13	34
Vegas Altas del Guadiana	47	120	404	571
Villuercas Ibores Jara	1	9	32	42
Zafra- Río Bodión	19	70	207	296
Total	649	1.892	5.359	7.900

Fuente: SEXPE

Por actividad económica, el mayor volumen de paro en los tres subsectores se registra en la comarca de Badajoz reflejando la mayor presencia de establecimientos comerciales en la misma. Le sigue en relevancia la comarca de Cáceres en el comercio al por menor, la comarca de Plasencia en el caso del comercio al por mayor y la de Mérida en el subsector de la venta y reparación de vehículos.

13.3.- Contratación

En 2024 se realizaron 24.640 contratos en el sector del comercio en Extremadura que representan el 11,7% del total de contratos en el sector Servicios y un 6,13% del total de contratos regionales.

C.38.- Contratos celebrados en Extremadura en el sector comercio en 2023

Extremadura	Total	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Total Comercio	Total sector Servicios
	391.072	2.249	6.963	15.428	24.640	210.527

Fuente: SEXPE

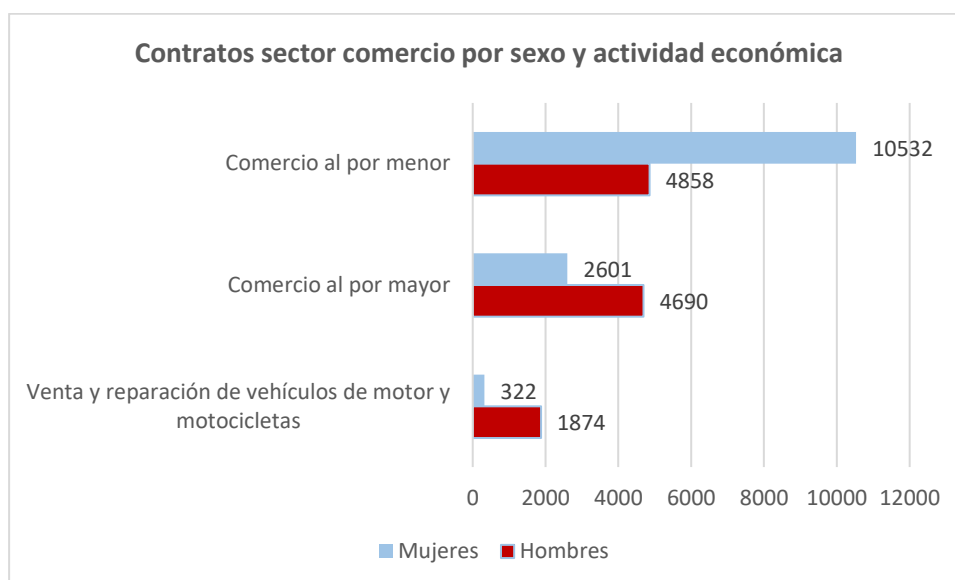
Analizando el sector del comercio según la actividad económica a dos dígitos a la que pertenecen los contratos, en Extremadura en 2024 el comercio al por menor celebró 15.428 contratos que suponen el 62,61% de los contratos totales del sector, mientras que el comercio al por mayor acoge un 28,26% y la venta y reparación de vehículos el 9,13% restante.

Para un análisis más completo se acude a los datos anuales de 2023.

Por sexos, los contratos realizados en el sector del comercio se destinan mayoritariamente en 2023 a mujeres (13.455, un 54,28% del total) frente a hombres (11.422, el 45,72% del total). Concretamente en los contratos registrados en el subsector del comercio al por menor, las mujeres acogen el 68,43% del total frente al 31,57% de los hombres, es decir, una diferencia de 36.86 puntos porcentuales.

Por el contrario, en el subsector del comercio al por mayor, los contratos pertenecen mayoritariamente a los hombres 4.690, el 64,33% del total, muy por encima de los contratos a mujeres (2.601, el 35,67% del total).

En el caso del subsector de la venta y reparación de vehículos los contratos a hombres son muy mayoritarios, el 88,98% del total.



Fuente: SEXPE

Al examinar los contratos celebrados en el sector del comercio, según tipo de contrato y en función de la estabilidad en el trabajo y según la actividad económica a la que pertenecen, como se detalla en la siguiente tabla se aprecia un predominio de la temporalidad en el sector ya que el 57,82% de dichos contratos eran temporales frente al 42,18% de carácter indefinido. El origen de la temporalidad se centra en el comercio al por menor con un 64,25% del total de este subsector, mientras que los contratos indefinidos son mayoría tanto en el comercio al por mayor como en la venta y reparación de vehículos de motor.

C.39.-Contratos iniciales en el sector comercio en 2023 por tipo de contrato

Actividad Económica	Contratos indefinidos	Contratos temporales	Acumulado
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	1.266	840	2.106
Comercio al por mayor	3.687	3.604	7.291
Comercio al por menor	5.502	9.888	15.390
Total Comercio	10.455	14.332	24.787

Fuente: SEXPE

Con respecto a la tipología de la contratación en función de los subsectores cabe indicar que en el comercio al por menor los contratos mayoritarios son los de tiempo parcial (2.539 indefinidos y 5.380 temporales) representando el 51,45% del total de este subsector y del que el 75,3% fueron contratos a mujeres. También destacan los 3.185 contratos temporales a tiempo completo (20,69% del total).

En el caso del comercio al por mayor, los contratos a tiempo completo suponen un 55,33% del total. De ello 2.502 son temporales y 1.532 de carácter indefinido.

Por su parte en el subsector del venta y reparación de vehículos de motor predominan los contratos a tiempo completo: 1.202, el 57,07% del total. Dentro de ellos predomina los contratos indefinidos (800) que duplican a los contratos temporales (402).

Abundando en el análisis de la contratación temporal por duración del contrato arroja un claro predominio de la precariedad en el sector del comercio. El 20,10% de los contratos celebrados abarcaba una duración inferior a 7 días. Este porcentaje se eleva aún más en el caso de comercio al por menor (24,35%). A ello se une que otro 17,54% de los contratos tuvieron una duración de entre 1 y 3 meses y un 7,04% entre 3 y 6 meses, lo que en conjunto supone que 45 de cada cien contratos celebrados en este sector no llegaron a los 6 meses de duración.

En el caso de las mujeres la precariedad es mayor ya que los contratos de menos de 6 meses suponían en su caso el 48,9% del total de contratos frente al 39,7% de los hombres.

C.40.-Contratos iniciales en el sector comercio en 2023 por duración y actividad económica

Duración contrato	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Comercio al por mayor	Comercio al por menor	Total comercio
<=1mes	160	1.076	3.748	4.984
>1 mes y <=3 meses	203	1.334	2.810	4.347
>3 meses y < 6 meses	204	528	1.013	1.745
>=6 meses y <12 meses	128	331	574	1.033
>=12 meses	53	68	103	224
Sin determinar	1.358	3.954	7.142	12.454
Total	2.106	7.291	15.390	24.787

Fuente: SEXPE

En el análisis de los contratos iniciales realizados en 2023 en el sector comercio por comarca se aprecia la preponderancia en los mismos de las ciudades con más población, así la comarca de Badajoz absorbe un 18,07% del total, seguido por la comarca de Cáceres con un 11,61% y la comarca de Vegas Altas con un 9,57%.

C.41.-Contratos iniciales en el sector Comercio en 2023 por comarca

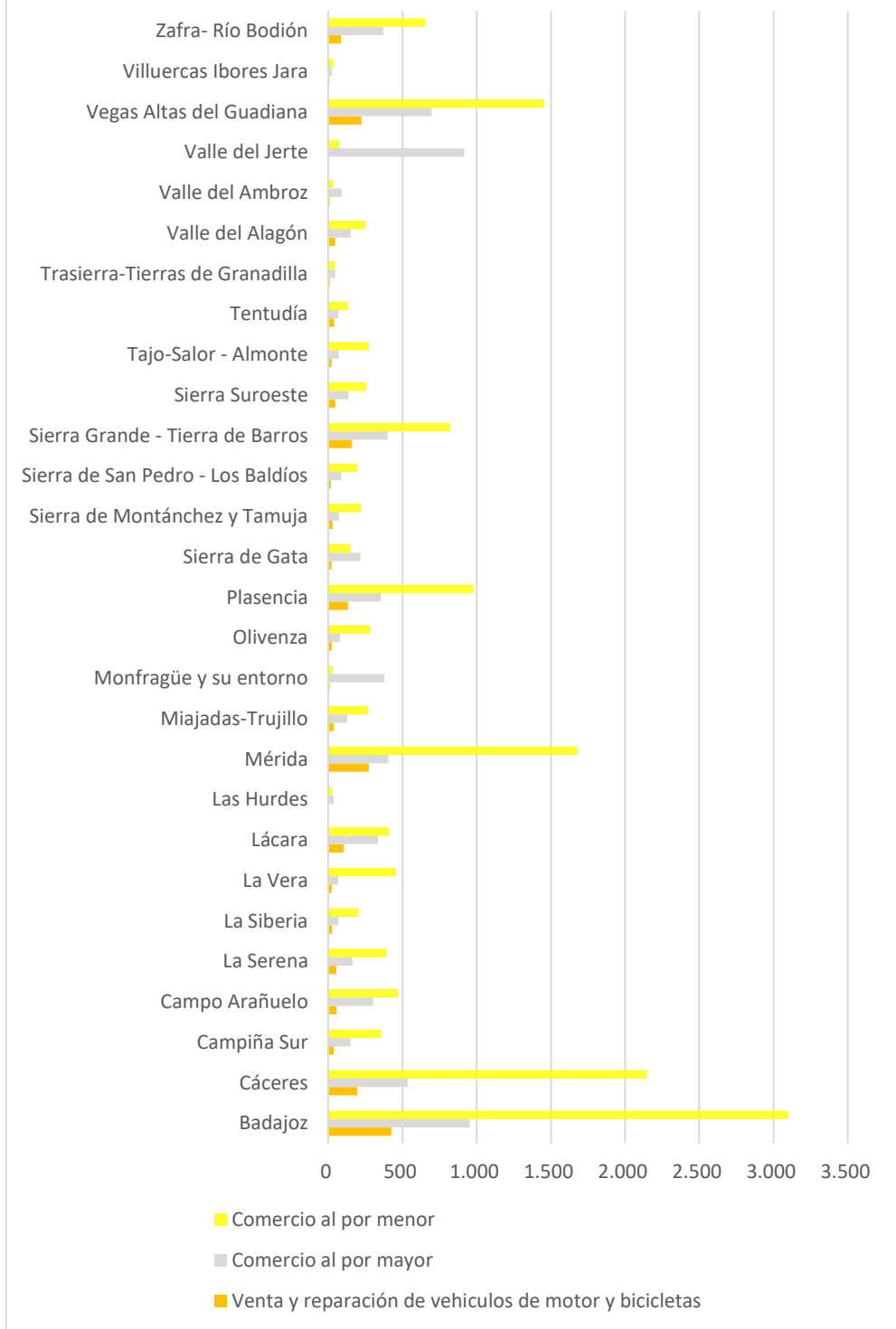
Comarca	Total
Badajoz	4.479
Cáceres	2.877
Campaña Sur	543
Campo Arañuelo	828
La Serena	607
La Siberia	296
La Vera	544
Lácara	847
Las Hurdes	63
Mérida	2.357
Miajadas-Trujillo	431
Monfragüe y su entorno	417

Olivenza	382
Plasencia	1.466
Sierra de Gata	385
Sierra de Montánchez y Tamuja	322
Sierra de San Pedro - Los Baldíos	301
Sierra Grande - Tierra de Barros	1.382
Sierra Suroeste	440
Tajo-Salor – Almonte	362
Tentudía	237
Trasierra-Tierras de Granadilla	100
Valle del Alagón	448
Valle del Ambroz	130
Valle del Jerte	993
Vegas Altas del Guadiana	2.373
Villuercas Ibores Jara	67
Zafra- Río Bodión	1.110
Total	24.787

Fuente: SEXPE

Inciendo en el reparto geográfico de contratos iniciales por actividad económica destaca la presencia predominante de los contratos celebrados en el comercio al por menor que incide en la concentración de los mismos en la comarca de Badajoz seguida de la de Cáceres y Vegas Altas. En el caso del comercio al por mayor destacan Badajoz y Valle del Jerte y en el caso de la venta y reparación de vehículos de motor destaca la relevancia de Badajoz y Vegas Altas.

Contratos iniciales registrados en 2023 por comarca y actividad económica



Fuente: SEXPE

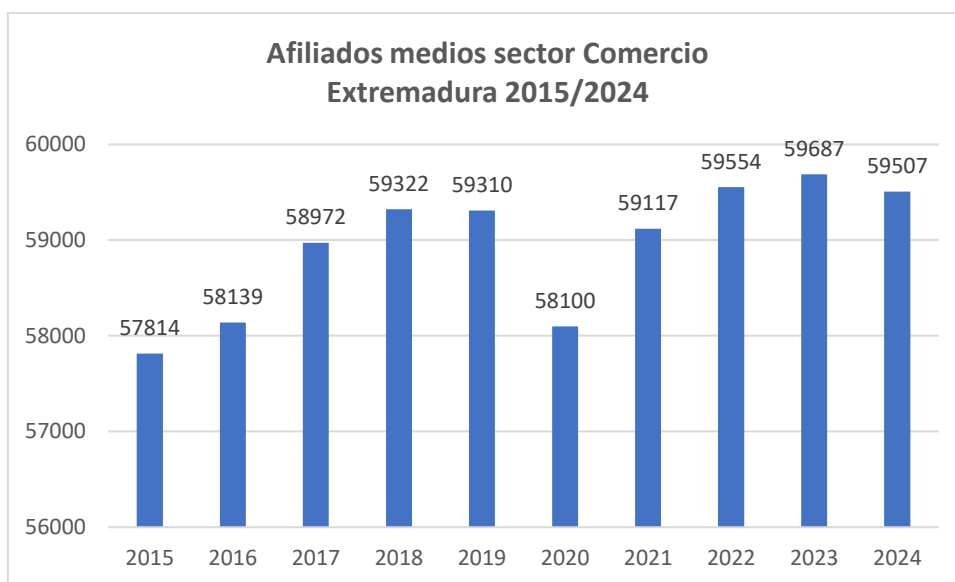
14.- AFILIACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL

El número de personas inscritas en la Seguridad Social en los diferentes regímenes en media anual en 2024 en el sector comercio en Extremadura se situó en 59.507 de los cuales 39.745 se encuadraban en el régimen general y el resto, 19.762 estaban afiliados al régimen de trabajadores autónomos.

Tras la sustancial caída que se puso de manifiesto en 2020 por la pandemia del COVID -19, el sector se ha ido recuperando lenta pero progresivamente habiendo registrado, no obstante, un descenso en 2024.

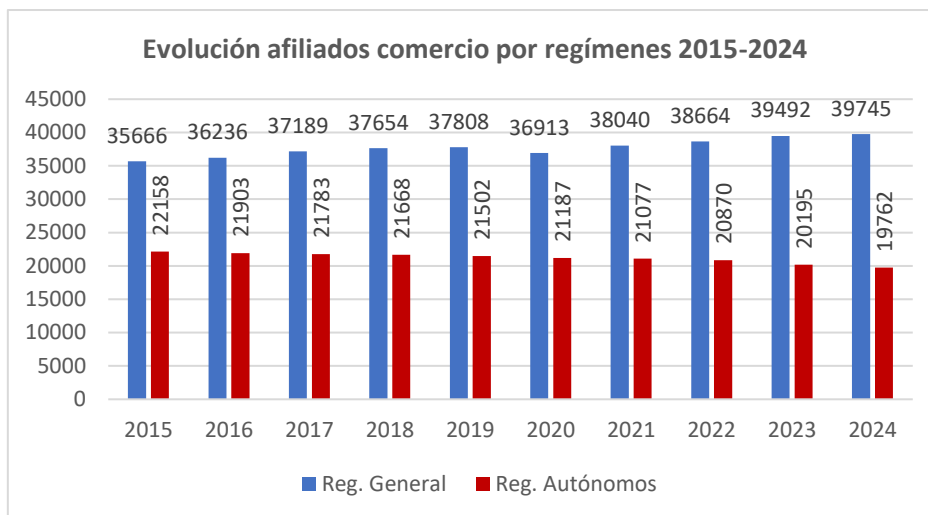
La cifra de afiliados representa un 14,39% del total de personas afiliadas en la región en el acumulado del régimen general y régimen de autónomos frente al 15,8% que representa en España.

Los afiliados en el sector comercio en Extremadura suponen el 1,78% del total nacional.



Fuente: Tesorería Seguridad Social

Por regímenes hay una clara diferencia de comportamiento entre los afiliados al régimen general en este sector que presenta una senda ascendente con un incremento del 11,43% en el periodo analizado mientras que en el régimen de autónomos se registra un significativo descenso continuado de la afiliación de un -10,81% en el conjunto del periodo.



Fuente: Tesorería Seguridad Social

El sector comercio acoge a fines de 2024 a 7.185 empresas en alta con 39.740 trabajadores. Por provincias la de Badajoz es predominante ya que el 66,61% de las empresas y el 64,64% de los trabajadores se localiza en la provincia pacense.

C.42.- Empresas en alta en Extremadura sector comercio según provincia Junio 2024

	Badajoz	Cáceres	Extremadura
Número de empresas	4.786	2.638	7.185
Número de trabajadores	26.687	13.113	39.740

Fuente: IEEEx

La ratio trabajadores por empresa en el sector comercio es de 5,5, por debajo de los 8,04 de media en la región.

El sector acoge el mayor número de empresas en alta en la región con 7.185 el 22,04% de las empresas (32.599). Y afectan al 15,39% del total de trabajadores de las mismas (258.285). Este peso porcentual ha descendido en los últimos años dado que en junio de 2015 las empresas de comercio eran el 23,6% del total acogiendo al 16,9% del total de trabajadores.

C.43.- Evolución 2015/2024 empresas en alta en Extremadura sector comercio

Empresas de alta en Extremadura sector comercio a fin de junio de cada año	Empresas	Trabajadores
2015	7.571	36.256
2016	7.641	36.661
2017	7.515	38.071
2018	7.549	38.488
2019	7.472	38.656
2020	7.077	36.930
2021	7.255	38.855
2022	7.286	39.476
2023	7.342	39.814
2024	7.209	40.545

Fuente: IEEEx

III ANÁLISIS DE ENCUESTAS

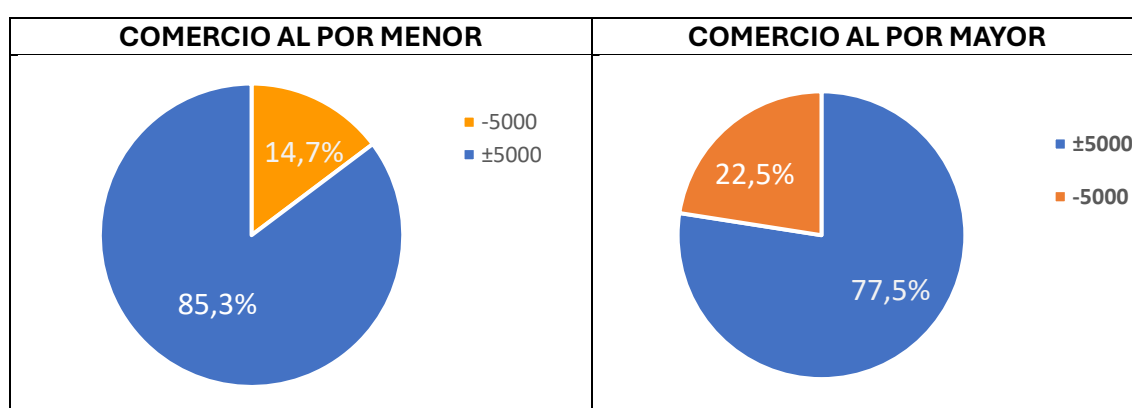
El objeto de este estudio se ha dirigido a determinar la necesidad de conocer los aspectos y características más relevantes del perfil de los trabajadores y las trabajadoras del sector de comercio en Extremadura con el fin de ofrecer vectores que sirvan para atender sus necesidades formativas.

Los resultados que se presentan provienen de las encuestas de necesidades formativas en el sector del comercio, realizadas por UGT-Extremadura, y en las que se ha recogiendo información relativa, entre otras cuestiones, a su perfil socioeconómico, el conocimiento de la oferta formativa existente y los obstáculos de acceso a la misma.

Se ha llevado a cabo un trabajo de campo con 1.040 encuestas realizadas directamente a trabajadores y trabajadoras extremeñas del sector, estructuradas en cinco bloques y 24 preguntas. Se considera que la información recopilada es suficientemente representativa de la realidad plural del sector.

En el cuestionario se ha realizado una distinción por tipología del comercio entre el comercio al por menor- incluyendo la venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas- que según el DIRCE (INE) es el preponderante ya que acoge del 63,1% del total de empresas y genera 38.800 empleos. Y, por otro lado, el comercio mayorista que es minoritario y que representa el 36,9% de las empresas y mantiene 13.800 empleos.

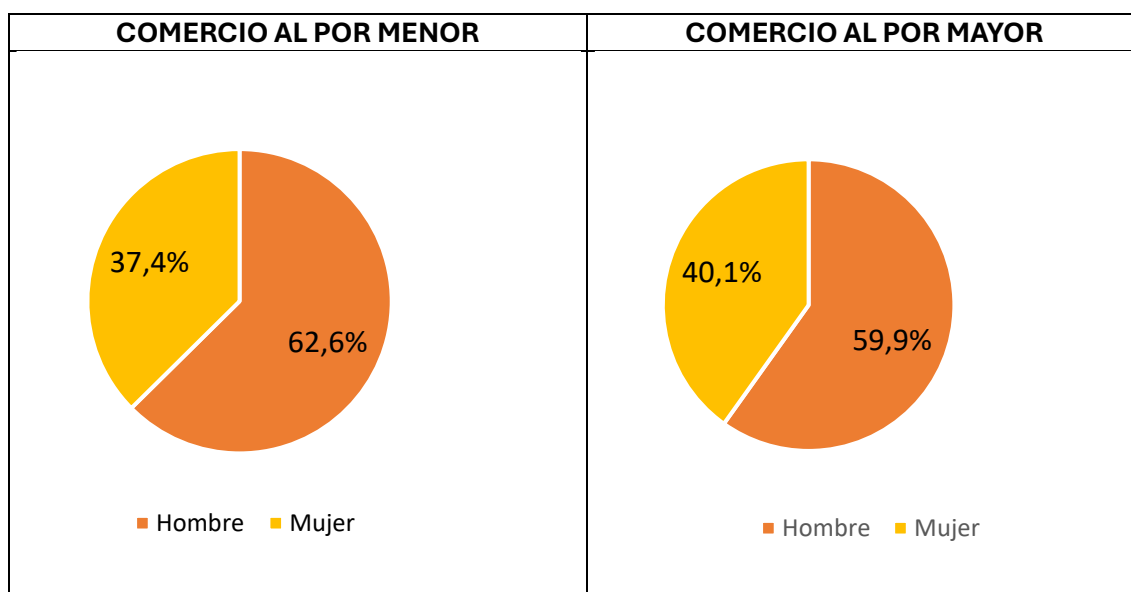
De partida se ha realizado una distribución de las encuestas en función del tamaño del municipio del centro de trabajo y de acuerdo con la afiliación a la seguridad social. De esta manera, en el comercio al por menor una mayoría muy sustancial (85,3%) evidencia su localización predominante en localidades mayores de 5.000 habitantes, frente a una mayoría también importante de empresas del sector del comercio mayorista que alcanzan el 77,5% del total. En ambos casos se pone de manifiesto la concentración del sector comercio en poblaciones de características más urbanas, frente a una presencia minoritaria en el ámbito rural.



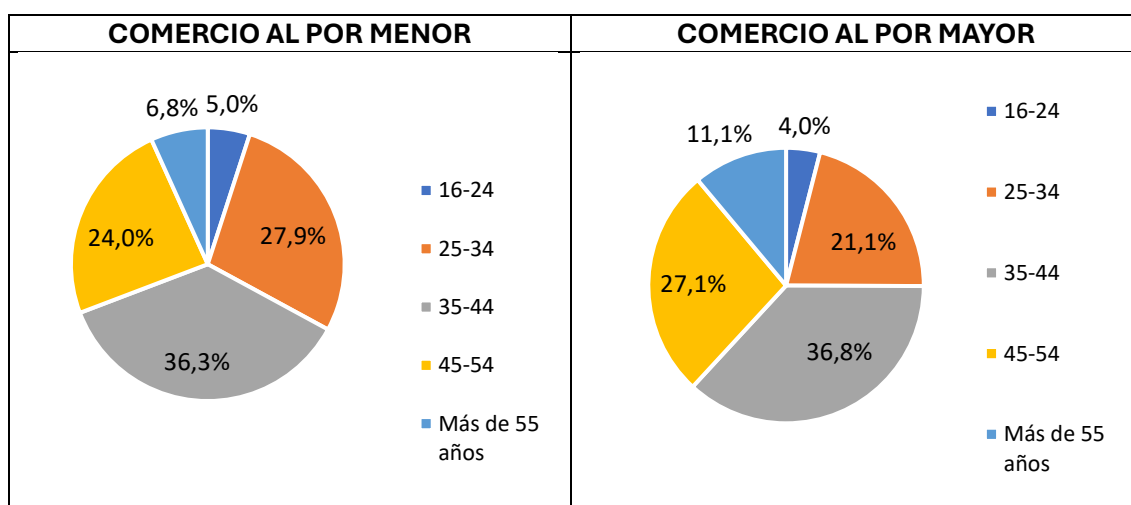
Bloque 1: Perfil socioeconómico del/la trabajador/a

En el primer bloque se analiza el perfil socioeconómico del trabajador/a, atendiendo a su edad, sexo, nivel de estudios, número de trabajadores existente en la empresa y profesión.

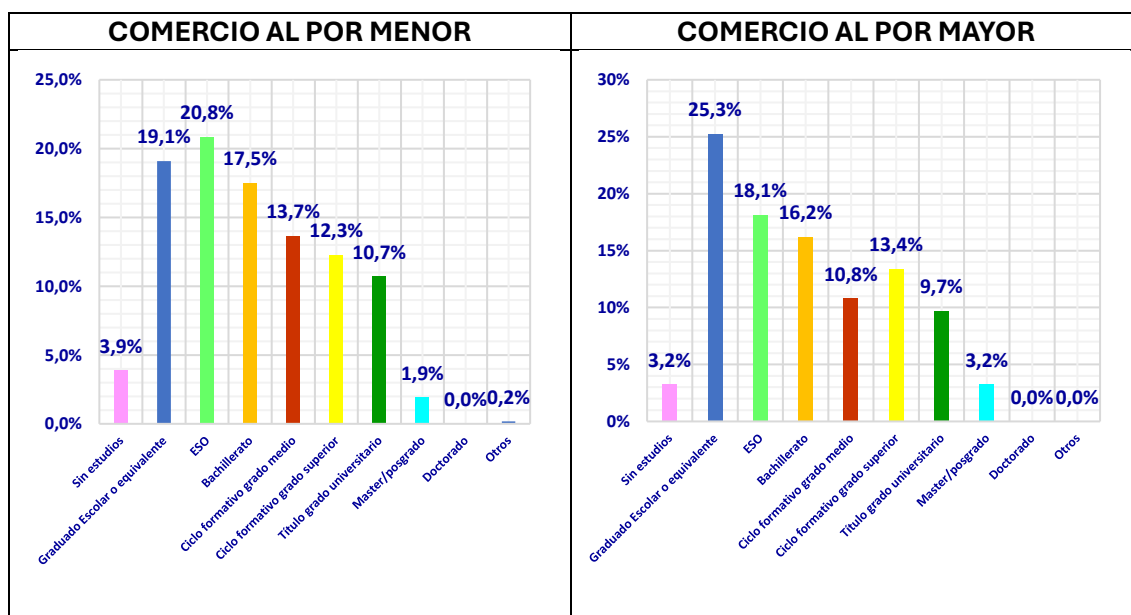
En cuanto al sexo de las personas encuestadas, en el comercio minorista los varones representan un 62,6% frente al 37,4% de mujeres, mientras que en el comercio al por mayor la presencia es más equilibrada (59,9% de hombres frente a 40,1% de mujeres).



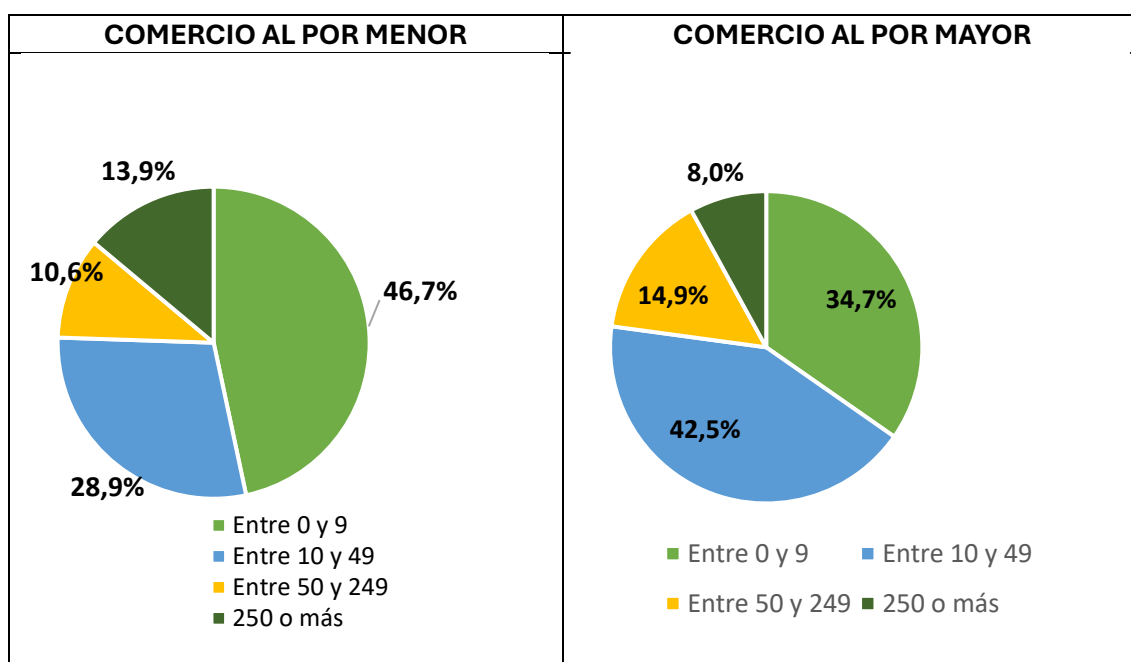
En función de la edad el tramo más numeroso de los encuestados se sitúa en el colectivo central de entre 35 y 44 años, que representa un peso por encima del 36% en ambos casos. En el del comercio al por menor el segundo colectivo más importante es el de trabajadores con entre 25 y 34 años que llegan al 27,9% del total. Los trabajadores del comercio mayorista, por el contrario, se muestran con una mayor edad ya que el segundo intervalo más numeroso es del de 45-54 años con un 27,1% del total.



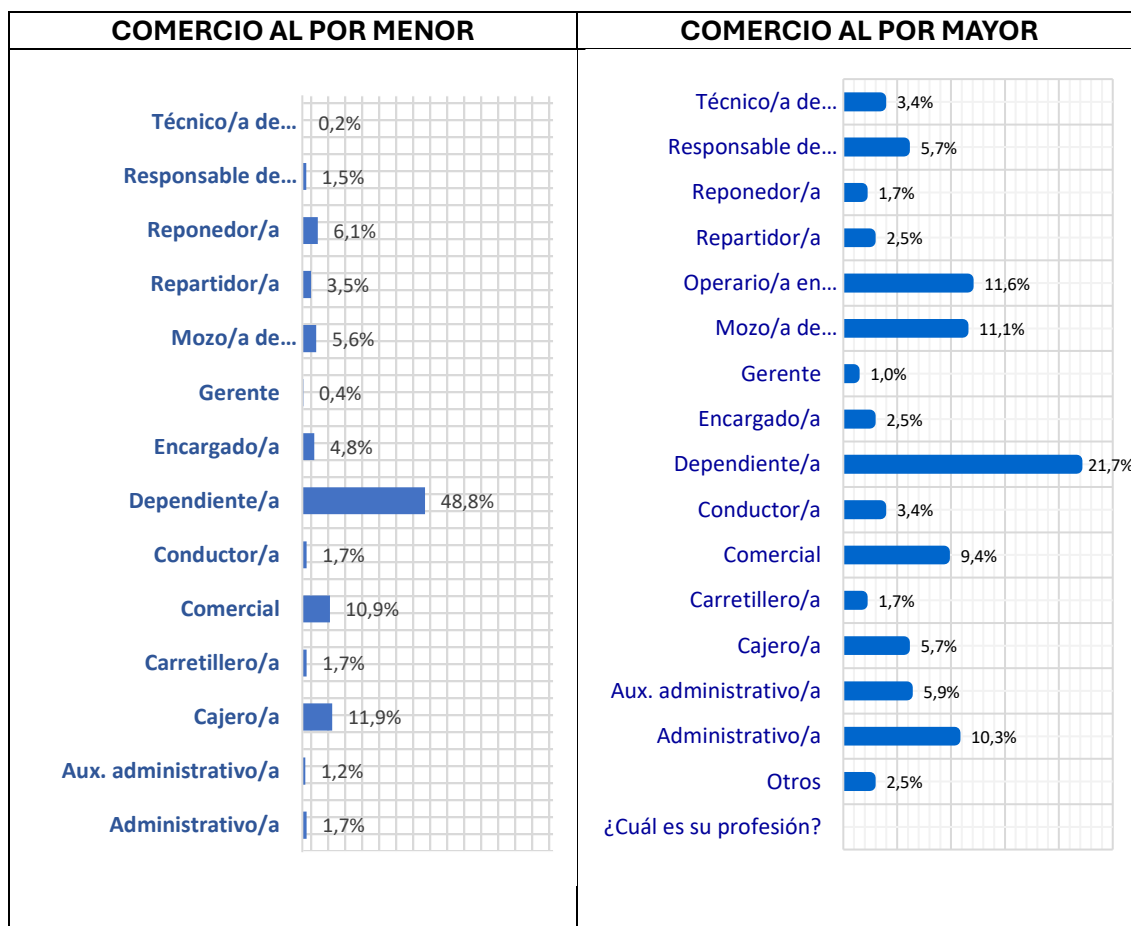
En relación con el nivel de estudios, los estudios predominantes entre los encuestados son la ESO en el comercio al por menor (20,8%) frente al Graduado escolar (25,3%) en el caso del comercio mayorista. Con carácter global se aprecia un nivel formativo bajo. En torno al 12% de los encuestados posee un título universitario.



En cuanto al número de trabajadores que tienen las empresas de las personas encuestadas, predominan claramente las micropymes. Un 46,7% de las del comercio minorista tiene menos de 10 empleados por un 34,7% de las del comercio al por mayor. En el caso del comercio mayorista la presencia más destacada es de empresas con entre 10 y 49 trabajadores (42,5%) lo que unido al 14,9% de empresas con más de 50 empleados hace que el tamaño medio sea mayor que en el minorista, pese a que en el comercio al por menor el peso relativo de las empresas grandes con más de 250 personas trabajando (13,9%) sea más relevante que en el comercio mayorista (8%).



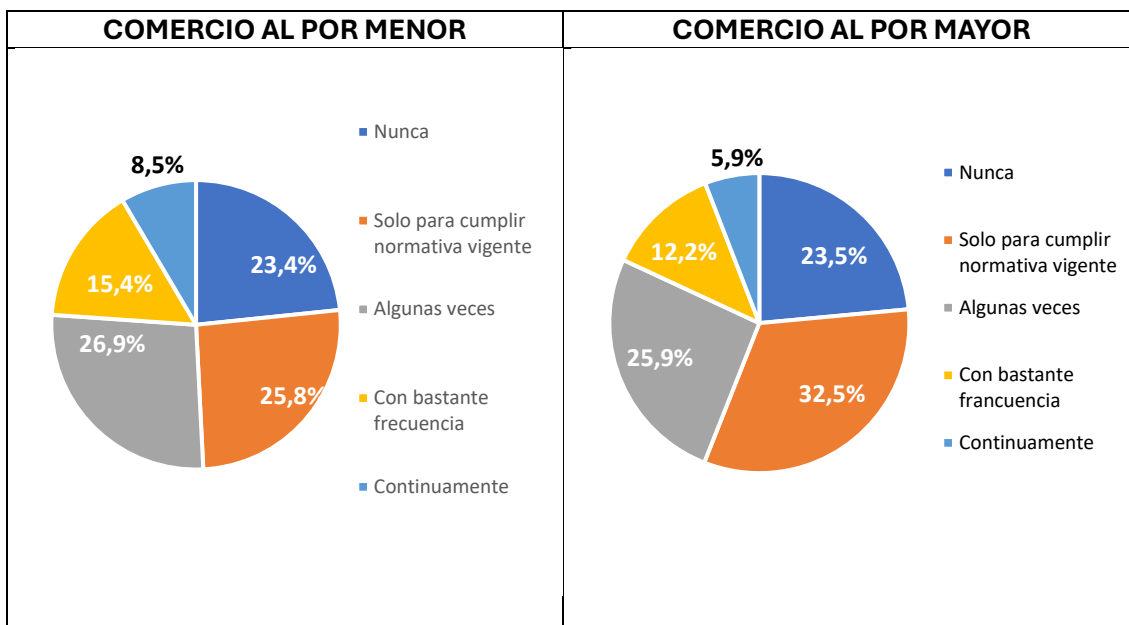
De las profesiones declaradas por las personas encuestadas cabe indicar la presencia mayoritaria de la categoría de dependiente/dependienta en el sector minorista con un 48,8% del total seguido por la de cajero/cajera con un 11,9%. En el caso del comercio mayorista la profesión más representada, aunque en mucha menor medida, es también la de dependiente/a con un 21,7% del total seguida por las de operario y mozos de departamento que, en conjunto, representan un 22,7% del total.



Bloque II: Formación recibida

Se recogen en este bloque las apreciaciones de las personas encuestadas sobre la frecuencia de la formación recibida y la valoración cualitativa de la misma y su utilidad.

Tanto en el comercio minorista como en el mayorista hay un porcentaje significativo de personas encuestadas que consideran que la formación que reciben se realiza sólo para cumplir con la normativa vigente (32,5% en el comercio al por mayor y 25,8% en el caso del comercio al por menor). En el comercio minorista predomina la formación ocasional (26,9%). En ambos tipos de comercio en torno a un 23% declaran que nunca reciben formación. Un 8,5% de los trabajadores encuestados en el comercio minorista y un 5,9% en el mayorista declaran recibir formación de forma continua.

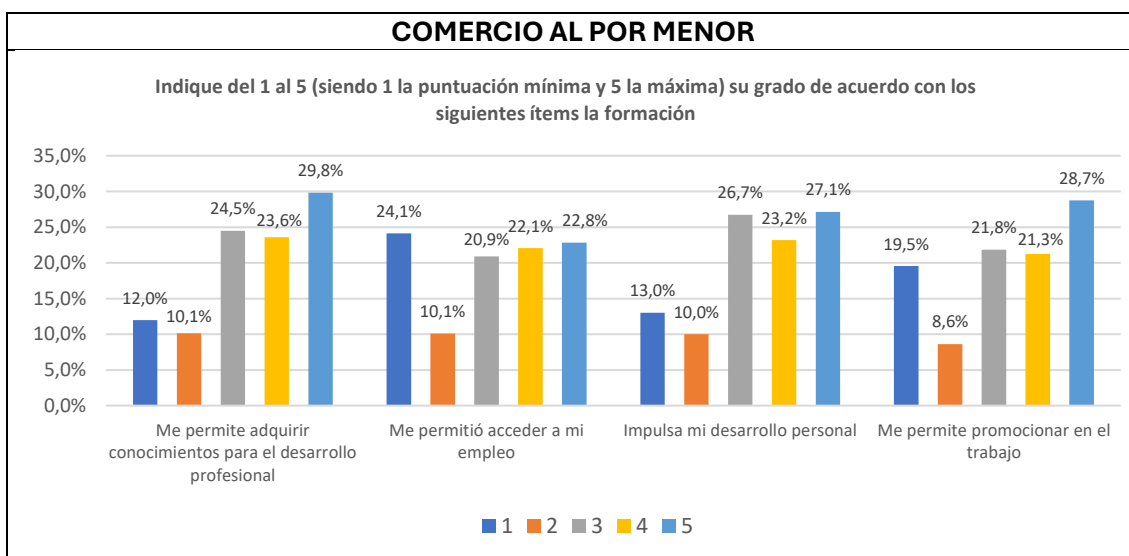


En cuanto a la valoración que se realiza por parte de los encuestados respecto de determinadas afirmaciones con respecto a la formación, en el caso del comercio minorista cabe destacar que casi tres de cada diez encuestados valoran muy positivamente la formación como herramienta para adquirir conocimientos para su desarrollo profesional.

Por el contrario, sólo un 24,1% le otorga relevancia a la formación como medio para acceder a su empleo.

En cuanto a la formación como medida de impulso del desarrollo personal, la valoración de esta afirmación es media-alta.

Por último, un 28,7% de los encuestados considera que la formación le resulta eficaz para promocionar en su trabajo.

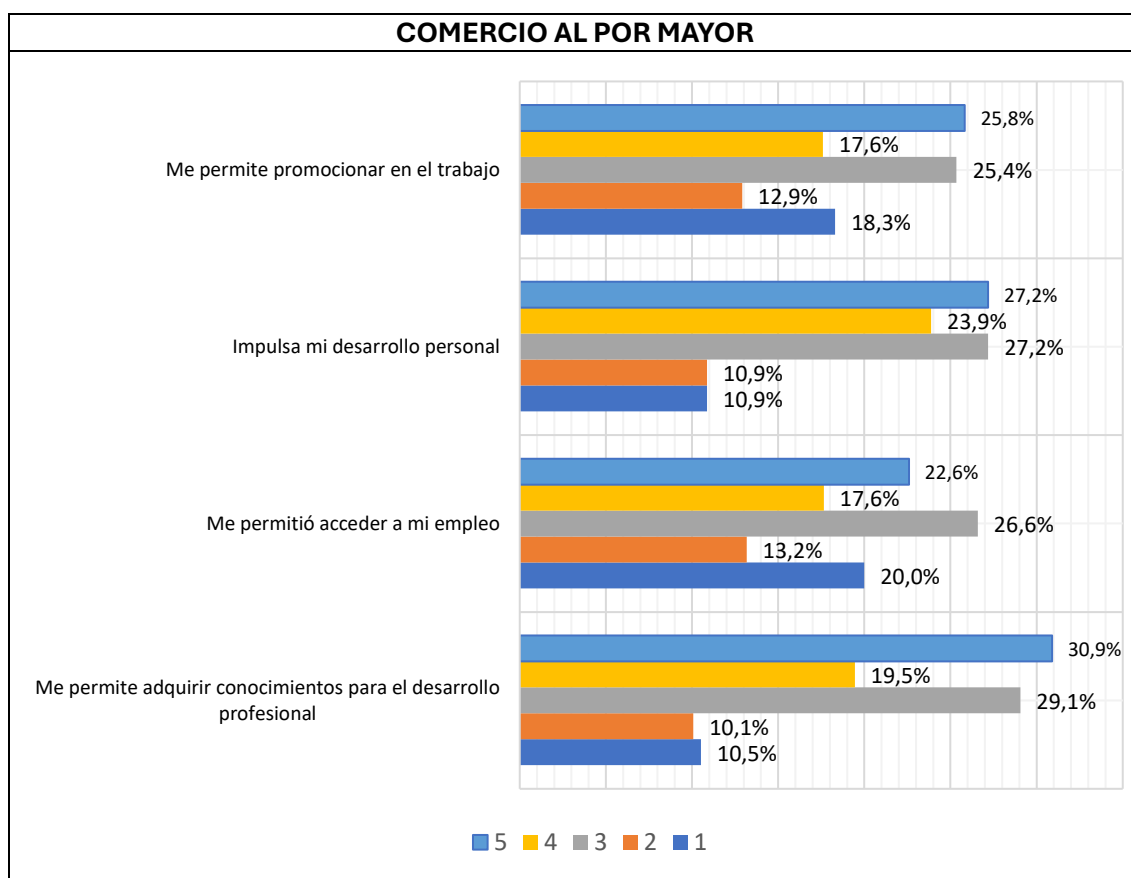


Por su parte en el caso del comercio al por mayor cabe destacar que para el 30,9% de los encuestados la valoración es máxima en cuanto a que la formación le permite adquirir conocimientos para su profesión.

De forma añadida a los que consideran la formación como una llave para acceder al empleo, la valoración es más desigual, de forma que la postura mayoritaria en un 26,6% es una valoración intermedia.

Se constata una valoración más elevada y generalizada en lo referido a la percepción de que la formación impulsa el desarrollo personal.

En cuanto a la promoción en el empleo un 25,8% de los encuestados otorga una puntuación máxima a la formación como factor de mejora de la categoría profesional dentro de la empresa.

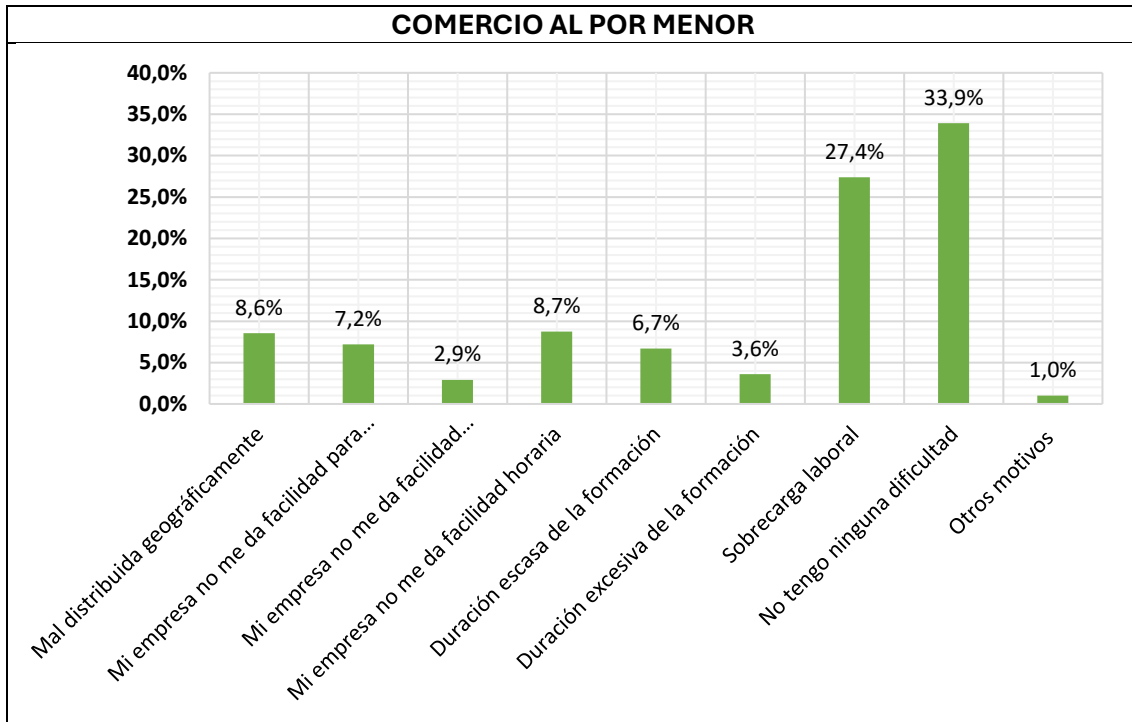


Bloque III: Obstáculos de accesos a la formación.

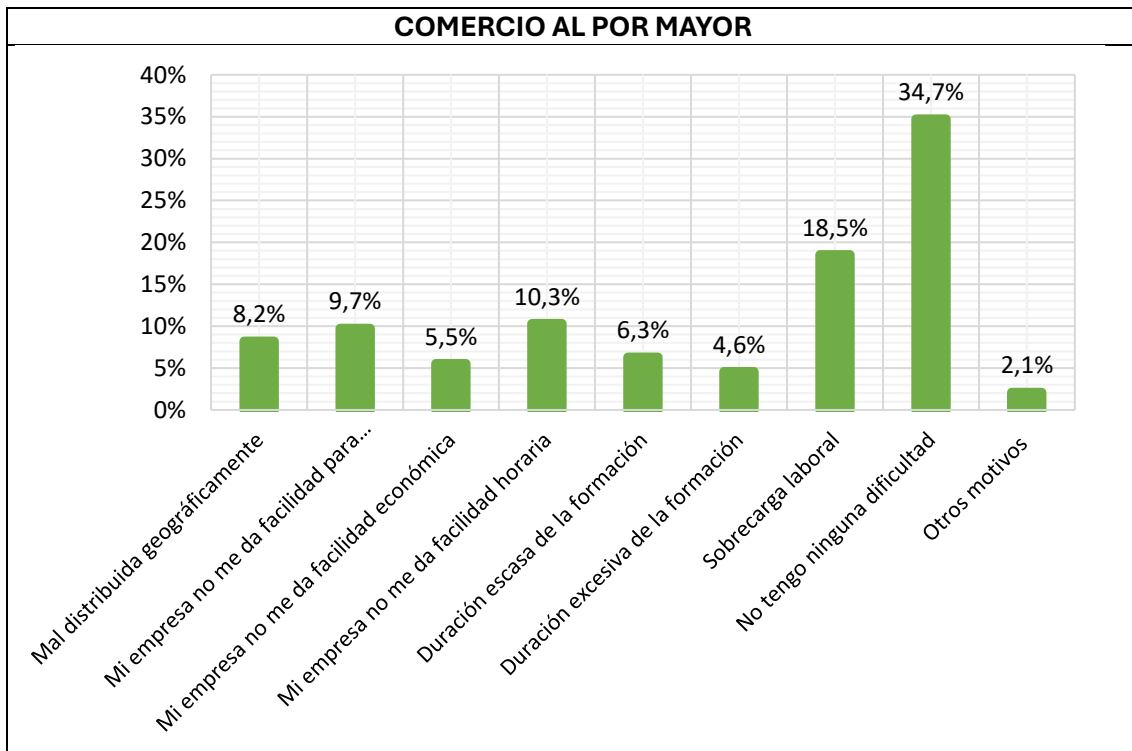
Dentro de la amplia casuística detectada como barrera que dificulta la realización de cursos de formación, en el caso del comercio al por menor uno de cada tres encuestados manifiesta no tener ninguna dificultad.

De forma complementaria destaca con un 27,4% los encuestados que indican que el principal obstáculo es la sobrecarga laboral. Le siguen en importancia las dificultades relacionadas con la conciliación horaria (8,7%) y 7,2% en general.

A destacar que un 8,6% considera que la formación está mal distribuida geográficamente.



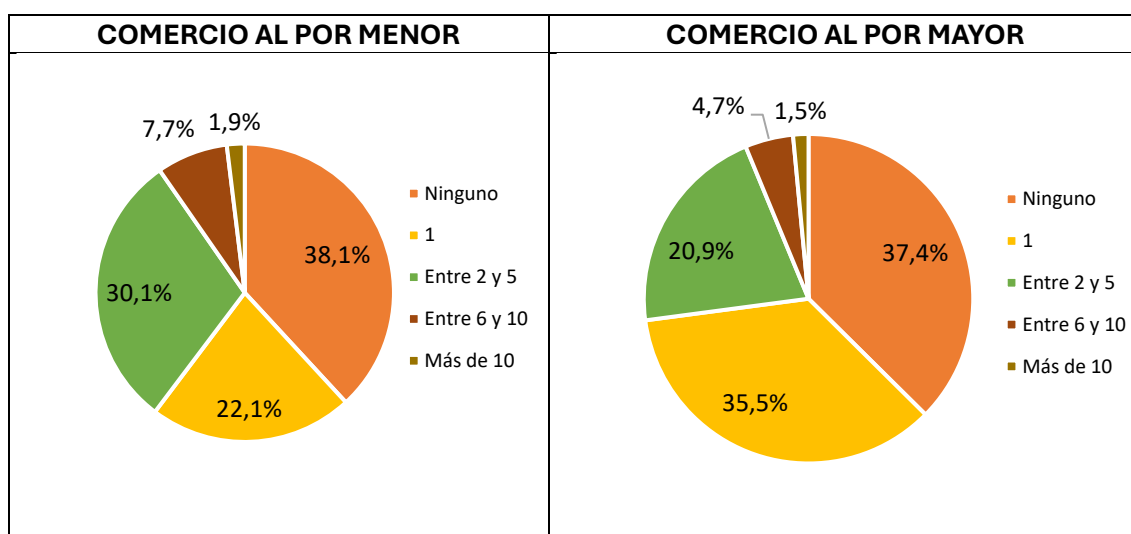
Por su parte, en el comercio al por mayor las tendencias se repiten, aunque en porcentajes diferentes. Así el 34,7% de los encuestados manifiesta que no tiene dificultades para recibir acciones formativas. La sobrecarga laboral, con un 18,5%, es la mayor barrera seguida con un 10,3% por el escollo de la conciliación horaria y con un 9,7% las dificultades derivadas de que las empresas de las personas encuestadas no dan facilidades para conciliar.



A la pregunta del número de cursos de formación que se ha recibido en el último año la respuesta mayoritaria es “ninguno”, oscilando entre el 37,4% en los trabajadores del comercio al por mayor y el 38,1% en el comercio al por menor.

Resulta patente con los resultados obtenidos que la frecuencia de la formación es mayor en el comercio minorista que en el mayorista. En el comercio minorista tres de cada diez trabajadores declaran haber participado entre dos y cinco cursos, diez puntos porcentuales por encima de lo que responden los trabajadores del comercio mayorista en este mismo volumen de acciones formativas.

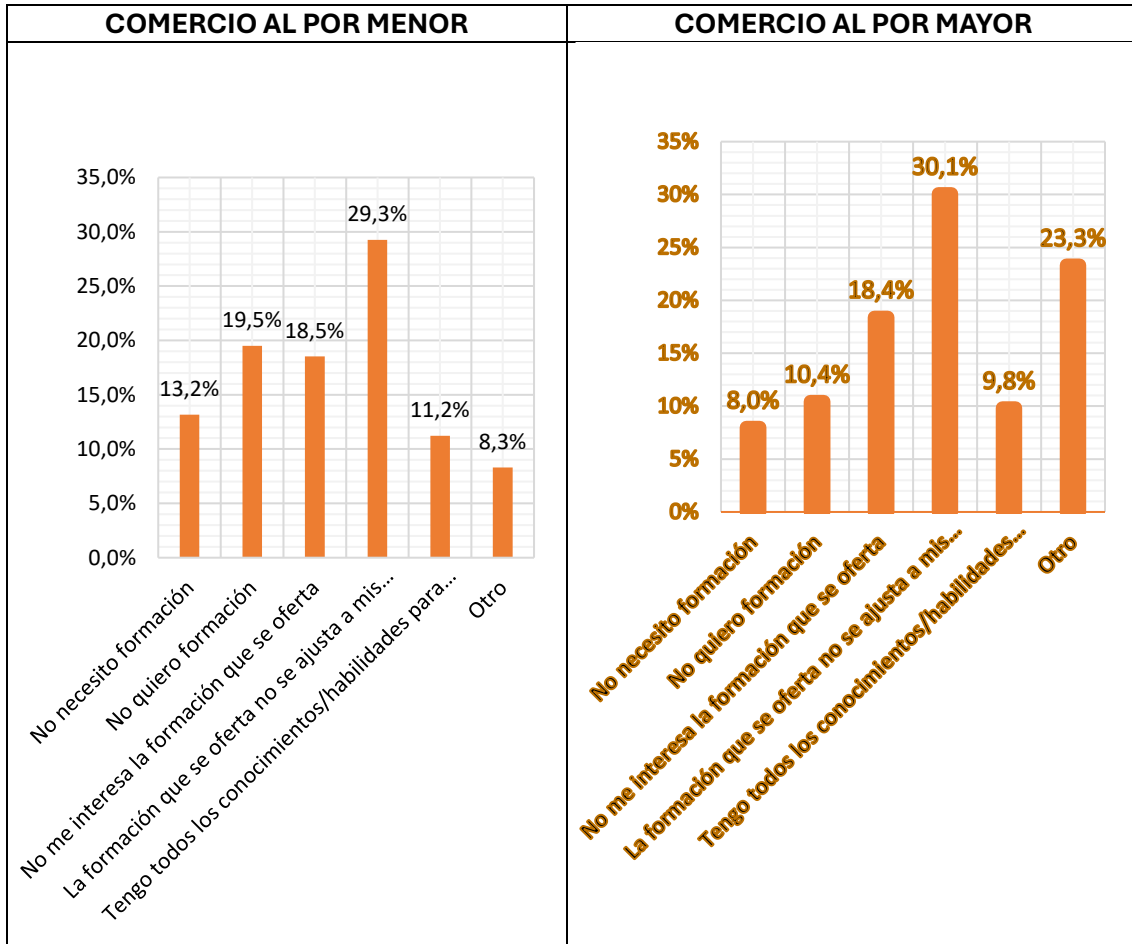
Un 35,5% de las respuestas del comercio mayorista sólo responde haber recibido un curso, porcentaje bastante más elevado que el 22,1% del comercio minorista.



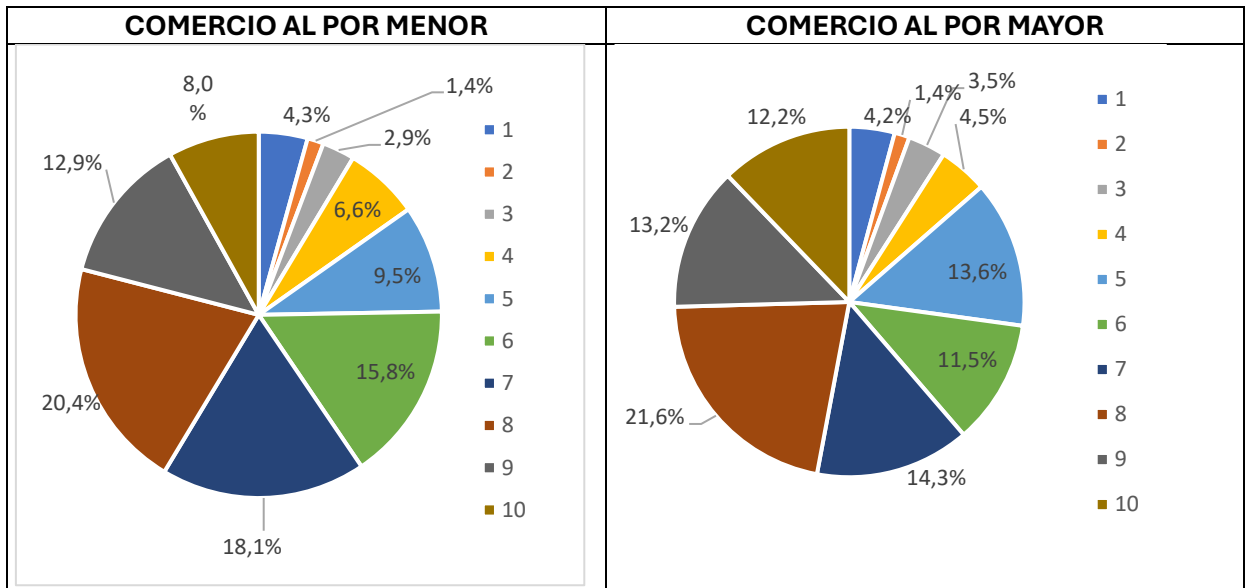
De entre los motivos que alegan los trabajadores que no han recibido ningún curso en el año anterior destacan, con en torno a un 30% de las respuestas, tanto en el comercio minorista como en el comercio mayorista, que la formación ofrecida no se ajusta a sus necesidades.

Específicamente en el comercio al por menor un 19,5% indica que no desea formación, lo que junto con el 18,5% que indica que la formación ofrecida no le interesa, muestra un elevado estrato de trabajadores que tienen un elevado desapego o desinterés por la oferta formativa.

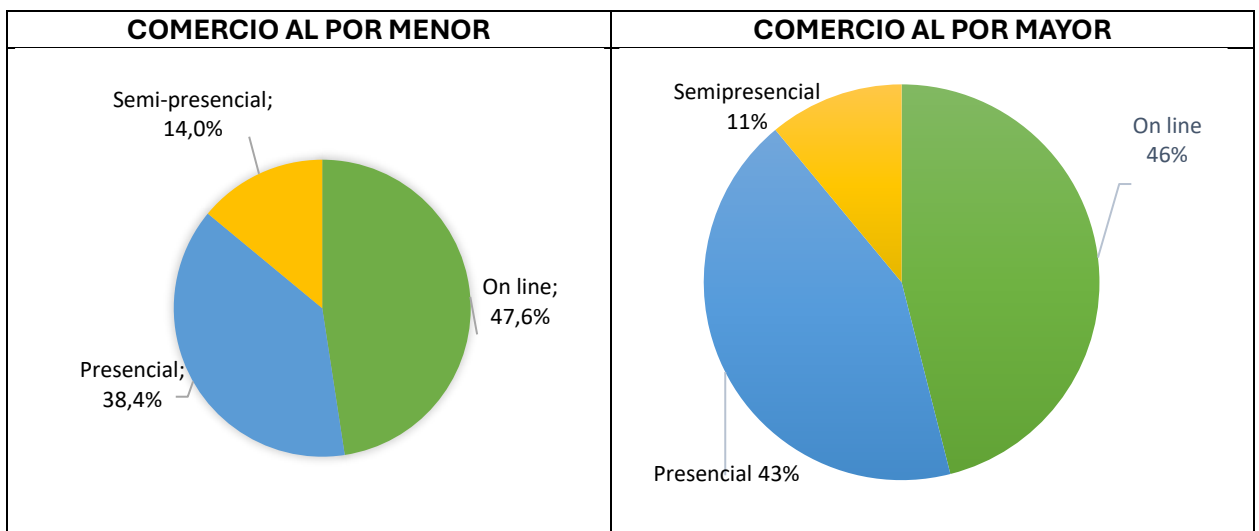
En el caso del comercio al por menor, el segundo porcentaje más elevado corresponde con otros motivos entre los cuales destacan la falta de facilidades que da la empresa para dicha formación, así como las dificultades para conciliar y el desconocimiento de la oferta formativa.



Respecto de la valoración de la formación recibida en el último año entre 1 y 10 puntos, la respuesta predominante en ambos tipos de comercio es el valor 8 con un 20,4% en el minorista y un 21,6% en el mayorista como se puede observar en los gráficos que siguen. La segunda nota predominante es el 7 que responden en un 18,1% en el comercio al por menor y en un 14,3% en el comercio mayorista.

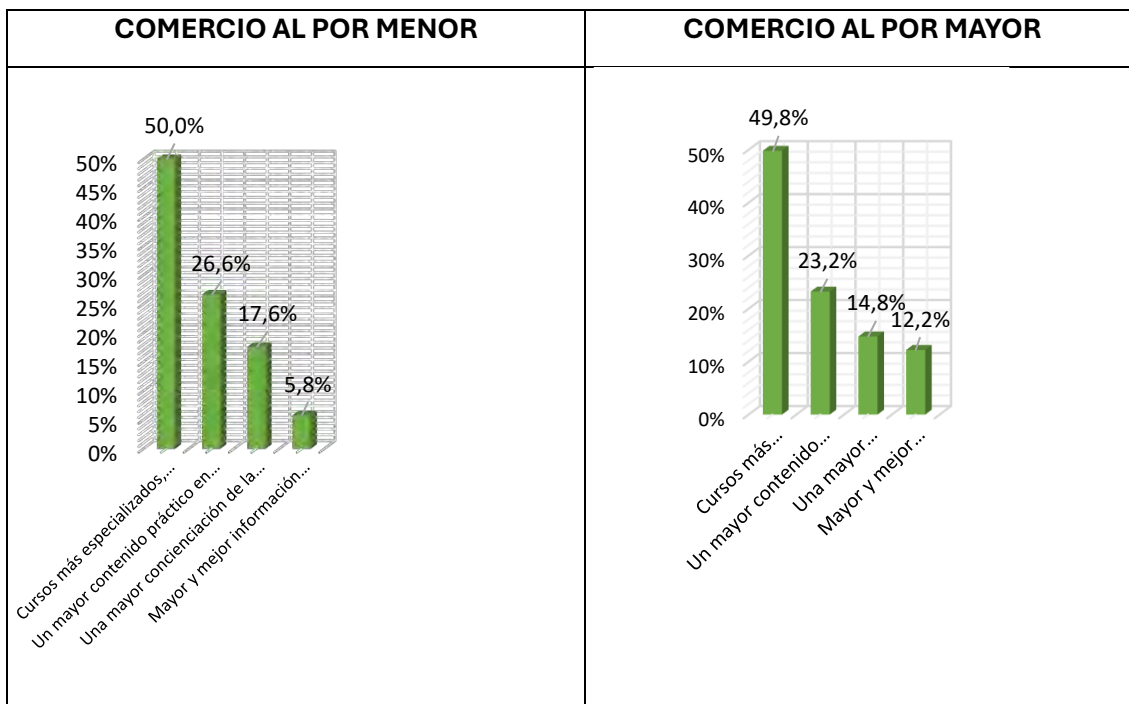


La modalidad preferida para recibir formación es la formación on line (47,6% en el comercio minorista y 46% en el mayorista, seguida por la presencial que es más relevante en el sector del comercio al por mayor (43%) que en el minorista (38,4%).



Se ha preguntado a los encuestados sobre los factores que consideran facilitarían una mejor formación. Existe una respuesta predominante tanto en el comercio minorista como en el mayorista -en torno a uno de cada dos encuestados- que identifica la demanda de una mayor especialización de los cursos y que estén adaptados a la realidad del sector.

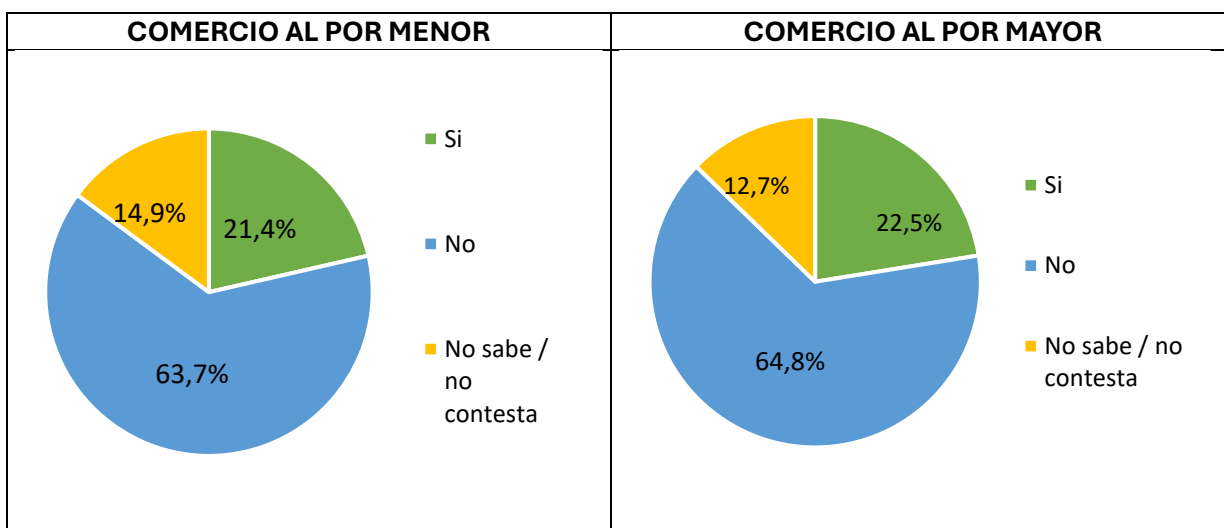
La anterior opinión se une con la demanda de un mayor contenido práctico de los cursos que es importante para el 26,6% de los encuestados del comercio al por menor y del 23,2% de los del comercio al por mayor.



14.4 Bloque IV: Conocimiento de la oferta formativa

Se ha preguntado a los encuestados sobre si conocen específicamente la oferta formativa de la Junta de Extremadura para las personas ocupadas del sector del comercio.

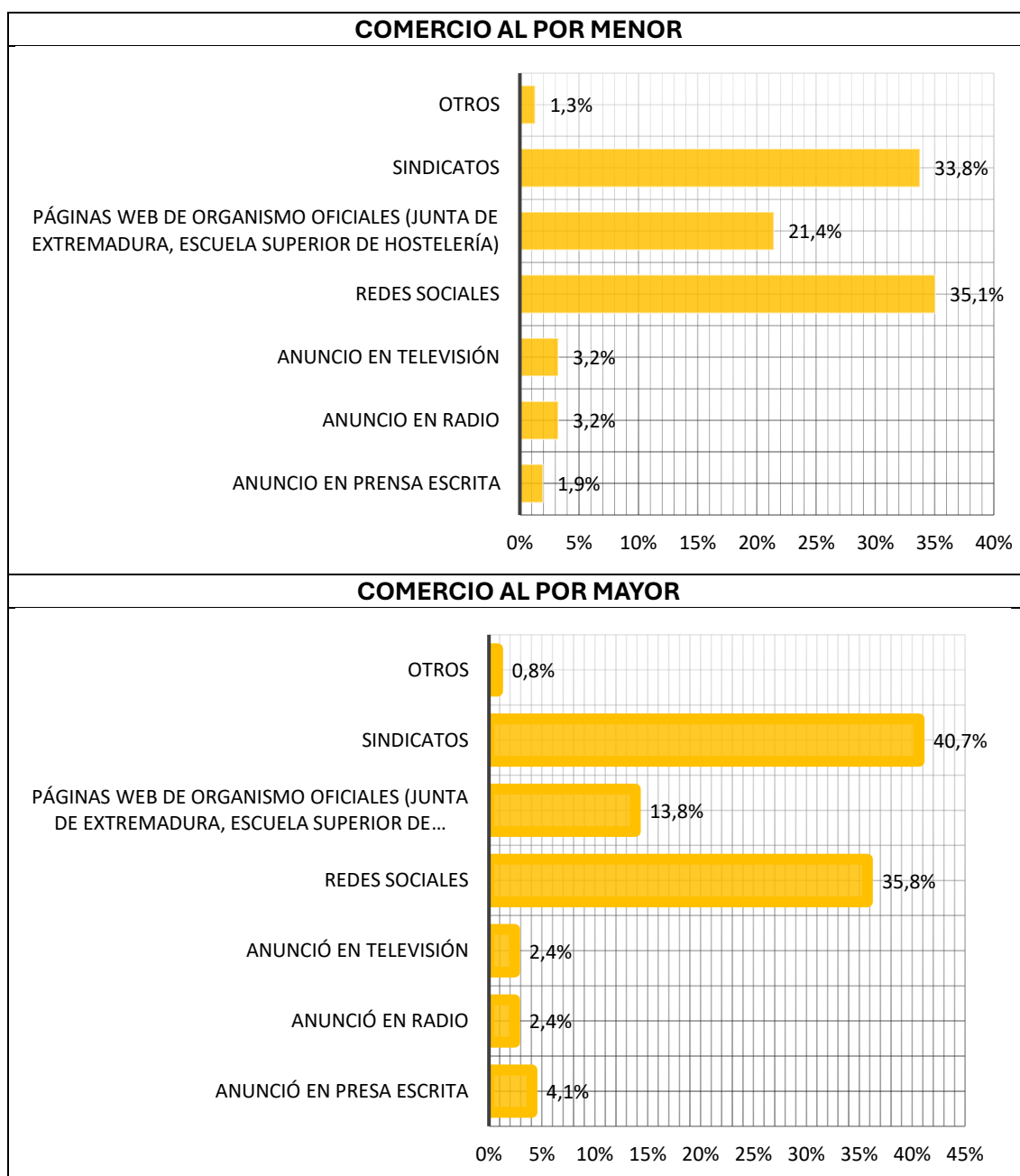
Una mayoría de las respuestas son negativas: un 64,8% en el comercio mayorista y un 63,7% en el minorista. A ello se une un porcentaje de entre el 12,7% y el 14,9% que no se pronuncia, por lo que el porcentaje de los que realmente afirman conocer dicha oferta se coloca en torno al 22% de los encuestados.



De los encuestados que afirman conocer la oferta formativa para ocupados del sector del comercio, en el comercio minorista el 35,1% de los mismos vincula su conocimiento con

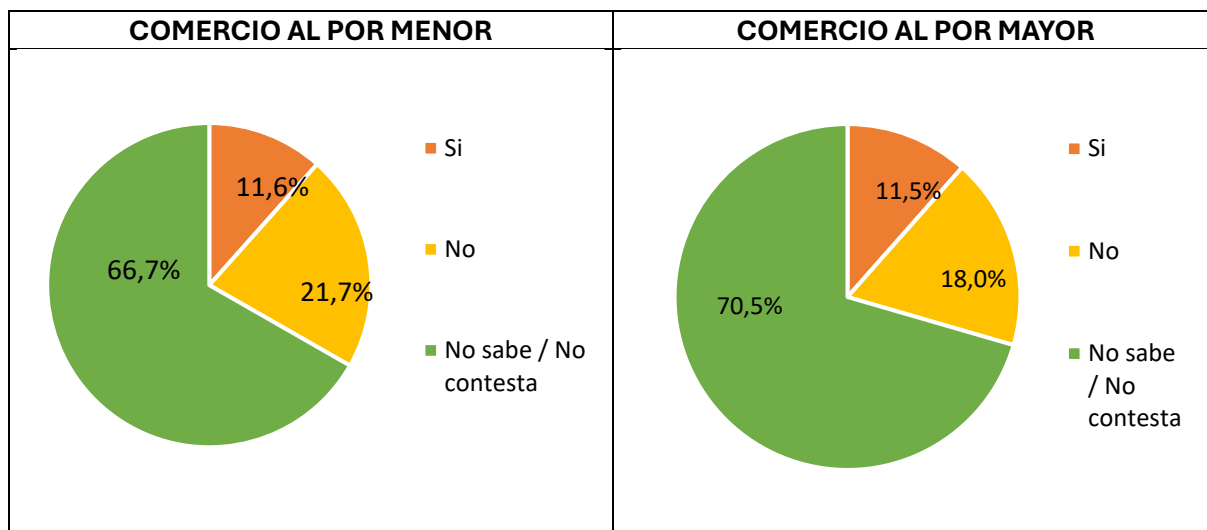
las redes sociales, un 33,8% lo une a la información suministrada por sindicatos y sólo un 21,4% afirma conocerlos por páginas web oficiales de la administración autonómica.

En el caso del comercio al por mayor, el conocimiento de dicha oferta de cursos se produce de forma más significativa con origen en los sindicatos (40,7%) seguido por un 35,8% por redes sociales. En tercer lugar, quedan las páginas web autonómicas oficiales como fuente de conocimiento para un 13,8% de los encuestados que sí afirman conocer dicha oferta formativa.



En concordancia con las respuestas mayoritarias que afirmaban no conocer la oferta formativa de la Junta de Extremadura, cuando se cuestiona a los trabajadores encuestados sobre si consideran que la oferta formativa de la Junta de Extremadura se ajusta a sus

necesidades formativas, una amplia mayoría -tanto en el comercio minorista (66,7%) como en el mayorista (70,5%)- optan por no expresarlo. Un 21,7% de los encuestados del comercio al por menor y un 18% de los del comercio al por mayor consideran que no es adecuada y en torno al 11,5% de los encuestados globalmente responden que dicha oferta sí se ajusta a sus necesidades.

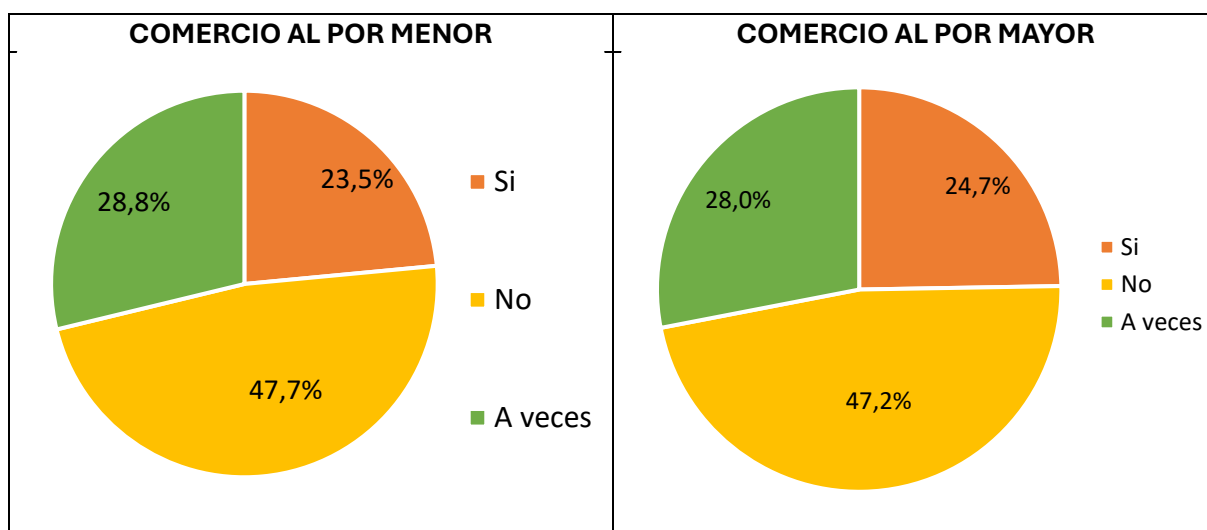


14.5 Bloque V: Necesidades, Intereses y Prioridades de formación

Para determinar las necesidades que los trabajadores encuestados han detectado respecto de la formación que reciben o demandan recibir, en este bloque se plantean diversas cuestiones.

En primer lugar, sobre si detectan deficiencias o carencias formativas en la ejecución de las tareas de su puesto de trabajo, en torno a un 47% de los encuestados, afirma que no tiene carencias.

Los que sí detectan carencias formativas se reparten entre los que las encuentran de forma permanente (un 24,7% en el comercio mayorista y un 23,5% en el comercio al por menor) y los que aprecian carencias de manera esporádica (28,8% en el comercio minorista y un 28% en el comercio mayorista)

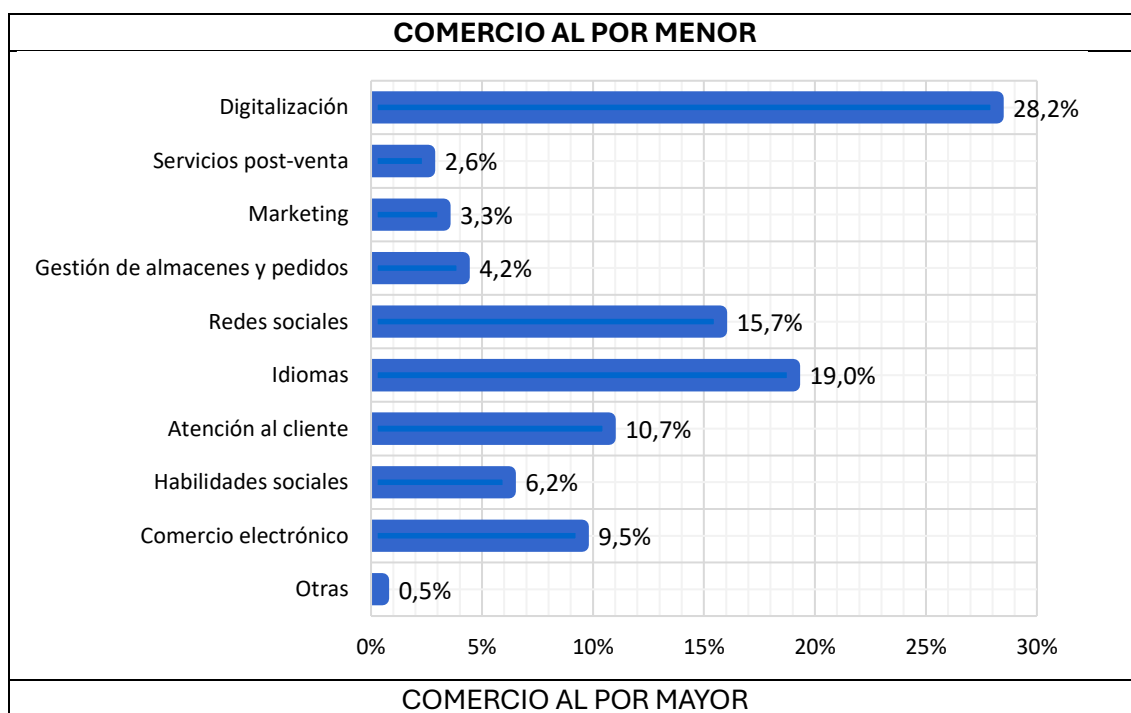


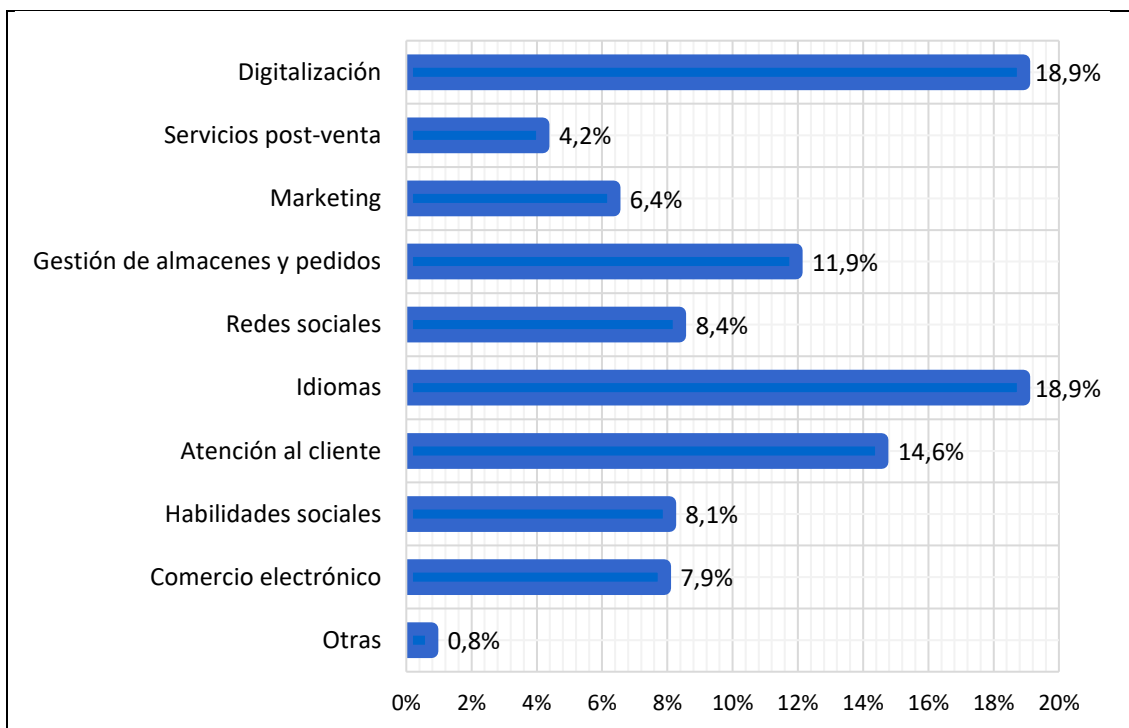
Para determinar cuáles son esas necesidades de formación no cubiertas en su puesto de trabajo se plantearon en la encuesta hasta diez posibles opciones.

Tanto en el caso del comercio minorista como en el del comercio mayorista la digitalización se identifica por los trabajadores encuestados como la principal necesidad formativa que precisan (28,2% en el comercio minorista, superior al 18,9% del comercio mayorista).

En segundo término, aparecen los idiomas como otra necesidad importante, en porcentajes similares que rondan el 19% en ambos tipos de comercio.

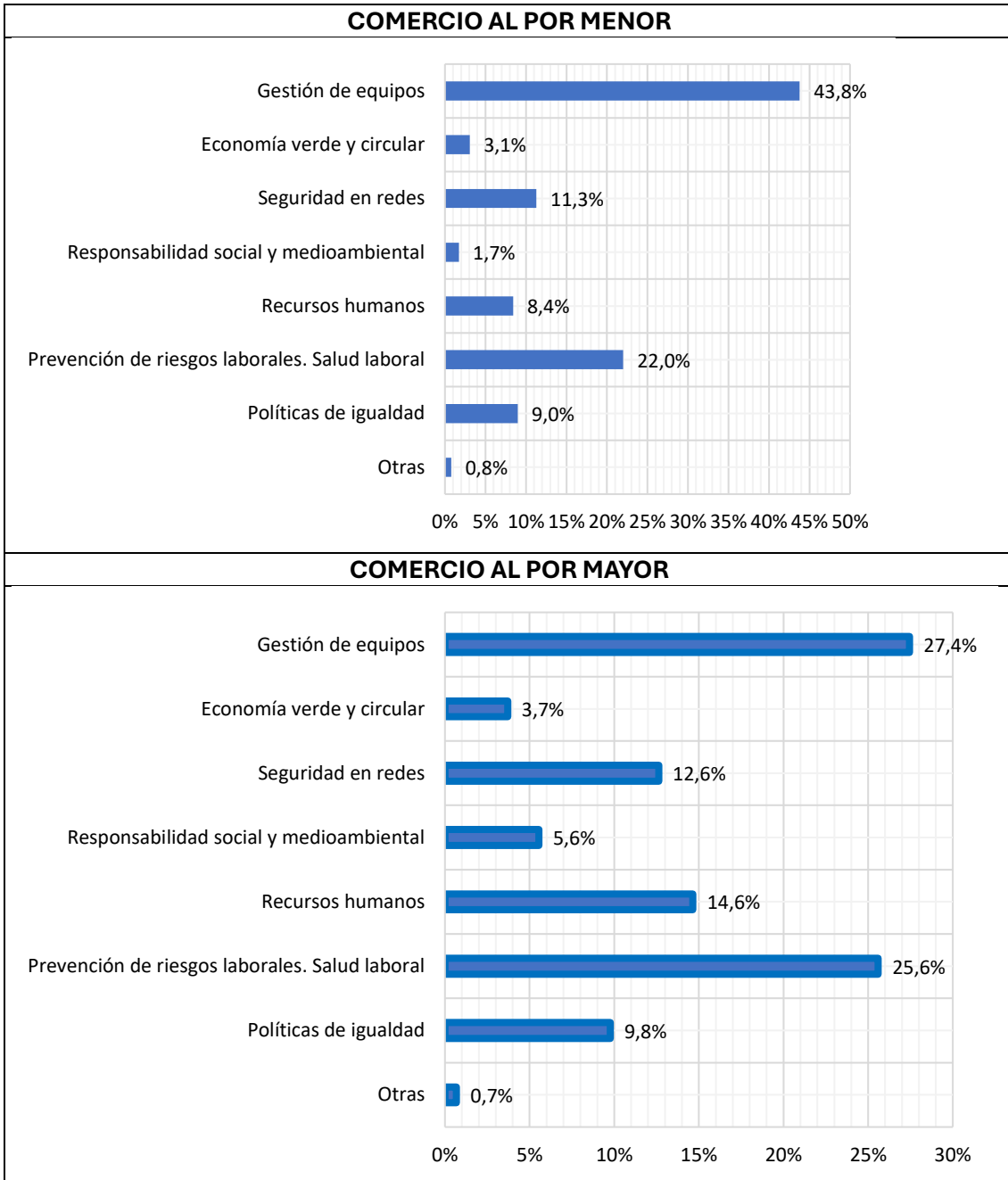
En tercer lugar, difieren las necesidades según el tipo de comercio, mientras que en el minorista se detectan carencias formativas en materia de redes sociales (15,7%), en el comercio mayorista se requiere formación en materia de atención al cliente. Esta misma carencia se coloca en el cuarto lugar en el comercio al por menor (10,7%) mientras que en el comercio mayorista de concreta en cuarta posición se coloca la gestión de almacenes y pedidos (11,9%).





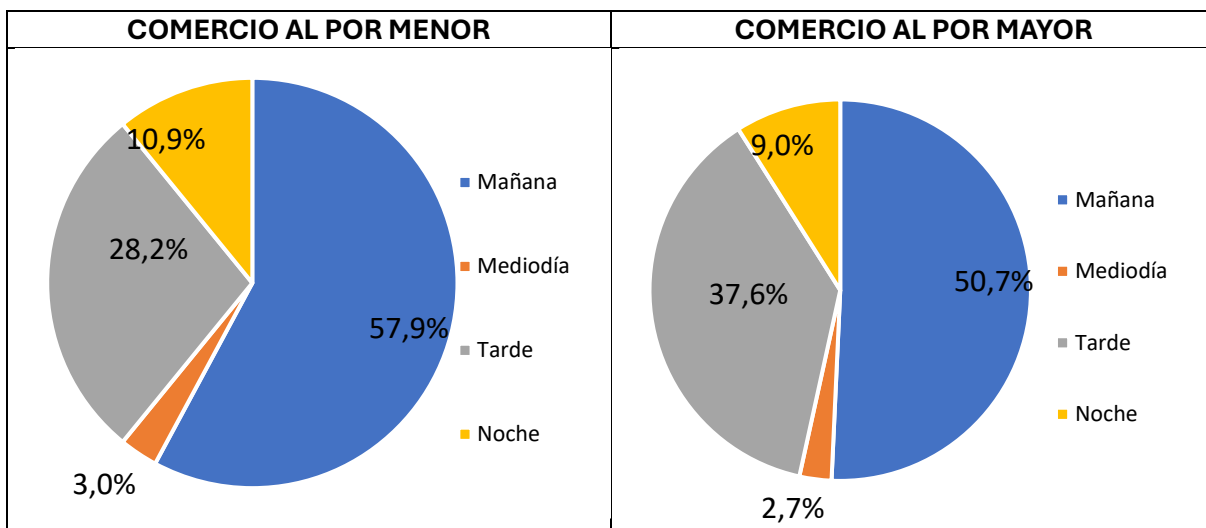
Para ahondar aún más en las necesidades formativas de carácter transversal que se considera como prioritarias para los trabajadores encuestados se exponen ocho opciones. De ellas en ambos tipos de comercio destaca como prioridad formativa demandada la gestión de equipos (un 43,8% de los encuestados del comercio minorista por un 27,4% en el comercio al por mayor).

En segundo lugar, destaca la demanda de formación en prevención de riesgos laborales-salud laboral (22% en comercio al por menor y 25,6% en comercio al por mayor). En tercer término, el comercio minorista se decanta por la necesidad de formación en seguridad en redes, mientras que el comercio al por mayor opta por la formación en políticas de igualdad.



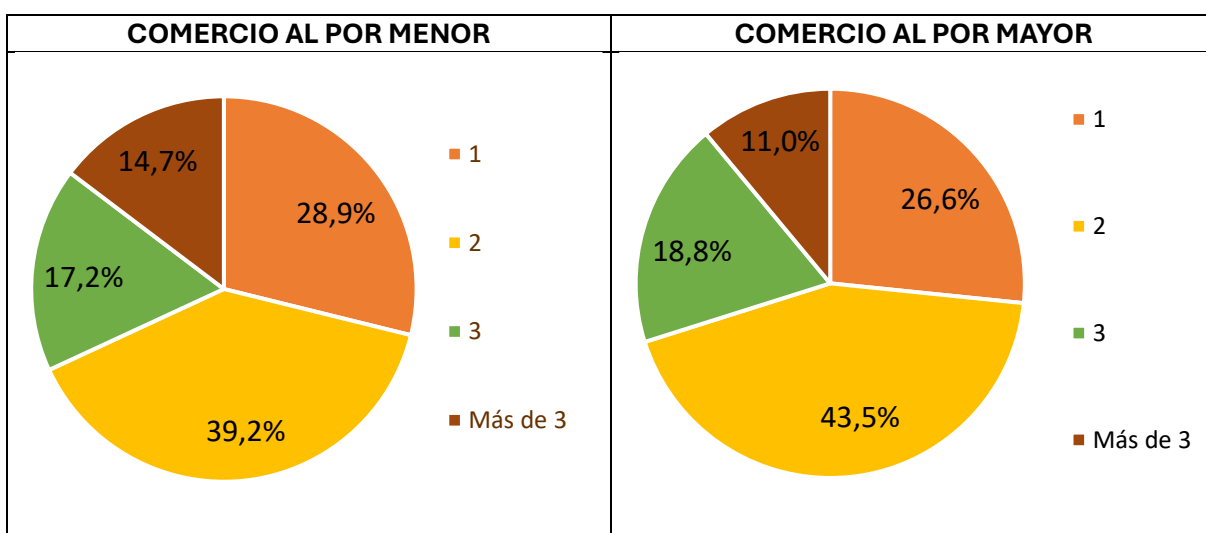
Con el objetivo de favorecer la adecuación de la oferta formativa a las demandas y posibilidades del sector comercio se han planteado, finalmente, una serie de cinco preguntas sobre las características logísticas de las acciones formativas.

Así respecto del horario que se considera más adecuado para dichos cursos es elegido mayoritariamente el horario de mañana (por encima del 50% en ambos tipos de comercio, aunque más en el comercio minorista con un 57,9% de las respuestas). Le sigue en preferencias el horario de tarde que es más valorado por el comercio al por mayor (37,6%) que por el comercio minorista (28,2%). Las opciones de noche y mediodía tienen carácter más residual.



En cuanto a las horas que se consideran más adecuadas para cada sesión formativa las preferencias de los encuestados se dirigen hacia una duración diaria de 2 horas, como indican el 39,2% de los trabajadores del comercio al por menor y el 43,5% de los del comercio mayorista.

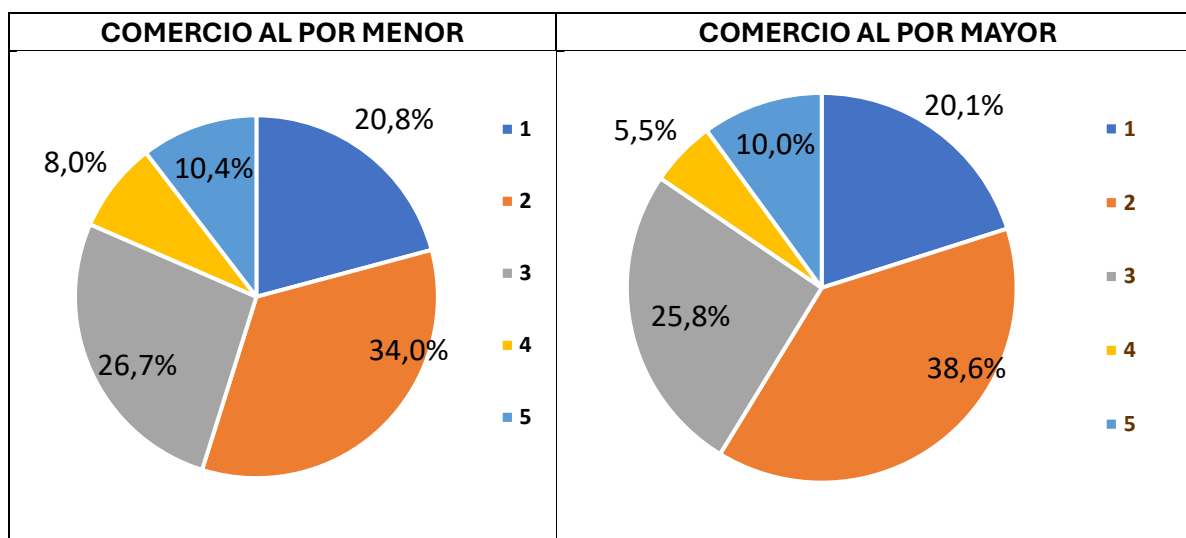
En segundo lugar, las acciones formativas de una hora de duración son adecuadas para un 28,9% de los encuestados del comercio minorista frente a un 26,6% de los del comercio al por mayor. En conjunto un 31,9% de los encuestados se muestra favorable a 3 o más horas en el comercio al por menor por un 29,8% en el comercio mayorista.



En lo referido al reparto semanal de las acciones formativas, destaca la preferencia por dos días a la semana tanto en el comercio al por menor (34%) como en el comercio al mayor (38,6%).

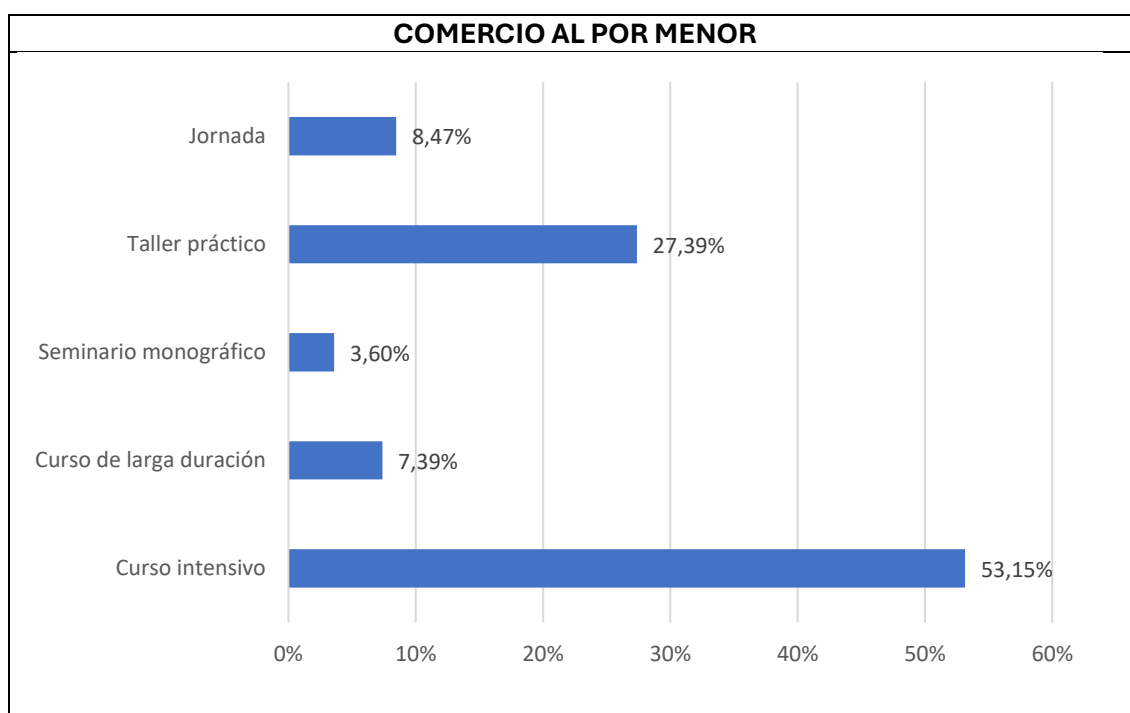
La segunda opción más valorada es la de tres días a la semana que ha sido elegida por al menos uno de cada cuatro encuestados (25,8% en el comercio mayorista y 26,7% en el

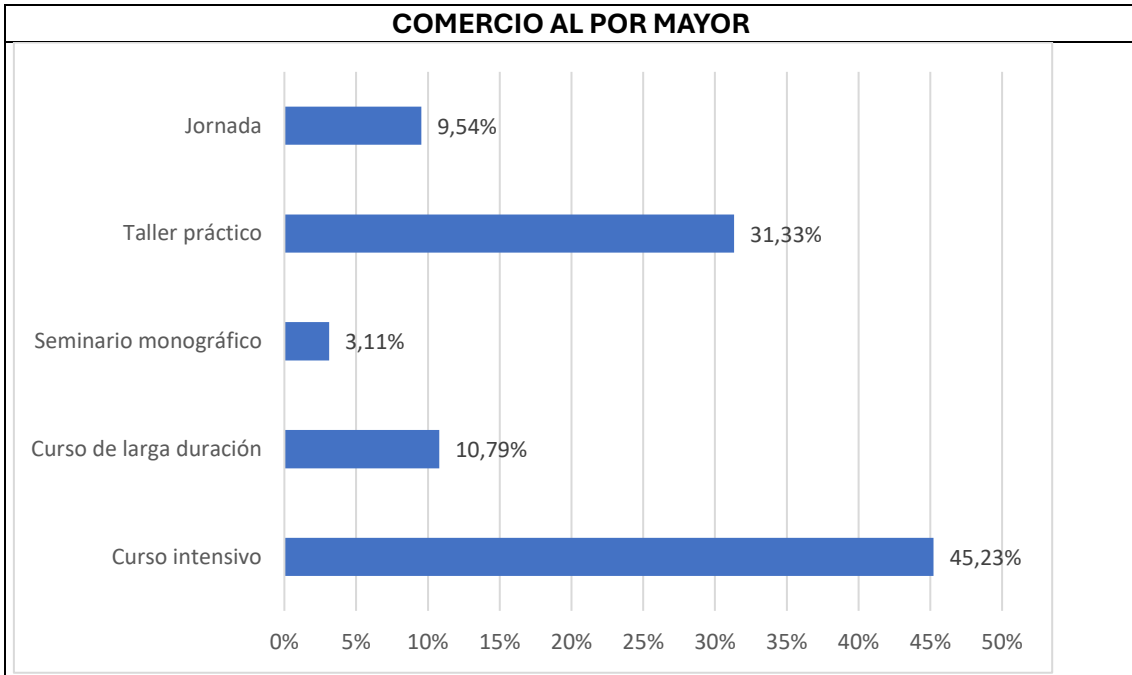
minorista). La tercera posibilidad más reconocida es de un día a la semana que seleccionan uno de cada cinco personas encuestadas.



En cuanto al formato de la acción formativa los encuestados se manifiestan de forma predominante por el formato de curso intensivo, en mayor medida en el comercio al por menor (53,15%) que en el comercio al por mayor (45,23%).

De forma significativa también se prefiere como segunda opción el formato del taller práctico, registrando un mayor porcentaje por esta opción los trabajadores encuestados del comercio mayorista (31,33%) que los del minorista (27,39%).



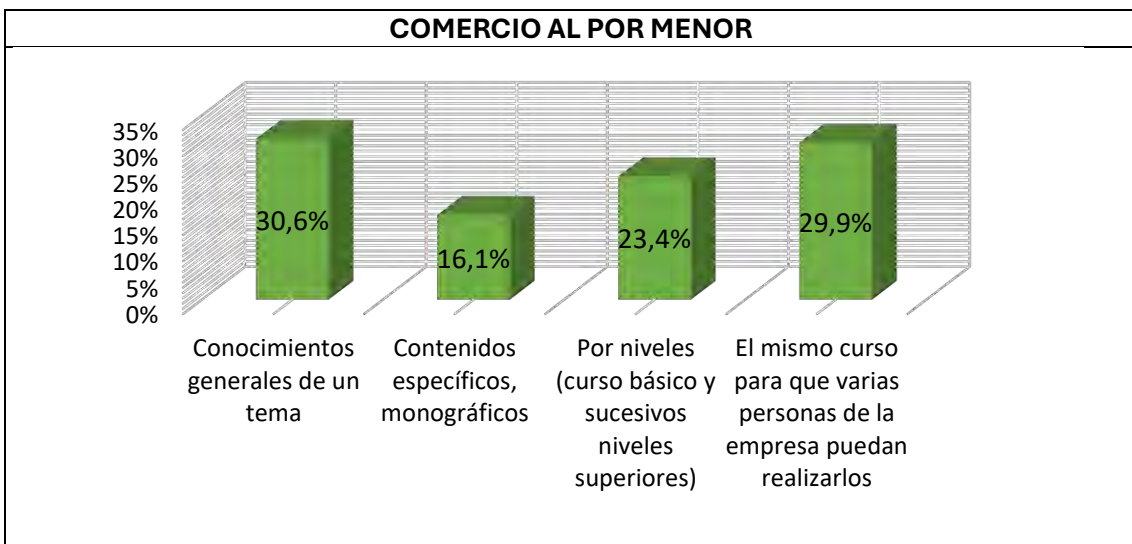


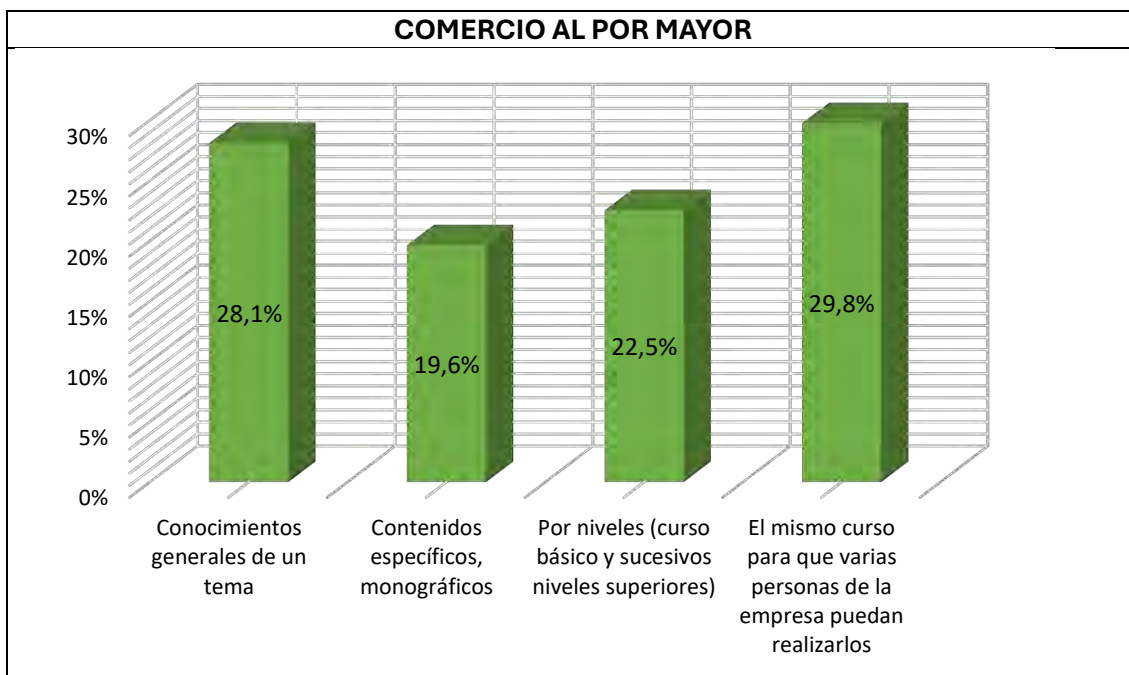
Por su parte, sobre la pregunta planteada sobre el contenido del temario que le resulta más atractivo a los trabajadores encuestados en el comercio minorista existe un posicionamiento muy similar, en torno al 30% de las respuestas, entre quienes prefieren un temario más generalista sobre un tema junto con los que estiman más adecuado un mismo curso que pueda ser realizado para diversos trabajadores de la misma empresa.

En el comercio al por mayor la opción preferida es un curso común para diversos trabajadores de la empresa (29,8%) seguida por un 28,1% que prefiere un temario de conocimientos generales sobre un tema.

El 23,4% de los encuestados en el comercio al por mayor y el 22,5% en el comercio al por menor prefieren un temario por niveles.

Por último, el 19,6% de los trabajadores del comercio al por mayor prefieren un temario más específico, en formato monográfico. Esta opción baja hasta el 16,1% en el caso del comercio minorista.





Resumen y conclusiones

De los resultados de las encuestas se pueden extraer, de forma resumida, las siguientes consideraciones:

- ❖ Las poblaciones mayores de 5.000 habitantes, con un carácter menos rural, concentran el 85% de las empresas del comercio minorista y el 77,5% de las mayoristas.
- ❖ Hay una mayor presencia de trabajadores varones con un 63% del total en el comercio al por menor y un 60% en el mayorista.
- ❖ Aunque por edad el comercio presenta un cierto envejecimiento en la región ya que el 38% de los trabajadores tiene más de 45 años, en el comercio minorista tienen un mayor peso los trabajadores más jóvenes de entre 25 y 34 años que representan un 28% frente al 18% del comercio mayorista.
- ❖ El nivel de estudios de los trabajadores del sector es bajo: uno de cada cuatro tiene como mucho graduado escolar y sólo un 13% tiene educación superior. Esto pone en evidencia la tradicional e insuficiente importancia que la formación para el empleo tiene en el sector.
- ❖ El 46,7% de las empresas del comercio al por menor son micro pymes mientras que un 28,9% tienen entre 10 y 49 trabajadores. Este último porcentaje es del 42,5% en el caso del comercio mayorista.
- ❖ La ocupación más frecuente dentro del sector minorista es la de dependiente/dependienta con un 49% mientras que en el comercio mayorista, aunque también tiene una importante presencia, destacan los operarios y mozos de departamento que suponen cerca del 23% del total.

Específicamente y con respecto a la formación:

- Un intervalo del 26- 27% de las personas encuestadas manifiestan que sólo recibe formación algunas veces, un 23% no la recibe nunca. Y los que responden que sólo la reciben para cumplir con la normativa vigente oscilan entre un 26% en el comercio al por menor y un 32,5% en el comercio al por mayor.
- Los trabajadores del sector del comercio consideran, aproximadamente en un 30%, que la formación les ha permitido adquirir conocimientos para su desarrollo profesional. Entre un 25 y un 29% de los encuestados indican que la formación les permite promocionar en su trabajo y un 27% considera que impulsa su desarrollo personal. Sólo un 23-24% la identifican como facilitadora para acceder al empleo.
- Los principales obstáculos para recibir acciones formativas se identifican con la sobrecarga laboral que afecta a un intervalo de entre un 18,5% y un 27,4%. Las dificultades de conciliar y los horarios suponen el segundo obstáculo para un 20% de los trabajadores en el caso de comercio mayorista y del 16% en el comercio minorista. Un 34% de los trabajadores encuestados afirma no tener dificultad.
- En el último año se muestra un escaso peso de la formación efectiva dentro del sector: un 38% de las personas encuestadas no ha recibido ningún curso de formación y los que han recibido sólo un curso, oscilan entre el 22% del comercio al por menor y el 35,5% del mayorista.
- La valoración de la formación recibida por quienes realizan cursos es alta en el comercio minorista con un 59,4% que le otorga una valoración superior a 7 mientras que en el comercio mayorista sólo lo hacen el 18,2% de los encuestados.
- Entre quienes no han recibido formación en el último año destacan con un 28-29% los que consideran que la formación ofertada no se ajusta a sus necesidades y un 17-18 % afirma que dicha oferta formativa no le interesa. Destaca que en el caso del comercio al por menor un tercio de los trabajadores manifiesta que no necesita o no quiere formación. Todo ello evidencia un margen importante para la información y concienciación sobre las ventajas y oportunidades que ofrece la formación.
- La formación on line es la preferida por los encuestados con porcentajes superiores al 46%, seguida en corto por la modalidad presencial con un 38,4% en el comercio al por menor, mientras que sube hasta el 43% en el comercio mayorista.
- Los factores que los trabajadores encuestados consideran que mejorarían el desempeño de la formación serían, para la mitad de ellos, una mayor especialización de los cursos y su adaptación a la realidad del sector, seguido por un 23-27% que demanda un mayor contenido práctico en las acciones formativas.

- Resulta contundente el dato de que el 64% de los encuestados no conoce la oferta formativa de la Junta de Extremadura y por consiguiente y de forma mayoritaria no saben valorar si se ajusta o no a sus necesidades formativas. Sólo un 12% considera que sí se ajusta a sus necesidades.
- De entre el 12% y el 15% de encuestados que sí afirman conocer dicha oferta formativa, un 35% la conoce por redes sociales y varía entre un 34 y un 40% las que la conoce a través de la información suministrada por sindicatos.
- Un 52,3% de los encuestados considera que en la ejecución de sus tareas tiene carencias formativas, siendo de forma puntual en un 29% de los casos. Entre dichas carencias sobresalen tres: la digitalización con un 28% de las respuestas en el comercio al por menor y un 19% en el comercio al por mayor, los idiomas con un 19% en ambos casos y las redes sociales -con un 15,7%- en el comercio al por menor y la atención al cliente -con un 14,6%- en el caso del comercio mayorista.
- La formación adicional de carácter transversal que más demandan los encuestados en el caso del comercio al por menor es en un 44% la formación sobre la gestión de equipos y en un 22% la prevención en riesgos laborales, preferencia que se repite en el comercio al por mayor.
- El horario mayoritariamente preferido para recibir cursos es el matinal (entre un 51% y un 58%) seguido por el horario de tarde que es preferido en un 38% por el comercio mayorista y un 28% en el caso del comercio minorista.
- Entre un 39% y un 44% de los encuestados considera dos horas diarias como el horario más adecuado para formarse, seguido por un 27-29% que prefiere una sola hora diaria.
- En cuanto a los días por semana idóneos para recibir formación, entre el 34% y el 39% prefiere dos días junto con un 26% que prefiere tres días a la semana.
- Preguntados por el formato de la acción formativa, una mayoría de los encuestados prefiere un curso intensivo (45% en el caso del comercio al por mayor y del 53% en el menor). La segunda preferencia es el taller práctico (31% en el comercio al por mayor y 27% en el comercio minorista).
- Entre el 28% y el 30% de los encuestados manifiesta su preferencia para que el temario del curso se circunscriba a conocimientos generales sobre un tema específico y otros tres de cada diez prefiere un temario común para que puedan realizarlo varias personas de la misma empresa.

Las conclusiones que extraemos de esta encuesta son:

- ✓ Nos encontramos ante un sector potente pero que en los últimos años está perdiendo paulatinamente empleo y afiliación. Hay nuevos hábitos de consumo a los que hay que hacer frente, especialmente por las micropymes que son mayoritarias. Así, por ejemplo, el 66%, dos de cada tres extremeños entre 16 y 74 años han realizado compras *on line* en los últimos 12 meses.

- ✓ La media de edad de los trabajadores del sector es media-alta, más en el comercio al por mayor que en el minorista.
- ✓ Las categorías profesionales predominantes son de nivel bajo, al igual que el nivel de estudios de los trabajadores. En torno a un 25% de los mismos solo tiene graduado escolar.

Específicamente y con respecto a las necesidades formativas:

- El porcentaje de trabajadores que recibe formación es bajo: un 23% no la recibe y en torno a un 27% solo ha recibido un curso en el último año. El cumplimiento de la normativa vigente en materia de formación es el principal motivo que indican los que la reciben.
- Con respecto a la percepción de los beneficios derivados de la formación recibida, los trabajadores del sector comercio valoran positivamente la formación para el empleo como instrumento para adquirir competencias para su conocimiento personal y así promocionar en su trabajo. Sin embargo, la identifican en menor medida como herramienta facilitadora para acceder al empleo.
- Un 52% de los encuestados considera que tiene carencias formativas para ejecutar correctamente su trabajo. Entre dichas carencias sobresalen cuatro: la digitalización, los idiomas, el desempeño en las redes sociales y la atención al cliente.
- Además, como competencias transversales añadidas los trabajadores del sector demandan la formación en gestión de equipos y la prevención de riesgos laborales.
- Los principales obstáculos para recibir formación en el sector son la sobrecarga laboral, la dificultad horaria y la dificultad para conciliar.
- La formación efectiva es muy esporádica. En el último año, seis de cada diez empleados del sector no han recibido formación o han recibido como mucho un curso. Específicamente un 38% de los trabajadores del sector no recibe formación y lo achacan principalmente a que dicha formación no se ajusta a sus necesidades. A destacar que un tercio de los trabajadores del comercio al por mayor manifiesta que no necesita o no quiere formación. Esta reticencia supone un amplio margen para la información y concienciación sobre las ventajas y oportunidades que ofrece la formación para ocupados. Y la prueba está en que la valoración de quienes sí realizan cursos es alta. Así, por ejemplo, seis de cada diez trabajadores del comercio minorista otorgan una valoración superior a 7 a los cursos realizados.
- Los trabajadores y trabajadoras del sector prefieren la formación on line sobre la presencial. Y uno de cada dos desearía cursos más especializados, adaptados a la realidad presente del sector de forma que en el diseño de los cursos para el comercio se tengan también en cuenta las necesidades específicas de cada subsector. Asimismo, en torno a uno de cada cuatro demanda un mayor contenido práctico de las acciones formativas.
- En cuanto a la tipología temporal de la formación, una mayoría de encuestados elige la formación matinal como la más adecuada y productiva, con un horario

preferentemente de 2 horas diarias y en dos o tres días a la semana como fórmula para evitar la saturación de los participantes en los cursos.

- Una mayoría de los trabajadores prefiere un curso intensivo y, además, se posiciona a favor de talleres prácticos que tengan una aplicabilidad directa.
- En cuanto al temario, tres de cada diez encuestados prefieren un temario de conocimientos generales sobre un tema específico y otro 30% prefiere un temario común para varios trabajadores de la misma empresa.
- Existe una significativa deficiencia en la comunicación y permeabilidad pública de la programación de la oferta formativa de la Junta de Extremadura. Su alcance público es muy limitado. Un 64% de los encuestados no la conoce. Y quienes sí tienen conocimiento de la misma lo hacen normalmente a través de las redes sociales o los sindicatos.

Finalmente, desde UGT Extremadura y con base en estas conclusiones consideramos oportuno indicar que:

- La formación para el empleo de los trabajadores del sector comercio es vital para la consolidación y supervivencia del sector que se enfrenta a muchos retos competitivos en especial en los momentos actuales en que se suceden cambios acelerados.

Hay nuevos hábitos de consumo a los que hay que hacer frente, especialmente por las micropymes que son mayoritarias. Así, por ejemplo, hay que tener en cuenta que el 65% de los extremeños ha realizado compras on line en los últimos 12 meses según el INE. Por todo ello consideramos que el comercio debe volver a formar parte de los sectores estratégicos establecidos anualmente en la oferta formativa para ocupados.

- Existe un importante margen de actuación para implicar directamente a estos trabajadores y trabajadoras en el sistema de formación para el empleo de forma que se pueda incrementar el nivel de profesionalización del sector y apoyar así el crecimiento sostenido de las empresas extremeñas del comercio.
- Se pone de manifiesto la falta de concienciación en algunas empresas sobre la importancia de la formación como un elemento crucial para ganar en competitividad.
- Hay que continuar fomentando un cambio de mentalidad general para entender la formación como una inversión y no como un coste impuesto.
- Y hay que sensibilizar para garantizar este derecho a la formación mitigando los problemas de sobrecarga laboral y de falta de conciliación efectiva.
- Se pone de manifiesto la incompatibilidad declarada entre los horarios de los cursos con otras tareas o con responsabilidades familiares. Este factor puede tener una especial trascendencia en el caso de las mujeres trabajadoras del sector, lo

que pone en evidencia la necesidad de articular medidas efectivas para conciliar la vida laboral y familiar también en el ámbito de la formación para el empleo.

- Un alto porcentaje de los trabajadores del comercio en Extremadura valoran positivamente la formación que reciben, lo que no es obstáculo para que demanden una formación flexible, adaptada y actualizada que sea atractiva para los participantes y útil para las empresas.
- Son muchas las competencias identificadas como necesarias por los trabajadores del sector, pero se acredita de forma fehaciente que existe una clara carencia en orientación tecnológica y de dominio de herramientas y plataformas digitales respecto de nuevas fórmulas de venta y de gestión, en particular, destinadas a los trabajadores del comercio más tradicional.
- En definitiva, sindicatos, empresas y administración extremeña tenemos que trabajar para avanzar en la modernización, en la mejora de la productividad y la competitividad del sector y para ello es necesario impulsar una formación para ocupados del comercio más profesional y de calidad, tanto a corto como a medio plazo.

IV - CONSIDERACIONES DE AGENTES CLAVES DEL SECTOR

En el marco del programa 2024 de actividades de diseño, programación, difusión y evaluación de la oferta formativa para trabajadores ocupados que desarrolla UGT Extremadura se establece el compromiso de realizar entrevistas personales con respuestas abierta a personas informantes claves que operen en el sector con el objetivo de recoger información de relevancia.

En este sentido se han planteado entrevistas con diez cuestiones abiertas a dos colectivos considerados referentes del sector. Por una parte, a delegados y delegadas de personal y, por otro, a empresarios responsables de negocios que operan en el sector comercial.

PREGUNTAS (POR FAVOR DESARROLLA Y RAZONA LAS RESPUESTAS)

- 1.-Cuál es tu experiencia personal y de compañeros/as de tu entorno laboral con respecto a la formación para personas ocupadas?
- 2.- Cuáles piensas que son los principales obstáculos (personales, laborales, logísticos, geográficos, etc) para la participación de las personas trabajadoras, tanto ocupadas como desempleadas, en este tipo de formación para el empleo?
- 3.- Qué factores propios del sector comercial consideras relevantes a la hora de programar futuras acciones formativas para personas que trabajan en el sector? (a título de ejemplo: los cambios en los hábitos de consumo, nuevos canales de distribución, brecha tecnológica, etc).
- 4.- Qué esfuerzos, cambios y propuestas formales consideras que habría que llevar a cabo para la mejora de este sistema de formación?
- 5.- Qué competencias profesionales propias del sector del comercio extremeño consideras estratégicas y necesarias para la cualificación y reciclaje de las personas trabajadoras a la hora de programar acciones formativas en el futuro?
- 6.- Qué podría hacerse para motivar a las personas trabajadoras del sector comercio que nunca realizan cursos?
- 7.- Qué acciones formativas transversales para las personas ocupadas en el comercio (por ejemplo, habilidades sociales, idiomas, prevención riesgos laborales, igualdad, ofimática, protección de datos, ¿etc) consideras que se adaptan más a sus necesidades?
- 8.- Cuáles son los problemas y carencias que crees tiene el sector del comercio en Extremadura?
- 9.- Qué retos y oportunidades piensas que tiene el sector del comercio en Extremadura para el futuro?
- 10.- Hay otras cuestiones que desees plantear en este ámbito de la formación para el empleo?

De las respuestas obtenidas cabe recoger las siguientes consideraciones:

EMPRESARIAS/OS

1.-Cuál es su experiencia personal y profesional con respecto a la formación para personas ocupadas?

La formación para el empleo se valora de forma positiva por gran parte de las empresas entrevistadas. Se considera clave para que los empleados mantengan la competitividad en el sector y para que las empresas sigan mejorando. Asimismo, el empresariado del sector piensa que el acceso a la formación sigue siendo una buena herramienta para mejorar tanto a nivel personal como profesional.

Se observa la formación como una herramienta valiosa, crucial para el sector comercial debido a la constante evolución de los productos y servicios. Así se reconoce que acciones formativas específicas como las de atención al cliente o gestión de inventarios, han sido muy beneficiosas para mejorar tanto la eficiencia como la calidad del servicio.

Aunque se afirma que la formación puede marcar la diferencia en la productividad de un negocio comercial, se incide en aspectos a mejorar como la dificultad de los pequeños negocios para acceder a programas formativos que se ajusten a las necesidades de un pequeño comercio. Asimismo, se indica que la oferta formativa no siempre está adaptada a las necesidades del comercio local ni alineada con las realidades del pequeño comercio, que no tiene tiempo ni recursos para participar en grandes programas formativos.

Se destaca que no siempre es fácil encontrar programas de formación que sean específicos para determinadas actividades dentro del sector comercial. Los trabajadores que se forman lo han hecho más por motivación personal que por la propia oferta formativa. Se debería avanzar hacia una formación más accesible y más práctica ya que se considera que la formación práctica, en muchos casos, es más efectiva que la teórica.

Finalmente, se echa en falta un seguimiento post-formación para garantizar que los conocimientos se apliquen en el día a día.

2.- Cuáles piensa que son los principales obstáculos (personales, laborales, logísticos, geográficos, etc.) para la participación de las personas trabajadoras, tanto ocupadas como desempleadas, en este tipo de formación para el empleo?

Por parte de las/os titulares de las empresas entrevistadas se destaca que uno de los principales obstáculos es la falta de tiempo debido a las intensas jornadas laborales. Los empleados en pequeños comercios tienen jornadas largas y no siempre pueden adaptarse a cursos que se ofrecen en horas específicas. El estrés y la presión de la jornada de trabajo hace que sea difícil concentrarse en una formación posterior o incluso encontrar la motivación para ello.

Además, están las dificultades de conciliación. Se incide en que muchos de los empleados tienen responsabilidades familiares, lo que dificulta su participación en programas formativos fuera del horario laboral. El tiempo que requieren dichas obligaciones familiares y el trabajo diario deja muy poco espacio para la formación. La falta de recursos para cubrir las ausencias en el negocio también dificulta la participación en formación.

La localización también es un problema para aquellos que residen en zonas rurales y tienen que desplazarse para acceder a los cursos. En Extremadura hay ciudades que no están bien

conectadas y el acceso a ciertas acciones formativas sigue siendo presencial lo que complica el desplazamiento a otras localidades o centros, sobre todo en transporte público.

Se detecta una falta de interés hacia la formación en trabajadores jóvenes, lo que lleva a denunciar la falta de relevo generacional. Al mismo tiempo y para aquellos trabajadores que dejaron los estudios hace años, ponerse a estudiar nuevamente resulta complicado, ya que se pierde la confianza en las habilidades de aprendizaje.

Se indica la carencia de publicidad en algunas redes y, en paralelo, un exceso de información. En los comercios pequeños no se percatan de los cursos que realmente les interesan porque están expuestos a demasiada información. Se propone utilizar otros medios de difusión para personalizar las ofertas formativas, por ejemplo, con chats con respuestas personalizadas.

3.- Qué factores propios del sector comercial considera relevantes a la hora de programar futuras acciones formativas para personas que trabajan en el sector? (a título de ejemplo: los cambios en los hábitos de consumo, nuevos canales de distribución, brecha tecnológica, etc.).

El sector del comercio está muy influenciado por las tendencias y el comportamiento de los consumidores. Por ello, se considera crucial que la oferta formativa se adapte a cambios rápidos en los hábitos de consumo.

Se entiende que sería muy útil que se incluyesen temas relacionados con la venta online y marketing, especialmente porque muchos comercios pequeños no han dado el paso digital y es necesario empezar a adaptarse a las nuevas formas de consumo.

Es clave que la formación, aparte de dirigirse a los conocimientos técnicos del subsector específico, abarque la atención al cliente ya que, en el comercio de proximidad, el trato personal y la capacidad de personalizar los productos marcan la diferencia, de forma que una formación sobre técnicas de venta personalizadas sería muy útil.

Además, también sería bueno incluir formación en temas administrativos, como la gestión de inventarios, control de stock y administración básica, ya que muchos comercios pequeños no tienen el personal adecuado para atender estos aspectos. Se propone la formación en la gestión del tiempo, organizar agendas, priorizar tareas y cómo ofrecer el mejor servicio sin sacrificar la calidad.

Hay que considerar necesariamente la formación en el uso de nuevas tecnologías ya que mucho comercio minorista aún no ha incorporado herramientas digitales avanzadas.

Dado que el consumismo y la cultura del "usar y tirar" están tan arraigados, es importante que la formación también aborde la sostenibilidad y cómo comunicarla eficazmente a los clientes.

4.- Qué cambios y propuestas formales considera que habría que llevar a cabo para la mejora de este sistema de formación?

Se apuesta claramente por una formación más personalizada, adaptada a las necesidades individuales de cada trabajador o de cada establecimiento comercial y directamente aplicable al trabajo cotidiano en el negocio.

Las acciones formativas deberían ser más accesibles y flexibles. Muchas veces los cursos son largos y presenciales, lo que hace difícil que los trabajadores puedan participar sin interrumpir sus horarios laborales. Las formaciones online, por ejemplo, permitirían que las personas se formen a su propio ritmo y que no obliguen a desplazarse, con módulos que se puedan realizar en diferentes momentos del día, para que los trabajadores puedan acceder a ellas sin necesidad de interrumpir su jornada laboral. Muchos de los cursos disponibles son presenciales y requieren desplazamientos, lo que representa una barrera para las pequeñas empresas.

Además, los contenidos de las acciones formativas deben ser mucho más prácticos y orientados a las necesidades reales del pequeño comercio, sin tanto contenido teórico. También sería útil que se ofrecieran programas de formación más cortos y específicos para que los trabajadores puedan aprovechar el tiempo de forma más eficiente.

Sería ideal que las formaciones ofrecieran más modalidades online o híbridas para poder realizarlas fuera del horario de trabajo. Además, la formación debería ser más práctica y adaptada a las necesidades reales del sector comercio, como el diseño digital, la gestión de ventas y stock de piezas y la adaptación de las nuevas tecnologías. Sería deseable, asimismo que las acciones formativas se adapten a las necesidades específicas a la tipología de cada comercio.

“Creo que las formaciones deberían ser más cortas y adaptadas a las realidades del comercio local. En lugar de programas extensivos, que requieren un gran compromiso de tiempo, deberían ofrecerse módulos de formación más breves, fáciles de consumir en horarios flexibles. Además, el contenido debería centrarse en lo práctico y en el valor que realmente aportan al comercio local, como la gestión de inventarios o cómo atraer más clientes”.

Debería haber más incentivos para que los trabajadores se apunten a cursos como el reconocimiento formal de los logros formativos en su carrera profesional.

5.- Qué competencias propias del sector del comercio extremeño considera estratégicas y necesarias para la cualificación y reciclaje de las personas trabajadoras a la hora de programar acciones formativas en el futuro?

Las competencias tecnológicas, como la gestión de plataformas de e-commerce, son fundamentales. Además, la habilidad para gestionar el servicio al cliente de manera eficaz y personalizada es clave.

Se considera fundamental que los trabajadores tengan una sólida comprensión de los productos que venden, así como la capacidad para asesorar correctamente a los clientes. Además, habilidades de ventas y atención al cliente son esenciales, ya que muchas veces el comercio local depende de la fidelización. También es importante que los trabajadores tengan formación básica en gestión de inventarios y control de stock, algo crucial en cualquier negocio.

Además, es fundamental tener conocimientos básicos de marketing y ventas, ya que incluso los comercios pequeños deben saber cómo promocionar sus productos, tanto de manera física en los escaparates como en línea.

La capacidad de entender las tendencias del mercado y adaptarse a las demandas de los clientes también debería ser un aspecto central en cualquier formación.

Se entiende que la formación debe ser específica y sería interesante que incluyera cómo manejar el negocio de manera eficiente, es decir, optimizar los costos operativos, mejorar la logística y ser más competitivos en el precio, sin sacrificar la calidad.

Además de las competencias específicas, es esencial que los trabajadores tengan conocimientos sobre la gestión de servicios al cliente. La gestión electrónica y la comprensión de los sistemas informáticos es otra competencia clave. También es importante formar a los empleados en cómo vender productos complementarios para diversificar la oferta y aumentar las ventas.

En un mundo cada vez más competitivo se considera necesario que los trabajadores también desarrollen habilidades de gestión de equipos de trabajo, ventas y sostenibilidad, especialmente si el negocio quiere diferenciarse en un mercado donde predomina el consumismo y la compra online.

6.- Qué podría hacerse para motivar a las personas trabajadoras del sector comercio que nunca realizan cursos?

Son diversas las propuestas que las personas entrevistadas realizan encaminadas en su mayoría a establecer incentivos, favorecer el beneficio directo de la formación y que trasladar la necesidad de que la formación tenga un impacto directo en el día a día de los trabajadores. Así se expresan cuestiones como:

- ✓ Creación de incentivos como bonificaciones económicas, reconocimiento público o la posibilidad de obtener promociones internas. También es importante involucrar a los trabajadores en la elección de los cursos, ofreciéndoles opciones que estén alineadas con sus intereses y necesidades profesionales.
- ✓ Lograr que la formación sea relevante y directamente aplicable al puesto de trabajo.
- ✓ Ofrecer incentivos como un reconocimiento tras completar un curso podría ayudar. Además, si los cursos se enfocaran individualmente en cómo mejorar el rendimiento del negocio o aumentar las ventas, los empleados verían el valor directo en su desarrollo profesional.
- ✓ Ofrecer una formación que, además de ser educativa, sea atractiva, gratificante y práctica y que se ofrezca en horarios accesibles.
- ✓ Programar talleres prácticos donde los empleados puedan ver resultados tangibles de lo aprendido.
- ✓ Brindar recompensas (días libres, aumentos salariales) o reconocimiento dentro de la empresa por completar una formación. La clave está en demostrar que la formación tiene un impacto directo en el desarrollo profesional de las personas trabajadoras y en la mejora de sus condiciones laborales.
- ✓ Es importante explicar cómo la formación puede ayudar a mejorar su desarrollo profesional y a mantener el negocio en un entorno tan competitivo.

7.- Qué acciones formativas transversales para las personas ocupadas en el comercio considera que redundarían en beneficio del sector?

Las respuestas obtenidas a esta cuestión inciden en mayor medida en propuestas de acciones formativas sectoriales que en las transversales. No obstante, se reflejan las propuestas en ambas tipologías.

Se considera muy necesario abordar las competencias digitales y las redes sociales en un mundo cada vez más conectado. También ofrecer cursos que fomenten la flexibilidad y adaptación a los cambios del mercado. Asimismo, se apuesta por acciones formativas sobre habilidades blandas como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la resolución de conflictos, además de cursos sobre gestión del tiempo y liderazgo.

También sería útil ofrecer formación sobre sostenibilidad (aprovechamiento de recursos y reducción de desperdicios) lo que podría atraer a un público más comprometido con el medio ambiente.

De forma más específica y sectorial se demanda:

- ✓ Formación en áreas como gestión financiera, atención al cliente y control de inventarios.
- ✓ Cursos sobre marketing digital para que los comercios puedan competir con las grandes marcas online, aprovechando las plataformas de venta para aumentar la visibilidad de sus productos.
- ✓ Las formaciones para gestionar una empresa de manera básica serían muy útiles para los pequeños negocios.
- ✓ Acciones formativas sobre cómo gestionar equipos de trabajo y cómo tratar con clientes difíciles.

8.- Cuáles son los problemas y carencias que cree tiene el sector del comercio en Extremadura?

Entre las múltiples respuestas de las personas entrevistadas destaca la falta de adaptación a la digitalización. Se entiende que muchos comercios minoristas en la región aún no cuentan con una presencia online adecuada, lo que les limita en un mercado cada vez más globalizado. Además, la competencia con grandes cadenas, centros comerciales y comercios online están haciendo cada vez más difícil la supervivencia de los pequeños comercios locales. Muchos comercios pequeños no cuentan con los recursos necesarios para competir en términos de precios.

De igual forma, se identifica como problema acuciante la falta de relevo generacional. Muchos comercios de la región están viendo cómo los negocios familiares cierran porque no encuentran sucesores ni a nadie dispuesto a tomar el relevo.

En tercer lugar, se plantea la falta de presencia en redes. En muchos pequeños comercios, la gestión de las redes sociales es nula. Hoy en día es necesaria esa presencia para atraer a nuevos públicos.

Se plantea, asimismo, la falta de apoyo institucional a las pequeñas empresas y el acceso limitado a recursos formativos de calidad. Se considera que el sector del comercio en Extremadura aún está muy fragmentado y, en muchos casos, las ayudas a los pequeños

negocios no son suficientes ni están bien orientadas. Además, los pequeños comercios tienen dificultades para saber cómo acceder a subvenciones o apoyos que les permitan modernizarse o invertir en formación.

También se plantea la falta de mano de obra cualificada.

9.- Qué retos y oportunidades piensa que tiene el sector del comercio en Extremadura para el futuro?

Se considera como el mayor reto la adaptación a la transformación digital y a la venta online para seguir siendo competitivos, lo cual también representa una gran oportunidad para los comercios locales si logran desarrollar plataformas de venta en línea bien gestionadas y alineadas con las expectativas de los consumidores.

La oportunidad está en el valor de los productos y servicios locales. Los consumidores cada vez buscan más lo auténtico y lo cercano, por lo que, si los comercios de Extremadura se adaptan a las nuevas demandas de los clientes con servicios personalizados, pueden diferenciarse de las grandes cadenas. La diferenciación será clave, y los comercios que se centren en ofrecer productos únicos o servicios personalizados pueden seguir siendo competitivos frente a las grandes cadenas.

El interés por productos locales y de calidad ha crecido, y la tendencia hacia un consumo más saludable favorece a los pequeños comercios como las fruterías, que venden productos frescos y naturales. Además, el creciente interés por productos sostenibles podría ser una gran oportunidad para diferenciarse en el mercado.

10.- Hay otras cuestiones que desee plantear en este ámbito de la formación para el empleo?

Aunque reiterativo de las respuestas anteriores, se considera fundamental que la formación para el empleo se enfoque en la combinación de teoría y práctica con cursos más prácticos y accesibles. Debería haber más programas de formación que incluyan experiencias prácticas reales, donde los trabajadores puedan aplicar los conocimientos adquiridos en situaciones cotidianas. Esto podría ayudar a que los empleados adquieran una mayor confianza y competencia en su trabajo.

Sería importante que las administraciones apoyaran más la formación para los trabajadores de comercios pequeños, especialmente en áreas que pueden ayudar a mejorar la competitividad, como la digitalización y la gestión eficiente de recursos. Además, hay que considerar que muchos comercios están al borde del cierre por la falta de relevo generacional, por lo que sería útil establecer más programas para atraer a nuevos emprendedores.

Sería útil que las acciones formativas en este ámbito se centraran más en adaptarse al mercado actual. Las tendencias están cambiando constantemente y la formación debe estar alineada con las nuevas demandas de los consumidores, como los productos personalizados y la sostenibilidad.

Además, las administraciones deben ofrecer más ayudas para financiar la formación, especialmente en sectores tradicionales y pequeños comercios, para que puedan seguir siendo competitivos.

Debe fomentarse una colaboración más estrecha entre los pequeños comercios y las entidades de formación. Podría resultar de utilidad organizar eventos o charlas en los propios comercios, para que los empleados aprendan directamente en el contexto de su trabajo. Además, sería muy beneficioso si las formaciones pudieran integrarse en programas que den visibilidad y promocionen los comercios locales, para atraer más clientes.

Se demanda que el sistema de formación apoye de manera más efectiva a los oficios tradicionales que corren el riesgo de desaparecer.

DELEGADAS/OS DE PERSONAL

1. Cuál es tu experiencia personal y de compañeros/as de tu entorno laboral con respecto a la formación para personas ocupadas?

Con respecto a las experiencias personales relacionadas con la formación para el empleo las opiniones coinciden en que la formación que se ofrece es escasa, no parece adecuada y no resulta atractiva, ya que los contenidos ofrecidos no resultan interesantes para su aplicabilidad en las tareas que se realizan diariamente.

2. ¿Cuáles piensas que son los principales obstáculos (personales, laborales, logísticos, geográficos, etc.) para la participación de las personas trabajadoras, tanto ocupadas como desempleadas, en este tipo de formación para el empleo?

En relación con los principales obstáculos que se detectan a la hora de abordar en la práctica la formación para personas ocupadas resulta predominante la limitación que supone la falta de conciliación. Hay una clara reivindicación de tiempo para realizar estos cursos ya que se considera que las empresas no facilitan la necesaria flexibilidad horaria para la realización de acciones formativas. En segundo término, se detecta las carencias de medios técnicos y falta de los conocimientos necesarios para el uso de plataformas digitales.

3.- Qué factores propios del sector comercial considera relevantes a la hora de programar futuras acciones formativas para personas que trabajan en el sector? (a título de ejemplo: los cambios en los hábitos de consumo, nuevos canales de distribución, brecha tecnológica, etc.).

En cuanto a los factores que se deberían tener en cuenta en la programación formativa se apuesta, por un lado, por facilitar la formación en nuevas tecnologías específicamente en el comercio on line. Entre los factores logísticos que podrían mejorar dicha programación se considera que se deben hacer esfuerzos en todo lo relacionado con los horarios de los cursos de forma que se facilite la conciliación y, por otro lado, facilitar los medios tecnológicos necesarios para el desarrollo de dichas acciones formativas.

4.- Qué cambios y propuestas formales considera que habría que llevar a cabo para la mejora de este sistema de formación?

El sistema formativo podría mejorarse atendiendo a diversas propuestas formales como son diseñar una programación formativa para el sector que sea ágil, flexible y de calidad.

Además, se pone de manifiesto la necesidad de que los horarios sean más flexibles y, en su caso, que la formación se lleve a cabo dentro del horario laboral.

Respecto del contenido de los cursos se estima que mejorarían si tuvieran un contenido más práctico y específico, actualizado en función de las necesidades y que sirvieran realmente como factor de promoción profesional dentro de la empresa.

5.- Qué competencias propias del sector del comercio extremeño considera estratégicas y necesarias para la cualificación y reciclaje de las personas trabajadoras a la hora de programar acciones formativas en el futuro?

Las competencias profesionales que se consideran estratégicas para el sector son aquellas que entienden necesarias para avanzar en la profesionalización de los trabajadores de sector y, en particular, se indican:

- Herramientas digitales
- Idiomas
- Redes Sociales
- Gestión de mercancías
- Atención al cliente

6.- Qué podría hacerse para motivar a las personas trabajadoras del sector comercio que nunca realizan cursos?

Respecto de actuaciones que pudieran servir de motivación para favorecer una mayor participación en las acciones formativas de las personas ocupadas en el sector del comercio se vuelven a indicar cuestiones ya reseñadas como la introducción de más contenidos prácticos en los cursos y la mejora de los horarios para llevarlos a cabo, unido a la demanda de que las empresas den más facilidades para recibir esta formación. A ello se une la reivindicación de una mejor información sobre la oferta formativa que se considera más adecuada si se realizada de forma directa en los centros de trabajo.

De forma complementaria se indica la necesidad de que la formación se incentive como herramienta de mejora para la carrera profesional y la promoción laboral, que debería ser consecuencia del reconocimiento de los cursos realizados que, en demasiadas ocasiones, no son valorados por las empresas como merecen.

Por último, se indica que sería necesario facilitar el acceso al sistema de formación a quien no tenga medios digitales para ello.

7.- Qué acciones formativas transversales para las personas ocupadas en el comercio considera que redundarían en beneficio del sector?

Además de la formación específica relacionada con las actividades específicas del sector comercial se aboga por programas otras acciones formativas transversales en materias como:

- Ofimática

- Redes Sociales
- Venta on line
- Igualdad
- Prevención de riesgos laborales
- Violencia de Género y acoso sexual

8.- Cuáles son los problemas y carencias que cree tiene el sector del comercio en Extremadura?

Se ha preguntado a los delegados y delegados de personal entrevistados su perspectiva sobre el sector del comercio en la región. Respecto de las problemáticas y carencias detectadas en el sector las opiniones indican que existe preocupación en el comercio tradicional por la competencia con grandes almacenes, grandes cadenas y el comercio por internet. En este sentido se denuncia una falta de orientación tecnológica de los trabajadores del sector y de forma complementaria la falta de modernización del comercio local y la necesaria apertura de nuevas vías de negocio.

De forma complementaria se aprecia en el sector una falta de trabajadores cualificados, al mismo tiempo que se reivindica un mayor reconocimiento por parte de la empresa a los trabajadores profesionales del sector, y ello, se considera para por una adecuación de los salarios.

Otras cuestiones que se observan como problemáticas son la gran dispersión geográfica del sector y las necesidades de mejora en el aspecto logístico.

9.- Qué retos y oportunidades piensa que tiene el sector del comercio en Extremadura para el futuro?

En relación con las oportunidades que se considera tiene el sector del comercio en Extremadura las delegadas y delegados de personas abogan por instrumentar actuaciones de adaptación del sector a las nuevas realidades del mercado de forma que se puedan abrir nuevas vías de negocio para un mercado tradicional que está anclado en técnicas obsoletas. Así se indica que se debería apostar por la potenciación y protección del pequeño comercio, la adaptación a las ventas on line. Se reivindica un reciclaje y una mejor preparación formativa de los trabajadores del sector para coadyuvar a una expansión comercial física y digital. Por último, se destaca la oportunidad y sinergias que representa la ligazón del comercio con la expansión del turismo en la región.

10.- Hay otras cuestiones que desee plantear en este ámbito de la formación para el empleo?

Respecto de otras cuestiones que se consideran relevantes en el marco de este informe sobre la formación de personas trabajadoras ocupadas se insiste en la necesidad de que las empresas estén dispuestas a que se formen sus empleados y faciliten los medios para ello.

V.- BIBLIOGRAFÍA

Fuentes consultadas:

- Instituto Nacional de Estadística:
 - INE. Contabilidad Regional
 - INE. Contabilidad Nacional de España
 - INE. Encuesta Estructural de Empresas del sector comercio
 - INE. Directorio Central de Empresas (DIRCE)
 - INE. Estadística Experimental de Empresas
 - INE. Índice de Comercio al por menor
 - INE. Encuesta de Población Activa
 - INE. Encuesta de Presupuestos Familiares
 - INE. Encuesta sobre el uso de TIC y el comercio electrónico.
 - INE. Encuesta sobre Equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares
- Junta de Extremadura:
 - Plan de Apoyo y Consolidación del Pequeño Comercio Minorista de Extremadura (COMINEX) 2024-2027
- Instituto de Estadística de Extremadura:
 - Microdatos de EPA del INE
 - Atlas Socioeconómico de Extremadura 2023
 - Hábitat Europa
- Observatorio de Empleo SEXPE: El mercado laboral en Extremadura en cifras
- Tesorería Seguridad Social