

La desregulación de horarios comerciales: evidencias económicas del RD 6/2000

Francisco Javier de la Ballina Ballina*

Fernando González Astorga**

En los últimos años se observa la tendencia de desregulación de horarios comerciales en Europa. Los argumentos principales son sociales pero también suelen incluirse algunos económicos.

Ante la escasez de trabajos empíricos este artículo busca conseguir aumentar el conocimiento usando un conjunto de datos fiables sobre el periodo de desregulación comercial en España que supuso el RD 6/2000.

El artículo presenta una profusa revisión de la literatura y desarrolla un análisis del periodo de desregulación 1999/2004 sobre tres conjuntos de variables: de inversión realizada, de empleo y de nivel de precios en el sector comercial.

Palabras clave: distribución comercial, horario comercial, empleo, inflación.

Clasificación JEL: E20, E31.



COLABORACIONES

1 Introducción

En el proceso de transformación de las economías europeas ha tenido mucho que ver el sector comercial, especialmente por su modernización mediante nuevos formatos comerciales.

La distribución europea ha sufrido muchos e importantes cambios, siendo uno de los más importantes el desarrollo de las grandes corporaciones comerciales, bien posicionadas y en creciente expansión tanto dentro de la Unión Europea como hacia la Europa del Este

(Dawson, 2000; Howard, 2002). Pero aún así se encuentra fuertemente fragmentado, con una gran relevancia del pequeño comercio, especialmente en los países de la Europa del Sur (Samiee, 1995), que, además, está muy protegido por un amplio conjunto de normas legales.

La regulación más común en Europa es la limitación de los horarios comerciales, pero hay más: las licencias de apertura de centros comerciales, de farmacias, los periodos de rebajas, incluso sobre el número de establecimientos de una cadena comercial. Además se trata de una auténtica jungla legal, no solo dentro de la Unión Europea, sino también con normas distintas entre regiones y ciudades de un país.

* Director General de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Gijón.

** Profesor Asociado de la Universidad de Oviedo.

Las tendencias hacia la desregulación son crecientes en los países de la Unión Europea, incluyendo la cuestión más compleja, como la apertura en domingos y festivos, constituyendo un tema casi permanente en la agenda de los gobiernos europeos (Pilat, 1997).

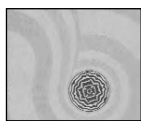
Desde mediados de los años 90 se han venido aportando en Europa variados argumentos a favor de la desregulación, o al menos de la expansión de los horarios comerciales. Los principales son de carácter social, fundamentados en los importantes cambios de los últimos años: el acceso de la mujer al mercado laboral o el desarrollo creciente de los hogares monoparentales, y con ellos de la presión del tiempo para el comprador y los cambios en los estilos de vida, con una demanda de más servicios (Korber, 2002). Esto es, se asume que realmente existe Demanda (Grunhagen, Grove y Gentry, 2003).

Pero también con importantes argumentos económicos: el progresivo proce-

so de liberalización de la economía europea y su búsqueda de crecimiento económico y de empleo a través de la estimulación de la demanda (Burke, 1995).

El debate político se ha venido claramente dicotomizando, enfrentando abiertamente a los que apoyan la desregulación de los horarios con argumentos como los señalados anteriormente frente a quienes se oponen basándose en distintas consideraciones como la conciliación familiar, la calidad en el empleo, el favoritismo a las grandes superficies, incluso argumentos de tipo religioso.

Las decisiones políticas han seguido, por su parte, distintos caminos. Siguen siendo mayoría los países europeos que cuentan con importantes restricciones normativas de los horarios comerciales, sea en horas de aperturas, por días, en sábados y en domingos y festivos, pero también son varios los que han iniciado un progresivo camino hacia la plena liberalización (Cuadro 1).



COLABORACIONES

CUADRO 1
LEGISLACIÓN DE HORARIOS COMERCIALES SEGÚN PAÍSES EUROPEOS

Países europeos	Legislación
Alemania	• De las más restrictivas de Europa. • Máximo 68.5 horas / semana • Reciente extensión de aperturas en sábados por la tarde
Bélgica	• No máximo de horas, ni obligación cierre en domingos • Cierre obligado de 1 día a la semana por establecimiento • Horario con topes
Francia	• Limitaciones por Normativa Laboral • No se permite apertura en domingos
Grecia	• Horarios sin límites • No permitidos domingos y festivos
Holanda	• Máximo de 55 horas de apertura a la semana • No permitido domingos y festivos • Horarios tope de cierre
Irlanda	• Libertad de horarios y de domingos y festivos
Italia	• Legislación Municipal • Horarios tope de cierre • No permitidos domingos y festivos
Luxemburgo	• No limitación de domingos y festivos, aunque con hora máxima de cierre • Horarios tope de cierre
Portugal	• Domingos y festivos con permiso municipal • Horarios tope de cierre
Reino Unido	• Legislación que protege a los empedados del trabajo en domingo (máximo 6 horas)
Suecia	• Libertad de horarios y de domingos y festivos

Fuente: Aranda, Casares y Martín, 2002.

Resulta extraordinariamente difícil aislar los efectos de la legislación de horarios comerciales, y más concretamente de las aperturas en domingos y días festivos, pero es evidente la necesidad de su evaluación tanto para el sector como por su vertiente de política económica (Elliot y Levin, 1987).

Las discusiones sobre los horarios comerciales son casi permanentes en Europa, y aún hoy de plena actualidad, existen algunas evidencias pero con gran número de limitaciones, dado que la mayoría de los trabajos realizados se han hecho a partir de datos norteamericanos (Grunhagen y Mittalstaedt, 2001).

En el caso español la cuestión puede considerarse incluso como más controvertida. El debate está presente desde hace casi dos décadas, los trabajos realizados han sido muy interesantes, pero también muy variados (Cruz y Medina, 1995; Cruz y Rebollo, 2000; Sala, 2000; Oubiña y Yague, 2001; Aranda, Casares y Martín, 2002; Instituto Cerdá, 2004), y sobre todo, en muchos casos, planteados desde posiciones de política económica preestablecidas.

En consecuencia destaca la oportunidad de este trabajo, consecuente con el interés y actualidad del tema, con la necesidad de trabajos netamente empíricos al respecto en Europa, y, sobre todo, con la ventaja que supone disponer de un conjunto de datos económicos fiables relativos a un periodo excepcional de desregulación comercial en España: el RD 6/2000.

2. Los efectos económicos de la liberalización de horarios comerciales

El estudio de las consecuencias de la relajación de la legislación de horarios

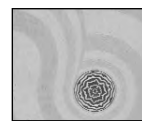
comerciales, o incluso de la liberalización plena de los mismos, es cuestión muy compleja. La literatura al respecto es abundante, pero muy diversa según las zonas geográficas en estudio, las metodologías y los tipos de efectos estimados.

Evidentemente el factor principal se encuentra en los cambios de comportamiento de compra que la desregulación de horarios puede producir en la demanda del sector comercial, a partir del mismo, cabe derivar posibles efectos directos sobre la estructura y la cuota de mercado de las diferentes formas comerciales. Estos cambios, con la aparición y desaparición de distintos tipos de establecimientos comerciales y en las cifras de ventas de cada uno de los mismos tienen, a su vez, implicaciones sobre la economía, al menos en dos cuestiones centrales: el nivel de empleo, pues el sector servicios es intensivo en mano de obra; y el índice de precios al consumo, dado que el sector intermedia en la cadena económica que deriva en la cesta de compra final del consumidor.

Por ello, la mayor apertura comercial, y en concreto, de los domingos y festivos puede suponer sustanciales cambios en la actividad económica general, incluso importantes en las economías sujetas a mayores restricciones de horarios (Elliot y Levin, 1987).

El objetivo de este trabajo se dirige al análisis de los dos grandes efectos económicos que en el debate suelen aparecer en torno a la cuestión, esto es, el del empleo y el del impacto sobre los precios de consumo. No tanto entrar en otras consideraciones, más sectoriales y abundantemente tratadas, como puede ser el efecto sobre el pequeño comercio y las grandes superficies.

En principio, por buena lógica el aumento del número de horas activas en



COLABORACIONES

el comercio derivadas de la liberalización de los horarios debería suponer un aumento en el número de trabajadores en el sector. Ahora bien el efecto deberá ser mayor en aquellos establecimientos más intensivos en empleo asalariado frente a la situación del comercio con empleo autónomo y familiar, por una parte, y del volumen de negocio capaz de soportar el aumento de los costes laborales que se produce, por otro. Por lo tanto, el efecto sobre el empleo será positivo para aquellos tipos de formatos comerciales en los que: es mayor el volumen de trabajadores asalariados, los costes de contratación relativos son inferiores y, además, el aumento de las ventas compensa los incrementos de costes de nuevos trabajadores (Cruz y Rebollo, 2000).

En consecuencia, el efecto de la liberalización de los horarios comerciales es más beneficioso para el empleo de las grandes superficies y menos para el caso del pequeño comercio, por lo que el efecto inmediato puede ser: más asalariado y menos autónomo, más a tiempo parcial y menos completo.

Sin embargo es preciso considerar otras cuestiones importantes, por una parte puede haber un uso más eficiente de la mano de obra en los establecimientos, por otra si la liberalización supone cambios de cuotas de mercado con cierre de otros formatos será preciso considerar el saldo neto final (Aranda, Casares y Martín, 2002), además parece conveniente considerar el tipo de empleo que se genera, e incluso las condiciones del empleo finales en el sector.

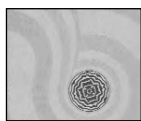
Aunque en los Estados Unidos la adición de trabajadores nuevos ha sido mínima (Grunhagen y Mittalstaedt, 2001), al menos cabe considerar que la libertad de horarios no tiene efectos negativos en el empleo del sector (Petitbo, 1995; Pilat,

1997). Según el modelo desarrollado por Tanguay, Vallee y Lanoie (1995) no aumenta el empleo porque solo cambia la distribución de las horas entre los trabajadores, además se trata de trabajadores a tiempo parcial, con un menor salario que imputar a los costes comerciales.

La presencia en el sector de una plantilla dividida entre un corazón de empleados a tiempo completo, con mayor motivación y seguridad, y un cuerpo secundario de trabajadores a tiempo parcial, está siendo plenamente asumida como necesaria para afrontar la flexibilidad de la demanda, y en particular la extensión de los horarios comerciales (Freathy, 1993; Freathy y Sparks, 1995). Por ello, las grandes cadenas vienen a generar, en todo caso, un tipo de empleo netamente precario para afrontar la liberalización de los horarios (Cruz y Medina, 1995).

Pero es más, existen varias evidencias que indican que el acceso a empleo temporal es una ventaja añadida para las grandes superficies frente al pequeño comercio, que por las exigencias del mercado laboral encuentra mayores dificultades para encontrar mano de obra adaptada (Sala, 2004). En un estudio realizado recientemente en España para el gobierno los pequeños comercios citan esta dificultad como la segunda de mayor valor para poder ampliar sus horarios: una relación de 56 por 100 de aumentos de costes y un 36 por 100 de dificultad de encontrar empleados, que además llega a ser superior en algunos sectores más especializados como el calzado y los muebles (Institut Cerdá, 2004).

La cuestión de las condiciones de empleo en el sector ha recibido también cierta atención por los efectos directos e indirectos que tiene sobre el empleo la ampliación de los horarios comerciales,



COLABORACIONES

especialmente bajo el caso de aperturas en domingos y festivos. Good, Gisler y Gentry (1988) concluyeron una relación directa entre el trabajo y el conflicto familiar en el sector comercial derivado de los largos horarios, del trabajo en noches y en fines de semana. Las implicaciones en la vida y en la familia resultan especialmente importantes para las mujeres trabajadoras del sector, así más de la mitad vienen a rechazar trabajar en domingos y festivos, y una cuarta parte en horarios alargados a la noche (Kirby, 1992).

El trabajo de Freathy y Sparks (1995) realizado sobre una amplia muestra de tiendas, concluye también la gran mayoría de trabajadores que plantean desventajas a trabajar en domingo, siendo los hijos y la familia las principales desventajas señaladas. Incluso muestran como el pagar más puede ser una opción válida para el personal de ventas pero no para los encargados o responsables, que sólo lo aceptan por obligaciones de sus contratos y carrera profesional. Incluso llegan a poner en duda la capacidad de las empresas para poder seguir consiguiendo trabajadores sólo de fin de semana.

La segunda cuestión de interés supone considerar si la liberalización de los horarios comerciales influye en mejores precios, esto es, si el consumidor se beneficia o si debe, al contrario de pagar por tener una mayor flexibilidad comercial (Tanguay, Vallee y Lanoie, 1995).

Por la lógica de su estructura de costes, la desregulación incrementa los costes lo que debería de empujar a un aumento de los precios (Ingene, 1986; Ferris, 1990; Aranda, Casares y Martín, 2002), sin embargo han sido varios los trabajos empíricos que no llegan a semejante conclusión empírica, Kay y Morris (1987) realizan una simulación en la que observan que esto no ocurre,

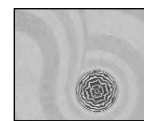
Desormeaux, Nantel y Ámese (1988) concluyen que los costes de los supermercados se incrementan pero muy poco, por lo que no se traslada a los precios, Tanguay, Vallee y Lanoie (1995) en su estudio sobre productos de alimentación demuestran un aumento de precios derivado de la desregulación de aproximadamente un 5 por 100, pero favorecidos por la elasticidad, los mismos no se reflejan en el precio final.

Grunhagen y Mittalstaedt (2001) también concluyen que no se produce un aumento automático en los precios, toda vez que las grandes superficies tienen capacidad de añadir empleo temporal a coste constante y por existir un aumento de la demanda en estos establecimientos. Pero estos autores añaden una perspectiva interesante de la cuestión al plantear que como consecuencia de la liberalización se produce una cierta reestructuración del sector comercial a favor de las grandes superficies que deriva en una mayor uniformidad de los surtidos, y por ello en poco diferencial de precios, forzando a los establecimientos a desarrollar formas de competencia no en precio, como las marcas propias.

Es más, existen posiciones que plantean que la desregulación puede tener efectos beneficiosos sobre los niveles de precios, como hace Pilat (1997) en su trabajo para la OCDE.

3. El modelo del caso español

La necesidad de avanzar en el estudio de la desregulación de los horarios comerciales en Europa ha quedado patente al examinar la investigación previa. Son varios los autores europeos que sugieren y apoyan nuevos estudios sobre la cuestión (Cruz, 2000; Grunhagen y



COLABORACIONES

Mittalstaedt, 2001; Grunhagen, Grove y Gentry, 2003).

También son varios los argumentos que apoyan la oportunidad de esta investigación. En primer lugar, la posibilidad de trabajar con referencias de un país europeo en el que se mezcla una única regulación de ámbito nacional de los horarios comerciales con varias normativas diferenciadas de tipo regional. Lo que facilita, al estilo del Modelo de Elliot y Levin (1987) disponer de un mercado social y económicamente común pero dividido en distintas zonas, ello permite considerar de forma mucho más fácil y directa los posibles efectos comparativos.

En segundo lugar, la oportunidad única de poder trabajar sobre una normativa de desregulación vigente durante un período limitado de tiempo, en concreto de cinco años. El RD 6/2000 suponía una progresiva liberalización de los horarios comerciales, con la adición de un domingo más de apertura como mínimo cada año, que las regiones podían o no aumentar, para llegar al año 2005 con plena libertad de horarios comerciales en todo el país. El cambio de gobierno modificó tal esquema, volviendo a partir de enero de 2005 a una normativa de horarios limitados, prácticamente idéntica a la de los años 90.

Y, finalmente, la disponibilidad de un conjunto de datos sobre distintas variables del sector comercial procedentes de fuentes de información económica de máxima solvencia. Concretamente los datos económicos y sectoriales aportados por el Instituto Nacional de Estadística con series anuales de distintas variables desde el año 1999 al 2004, prácticamente el periodo interanual considerado.

En definitiva se plantea un modelo basado en el análisis de:

— Un único mercado, pero dividido en zonas de distinta normativa (lo que permi-

te superar el problema de las diferencias entre países)

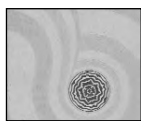
— Un periodo de legislación de horarios comerciales perfectamente definido, marcado por la vigencia del RD 6/2000 (lo que sugiere un marco temporal totalmente determinado).

— Y distintas gradaciones de liberalización horarios, determinadas por las normas concretas de cada región (lo que facilita la consideración de los efectos no solo de las regulaciones extremas, todo o nada, sino también de los niveles intermedios).

Esto es, tres características bien diferentes y creemos que interesantes para avanzar en el estudio empírico de la cuestión. En concreto, el Modelo se estructura sobre tres tipologías de hipótesis principales, con ocho hipótesis específicas, lógicamente interrelacionadas tal como refleja la Figura 1.

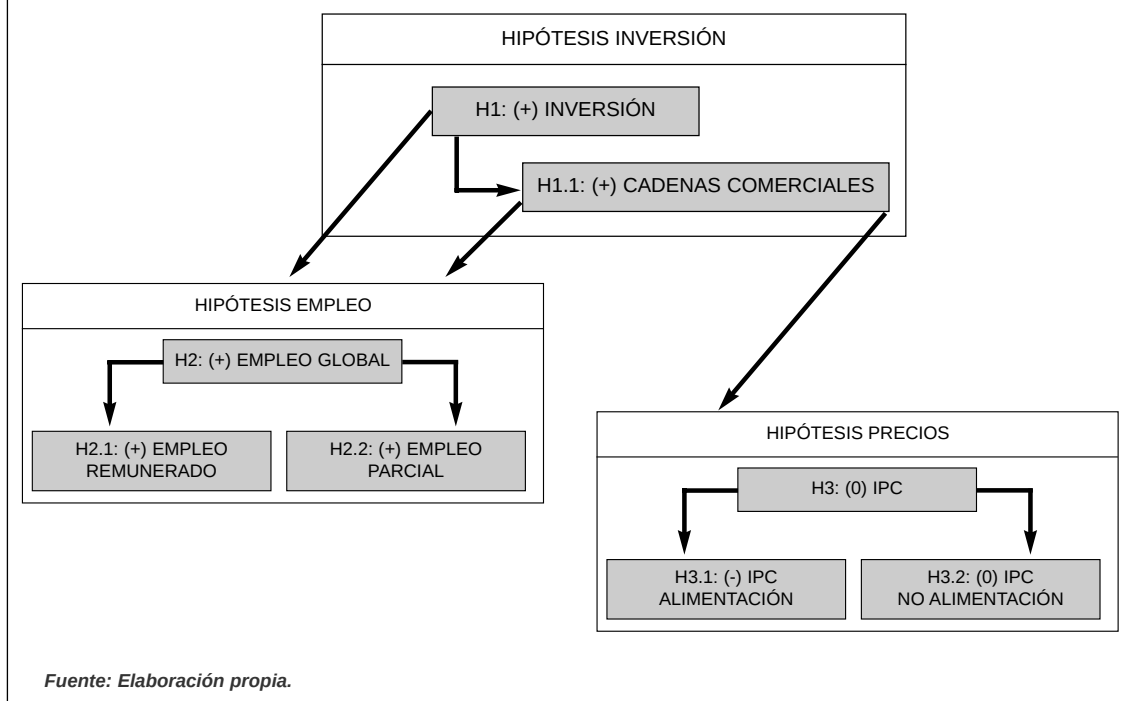
El primer tipo de hipótesis puede entenderse como el precursor, en cierto grado, de los dos restantes. El aumento de los horarios comerciales supone un elemento motivador y favorecedor de la inversión en los establecimientos comerciales, especialmente bajo los formatos de las cadenas integradas y de las grandes superficies. Los aumentos de inversión y de establecimientos de cadenas empujan un aumento del empleo, tanto a nivel general como sobre todo de tiempo parcial. Por su parte, el aumento de las cuotas de mercado y de la competencia de las cadenas comerciales puede favorecer mejoras de eficiencia en precios al consumidor, especialmente en el caso de la alimentación.

Hipótesis de negocio: Las variaciones que se producen en las ventas, directas o derivadas, aumentan el interés en el desarrollo de las grandes superficies y de los parques comerciales, aunque también



COLABORACIONES

FIGURA 1
ESTRUCTURA DE LAS HIPÓTESIS DEL MODELO



de los comercios especializados lo que incrementará los niveles de inversión en el sector comercial, al menos a corto plazo, dado que la tasa de desinversión de los formatos con pérdidas seguirá un ritmo mucho más lento (Petitbo, 1995).

En consecuencia, la desregulación de los horarios comerciales vendría a suponer:

H1: El aumento del nivel de inversión en el sector.

H1.1: La implantación de locales de cadenas y grupos comerciales.

Hipótesis de empleo: La liberalización de horarios al estimular la demanda tiene efectos de creación de empleo (Burke, 1995; Pilat, 1997); además la ampliación de horarios debe suponer un aumento inmediato en el número de trabajadores del sector, sobre todo por su mayor repercusión en las grandes superficies.

Sin embargo, dado que cabe esperar una caída de ventas en el pequeño comercio, se produciría una disminución

de empleo, especialmente autónomo, el efecto puede ser beneficioso a corto plazo pero no así a medio y largo plazo. Algunos estudios han encontrado cómo la suma de empleo al sector ha sido nula o mínima (Tanguay, Vallee y Lanoie, 1995; Grunhagen y Mittalstaedt, 2001).

Como la liberalización de los horarios comerciales es más beneficiosa para las grandes superficies es previsible que éstas cubran los aumentos de horarios con empleo asalariado a tiempo parcial (Cruz y Rebollo, 2000), asumiendo la diferenciación entre la plantilla a tiempo completo y otra secundaria de trabajadores a tiempo parcial utilizada para asegurar la flexibilidad de la demanda (Freathy, 1993; Cruz y Medina, 1995; Freathy y Sparks, 1995).

Algunos trabajos indican que la flexibilidad que supone el empleo a tiempo parcial es una ventaja competitiva más para las grandes superficies, pues los pequeños comercios se encuentran ante mayo-



COLABORACIONES

res dificultades para encontrar empleados, debido a la rigidez del mercado laboral (Sala, 2000; Institut Cerdá, 2004).

Por otra parte, las características del empleo del sector comercial, sobre todo de personal de sala de ventas, conllevan un peso muy importante de las mujeres. Además la demanda de flexibilidad en el empleo temporal parece encajar mucho más con este segmento, también de los estudiantes.

Por ello los aumentos de empleo temporal que consigue la desregulación de horarios se encuentran principalmente en el segmento femenino. No obstante deben tenerse en cuenta determinadas dificultades asociadas al conflicto familiar que pueden traer importantes dificultades para conseguir empleadas para los fines de semana (Good, Gisler y Gentry, 1988; Freathy Y Sparks, 1995).

En consecuencia, un proceso de liberalización de los horarios comerciales habría de suponer:

H2: Un efecto positivo sobre el empleo a nivel general del sector comercio.

H2.1: El aumento en el peso del empleo remunerado frente al autónomo.

H2.2: Un incremento especialmente centrado en el empleo a tiempo parcial.

Hipótesis de precios: Asumiendo el importante papel inflacionista que algunos economistas asignan al sector comercial (Petitbo, 1995), los cambios de compra entre formatos comerciales que trae la desregulación comercial puede suponer efectos inmediatos sobre la inflación.

El estudio de los costes que supone la liberalización de los horarios comerciales ha recibido una notable atención en la literatura. Evidentemente la desregulación aumenta los costes y por ello debería suponer un aumento de los precios (Ingene, 1986; Ferris, 1990; Aranda, Casares y Martín, 2002).

Sin embargo también son varios los trabajos que empíricamente no encuentran tal relación (Kay y Morris, 1987; Desormeaux, Nantel y Ámeses, 1988; Tanguay, Vallee y Lanoie, 1995; Grunhagen y Mittalstaedt, 2001).

Por los cambios de cuotas de mercado del pequeño comercio hacia las cadenas y grandes superficies, que concentran la compra funcional, puede presentarse un efecto beneficioso sobre la cesta de la compra final de los hogares (Cruz y Rebollo, 2000).

Sin embargo los costes de estos formatos también se incrementan, Tanguay, Vallee y Lanoie (1995) estiman un aumento del 5 por 100 en los supermercados, pero que favorecidos por la elasticidad, y también por los aumentos de ventas no se trasladen al precio final. Y Grunhagen y Mittalstaedt (2001) plantean que la flexibilidad de empleo temporal y el aumento de demanda de las grandes superficies permitirán controlar el aumento de precios.

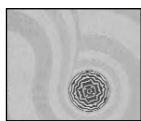
La compra hedónica puede verse favorecida por la desregulación de horarios comerciales (Elliot y Levin, 1987; Grunhagen y Mittalstaedt, 2001), en consecuencia los aumentos de costes derivados de la ampliación de los horarios pueden ser compensados por el aumento de ventas que se produce en este caso, facilitando un efecto neutro sobre el indicador de precios de este tipo de productos.

Por ello se definen tres nuevas hipótesis sobre la desregulación de los horarios comerciales:

H3: Carece de efectos sobre el nivel de precios (IPC) a nivel global.

H3.1: Permite reducir el nivel de precios (IPC) de la alimentación.

H3.2: No afecta a los precios (IPC) de los productos de no alimentación.



COLABORACIONES

4. Datos y análisis del experimento comercial

Las variables de análisis de este experimento han sido obtenidas del INE que, como se sabe, trabaja con un cierto retardo en la publicación de sus datos lo que nos ha obligado a esperar un tiempo prudencial para desarrollar este trabajo. Además los cambios metodológicos introducidos en la Encuesta Anual de Comercio desde el año 1999, la necesidad de contar con un año base de comparación, la existencia de variables que no se repiten año tras año, y la carencia, especialmente en las variables de empleo, de los datos a nivel de CCAA, incluso el cambio de medición de la peseta al euro, han supuesto, también, ciertas dificultades metodológicas (Cuadro 2).

En todo caso, se han seleccionado las variables que forman series completas y realizado sobre las mismas las adaptaciones precisas para trabajar sobre la base de la Encuesta de Comercio de 1997, y poder, así, desarrollar un análisis experimental relativo a los 5 años de desregulación progresiva seguidos por el sector del

comercio en España, el RD 6/2000, normativa que supone el enfoque del trabajo y de las hipótesis correspondientes.

Como quiera que el enfoque experimental supone la comparación de efectos entre distintas normativas regionales, al estilo del Modelo de Elliot y Levin (1987) se ha planteado determinar los principales enfoques normativos seguidos por las CCAA en España sobre la base del RD 6/2000.

El primero, y más evidente, es el caso del País Vasco, que tiene competencias estatutarias plenas en Comercio, por lo que la norma nacional no le resulta de aplicación, habiendo mantenido esta zona una prohibición total de aperturas en domingos y festivos.

Para las 16 CCAA restantes, sujetas al RD 6/2000, se han considerado el número de domingos y festivos autorizados en sus normativas regionales en los años 1999 a 2006, aplicando, con el objetivo de resumir la información, un análisis factorial que ha determinado tres componentes principales, con los que se explica más de un 99 por 100 de la varianza (Cuadro 3).

Tales componentes estarían integrados, mediante rotación Varimax, por: Madrid en el C3, Murcia y Navarra en el C2, y las demás CCAA en el C1 (Cuadro 4).

En consecuencia cabe determinar tres principales tipos de comportamientos normativos relacionados con el RD 6/2000: las regiones del C1 que establecen prácticamente los mínimos de apertura de la ley nacional, que son un grupo mayoritario integrado por 13 de las CCAA; los casos de Murcia y Navarra que aprueban aperturas por encima de los mínimos en el C2; y la Comunidad de Madrid que desarrolla una normativa más liberalizadora, llegando a duplicar los permisos de

CUADRO 2 VARIABLES DE ESTUDIO	
1	- Número de empresas minoristas - Número de locales comerciales - Volumen de negocio - Índices de inversión en el sector comercial - Inversión bruta
2	- Índice de ocupación general - Índice de ocupación de grandes superficies - Empleo en el sector comercial - Ocupados por empresa - Empleo asalariado - Empleo no asalariado - Empleo eventual - Empleo femenino - Salarios - Tasa de gastos de personal - Tasa de asalariados - Tasa de estabilidad - Tasa de empleo femenino
3	- Índices de precios general - IPC alimentación - IPC vestido y calzado

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.



CUADRO 3
ANÁLISIS FACTORIAL POR CCAA. VARIANZA TOTAL EXPLICADA

Componente	Suma de las Saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	Porcentaje de la varianza	Porcentaje acumulado
1	10.839	67,746	67,746
2	4.218	26,360	94,106
3	820	5,125	99,232

Método de extracción: Análisis de Componentes Principales
Fuente: *Elaboración propia.*

aperturas en domingos y festivos, y que integra en exclusiva el C3.

Si a las mismas se añade el caso especial del País Vasco, que cabe denominar como C0, se podrían concretar 4 tipos significativos de ordenación territorial de los horarios comerciales en España:

- C0: País Vasco, máxima prohibición en horarios comerciales.
- C1: 13 CCAA, desregulación de mínimos del RD 6/2000.
- C2: Región de Murcia y Navarra, desregulación media.
- C3: Comunidad de Madrid, desregulación máxima en el país.

Una vez contrastada la existencia de cuatro tipos estadísticamente diferenciados de planteamientos normativos dentro de la economía española se dispone del fundamento para desarrollar un experi-

mento basado en el Análisis de la Varianza para cada una de las variables descriptivas consideradas en las hipótesis.

Algunas cuestiones previas al desarrollo del experimento suponen, en primer lugar elegir una región específica como representativa de cada uno de los cuatro tipos aceptados. En el caso del País Vasco y de la Comunidad de Madrid (C0 y C3) la decisión es evidente por única. Para el tipo C2 se ha elegido el caso de la Región de Murcia, por presentar un peso factorial ligeramente superior, y en el tipo C1 la elección ha sido el Principado de Asturias, por su relación con el origen del trabajo, amén de tener un peso factorial suficiente en su caso.

En segundo lugar, trabajar con las variables a explicar para que las mismas no afecten a las diferencias sectoriales, económicas y sociales entre las distintas regiones, lo que ocultaría aquellas realmente derivadas de la variable explicativa del caso, esto es, del modelo normativo de horarios comerciales. Para ello las variables del modelo han abandonado sus valores absolutos para convertirse en series indexadas, en todos los casos para cada una de las regiones elegidas y con respecto al dato regional del ejercicio 1997, de esta forma el modelo trabaja con series del año 1999 al 2004 incluidos, esto es, los 5 años de referencia para el estudio de efectos del RD 6/2000: del año 0 al 5.

CUADRO 4
ANÁLISIS FACTORIAL POR CCAA. MATRIZ DE COMPONENTES ROTADOS

Comunidades Autónomas	Componente		
	C1	C2	C3
Cataluña	.945		
Cantabria	.936		
Castilla León	.925		
Andalucía	.925		
Aragón	.925		
Galicia	.925		
Islas Baleares	.925		
Asturias	.925		
Castilla La Mancha	.925		
Extremadura	.925		
La Rioja	.925		
Canarias	.925		
C.Valenciana	.791		
Murcia		.933	
Navarra		.928	
C.Madrid			.625

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser
Fuente: *Elaboración propia.*



CUADRO 5
RESULTADOS DEL HOLT WINTERS APLICADO SOBRE LAS VARIABLES DE INVERSIÓN

VARIABLE	Media	Desviación típica	Curtosis	Tendencia
Inversión bruta	13297	1401	-0,865	743
Locales por empresa	1,16	0,02	-3,02	0,1

Fuente: Elaboración Propia.

El tratamiento de los datos se ha realizado con el Programa SPSS 13.0, utilizando como metodología principal de contraste de las hipótesis el Modelo Lineal General Univariante MLG, y apoyado, para los datos exclusivamente nacionales por un Análisis de Series Temporales Exponencial Holt Winters para derivar las tendencias en el periodo de desregulación para cada una de las variables.

4.1. Análisis de la inversión en el sector del comercio

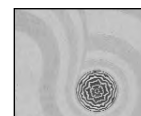
La variable de inversión bruta presenta, a nivel nacional, una clara tendencia de crecimiento durante el periodo económico considerado, próxima al 5,6 por 100 interanual (Cuadro 5)

Por su parte, el índice construido en el Modelo, que relaciona el número de locales comerciales entre las empresas existentes, como forma para determinar la implantación de cadenas comerciales

tiene, asimismo, una tendencia positiva, con un valor absoluto limitado de 0,1 debido al importante número de empresas en este sector, pero de más de 8,6 por 100 anual si se considera con una perspectiva relativa.

Por otra parte debe considerarse que los resultados relativos a la inversión bruta se encuentra correlacionados con la cuestión de las cadenas comerciales, pues se ha constatado una correlación estadística significativa al 99 por 100 entre este variable y el desarrollo de los hipermercados y de los centros comerciales durante el periodo.

Pero lo más relevante ha sido encontrar diferencias importantes en los comportamientos de la inversión bruta entre las cuatro regiones normativas consideradas (Cuadro 6). La serie resulta significativa en el Modelo, siendo mayores los valores presentados por las regiones normativas medias (C2 y C1): Murcia y Asturias, por orden del valor, además los pares diferenciales significativos se encuentran entre



COLABORACIONES

CUADRO 6
RESULTADOS DEL MLG DE NEGOCIO PARA LOS CUATRO TIPOS NORMATIVOS

VARIABLE	Sign. BF (En porcentajes)	Sign. MLG (En porcentajes)	Caso	Media	Pares Sign. Bonferroni al 95 por 100
Inversión Bruta	99.9	100	País Vasco Asturias Murcia Madrid	63.43 213.98 272.24 75.87	País Vasco- Asturias País Vasco-Murcia Asturias – Madrid Murcia-Madrid
Locales por Empresa	91	94	País Vasco Asturias Murcia Madrid	1.04 1.12 0.95 0.94	ns

Fuente: Elaboración Propia.

los dos casos extremos, País Vasco y Madrid, respecto a los de regulación intermedia indicados.

Por su parte la variable que mide la evolución de locales por empresa no alcanza resultados estadísticos suficientemente significativos.

4.2. Análisis del empleo del sector comercial

La mayor parte de las variables relativas al empleo en el sector comercial han presentado una evolución positiva en el periodo estudiado, manteniendo una tendencia positiva incremental (Cuadro 7).

El personal ocupado mantiene una tendencia creciente de 52.000 empleos al año, esto es de un 3,3 por 100 de aumento interanual, si bien los resultados son mejores para el caso del personal remun-

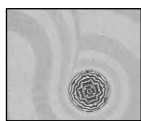
nerado en casi 1.000 empleos/año, en consecuencia también la tasa de asalariados muestra resultados positivos.

El número de empleos por comercio mantiene, en la misma línea, una tendencia creciente que le permitirá alcanzar pronto la media de 3 empleados por establecimiento.

En el caso de las grandes superficies la actividad del empleo muestra tendencias porcentuales mucho importantes, aunque las mismas tienden a disminuir en términos interanuales.

A partir de ello, los resultados relativos a las variables de gestión, como los gastos de personal, tasa de gastos de personal, productividad y salario medio son también crecientes.

Por su parte, la estabilidad del empleo de comercio muestra, asimismo, resultados positivos, y aunque los remunerados eventuales crecen en cada periodo lo



COLABORACIONES

CUADRO 7
RESULTADOS DEL HOLT WINTERS APLICADO SOBRE LAS VARIABLES DE EMPLEO

VARIABLE	Media	Desviación Típica	Curtosis	Tendencia
Gastos de personal	15.641	2.188	-1,4	+1.368
Personal ocupado	1.545.016	86.846	-2	+52.013
Personal remunerado	1.027.291	86.437	-1,7	+52.885
Ocupados por empresa	2,86	0,19	-0,8	+0,125
Productividad	19.341	1.266	-1,8	+762,25
Salario medio	12.155	617	-2,1	+357,75
Tasa de gastos de personal	56,2	6,9	4,3	+0,625
Tasa da asalariados	63,9	6,0	3,2	+1,175
Tasa de estabilidad	73,7	1,7	-2,5	+0,975
Tasa de participación femenina	55,8	1,95	-1,8	+1,15
Tasa de empleo femenino asalariado	59,2	2,1	-1,5	+1,3
Total remunerados fijos	758.436	80.839	-1,9	+48.966
Total remunerados fijos hombres	326.801	21.355	-2,9	+11.227
Total remunerados fijos mujeres	431.635	61.816	-1,7	+37.738
Total remunerados eventuales	268.854	7.821	-2,4	+3.919
Total remunerados eventuales hombres	91.239	4.396	-1,2	-2,762
Total remunerados eventuales mujeres	177.614	10.756	-0,5	+6.681
Total no remunerados	517.725	3.157	-1,8	-872,25
Total no remunerados hombres	262.995	6.320	-1,0	-3.209,75
Total no remunerados mujeres	254.730	6.457	-2,8	+2.337,5
Índice ocupación grandes superficies	109	13,6	-0,9	+8,7
Índice ocupación anual G.S.	8,6	1,44	-0,9	-0,425

Fuente: Elaboración Propia.

hacen en un valor muy inferior al total de remunerados fijos.

Puede ser importante la tendencia negativa que muestran los ocupados no remunerados en general, y para el caso de los hombres en particular.

La participación de la mujer en el empleo del sector es muy importante, se aproxima al 56 por 100 del empleo, con tendencia aún creciente, incluso es superior en el caso del empleo remunerado, donde el porcentaje de representatividad es mayor y también su tendencia. Debe considerarse, por otra parte, que el empleo femenino crece, frente al masculino, en los dos perfiles más débiles: el de empleo eventual y también de personal no remunerado.

Sin embargo, lo que realmente interesa es determinar si las diferentes opciones normativas de horarios comerciales explican comportamientos diferenciados de las variables del empleo en el sector. En tal sentido debe indicarse que para una perspectiva regional se dispone únicamente de los datos en series relativos al total de ocupados y la cifra de sueldos en el sector.

La aplicación del Modelo MLG sobre las cuatro casuísticas normativas para tales variables indican que, estadísticamente, ambas son explicativas (al 100 por 100 de significación) de las diferencias existentes entre regiones (Cuadro 8).

Lo interesante resulta ser que, de nuevo, los mejores comportamientos evolutivos para las dos variables se producen en los dos casos de normativa intermedia, esto es, el C1 (Asturias), de aperturas de mínimos, y el C2 (Murcia), que permite un ligero aumento de libertad de horarios. En cambio, los dos casos de extremos, el País Vasco y la Comunidad de Madrid presentan los menores valores de evolución media de las variables de empleo.

La Prueba de Bonferroni confirma estadísticamente esta fuerte diferenciación, presentando como pares diferentes los que corresponden con los casos extremos: País Vasco y Madrid, no así entre las dos opciones intermedias, Asturias y la Región de Murcia.

4.3. Análisis de los precios de consumo

La tendencia que los índices de precios presentan en la economía española durante el período de estudio es, en todos los casos, ligeramente negativa. Aunque el IPC de alimentación es sensiblemente más elevado su tendencia es también negativa, si bien en menor medida que el IPC General (Cuadro 9).

Cabe, además encontrar una correlación inversa (significativa al 95.8 por 100-



CUADRO 8
RESULTADOS DEL MLG DE EMPLEO PARA LOS CUATRO TIPOS NORMATIVOS

VARIABLE	Sign. BF (En porcentajes)	Sign. MLG (En porcentajes)	Caso	Media	Pares Sign. Bonferroni al 95 por 100
Personal Ocupado	100	100	País Vasco Asturias Murcia Madrid	105,80 133,06 133,73 82,92	País Vasco- Asturias País Vasco-Murcia País Vasco-Madrid Asturias – Madrid Murcia-Madrid
Sueldos	100	99,5	País Vasco Asturias Murcia Madrid	121,16 173,77 182,21 69,86	País Vasco- Asturias País Vasco-Murcia País Vasco-Madrid Asturias – Madrid Murcia-Madrid

Fuente: Elaboración Propia.

CUADRO 9
RESULTADOS DEL HOLT WINTERS APLICADO SOBRE EL IPC

VARIABLE	Media	Desviación Típica	Curtosis	Tendencia
IPC General	3,3	0,7	-2,8	-0,175
IPC Alimentación y Bebidas	4,02	0,79	-1,2	-0,125
IPC Vestido y Calzado	3,62	1,9	-2,7	-0,025

Fuente: Elaboración Propia.

Pearson) entre el IPC de alimentación y el de vestido y calzado, incluso este último apenas muestra importancia en su decrecimiento.

La comparación experimental entre los cuatro tipos de regiones con normativas comerciales diferenciadas solo ofrece resultados significativos para el caso del IPC General, y no así para los relativos a alimentación y a vestido y calzado (Cuadro 10).

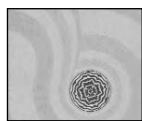
En este caso sólo la región del tipo C1, Asturias que tiene regulación de mínimos, presenta una evolución del IPC más limitado, ciertamente el caso del País Vasco es interesante pues además de presentar un valor de índice superior al resto es significativamente distinto.

gran calado en el Comercio de la Unión Europea, muy especialmente en lo referente a las aperturas de los establecimientos en domingos y festivos.

Existe una gran diversidad de normativas en diferentes sentidos según el país, e incluso a nivel regional dentro de algunos países europeos, como es el caso considerado, de España.

Además aunque las tendencias de liberalización comercial son patentes en la vida política europea la legislación al respecto se abre y se cierra con gran facilidad y brevedad temporal, y se anuncian cada cierto tiempo informes del FMI, de la OCDE, e incluso medidas concretas de la Comisión Europea al respecto.

La revisión de la literatura plantea la consideración de distintos efectos, generales y concretos, de la desregulación de horarios sobre la actividad sectorial y económica de un determinado país. Sin embargo, la mayoría de los estudios empíricos provienen de los Estados Unidos, y



COLABORACIONES

5. Discusión y conclusiones

La cuestión de la desregulación de horarios comerciales es un tema aún de

CUADRO 10
RESULTADOS DEL MLG DE PRECIOS AL CONSUMO PARA LOS CUATRO TIPOS NORMATIVOS

VARIABLE	Sign. BF (En porcentajes)	Sign. MLG (En porcentajes)	Caso	Media	Pares Sign. Bonferroni al 95 por 100
Índice de Precios al Consumo General	100	100	País Vasco Asturias Murcia Madrid	123,28 105,42 119,05 114,12	País Vasco- Asturias País Vasco-Murcia Asturias – Madrid Murcia-Madrid
IPC Alimentación	ns	ns	País Vasco Asturias Murcia Madrid	112,7 111,8 115,3 113,5	ns
IPC Vestido y Calzado	ns	ns	País Vasco Asturias Murcia Madrid	112,7 115,0 115,1 108,9	ns

ns: no significativo.

Fuente: Elaboración Propia.

CUADRO 11
DISCUSIÓN DE LAS HIPÓTESIS DEL ESTUDIO

HIPÓTESIS	RESULTADOS	SENTIDO
H1: (+) Inversión Sectorial	• Aumento de la inversión interanual • Correlación con número de grandes superficies y de hipermercados • Tipos con mayor Inversión: las regiones con normas intermedias.	Aceptación parcial
H1.1: (+) Cadenas comerciales	• Aumento de locales comerciales por empresa • Incremento de supermercados y grandes superficies • No diferencias entre los tipos de regiones con normativas	No aceptación
H2: (+) Empleo Global	• Aumento del empleo total • Incremento del empleo remunerado • Aumento de ocupación de las grandes superficies, aunque más lenta • Tipo con mayor aumento de empleo: las regiones con normas intermedias	Aceptación parcial
H2.1: (+) Empleo Remunerado	• Aumento del personal remunerado • Reducción del personal no remunerado • Tendencia de aumento incluso superior al crecimiento del empleo en global	Aceptación
H2.2: (+) Empleo temporal	• Aumento del empleo Eventual pero por debajo del incremento del empleo fijo • Aumento de la tasa de estabilidad	Aceptación parcial
H3.1: (0) Índice de precios consumo	• Tendencia negativa • Región con regulación de horarios mínimos con mejor comportamiento	No aceptación
H3.2: (-) IPC Alimentación	• Valor superior de los precios de alimentación • Tendencia negativa • No diferencias entre regiones según normativas	No aceptación
H3.3: (0) IPC Resto	• Tendencia neutral, casi constante • No diferencias entre regiones según normativas	No aceptación

Fuente: *Elaboración Propia.*



COLABORACIONES

de otros como Australia y Japón, bien distintos a la idiosincrasia social, económica y política de Europa

Con las pertinentes diferencias entre países europeos, el estudio del caso español, donde se ha vivido un excepcional período de desregulación, puede permitir concretar algunos efectos de carácter económico de la liberalización de horarios sobre el sector comercial.

El aumento en la estructura comercial de las grandes superficies ha determinado una clara tendencia creciente de inversión en el sector, que sin embargo, se hace sustancialmente mayor en las regiones dotadas de normas de desregulación

intermedias, y no así en aquellas que presentan una mayor liberalización de horarios en el periodo.

Los resultados determinan la existencia de un aumento continuo en el nivel del empleo en el sector durante el periodo, especialmente importante en la modalidad de empleo remunerado y derivado, claramente, de la mayor actividad de las grandes superficies; sin embargo, aún asumiendo un saldo actual positivo, las cifras de empleo no remunerado, o autónomo, más característico del pequeño comercio muestran valores claramente negativos.

Los resultados son más coincidentes con los trabajos de Burke (1995) que

propone la adición de nuevo empleo con la desregulación de horarios, aunque manteniendo la salvedad del ritmo más lento de destrucción de empleo del pequeño comercio, en línea con los trabajos de Tanguay, Vallee y Lanoie (1995).

El empleo de carácter temporal muestra una tendencia creciente durante el período de desregulación, si bien es cierto que lo hace a un ritmo inferior a como lo hace el empleo fijo, lo que viene a suponer que la tasa de estabilidad del trabajador en el sector ha ido aumentando. Además, es el perfil de empleo femenino el que muestra en los resultados tendencias positivas en todos los casos, de una forma general, en empleo temporal e incluso en personal no remunerado.

Son resultados que vienen a coincidir a grandes rasgos con las propuestas de Freathy (1995) y de Freathy y Sparks (1995), aunque deben ser matizados de forma importante por encontrar un aumento relevante en el empleo fijo y en la estabilidad del mismo.

La cuestión de los precios exige considerar previamente el aumento de los costes derivados de los mayores horarios, lo que habría de presionar a la traslación de las compras hacia formatos de precios más bajos. Aunque en principio se encuentra una tendencia favorable de la evolución del IPC, incluso superior en las regiones que cuentan con algún planteamiento de desregulación comercial, lo cierto es que los resultados no concluyen ventajas tan evidentes en la cesta de la compra, sea a nivel general, de alimentación o de vestido y el calzado.

Se trata de resultados similares a la mayoría de trabajos empíricos que no encuentran tal relación (Kay y Morris,

1987; Desormeaux, Nantel y Ámeses, 1988; Tanguay, Vallee y Lanoie, 1995; Grunhagen y Mittalstaedt, 2001). Debiendo, en todo caso destacar el mayor valor que presenta el IPC en Alimentación en contra del poder beneficioso que sobre la cesta de la compra en las grandes superficies indicaban Cruz y Rebollo (2000).

En definitiva, el modelo planteado ha permitido analizar y contrastar el sentido de algunos de los efectos considerados en la literatura sobre la cuestión, y ello dentro de un planteamiento único e integrado.

Ciertamente debe tenerse en cuenta que tanto el modelo como sus resultados se fundamentan en datos de tipo general, provenientes de fuentes oficiales y formales que tienen un carácter esencialmente macro, por una parte, y que son presentados con ciertos retardos temporales, por otra.

Sin embargo, creemos destacable su aportación de resultados, y muy especialmente la sintonía general de los mismos con el Modelo de equilibrio desarrollado por Kay y Morris (1987) en el Reino Unido, pues la bondad y el sentido de los resultados del modelo español para las regiones que han seguido normas de regulación de horarios comerciales intermedias sintoniza con la propuesta de una situación óptima de aperturas comerciales formada con la selección de sólo algunos domingos y festivos de apertura.

Evidentemente ello abre nuevas necesidades de investigación, en primer lugar sobre cuál debe ser el número de aperturas del equilibrio, y en segundo lugar, sobre cuáles deben ser tales aperturas dentro del ejercicio económico anual del sector del comercio.



COLABORACIONES

Bibliografía

- [1] ARANDA, E., CASARES, J. y MARTÍN, V. (2002): «Los Horarios en Distribución Comercial», *Distribución y Consumo*, julio-agosto, pp. 19-33.
- [2] BURKE, J. (1995): «Issue of longer store hours riles Germany's retailers», *The Christian Science Monitor*, vol. 87, n.º 129, p. 8.
- [3] CRUZ, I. (2000): «Unidad de Mercado y Regulación Autonómica en el Comercio Minorista», *Distribución y Consumo*, febrero-marzo, pp. 171-177.
- [4] CRUZ Y REBOLLO, A. (2000): *El Comercio frente a la liberalización de horarios comerciales*, Ed. ASEDAS, Madrid.
- [5] CRUZ Y MEDINA, O. (1995): «Regulación de Horarios de Apertura: Implicaciones Económicas», *Información Comercial Española*, n.º 739, marzo, pp. 81-92.
- [6] DAWSON, J. (2000): «Retailing at Century end: Some Challenges for management and research», *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol. 10, n.º 2, abril, pp. 119-148.
- [7] DESORMEAUX, R.; NANTEL, J. y ÁMESE, F. (1998): «Les Heures d'Affaires des Supermarchés au Québec», Québec National Assembly, May, Report 88-07 at the École des Hautes Études Commerciales (HEC).
- [8] ELLIOT, D.S. y LEVIN, S.L. (1987): «Estimating the Economic Impact of Repealing Laws Prohibiting Sundays Sales», *International Journal of Retailing*, 2,1, pp. 31-43.
- [9] FERRIS, J.S. (1990): «Time, Space and Shopping: The Regulation of Shopping Hours», *Journal of Law, Economics and Organization*, vol. 6, Spring, pp. 55-72.
- [10] FREATHY, J.P. (1993): «Developments in the Superstore labour Market», *Service Industries Journal*, vol. 13, pp. 65-79.
- [11] FREATHY, P. y SPARKS, L. (1995): «Flexibility, labour segmentation and retail superstores managers: the effects of Sunday trading», *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol. 5, n.º 3, pp. 361-385.
- [12] GOOD, L.K.; GISLER, G.F. y GENTRY, J.W. (1988): «Antecedents of turnover intentions among retail management personnel», *Journal of Retailing*, vol. 64, pp. 295-314.
- [13] GRUNHAGEN, M., GROVE, S.J. y GENTRY, J.W. (2002): «The Dynamics of Store Hour Changes and Consumption Behavior», *European Journal of Marketing*, vol. 37, n.º 11/12, pp. 1801-1817.
- [14] GRUNHAGEN, M. y MITTALSTAEDT, R.A. (2001): «The Impact of Store Hours and redistributive income Effects on the Retail Industry: some Projections for Germany», *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol. 11:1, January, pp. 49-62.
- [15] HOWARD, E. (2002): «Ten More Years of Change: Looking back and looking forward», *European Retail Digest*, Mars, Issue 33, pp. 7-8.
- [16] INGENE, C.A. (1986): «The Effect of Legislación de Horarios on Consumer Expenditures at retail», *Journal of Macromarketing*, Fall, pp. 53-71.
- [17] INSTITUT CERDÁ (2004): *Aplicación e Impacto de los Horarios Comerciales*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- [18] KAY, J.A. y MORRIS, C.N. (1987): «The Economic Efficiency of Sunday Trading Restrictions», *The Journal of Industrial*



- Economics*, vol. XXXVI, december, pp. 113-129.
- [19] KIRBY, D.A. (1992): «Employment in Retailing: Unsociable Hours and Sunday Trading», *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol. 20, n.º 7.
- [20] KORBER, H.J. (2002): «The Retail Industry over the nex Ten Years», *European Retail Digest*, Issue 33, mars, p. 9.
- [21] MOIR, C.B. (1987): «Research difficulties in the analysis of Sunday trading», *International Journal of Retailing*, vol. 2, n.º 1, pp. 3-21.
- [22] OUBIÑA, J. y YAGUE, M.J. (2001): «La Competencia en el Sector Comercial: ¿una cuestión de horarios?», *Economistas*, vol. XIX, n.º 87, pp. 101-113.
- [23] PETITBO, A.J. (1995): «Horarios Comerciales y Libertad de Comercio», *Distribución y Consumo*, n.º 13, pp. 52-61.
- [24] PILAT, D. (1997): *Regulation and Performance in the Distribution Sector*, OCDE/GD 145, París.
- [25] ROUWENDAL, J. y RIETVELD, P. (1998): «An Economic análisis of opening hours for Shops», *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 5, n.º 2, pp. 119-128.
- [26] ROY, A. (1994): «Correlates of mall visit frequencies», *Journal of Retailing*, vol. 70, summer, pp. 139-161.
- [27] SALA, X.-i (2000): *La Liberalización de los horarios comerciales*, University of Columbia, www.columbia.edu.
- [28] SAMIEE, S. (1994): «Strategic Considerations in European Retailing», *Journal of International Marketing*, vol. 3, n.º 3, pp. 49-76.
- [29] TANGUAY, G.A.; VALLEE, L. y LANOIE, P. (1995): «Shopping Hours and Price Levels in the Retailing Industry: A Theoricall and Empirical Analysis», *Economic Inquiry*, vol. XXXIII, july, pp. 516-524.
- [30] THURIK, A.R. (1987): «Optimal trading hours in Retailing», *International Journal of Retailing*, vol. 2, n.º 1, pp. 22-29.



COLABORACIONES