

# INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



OBSERVATORIO DEL COMERCIO VALENCIANO

**2007**

---

INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN LA  
COMUNIDAD VALENCIANA.



INFORME ELABORADO POR LA OFICINA PATECO DEL CONSEJO DE CAMARAS  
OFICIALES DE COMERCIO PARA EL OBSERVATORIO DEL COMERCIO  
VALENCIANO DE LA GENERALITAT VALENCIANA.

Julio de 2008



Este “Informe anual de la distribución comercial en la Comunitat Valenciana. 2007” ha sido elaborado por la Oficina PATECO del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana y la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación de la Generalitat Valenciana.

El informe se elabora según el acuerdo adoptado en la sesión de 9 de febrero de 2004 del Pleno del Observatorio del Comercio Valenciano. El citado encargo se fundamenta en los acuerdos ya existentes y según Convenio firmado a 12 de diciembre de 2002 y siguientes, para el funcionamiento de la Oficina PATECO como Gabinete de Estudios del Observatorio del Comercio Valenciano.

El Gabinete de Estudios es uno de los órganos integrados en la estructura del Observatorio tal como establece el artículo 2 del Decreto 55/2001, de 13 de marzo, del Gobierno Valenciano por el que se regula el Observatorio del Comercio Valenciano, que establece que éste elaborará un “Informe anual de la distribución comercial en la Comunitat Valenciana”.



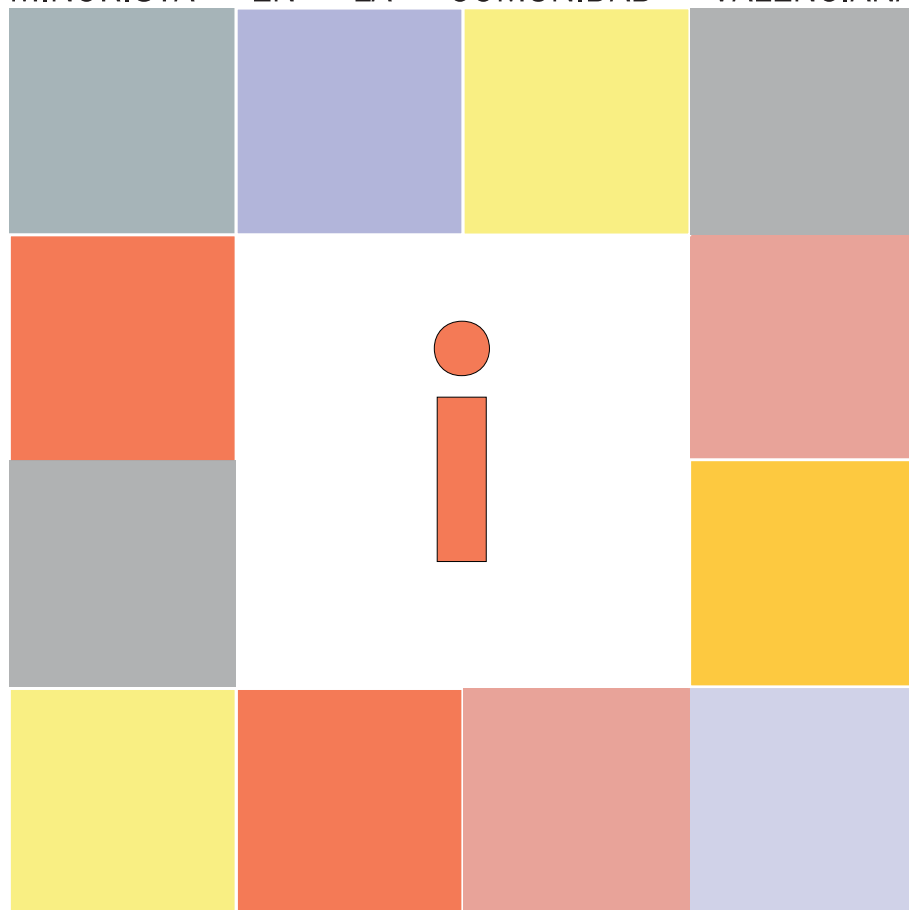
**Dirección Técnica**  
Agustín Rovira Lara

**Equipo Técnico**  
Amadeo Aznar Macías  
Sonia Esteban Ballester  
Begoña Marín García  
Gema Valor Moncho

**Diseño y maquetación**  
Israel Angulo Amigo



INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL  
MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



ÍNDICE



Cámaras de la Comunidad Valenciana

**pateco**

2007

INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

## índice

<b>1</b>	<b>Contexto económico y perspectivas económicas.</b>	<b>15</b>
1.1	Situación económica en España y la Comunitat Valenciana.	20
<b>2</b>	<b>La actividad comercial en la economía.</b>	<b>25</b>
2.1	Contribución del comercio al por menor a la economía de la Comunitat Valenciana.	25
2.2	Mercado de trabajo en la actividad comercial en la Comunitat Valenciana.	29
2.3	Índices de comercio minorista, volumen de negocio y productividad.	32
<b>3</b>	<b>El tejido empresarial de la Comunitat Valenciana.</b>	<b>37</b>
3.1	Estructura empresarial por sectores.	37
3.2	Evolución empresarial.	38
3.3	Evolución de las empresas del sector comercial.	39
<b>4</b>	<b>La oferta comercial minorista.</b>	<b>45</b>
4.1	Número de comercios minoristas y superficie de venta. Evolución.	45
4.2	Indicadores comerciales: Índice de Dotación Comercial (IDC) e Índice de Superficie Comercial (ISC).	49
4.3	Estructura comercial minorista.	51
4.4	Evolución de la oferta comercial minorista 2004-2007.	58
4.5	Los grandes equipamientos comerciales.	64
<b>5</b>	<b>Demografía y consumo.</b>	<b>69</b>
5.1	Características de la población de la Comunitat Valenciana.	69
5.2	Turismo y consumo.	74
5.3	Consumo de bienes de comercio en la Comunitat Valenciana.	75

## Índice de tablas

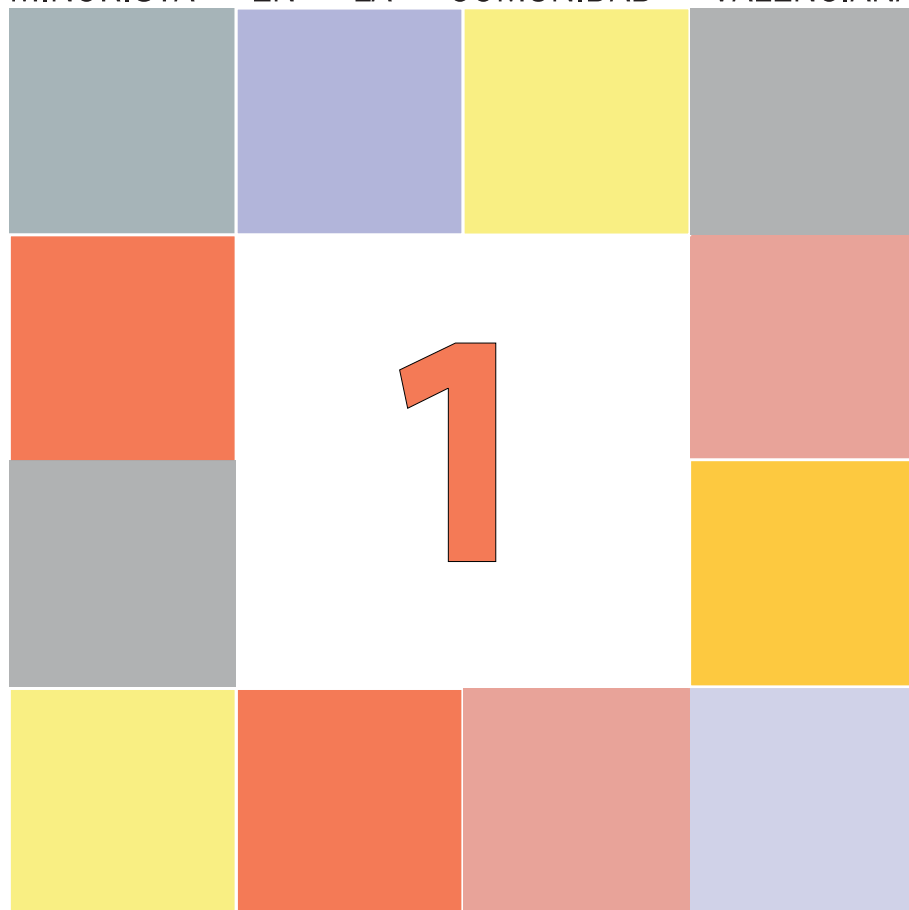
Tabla 1.1	Tasa de variación interanual del Producto Interior Bruto en Estados Unidos y Zona Euro.	16
Tabla 1.2	Variables macroeconómicas, 2006-2007 y previsiones 2008.	19
Tabla 1.3	Tasa de variación interanual del Producto Interior Bruto, inflación y mercado de trabajo. España 2003-2007.	21
Tabla 1.4	Predicciones económicas para España, según diferentes instituciones. 2008-2009.	21
Tabla 1.5	Producto Interior Bruto, inflación y mercado de trabajo. Comunitat Valenciana 2003-2007.	22
Tabla 2.1	Estructura del Producto Interior Bruto dentro del sector <i>servicios</i> . Comunitat Valenciana. 2001-2005.	27
Tabla 2.2	Ocupados en la actividad comercial de la Comunitat Valenciana, según distintas fuentes. 2003 – 2007.	28
Tabla 2.3	Ocupados en la actividad comercial de la Comunitat Valenciana, según distintas fuentes. Desagregado por actividades.	29
Tabla 2.4	Evolución de empresas de comercio minorista según el personal asalariado. Comunitat Valenciana. 2000-2006.	30
Tabla 2.5	Tasa de asalarización en la <i>actividad comercial</i> . España y Comunitat Valenciana. 2005-2007.	31
Tabla 2.6	Ocupados y asalariados por comercio. España y Comunitat Valenciana. 2003-2007.	31
Tabla 2.7	Volumen de negocio en el comercio al por menor. España y Comunitat Valenciana. 2003-2006.	34
Tabla 2.8	Volumen de negocio por local y por ocupado. España y Comunitat Valenciana. 2004-2006.	34
Tabla 3.1	Porcentaje de empresas comerciales minoristas según estrato de asalariados. Evolución 2003-2006.	42
Tabla 4.1	Oferta comercial minorista de la Comunitat Valenciana. Datos comparativos.	45
Tabla 4.2	Superficie de venta comercial de la Comunitat Valenciana. Datos comparativos. 2004-2007.	47
Tabla 4.3	Estructura de la oferta comercial por provincias. 2007.	52
Tabla 4.4	Estructura de la oferta comercial por grupos de actividad. 2007.	53
Tabla 4.5	Superficie de venta por grupos de actividad. 2007.	54
Tabla 4.6	Tamaño medio del establecimiento por grupos de actividad. 2007.	55
Tabla 4.7	Índice de dotación comercial por grupos de actividad. 2007.	56
Tabla 4.8	Índice de superficie comercial por grupos de actividad. 2007.	57
Tabla 4.9	Evolución de la oferta comercial por grupos de actividad. 2004-2007.(%)	61
Tabla 4.10	Evolución de la superficie comercial por grupos de actividad. 2004-2007.(%)	62
Tabla 4.11	Comparativa AECC-PATECO.	64

Tabla 4.12	Centros Comerciales en la Comunitat Valenciana.2007	66
Tabla 5.1	Evolución de la población según Comunidades Autónomas, 2004-2007.	69
Tabla 5.2	Evolución de la población según Comunidades Autónomas, 2004-2007 (%).	70
Tabla 5.3	Población por provincias, 2004-2007.	70
Tabla 5.4	Evolución de la población por provincias, 2004-2007 (%).	70
Tabla 5.5	Población extranjera en la Comunitat Valenciana, 2004-2007.	71
Tabla 5.6	Evolución de la población extranjera en la Comunitat Valenciana, 2004-2007 (%).	72
Tabla 5.7	Evolución de los indicadores de población en la Comunitat Valenciana, 2004-2007.	73
Tabla 5.8	Evolución de las principales magnitudes del turismo en la Comunitat Valenciana, 2004-2006.	74
Tabla 5.9	Renta disponible bruta de los hogares. 2000-2005.	75
Tabla 5.10	Renta disponible bruta de los hogares (per capita). 2000-2005.	76
Tabla 5.11	Gasto total en bienes y servicios de los residentes en la Comunitat Valenciana, 2007. Euros.	78
Tabla 5.12	Evolución del gasto medio por persona en bienes de comercio. Comunitat Valenciana. 2004-2007. (%).	79

## Índice de gráficos

Gráfico 1.1	Créditos al consumo e índices de confianza del consumidor España 2007-2008.	18
Gráfico 2.1	Aportación de la actividad comercial al PIB. España y Comunitat Valenciana.2000-2005.	26
Gráfico 2.2	Distribución del VABpm en la actividad comercial. Comunitat Valenciana.2005-2006.	26
Gráfico 2.3	Ocupados en comercio al por menor en Régimen General y en Régimen de Autónomos. Comunitat Valenciana 2000-2007.	30
Gráfico 2.4	Índice de comercio al por menor. Base 2005.	32
Gráfico 2.5	Índice de confianza del comercio minorista. Comunitat Valenciana 2005-2007.	33
Gráfico 3.1	Estructura empresarial por sectores productivos. Comunitat Valenciana. 2006. (%)	37
Gráfico 3.2	Evolución del número de empresas por sectores productivos. Comunitat Valenciana. 2003-2006. (%)	38
Gráfico 3.3	Evolución del número de empresas del sector comercial. Comunitat Valenciana y España. 2003-2006.	39
Gráfico 3.4	Participación de las empresas comerciales minoristas sobre el total de empresas (%). Comunitat Valenciana y España. 2003-2006.	40
Gráfico 3.5	Estructura de las empresas comerciales según actividad y tipo de empresa. 2006. (%)	41
Gráfico 3.6	Porcentaje de empresas comerciales según estrato de asalariados. 2006.	42
Gráfico 4.1	Evolución de la oferta comercial minorista 2004-2007. Datos comparativos. (%)	46
Gráfico 4.2	Evolución de la superficie comercial minorista 2004-2007. Datos comparativos. (%)	47
Gráfico 4.3	Estructura comercial por provincias. 2007. (%)	51
Gráfico 4.4	Evolución de la estructura del comercio minorista 1985-2007. (%).	63
Gráfico 4.5	Evolución de la estructura de la superficie comercial minorista 1996-2007.(%).	63
Gráfico 5.1	Evolución del gasto medio en bienes y servicios y bienes de comercio, 2006 (%).	79

INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL  
MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



Contexto económico y perspectivas económicas.



Durante el año 2007 el panorama macroeconómico mundial ha quedado marcado por la crisis financiera, que ha provocado la falta de liquidez y el endurecimiento de las condiciones monetarias. Factores como la escalada de precios, la apreciación del euro y el empeoramiento de las perspectivas de crecimiento mundial se han visto reflejados en el estancamiento del crecimiento de los Estados Unidos así como de otros países europeos.

Las previsiones de crecimiento de la economía mundial para el año 2008 se sitúan en el 3,7%<sup>1</sup>. El Eurostat prevé para Estados Unidos un crecimiento del 0,9% en el año 2008 y del 2% para la Unión Europea. En este panorama de recesión económica mundial, España y Grecia son los países que muestran una mayor previsión de crecimiento, con tasas de crecimiento superior a la media de la Unión Europea.

No obstante, esta situación se ha visto compensada por la buena marcha de las economías asiáticas emergentes con tasas de crecimiento esperado del 8,6% para el año 2008, contrarrestando en parte los efectos negativos de la debilidad del resto de economías.

El año 2007 ha sido para España un año de inflexión en relación a la evolución del Producto Interior Bruto (PIB). Durante el primer semestre del año se prolongó la tendencia de crecimiento de años anteriores, con una tasa interanual en torno al 4%. Sin embargo, en el segundo semestre del año se mostraron los primeros síntomas de moderación en el crecimiento.

Para el año 2008, el escenario macroeconómico de España quedará marcado por una mayor ralentización en el crecimiento del PIB respecto a años anteriores, no obstante las previsiones apuntan hacia un crecimiento superior a la de otros países de la zona euro. España crecerá en el año 2008 a una tasa aproximada del 2,2%, según las últimas estimaciones realizadas por el Eurostat.

<sup>1</sup> Previsión realizada por *The Economist*.

**Tabla 1.1** Tasa de variación interanual del Producto Interior Bruto en Estados Unidos y Zona Euro.

	2006	2007	2008	2009
Estados Unidos	2,9	2,2	0,9	0,7
Unión Europea (27)	3,1	2,9	2,0	1,8
Alemania	2,9	2,5	1,8	1,5
Francia	2,2	2,2	1,6	1,4
España	3,9	3,8	2,2	1,8
Italia	1,8	1,5	0,5	0,8
Grecia	4,2	4,0	3,0	3,3

Fuente: Eurostat. Junio 2008.

Previsiones.

Hay que destacar que otras organizaciones como el Fondo Monetario Internacional o, en España, la Fundación de Cajas de Ahorros (FUNCAS) han revisado a la baja la previsión de crecimiento de la economía española, situándola en el 1,6% para el año 2008 y 0,4% para el año 2009<sup>2</sup>.

Los componentes del PIB que marcarán esta desaceleración serán la construcción residencial y el consumo. Este comportamiento ya se ha constatado durante el año 2007, produciéndose una disminución en el número de viviendas iniciadas, lo que ha repercutido directamente en la demanda de cemento, que ha descendido un 14% en el primer trimestre de 2008 respecto al primer trimestre de 2007.

En marzo de 2008 la actividad de la construcción sufrió un descenso del 10,1% respecto al mismo mes del año anterior, frente al descenso del 0,1% en la Unión Europea, según indica el Eurostat.

Asimismo, el mercado de la vivienda ha sufrido un ajuste más brusco e intenso de lo esperado. El *Euribor* a un año, tipo de interés de referencia en el mercado inmobiliario, ha aumentado hasta el 5,39% en el mes de junio de 2008. Con esta tendencia al alza del euribor, las transacciones inmobiliarias en el primer trimestre de 2008 cayeron un 31,7% respecto al mismo trimestre del año anterior, según el Ministerio de la Vivienda.

Desde el punto de vista de la demanda, las previsiones apuntan a que durante 2008 y primer semestre de 2009 la demanda interna disminuirá, condicionada por el incremento de los precios, la desaceleración del empleo y la evolución alcista de los tipos de interés.

<sup>2</sup> Previsión de FUNCAS realizada a partir de la información del Banco de España y del Instituto Nacional de Estadística.

El consumo de los hogares moderó su crecimiento en el año 2007 aumentando a una tasa del 3,2% y, según estimaciones realizadas por distintas entidades financieras, en el año 2008 el consumo de los hogares aumentará solo un 1,4% respecto al año anterior. En el año 2009 este incremento será aun menor, situándose en el 1,2%<sup>3</sup>.

Respecto al nivel de precios hay que destacar que el primer semestre de 2008 se ha caracterizado por un repunte de la inflación, que ha situado la tasa de variación interanual del IPC de junio en el 5,0%.

El mercado de trabajo ha perdido dinamismo en la segunda mitad de 2007 y el primer trimestre de 2008, situándose la tasa de paro en el 9,6%. Esto ha alentado la moderación en el crecimiento de la renta disponible de los hogares.

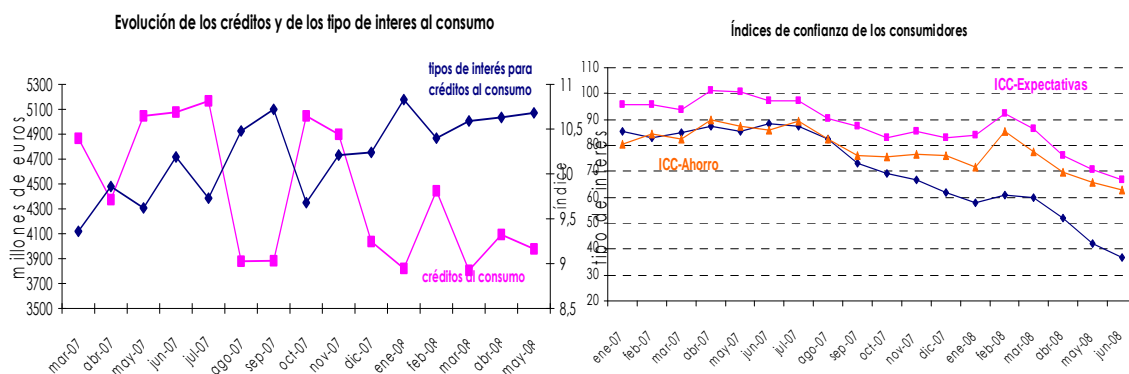
Sin embargo, hay que destacar que en España, en el año 2007, la renta media por habitante se situó siete puntos porcentuales por encima de la media de la Unión Europea (UE-27). Si bien hay expectativas de que durante el año 2008 y 2009 se produzca un retroceso en estas variables, uno de los retos de futuro de la economía española será mantener este diferencial.

El Banco Central Europeo ha incrementado el tipo de interés básico hasta el 4,25% en julio de 2008 con el objetivo de frenar la inflación. Este incremento de los tipos de interés está provocando una moderación en los créditos al consumo, así como en la compra de bienes de inversión por parte de los hogares.

Hay que destacar que en el primer trimestre de 2008 se financió el 9,4% del consumo, mientras que en la Zona Euro se financió el 6,1%. España muestra una tasa de crecimiento interanual de los créditos al consumo superior a la de la Unión Económica y Monetaria<sup>4</sup>.

<sup>3</sup> Previsión de FUNCAS a partir del consenso de 14 instituciones y entidades financieras.

<sup>4</sup> Servicio de Estudios del BBVA.

**Gráfico 1.1****Créditos al consumo e índices de confianza del consumidor.  
España 2007-2008.**

Fuente: Banco de España e Instituto de Crédito Oficial ICO.2008.

El endurecimiento de las condiciones de crédito ha provocado una disminución de la demanda de financiación por parte de los hogares, durante el año 2007 y comienzos de 2008. En este sentido, el incremento de los tipos de interés se ha dejado notar en la matriculación del número de automóviles, que entre junio de 2007 y junio de 2008 ha disminuido un 30,8%<sup>5</sup>.

Durante el año 2008 se espera que el consumo de los hogares se debilite alentado por un clima de mayor incertidumbre y un deterioro de la confianza por parte de las familias.

El comercio minorista ha acusado la falta de confianza de los compradores en toda la Unión Europea, si bien España ha sido uno de los países donde más ha disminuido el índice de ventas durante el mes de mayo de 2008.

En esta fase del ciclo económico las empresas minoristas están haciendo un esfuerzo por adaptarse a los nuevos patrones de compra de sus clientes, introduciendo marcas blancas en sus lineales y reduciendo márgenes.

Las marcas blancas suponen aproximadamente el 26% del sector de la alimentación y representan en España más de 9.900 millones de euros<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> ANFAC.

<sup>6</sup> ACNielsen.

Asimismo, para compensar esta situación, la distribución comercial está aplicando estrategias de precios bajos, planificando promociones más agresivas que los años anteriores e iniciando el período de rebajas con descuentos que alcanzan el 60% y el 70% en algunos casos.

**Tabla 1.2** Variables macroeconómicas, 2006-2007 y previsiones 2008.

	2006	2007	I Trim 08	Previsión 2008
Matriculación de automóviles	-0,2	-1,2	-15,3	-
Ventas al por menor	1,6	2,6	-3,4	-
Consumo de los hogares	3,8	3,2	2,3	1,4
Construcción de vivienda residencial	6,8	5,9	-	-0,3
Confianza del consumidor	-12	-14	-17	-
Consumo de cemento	8,2	0,3	-14,5	-
Número de viviendas visadas	18,6	-24,7	-	-
Paro registrado	8,50*	8,30*	9,63	10,20
Afiliaciones a la Seguridad Social	4,3	3	1,4	-
IPC General	3,5*	2,8*	4,4	4,1*
Deuda bruta de los hogares (%de la RBD)	124,3	132,2	-	132,1

Tasas de variación anual.

\* Medias anuales.

Fuente: FUNCAS y CECA. 2008.

## 1.1. Situación económica en España y la Comunitat Valenciana.

---

### España.

Desde el punto de vista de la demanda, el año 2007 se caracterizó por una ralentización del consumo final de los hogares, con una tasa de variación interanual del 2,7% correspondiente al cuatro trimestre del año, un punto porcentual inferior al mismo trimestre de 2006. Esta variable incide directamente sobre el comportamiento de las ventas del comercio minorista.

Por el lado de la oferta, el comportamiento del PIB ha quedado marcado por una ralentización significativa del crecimiento en el sector de la *construcción*, que finalizó el año 2007 con una variación interanual del 2,8%, frente al 3,9% del año anterior. El sector *servicios* mantuvo su ritmo de crecimiento durante todo el año en torno al 4,2%, siendo el motor de crecimiento de la economía española.

Respecto al nivel de precios, durante 2007 el Índice de Precios al Consumo (IPC) experimentó un repunte de un punto y medio, situando la inflación en los niveles más altos desde el año 1995, alcanzando el 4,2%. Los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) confirman un aumento en la inflación, en junio de 2008 alcanzó el 5,0%.

En el mercado de trabajo la tasa de ocupación evolucionó de manera favorable, hasta alcanzar el 54%. Sin embargo, el incremento de la población activa provocado por el aumento poblacional de los últimos años ha dado lugar a que la tasa de paro en 2007 experimentara un incremento de tres décimas respecto al año 2006, alcanzando el 8,6%. De este modo se rompe la tendencia decreciente de los últimos años.

**Tabla 1.3** Producto Interior Bruto, inflación y mercado de trabajo. España 2003-2007.

		2003	2004	2005	2006	2007
Producto Interior Bruto	General	3,2	3,4	3,7	4,0	3,5
	Agricultura	7,8	-9,5	-10,1	10,1	2,9
	Industria	1,1	-0,4	2,7	3,4	1,4
	Construcción	4,0	5,9	5,5	3,9	2,8
	Servicios	2,2	5,1	3,4	4,1	4,2
Inflación	IPC	2,6	3,2	3,7	2,7	4,2
Mercado de Trabajo	Tasa de Paro	11,37	10,56	8,70	8,30	8,60
	Tasa de Ocupación	49,56	50,75	52,7	53,7	54,0

Producto Interior Bruto a precios de mercado.

IPC: Variación interanual a diciembre.

Fuente: Contabilidad Trimestral de España (base 2000) e Índice de Precios al Consumo, INE.

**Tabla 1.4** Predicciones económicas para España, según diferentes instituciones. 2008-2009.

	PIB		CONSUMO DE LOS HOGARES		CONSUMO PÚBLICO		FORMACIÓN BRUTA D FIJO	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Analistas Financieros Internacionales (AFI)	2,0	1,9	2,0	1,8	5,3	5,5	0,1	
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)	1,9	1,4	1,7	1,2	5,4	5,2	0,1	
Caixa Cataluña	2,3	1,7	2,0	1,6	5,0	4,9	1,6	
Caja Madrid	2,1	1,6	1,9	1,3	4,7	4,8	0,3	
Centro de Predicción Económica (CEPREDE-UAM)	2,4	1,9	2,3	1,9	4,3	3,9	2,1	
Consejo Superior de Cámaras de Comercio	2,0	1,5	1,7	1,1	5,1	4,6	2,5	
Fundación de Cajas de Ahorro	2,0	0,9	2,0	1,5	5,0	4,1	0,2	
Instituto Complutense de Análisis Económico (ICAE-UCM)	2,7	2,0	2,5	2,0	5,0	4,2	2,4	
Instituto de Crédito Oficial (ICO)	2,3	2,2	2,1	2,1	5,2	4,9	1,5	
Instituto de Estudios Económicos (IEE)	2,3	-	2,0	-	5,0	-	2,0	
Instituto Flores de Lemus (IFL-UC3M)	2,2	1,7	1,8	1,8	4,5	4,5	1,9	
Intermoney	2,0	1,5	1,7	1,5	4,9	4,1	0,3	
La Caixa	2,5	2,0	2,2	1,9	4,4	5,6	2,4	
Santander	2,1	1,5	1,8	1,6	5,0	4,7	0,9	
Banco de España	2,4	2,3	2,2	2,2	4,8	3,8	1,5	
Fondo Monetario Internacional	1,8	1,7	2,0	2,2	5,7	4,9	-1,1	
OCDE	1,6	-	2,7	-	4,1	1,2	-	

Fuente: Fundación de Cajas de ahorro. Predicciones mayo-junio 2008.

### Comunitat Valenciana.

En la Comunitat Valenciana la economía creció en el año 2007 a una tasa del 3,7%, dos décimas por encima de la variación del PIB nivel nacional.

El sector de la *construcción* ha sido el principal impulsor de este crecimiento, con una tasa de variación anual del 5,1%. A diferencia de España, donde las cifras muestran una desaceleración en la *construcción*, en la Comunitat Valenciana, durante el año 2007, este sector creció a una tasa medio punto por encima de la del año anterior.

El sector *servicios* contribuyó al crecimiento de la Comunitat Valenciana a un ritmo seis décimas superior al del año 2006 (4,6%), y casi medio punto por encima del crecimiento nacional.

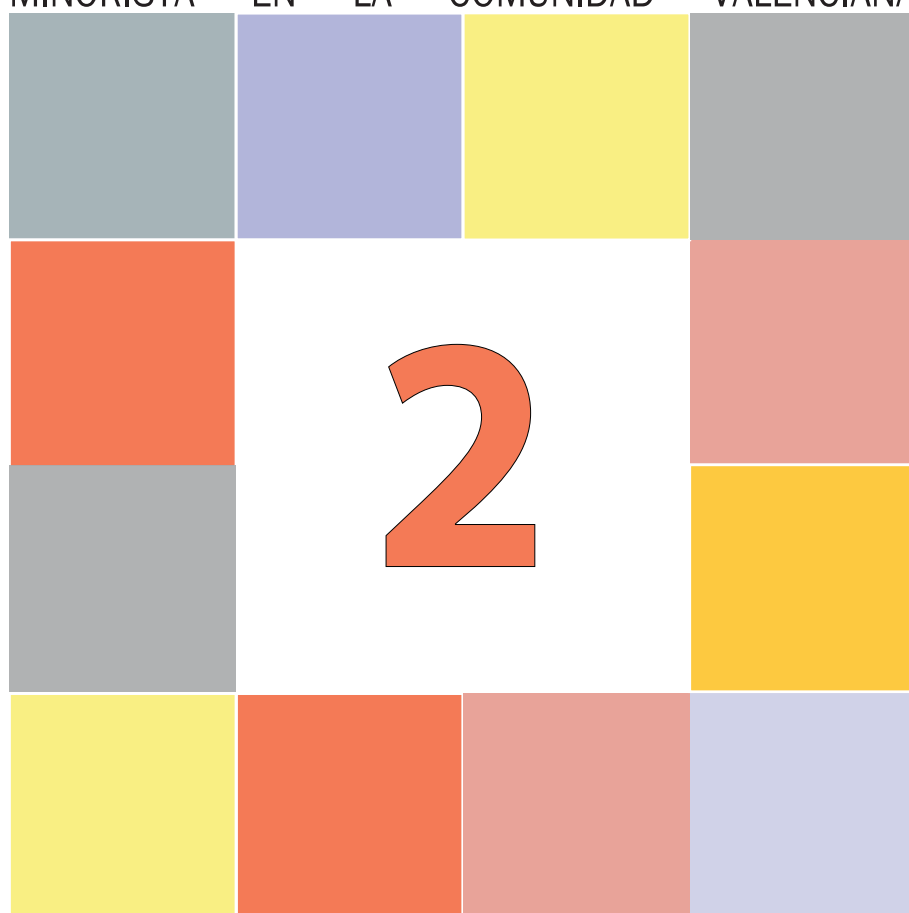
En cuanto a los precios, la inflación aumentó un 4,3%, impulsada por el encarecimiento de los *productos alimenticios* y de los *transportes*. Otras partidas relacionadas con el comercio minorista como *vestido y calzado* han moderado su incremento en precios durante el año 2007.

En este contexto económico, en la Comunitat Valenciana el mercado de trabajo ha mostrado un dinamismo moderado, donde la tasa de ocupación ha aumentado respecto al año anterior. Por su parte, la tasa de paro ha aumentado ligeramente respecto a años anteriores, hasta situarse en el 9,03%.

<b>Tabla 1.5</b>		<b>Producto Interior Bruto, inflación y mercado de trabajo. Comunitat Valenciana 2003-2007.</b>				
		2003	2004	2005	2006	2007
Producto Interior Bruto	General	2,6	3,1	3,4	3,9	3,7
	Agricultura	-2,9	-4,5	-8,3	6,8	-0,3
	Industria	0,2	-1,0	-0,8	2,7	0,2
	Construcción	4,7	4,8	4,5	4,7	5,1
	Servicios	2,7	4,2	4,4	4,0	4,6
Inflación	IPC	2,4	3,4	3,5	2,6	4,3
Mercado de Trabajo	Tasa de Paro	10,7	10,10	8,01	8,48	9,03
	Tasa de Ocupación	51,5	53,2	54,3	55,1	55,4

Producto Interior Bruto a precios de mercado.  
 IPC: Variación interanual a diciembre.  
 Fuente: Contabilidad Regional de España (base 2000) e Índice de Precios al Consumo, INE.

INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL  
MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



La actividad comercial en la economía.



## 2.1. Contribución del comercio al por menor a la economía de la Comunitat Valenciana.

Dentro de la Contabilidad Regional de España, la *actividad comercial*<sup>7</sup> se integra dentro del sector *servicios*. En un sentido amplio, la *actividad comercial* incluye las actividades de *venta de vehículos y reparación, comercio al por mayor y comercio al por menor*.

Según los últimos datos aportados por el INE en la Contabilidad Regional, en el año 2005 en la Comunitat Valenciana la actividad comercial aportó el 11,2% al PIB regional, porcentaje superior al de España, que se situó en el 9,6% en 2005<sup>8</sup>. El incremento de la oferta comercial en la Comunitat Valenciana y la existencia de un tejido comercial dirigido a la población turística, incide en la mayor contribución del comercio al PIB regional respecto a España.

Sin embargo, las cifras apuntan a una disminución en la aportación de la *actividad comercial* a la economía, tanto en España como en la Comunitat Valenciana. No obstante, esta disminución en la aportación está condicionada por la mayor contribución, dentro del sector servicios, de las *actividades inmobiliarias* muy ligadas al sector de la construcción<sup>9</sup>.

El comercio minorista mejoró su aportación al Valor Añadido Bruto a precios de mercado<sup>10</sup> (VABpm) de la actividad comercial en, aproximadamente, medio punto porcentual durante el año 2006, hasta representar el 44,3%. A nivel nacional ha mantenido su aportación en torno al 39,5%<sup>11</sup>.

<sup>7</sup> La actividad comercial también se denomina Comercio y Reparación en la Contabilidad Regional del INE.

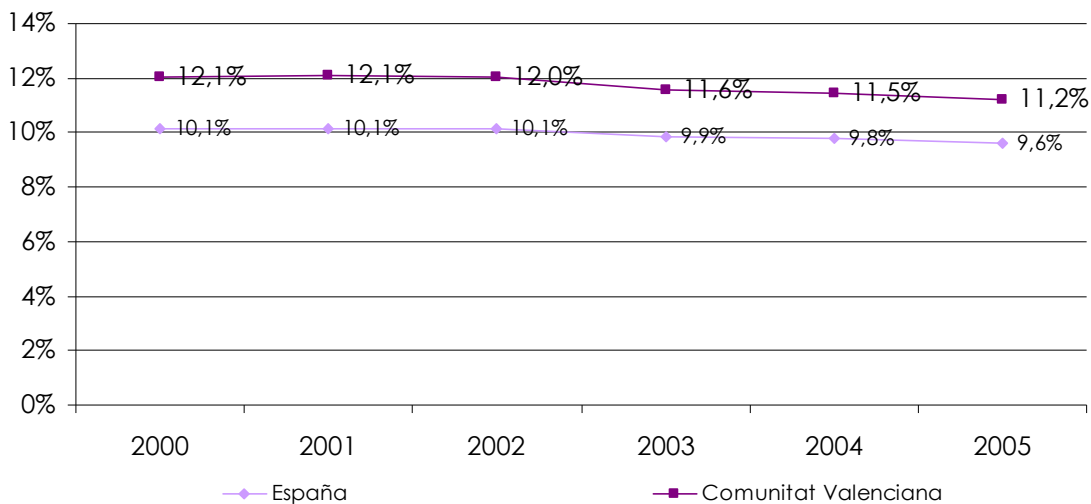
<sup>8</sup> El dato más reciente acerca de la evolución macroeconómica de la actividad comercial a nivel de Comunidades Autónomas se encuentra en la Contabilidad Regional del INE y hace referencia al año 2005. Este dato tiene carácter de "estimación provisional".

<sup>9</sup> En la Comunitat Valenciana, la actividad de la *construcción* ha crecido a una tasa del 5,1% durante 2007, aportando el 11,6% al PIB de la Comunitat Valenciana.

<sup>10</sup> El valor añadido a precios de mercado se calcula a partir del valor de la producción menos los gastos de explotación distintos de los destinados a la reventa (consumo de materias primas y otros aprovisionamientos, gastos en servicios y otros gastos de gestión). Según la metodología utilizada en la Encuesta Anual de Comercio del INE.

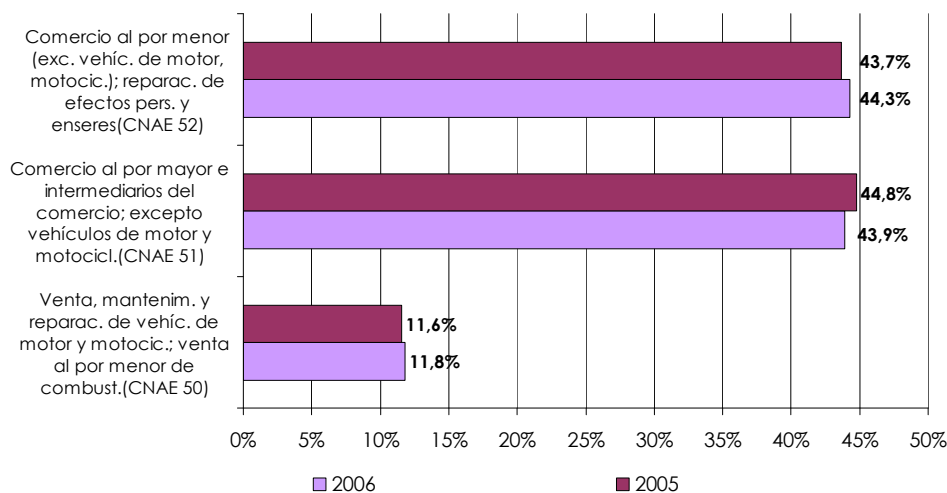
<sup>11</sup> Último dato de la Encuesta Anual de Comercio correspondiente al año 2006. INE.

**Gráfico 2.1** Aportación de la actividad comercial al PIB. España y Comunitat Valenciana.2000-2005.



Fuente: Contabilidad Regional de España (base 2000).

**Gráfico 2.2** Distribución del VABpm en la actividad comercial. Comunitat Valenciana.2005-2006.



Fuente: Encuesta Anual de Comercio 2006. INE.

**Tabla 2.1****Estructura del Producto Interior Bruto dentro del sector *servicios*.  
Comunitat Valenciana. 2001-2005.**

	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Rama de actividad sector servicios</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Comercio y reparación	20,7%	20,3%	19,6%	19,3%	18,9%
Hostelería	10,6%	10,8%	10,8%	10,9%	11,0%
Transporte y comunicaciones	10,2%	10,0%	9,7%	9,4%	9,1%
Intermediación financiera	6,6%	6,8%	6,7%	6,7%	6,5%
Inmobiliarias y servicios empresariales	23,1%	23,4%	24,4%	24,7%	25,2%
Administración pública	6,6%	6,4%	6,1%	6,2%	6,5%
Educación	7,5%	7,4%	7,5%	7,5%	7,3%
Actividades sanitarias y veterinarias; servicios sociales	7,7%	7,8%	8,2%	8,0%	8,1%
Otros servicios y actividades sociales; servicios personales	5,7%	5,9%	5,9%	6,1%	6,2%
Hogares que emplean personal doméstico	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%

Fuente: Contabilidad Regional de España (base 2000).

## 2.2. El mercado de trabajo en la actividad comercial en la Comunitat Valenciana.

La información referente al mercado de trabajo en la actividad comercial procede de diversas fuentes. Todas ellas muestran una tendencia similar, en la que destaca la *actividad comercial* como actividad generadora de empleo en la Comunitat Valenciana.

Los datos más recientes de los que se dispone son los procedentes de la Encuesta de Población Activa (EPA), elaborada por el INE, así como los datos aportados por la Seguridad Social.

Según la EPA, en el cuarto trimestre de 2007 la actividad comercial ocupó a 411.479 personas lo que equivale al 18,5% de los trabajadores de la Comunitat Valenciana.

Por su parte, los trabajadores inscritos en la Seguridad Social en diciembre del año 2007 en la actividad comercial ascendieron a 413.330 ocupados<sup>12</sup>, lo que supone el 18,6% sobre el total de ocupados.

**Tabla 2.2**

Ocupados en la *actividad comercial* de la Comunitat Valenciana, según distintas fuentes. 2003 – 2007.

	2003	2004	2005	2006	2007
Contabilidad Regional de España (INE)	311.800	329.100	337.400	-	-
Encuesta Anual de Comercio. Según ubicación locales (INE)	359.808	379.733	390.159	405.561	-
Encuesta de Población Activa (INE)*	379.758	356.779	389.857	391.100	411.479
Seguridad Social**	-	-	-	412.127	413.330

\* Cifras correspondiente al cuarto trimestre.

\*\* Cifras correspondiente a diciembre.

Fuente: INE y Seguridad Social.

En el año 2007 el comercio minorista ocupó a cinco de cada diez trabajadores de la *actividad comercial* en la Comunitat Valenciana. Según la EPA, el comercio al por menor ocupó en 2007 a 225.778 personas, lo que equivale al 10,2% de los ocupados en la Comunitat Valenciana.

Hay que indicar que las cifras aportadas por la Seguridad Social son coincidentes con las de la EPA<sup>13</sup>, en lo que al número de trabajadores se refiere.

<sup>12</sup> El número de ocupados según la Seguridad Social contempla a los trabajadores inscritos tanto en el Régimen General como en el Régimen de Autónomos en el mes de diciembre de 2006 y 2007.

<sup>13</sup> Según la Seguridad Social, en 2007 había en el comercio al por menor 222.208 personas empleadas.

**Tabla 2.3** Ocupados en la *actividad comercial* de la Comunitat Valenciana, según distintas fuentes. Desagregado por actividades.

	Comercio y reparación	Venta de vehículos	Comercio al por mayor	Comercio al por menor
Contabilidad Regional de España (INE-2005)	337.400	-	-	-
Encuesta Anual de Comercio. Según ubicación locales (INE-2006)	405.561	45.640	154.907	205.014
<i>Distribución</i>	100%	11,3%	38,2%	50,6%
Encuesta de Población Activa . INE. (4º Trim-2007)	411.479	48.184	137.517	225.778
<i>Distribución</i>	100%	11,7%	33,4%	54,9%
Seguridad Social ( <b>dic-2007</b> )	413.330	45.338	145.784	222.208
<i>Distribución</i>	100%	11,0%	35,4%	54,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y la Seguridad Social.

Del análisis de los datos ofrecidos por la Seguridad Social se desprende que el número de trabajadores por cuenta ajena (Régimen General) en el comercio minorista ha aumentado un 38% desde el año 2000, mientras que el número de trabajadores que optaron por el autoempleo (autónomos) se incrementó en un 3%.

El comercio minorista es una actividad donde el trabajo por cuenta ajena gana importancia. Entre el año 2000 y 2007 el número de asalariados aumentó en seis puntos porcentuales hasta representar el 68% de la mano de obra, lo que refleja una tendencia clara a la asalarización.

Algunas de las causas de la asalarización son:

- Crecimiento de medianas y grandes superficies.
- Expansión de cadenas sucursalistas y de franquicia.
- Concentración empresarial.
- Mayor amplitud de horarios que requieren más mano de obra.
- Crecimiento de pequeños establecimientos con la apertura de nuevos puntos de venta, aumentando el personal ocupado.

La Comunitat Valenciana muestra mayores tasas de ocupados por comercio y de personas asalariadas por comercio. En el año 2007 el número medio de trabajadores por comercio fue de 3 ocupados, de los cuales, por término medio, 2 eran asalariados.

Estas cifras son coincidentes con los datos aportados por la Seguridad Social, que sitúa el número de ocupados por comercio en 3,1 y el número de asalariados por comercio en 2,1.

**Tabla 2.4**

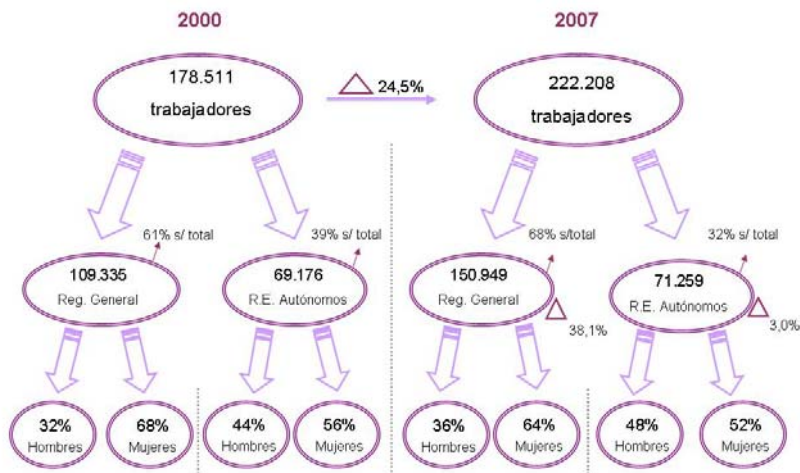
**Evolución de empresas de comercio minorista según el personal asalariado. Comunitat Valenciana. 2000-2006.**

Districión de empresas con asalariados según intervalo de asalariados	AÑO	De 1 a 2 asalariados	De 3 a 5 asalariados	De 6 a 9 asalariados	De 10 a 19 asalariados	De 20 a 49 asalariados	De 50 a 99 asalariados	De 100 a 199 asalariados	De 200 a 499 asalariados	De 500 ó más asalariados	TOTAL
Comercio por menor, excepto comercio vehículos motor, motoc.y ciclomoto	2000	71,9%	18,4%	5,3%	2,7%	1,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	100,0%
	2006	↓ 65,4%	21,6%	7,5%	3,1%	1,8%	0,5%	0,1%	0,1%	0,0%	100,0%
Comercio al por menor en establecimientos no especializados	2000	55,5%	17,2%	9,6%	9,1%	5,8%	2,0%	0,2%	0,5%	0,2%	100,0%
	2006	↓ 43,1%	17,1%	10,7%	11,7%	↑ 11,6%	4,4%	0,6%	0,7%	0,2%	100,0%
Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos	2000	81,1%	15,7%	2,5%	0,5%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	2006	↓ 74,0%	↑ 20,3%	↑ 4,7%	0,9%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Comercio al por menor prod.farmacéuticos,art.médicos,belleza e higiene	2000	68,6%	26,5%	3,7%	0,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	2006	↓ 53,3%	↑ 36,3%	↑ 8,9%	1,3%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Otro comercio al por menor de artic.nuevos en establec.especializados	2000	72,1%	19,2%	5,7%	2,3%	0,6%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	2006	↓ 66,6%	21,8%	↑ 7,9%	2,6%	0,9%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	100,0%
Comercio al por menor de bienes de 2º mano, en establecimientos	2000	85,7%	10,7%	1,8%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	2006	↓ 75,5%	↑ 17,0%	↑ 5,7%	↓ 0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Fuente: Directorio Central de Empresas, 2007. INE.

**Gráfico 2.3**

**Ocupados en comercio al por menor en Régimen General y en Régimen de Autónomos. Comunitat Valenciana 2000-2007.**



Fuente: Seguridad Social, 2000, 2007; excepto datos por sexo que proceden de EPA 2000 y 2005.

**Tabla 2.5** Tasa de asalarización en la *actividad comercial*. España y Comunitat Valenciana. 2005-2007.

	España			Comunitat Valenciana		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Venta, mantenim. y reparac. de vehíc. de motor y motocic.; venta al por menor de combust.(CNAE 50)	79,9%	79,6%	78,2%	75,7%	76,8%	80,7%
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio; excepto vehículos de motor y motocicletas.(CNAE 51)	82,5%	83,4%	82,0%	87,3%	91,1%	87,3%
Comercio al por menor (exc. vehíc. de motor, motocic.); reparac. de efectos pers. y enseres(CNAE 52)	66,8%	67,4%	69,0%	63,7%	67,4%	67,0%
<b>Actividad Comercial</b>	<b>76,4%</b>	<b>76,8%</b>	<b>76,4%</b>	<b>75,6%</b>	<b>78,4%</b>	<b>78,3%</b>

Fuente: Encuesta de Población Activa 2005-2007. Cuarto trimestre del año. INE.

**Tabla 2.6** Ocupados y asalariados por comercio. España y Comunitat Valenciana. 2003-2007.

		2005 *	2006	2007
España	Ocupados por comercio	2,8	3,0	2,9
	Asalariados por comercio	1,9	2,0	2,0
Comunitat Valenciana	Ocupados por comercio	3,0	2,8	3,2
	Asalariados por comercio	1,9	1,9	2,1

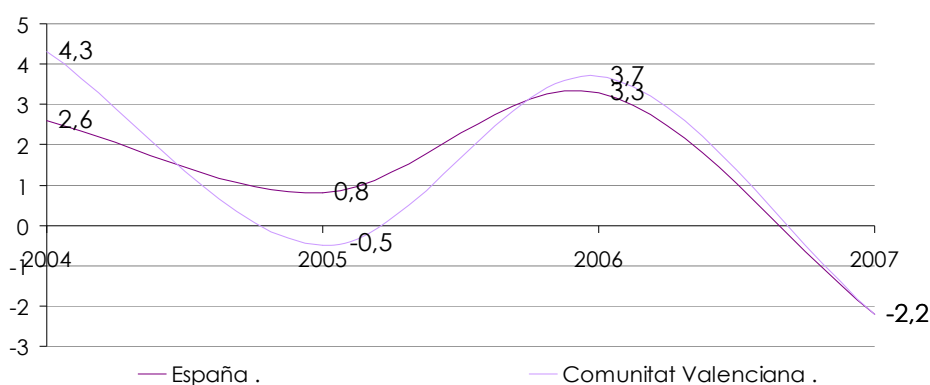
\*Los cambios metodológicos en la Encuesta de Población Activa en el año 2005 no permiten comparar con años anteriores.  
Fuente: Encuesta de Población Activa. INE.

### 2.3. Índices de comercio minorista, volumen de negocio y productividad.

La situación económica actual se ha traducido en un mayor pesimismo por parte de los consumidores así como en la falta de confianza. El incremento de los precios y el aumento del desempleo han supuesto la pérdida del poder adquisitivo de las familias y ha provocado una contención del consumo de los hogares, situación que incide en la evolución del comercio al por menor.

El Índice General de Comercio al por Menor<sup>14</sup> elaborado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) permite conocer la evolución de la actividad comercial. En diciembre de 2007 este índice registró un descenso del 2,2%, tanto en la Comunitat Valenciana como a nivel nacional.

**Gráfico 2.4** Índice de comercio al por menor. Base 2005.

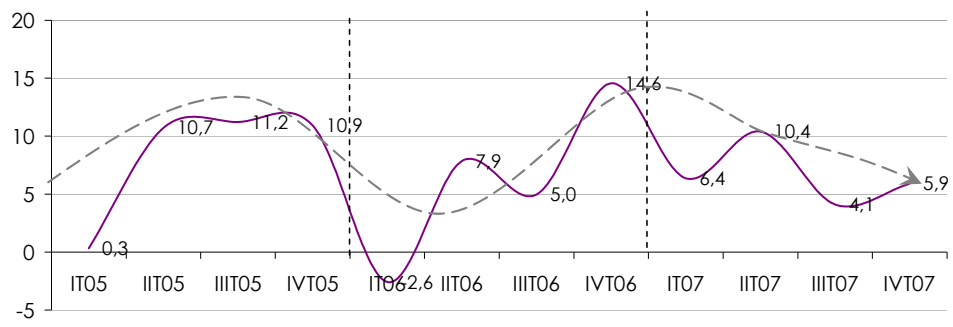


Fuente: Instituto Nacional de Estadística. 2004-2007.

Por su parte, el Índice de Confianza del Comercio Minorista (ICOM), obtenido a partir de la Encuesta de Coyuntura del Comercio Minorista que elaboran las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana, muestra una tendencia decreciente durante el año 2007.

<sup>14</sup> El Índice General de Comercio al por Menor está elaborado por el INE y permite medir, a corto plazo, la evolución de la actividad comercial minorista.

**Gráfico 2.5** Índice de confianza del comercio minorista. Comunitat Valenciana 2005-2007.



Fuente: Oficina PATECO.

Ante esta situación, algunas empresas de la distribución comercial minorista han puesto en marcha promociones temporales y han reducido los márgenes, con el objetivo de dinamizar el consumo e incentivar las ventas.

**Volumen de negocio y productividad.**

El comercio al por menor valenciano generó el 11,2% del volumen de negocio nacional, lo que sitúa a la Comunitat Valencia como la cuarta autonomía que más contribuye a las ventas totales de España, después de Cataluña, Andalucía<sup>15</sup> y Madrid.

El volumen de negocio del comercio al por menor en la Comunitat Valenciana alcanzó la cifra de 22.014 millones de euros en 2006, según los últimos datos publicados por la Encuesta Anual de Comercio elaborada por el INE. Esta cifra representa una variación del 10% respecto al año 2004.

Respecto al volumen de negocio medio por comercio y por ocupado hay que destacar que:

- En el año 2006 el volumen de negocio medio por local comercial alcanzó en la Comunitat Valenciana 311.842 euros, lo que representa un incremento del 8,1% respecto al año 2004.

<sup>15</sup> La Encuesta Anual de Comercio agrupó en sus estadísticas las comunidades autónomas de Andalucía, Ceuta y Melilla.

- El volumen de negocio por ocupado en el comercio minorista aumentó a un ritmo del 4,3% entre 2004 y 2006. En 2006 la facturación media por ocupado se situó en 111.175 euros en la Comunitat Valenciana, frente a 109.295 a nivel nacional.

**Tabla 2.7** Volumen de negocio en el comercio al por menor. España y Comunitat Valenciana. 2003-2006.

	Volumen de negocio			Variación volumen de negocio 2004-2006	
	2004	2005	2006	Absoluta	Relativa
Andalucía, Ceuta y Melilla	30.143.622	30.363.868	34.132.339	3.988.717	13,2%
Aragón	5.684.181	5.653.773	5.865.409	181.228	3,2%
Asturias (Principado de)	4.353.485	4.322.454	4.515.982	162.497	3,7%
Baleares (Illes)	5.565.027	5.633.416	5.830.159	265.132	4,8%
Canarias	9.669.861	10.840.709	11.222.238	1.552.377	16,1%
Cantabria	2.475.660	2.440.095	2.684.803	209.143	8,4%
Castilla y León	8.573.322	8.858.607	9.488.405	915.083	10,7%
Castilla-La Mancha	5.705.336	5.799.943	6.464.583	759.247	13,3%
Cataluña	32.659.826	35.088.362	35.783.266	3.123.440	9,6%
Comunitat Valenciana	19.899.228	21.667.809	22.014.809	2.115.581	10,6%
Extremadura	3.356.565	3.585.496	3.714.667	358.102	10,7%
Galicia	10.095.142	10.570.514	11.400.351	1.305.209	12,9%
Madrid (Comunidad de)	27.274.572	29.405.951	32.946.766	5.672.194	20,8%
Murcia (Región de)	4.834.371	5.350.478	5.897.909	1.063.538	22,0%
Navarra (Comunidad Foral de)	2.428.558	2.599.630	2.816.152	387.594	16,0%
País Vasco	9.573.378	10.356.279	10.615.566	1.042.188	10,9%
Rioja (La)	1.171.907	1.240.311	1.440.343	268.436	22,9%
<b>TOTAL</b>	<b>183.464.041</b>	<b>193.777.695</b>	<b>206.833.747</b>	<b>23.369.706</b>	<b>12,7%</b>

Datos en miles de euros.  
Fuente: Encuesta Anual de Comercio. INE.

**Tabla 2.8** Volumen de negocio por local y por ocupado. España y Comunitat Valenciana. 2004-2006.

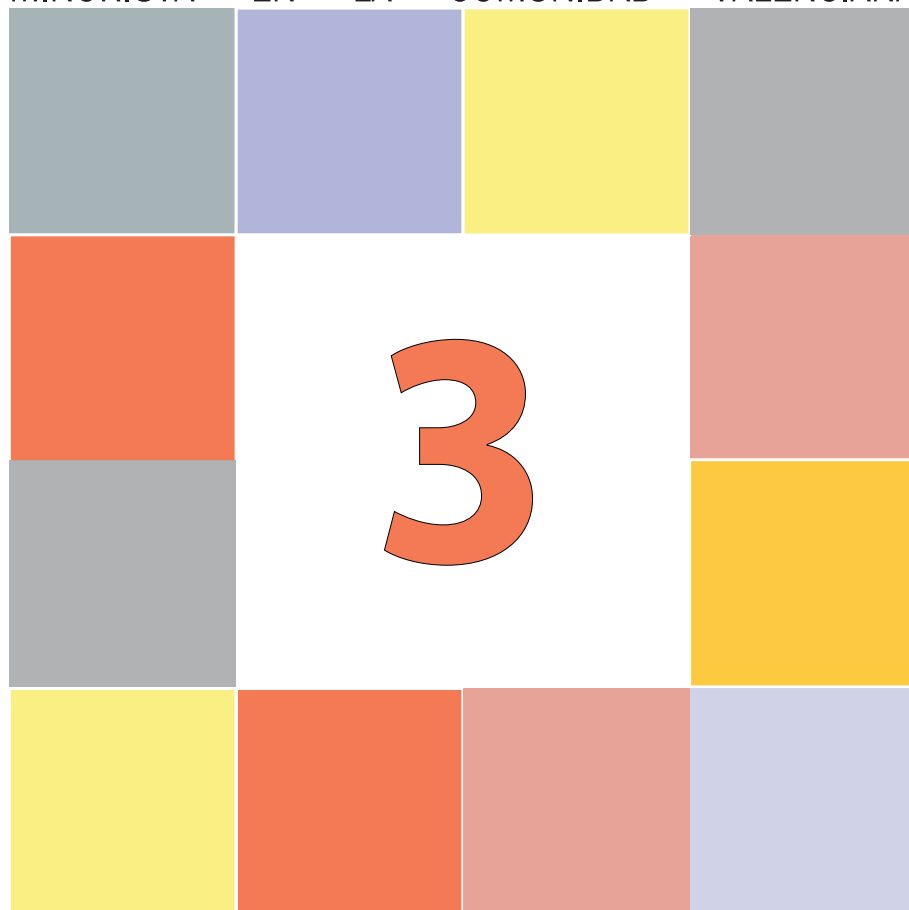
Por local	2004	2005	2006	Variación % 2004/2006
<b>España</b>	285,40	300,87	323,19	13,2%
<b>Comunitat Valenciana</b>	288,53	309,81	311,84	8,1%

Por ocupado	2004	2005	2006	Variación % 2004/2006
<b>España</b>	100,85	105,99	109,29	8,4%
<b>Comunidad Valenciana</b>	106,55	104,94	111,17	4,3%

Datos en miles de euros.  
Fuente: Encuesta de Población Activa (EPA) y Directorio Central de empresas (DIRCE). INE.

INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL  
MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



El tejido empresarial de la Comunitat Valenciana.



## El tejido empresarial de la Comunitat Valenciana<sup>16</sup>.

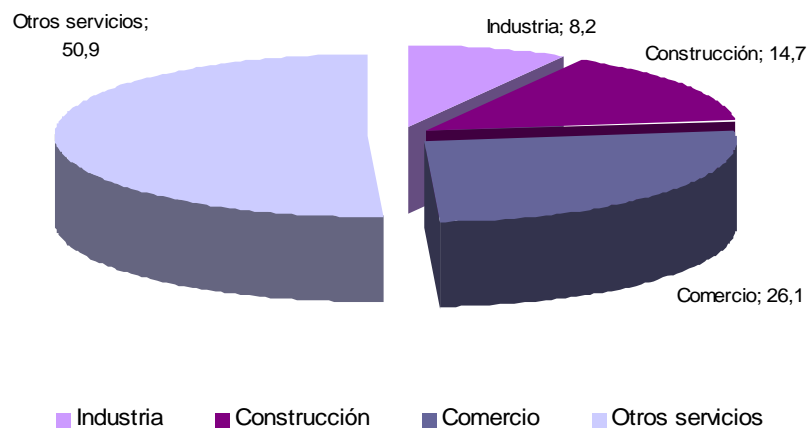
En la Comunitat Valenciana hay 368.586 empresas, según el censo del Directorio Central de Empresas<sup>17</sup> (DIRCE). Este número de empresas representa el 11% de las empresas españolas.

### 3.1 Estructura empresarial por sectores.

De las 368.586 empresas valencianas censadas en el Directorio Central de Empresas, 96.366 son empresas del sector comercial. Representan el 26,1% del tejido empresarial valenciano.

El sector de otros servicios concentra la mitad de las empresas con sede en la Comunitat Valenciana, entre las que se incluyen actividades inmobiliarias, sanitarias, financieras, etc.

**Gráfico 3.1** Estructura empresarial por sectores productivos. Comunitat Valenciana. 2006. %.



Fuente: DIRCE. INE.

<sup>16</sup> En este punto se toma como referencia los datos utilizados en el "Informe Anual de la Distribución Comercial en la Comunitat Valenciana, 2006" al no haberse publicado información más actualizada.

<sup>17</sup> INE. Directorio Central de Empresas: nº empresas por sectores productivos a 31 de diciembre de 2006.

### 3.2 Evolución empresarial.

La dinámica empresarial se puede medir a través del crecimiento neto del número de empresas que se obtiene de la diferencia entre el número de empresas de nueva creación y las que desaparecen o cesan su actividad en un período determinado.

En el periodo 2003-2006, el número de empresas aumentó en 53.372. Esta cifra representa una tasa de variación positiva del tejido empresarial del 16,9%.

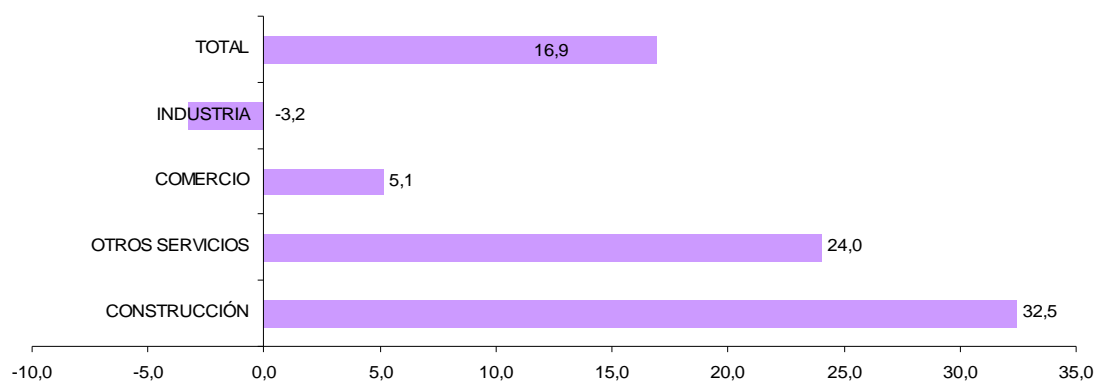
El incremento del número de empresas valencianas en el periodo 2003-2006 fue del 16,9%, tasa superior a la que se obtuvo para el conjunto de España que se situó en el 13,4%.

Los sectores más dinámicos fueron la *construcción*, que experimentó un incremento del número de empresas del 32,5% durante el período 2003-2006, seguido de *otros servicios* que creció un 24%.

El número de empresas comerciales<sup>18</sup> aumentó un 5,1% durante el período 2003-2006. La *industria* es el único sector que sufrió una reducción del número de empresas, a una tasa del 3,2% durante el período analizado.

**Gráfico 3.2**

Evolución del número de empresas por sectores productivos. Comunitat Valenciana. 2003-2006. (%).



Fuente: DIRCE. INE.

<sup>18</sup> Integra la venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas, repuestos y accesorios y comercio de combustible; comercio al por mayor e intermediarios del mismo; comercio al por menor.

### 3.3. Evolución de las empresas del sector comercial.

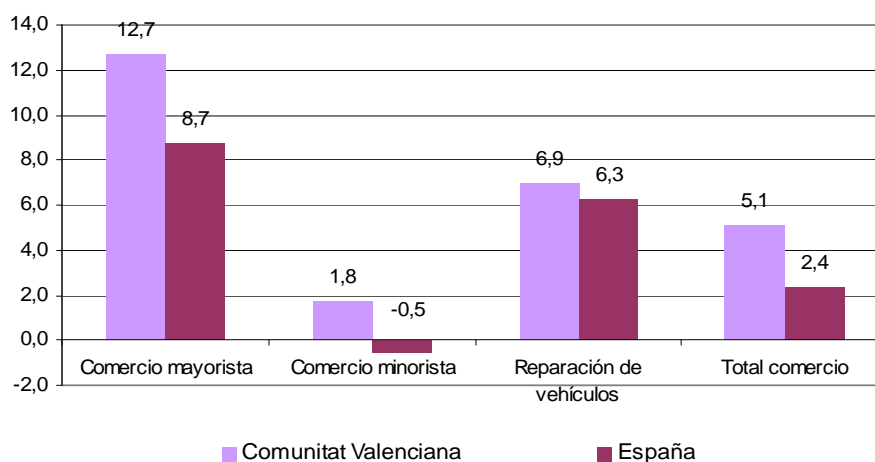
El número de empresas comerciales valencianas refleja un crecimiento neto<sup>19</sup> de 1.036 empresas en el periodo 2003-2006, lo que representa la existencia de un 5,1% más de empresas comerciales en este periodo.

En este periodo, 2003-2006, el crecimiento de empresas comerciales de la Comunitat Valenciana fue del 5,1%, tasa superior a la que se obtuvo en España que se situó en un 2,4%.

En el marco de la actividad comercial, el número de empresas de la rama de comercio mayorista fue la que más creció durante el período 2003-2006, seguida de la rama de vehículos y reparación y de la de comercio minorista.

En España también fue el número de empresas mayoristas el que mayor tasa de incremento reflejó al tiempo que se produjo una ligera reducción del 0,5% del número de empresas comerciales minoristas para el mismo período.

**Gráfico 3.3** Evolución del número de empresas del sector comercial. Comunitat Valenciana y España. 2003-2006.



Fuente: DIRCE. INE.

<sup>19</sup> El incremento neto refleja la diferencia entre las empresas de nueva creación y las que cesan su actividad.

## La empresa comercial minorista en el conjunto empresarial de la Comunitat Valenciana.

El comercio minorista contaba con 60.194 empresas en 2006, concentrando el 16,3% del tejido empresarial de la Comunitat Valenciana.

La empresa comercial minorista en el conjunto de empresas de la Comunitat Valenciana ha pasado de representar el 18,8% del total de empresas en 2003 al 16,3% en 2006.

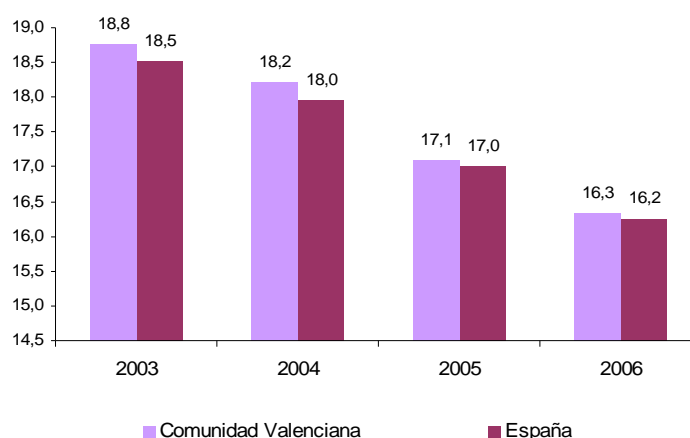
En España se refleja esta misma tendencia, donde las empresas comerciales minoristas españolas han disminuido su participación en el conjunto de empresas. La empresa comercial minorista ha pasado de representar el 18,5% en 2003 al 16,2% en 2006. Esta tendencia se puede generalizar al resto de autonomías<sup>20</sup>.

Esta tendencia es un reflejo de la concentración empresarial que está experimentando el sector.

**Gráfico 3.4**

Participación de las empresas comerciales minoristas sobre el total de empresas (%). Comunitat Valenciana y España. 2003-2006.

Nº empresas minoristas Comunitat Valenciana			
2003	2004	2005	2006
59.158	59.974	59.613	60.194



Fuente: DIRCE. INE.

<sup>20</sup> Instituto Nacional de Estadística: Cifras analizadas a partir de datos del DIRCE. 2003-2006.

## Características de la empresa comercial minorista valenciana.

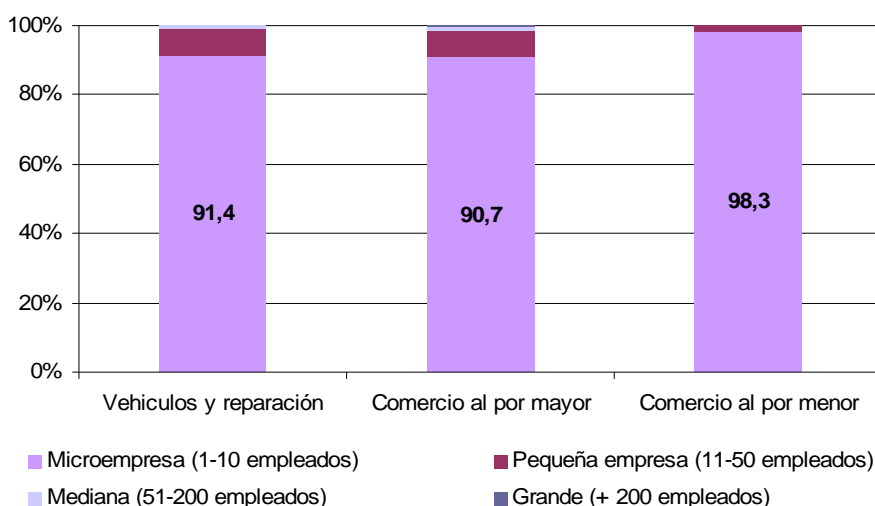
Las últimas tendencias del sector de la distribución comercial minorista apuntan hacia una concentración empresarial que se ve reflejada en la expansión de fórmulas empresariales como cadenas sucursalistas o franquicias y un aumento del número de locales por empresa comercial.

A partir del Directorio Central de Empresas (DIRCE), la empresa comercial minorista valenciana puede caracterizarse por:

- Atomización del sector, en el que el 98,3% de las empresas son microempresas.
- El 68,8% de los empresarios autónomos del sector comercial desarrollan su actividad en el comercio al por menor.
- Disminuye el peso del empresario autónomo. En 2003 el empresario autónomo representaba 56,4%, en 2006 se situaba en 53,3%.
- Tendencia a la asalarización del sector.
- Presencia de pymes. En el periodo 2003-2006, las pequeñas empresas comerciales aumentaron un 24%, mientras que las medianas empresas comerciales aumentaron en un 16,7%<sup>21</sup>.

**Gráfico 3.5**

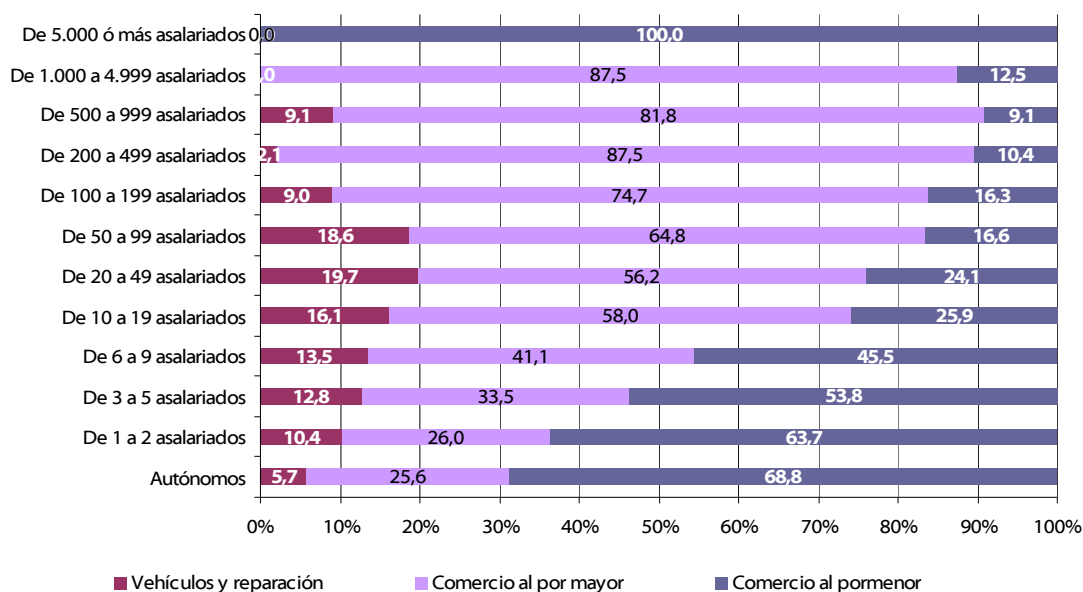
Estructura de las empresas comerciales según actividad y tipo de empresa. 2006. %.



Fuente: Oficina PATECO a partir del DIRCE, INE.

<sup>21</sup> Datos PATECO a partir del Directorio Central de Empresas (DIRCE). Se considera pequeña empresa aquella que cuenta entre 11 y 50 empleados y mediana empresa la que cuenta entre 51 y 200 empleados.

**Gráfico 3.6** Porcentaje de empresas comerciales según estrato de asalariados. 2006.



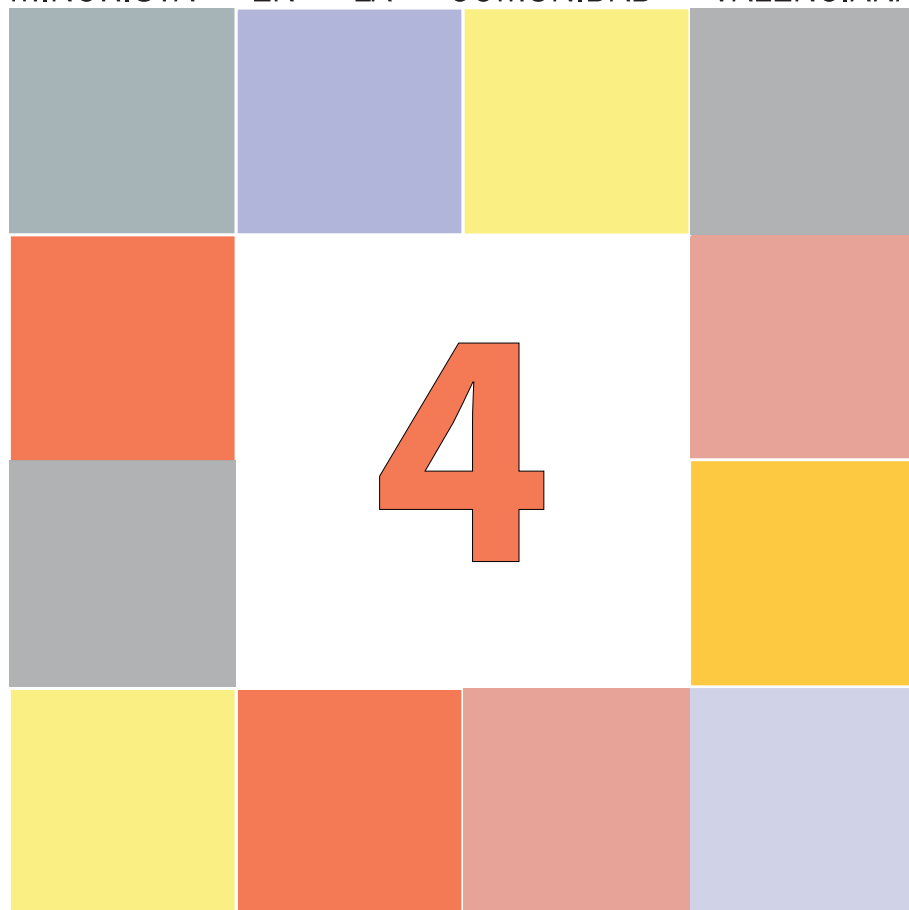
Fuente: Oficina PATECO a partir del DIRCE, INE.

**Tabla 3.1** Porcentaje de empresas comerciales minoristas según estrato de asalariados. Evolución 2003-2006.

	2003	2004	2005	2006
Autónomos	56,4	55,9	54,1	53,3
De 1 a 2 asalariados	30,1	30,7	31,8	32,4
De 3 a 5 asalariados	9,1	8,8	9,3	9,2
De 6 a 9 asalariados	2,9	3,0	3,1	3,3
De 10 a 19 asalariados	0,9	1,0	1,1	1,1
De 20 a 49 asalariados	0,3	0,4	0,4	0,5
De 50 a 99 asalariados	0,1	0,1	0,1	0,1
De 100 a 199 asalariados	0,03	0,03	0,03	0,04
De 200 a 499 asalariados	0,01	0,02	0,02	0,02
De 500 a 999 asalariados	0,01	0,003	0,003	0,003
De 1000 a 4999 asalariados	0,003	0,003	0,003	0,002
De 5000 o más asalariados	0,003	0,003	0,003	0,003
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Oficina PATECO a partir del DIRCE, INE.

INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL  
MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



La oferta comercial minorista.



#### 4.1 Número de comercios minoristas y superficie de venta. Evolución.

En diciembre de 2007 la Comunitat Valenciana contaba con 80.550 establecimientos comerciales minoristas, según el Registro de Actividades Comerciales (RAC)<sup>22</sup>.

La oferta comercial estimada por la Oficina PATECO<sup>23</sup> ascendía, para la misma fecha, a 76.138 establecimientos comerciales minoristas.

El censo del Directorio Central de Empresas<sup>24</sup> (DIRCE) mostraba un total de 71.715 locales comerciales a 31 de diciembre de 2007.

La Caixa ofrecía un censo 107.465 actividades comerciales. Este dato es superior al que ofrecen las otras fuentes porque en un mismo local o establecimiento comercial pueden desarrollarse varias actividades comerciales.

**Tabla 4.1**

Oferta comercial minorista de la Comunitat Valenciana. Datos comparativos.

Años	DIRCE		LA CAIXA		PATECO		RAC	
	Número de locales comercio minorista	Variación %	Número de actividades minoristas	Variación %	Número de comercios minoristas	Variación %	Número de comercios minoristas	Variación %
2004	68.968	-	94.451	-	73.115	-	78.180	-
2005	69.938	1,4	97.243	3,0	74.251	1,6	78.774	0,8
2006	70.596	0,9	101.733	4,6	75.201	1,3	79.681	1,2
2007	71.715	-	107.465	5,6	76.138	1,2	80.550	1,1
<b>Evolución 2004-2007</b>	-	<b>4,0</b>		<b>13,8</b>		<b>4,1</b>		<b>3,0</b>

Fuentes: DIRCE (INE). Se han tomado los datos del DIRCE a diciembre de 2007 porque no hay datos más actualizados.

La Caixa: Anuario Económico de La Caixa.

PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

RAC: Registro de Actividades Comerciales de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación.

A pesar de que las distintas fuentes ofrecen divergencias en los datos de oferta, que pueden atribuirse a las diferencias metodológicas, todas apuntan las siguientes tendencias:

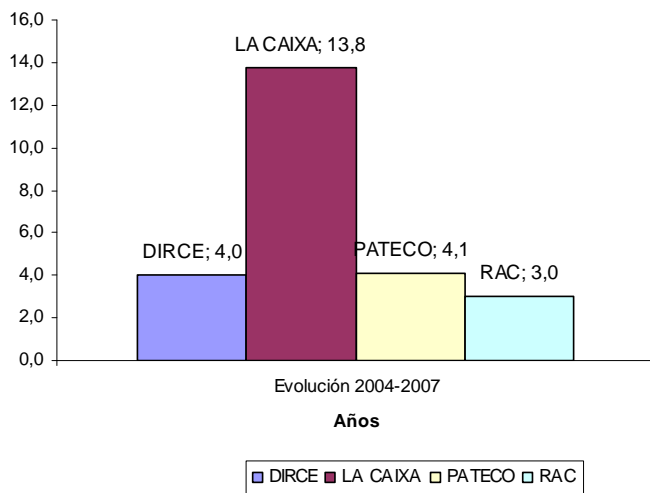
<sup>22</sup> Registro de Actividades Comerciales de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación.

<sup>23</sup> Oficina PATECO. Datos obtenidos a partir del Registro de Actividades de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación (2004-2007), Alimarket (2004-2007) y trabajo de campo.

<sup>24</sup> Instituto Nacional de Estadística: DIRCE 2004-2007.

- La Comunitat Valenciana cuenta con una oferta comercial que representa el 11%<sup>25</sup> de la oferta censada en el ámbito nacional. Este porcentaje apenas ha variado durante los últimos años, si se tienen en cuenta los datos de La Caixa, o muestran una ligera tendencia al incremento, si se observan los datos del DIRCE.
- Se ha mantenido un ritmo moderado de crecimiento de la oferta comercial durante el período 2004-2007. Los datos de PATECO coinciden con los del DIRCE, cifrando el incremento en un 4%, en tanto que el RAC muestra un crecimiento del 3%.
- La Comunitat Valenciana es la tercera autonomía por su oferta comercial, por detrás de Andalucía y Cataluña.

**Gráfico 4.1** Evolución de la oferta comercial minorista 2004-2007. Datos comparativos.



Fuentes: DIRCE (INE). Se han tomado los datos del DIRCE a diciembre de 2007 porque no hay datos más actualizados.  
 La Caixa: Anuario Económico de La Caixa.  
 PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.  
 RAC: Registro de Actividades Comerciales de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación.

### Superficie de Venta.

La superficie de venta comercial minorista de la Comunitat Valenciana, a 31 de diciembre de 2007, era de 8.237.801 m<sup>2</sup>, según la metodología PATECO.

<sup>25</sup> El Anuario de La Caixa obtiene un porcentaje del 10,8% y el DIRCE (INE) del 11%.

El incremento de la superficie de ventas durante el período 2004-2007 es del 15% según PATECO y La Caixa (14,8%), y del 16,3% según el RAC.

**Tabla 4.2** Superficie de venta comercial de la Comunitat Valenciana. Datos comparativos. 2004-2007.

Años	LA CAIXA		PATECO		RAC	
	Superficie de venta	%	Superficie de Venta	%	Superficie de Venta	%
2004	11.003.651	-	7.160.883	-	6.602.564	-
2005	11.405.465	3,7	7.548.741	5,4	6.914.555	4,7
2006	12.175.653	6,8	7.870.732	4,3	7.301.043	5,6
2007	12.630.533	3,7	8.237.801	4,7	7.680.849	5,2
<b>Variación 2004-2007</b>		<b>14,8</b>		<b>15,0</b>		<b>16,3</b>

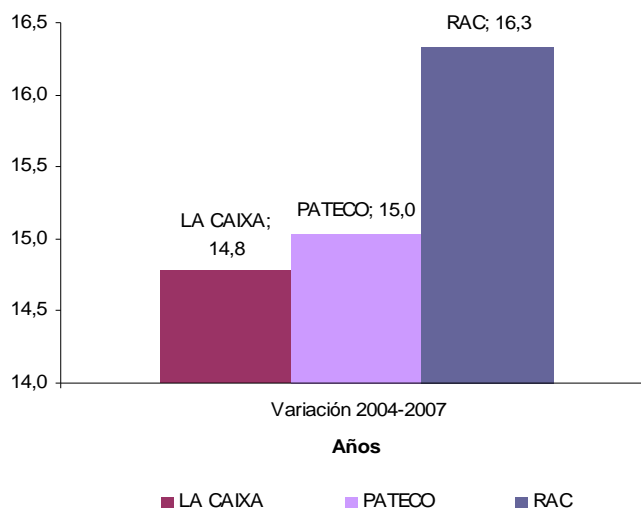
Fuentes:

La Caixa: Anuario Económico de La Caixa.

PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

RAC: Registro de Actividades Comerciales de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación.

**Gráfico 4.2** Evolución de la superficie comercial minorista 2004-2007. Datos comparativos. (%).



Fuentes:

La Caixa: Anuario Económico de La Caixa

PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

RAC: Registro de Actividades Comerciales de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación

Los datos estimados por la Oficina PATECO, como fuente de referencia utilizada para el análisis de este capítulo, muestran una oferta comercial de 76.137 establecimientos comerciales minoristas y una superficie comercial de 8.237.801 m<sup>2</sup>.

La variación que ha experimentado la oferta comercial durante el año 2007 ha consistido en la apertura de 3.716 nuevos establecimientos comerciales paralelamente al cierre de 2.779, creándose un saldo neto de 937 comercios minoristas.

La superficie comercial ha experimentado una expansión de 482.101 m<sup>2</sup> junto a una reducción por cierre de establecimientos de 115.032 m<sup>2</sup>, lo que se resume en una aportación de 367.069 m<sup>2</sup> a la superficie comercial existente en 2006.

## **4.2. Indicadores comerciales: Índice de Dotación Comercial (IDC) e Índice de Superficie Comercial (ISC).**

---

Los indicadores comerciales permiten analizar la evolución de la oferta comercial y de la superficie de ventas en relación a la evolución poblacional para un período determinado. Los resultados del análisis comparativo determinan en qué medida la oferta comercial evoluciona a un ritmo similar al que lo hace la población.

La Comunitat Valenciana, durante el período comprendido entre 2004 y 2007 ha experimentado un incremento poblacional del 7,5%, superior al que ha experimentado España, igual al 4,6%, y sólo superado por las Islas Baleares.

### **Índice de dotación comercial.**

Durante el período 2004-2007, el número de comercios minoristas ha aumentado un 4,1%, un ritmo algo inferior al del incremento poblacional.

La densidad comercial de la Comunitat Valenciana ha experimentado una ligera reducción pasando de 16,1 establecimientos por 1.000 habitantes en 2004 a 15,6 establecimientos por 1.000 habitantes en el año 2007.

El índice de dotación comercial muestra una tendencia al estancamiento o decrecimiento muy moderado para los tres últimos años, fruto de un ritmo notable de expansión de la población que no se ha producido con la misma intensidad en la actividad comercial.

### **Índice de superficie comercial.**

La superficie comercial de la Comunitat Valenciana ha crecido un 15% desde el año 2004, mostrando un porcentaje de incremento superior al de la población.

El aumento de superficie comercial, provocado, principalmente, por una expansión de formatos comerciales de tamaño medio y grande: supermercados y maxi-super, medianas y grandes superficies especializadas ha contribuido a un aumento del índice de superficie comercial y del tamaño medio de los establecimientos.

Es por esto que el índice de superficie comercial, a diciembre de 2007, se situaba en 1.686 m<sup>2</sup> por 1.000 habitantes, superior al índice obtenido para el año 2004 igual a 1.576 m<sup>2</sup> por 1.000 habitantes.

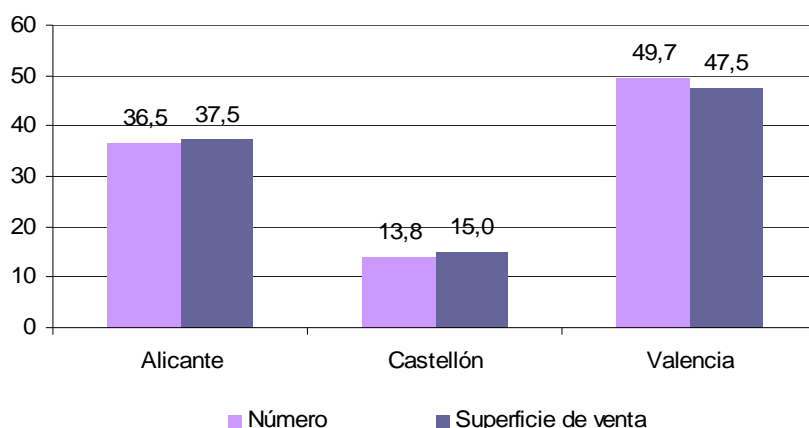
### 4.3 Estructura comercial minorista.

#### Distribución territorial del comercio valenciano.

El modelo comercial valenciano se caracteriza por una elevada concentración comercial desde el punto de vista municipal y provincial, que ya se apuntaba en años anteriores y que se ve reflejada en los siguientes aspectos:

- De las tres provincias, Valencia concentra la mitad de la oferta comercial, Alicante una tercera parte y Castellón una séptima parte, aproximadamente, tanto en número de establecimientos como en superficie comercial.
- Las tres capitales de provincia acogen el 30% de los comercios.
- La quinta parte del comercio valenciano se localiza en la ciudad de Valencia.
- Elevada concentración de comercios minoristas en municipios considerados como cabeceras comerciales por su capacidad de atracción comercial, de tal manera que el 80% del comercio valenciano se concentra en el 14% de los municipios.
- Existen 55 áreas urbanas de alta concentración comercial que aglutinan 16.000 comercios minoristas o el 22% de la oferta regional.

**Gráfico 4.3** Estructura comercial por provincias. % 2007.



Fuentes: Elaboración propia a partir de los datos del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

**Tabla 4.3** Estructura de la oferta comercial por provincias. 2007.

Estructura comercial por provincias. Diciembre 2007							
	Número	%	Superficie Venta	%	IDC	ISC	TAMANO MEDIO
Alicante	27.809	36,5	3.091.253	37,5	15,2	1.694	111
Castellon	10.491	13,8	1.231.772	15,0	18,3	2.149	117
Valencia	37.838	49,7	3.914.776	47,5	15,2	1.574	103
	<b>76.138</b>	<b>100</b>	<b>8.237.801</b>	<b>100</b>	<b>15,6</b>	<b>1.686</b>	<b>108</b>

Fuente: PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

### Estructura comercial por grupos de actividad.

El grupo de alimentación sigue siendo mayoritario entre los grupos de actividad comercial considerados. Concentra un 41,4% de la oferta comercial y un 35% de la superficie de ventas. El grupo de alimentación se compone de dos grandes bloques: comercio tradicional y comercio de libre servicio.

Los principales cambios en la estructura comercial valenciana se han producido en las partidas de productos de alimentación y bebidas cuya superficie ha reducido su porcentaje de participación en dos puntos con respecto al año anterior, como consecuencia de la disminución de metros cuadrados del formato tradicional de alimentación.

Este formato tradicional se ha visto más afectado por los procesos actuales de intensificación de la competencia, diversificación de formatos e implantación de medianas y grandes superficies de alimentación.

**Tabla 4.4** Estructura de la oferta comercial por grupos de actividad. 2007.

GRUPOS DE ACTIVIDAD	PROVINCIA DE ALICANTE		PROVINCIA DE CASTELLÓN		PROVINCIA DE VALENCIA		COMUNITAT VALENCIANA	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS. Diciembre 2007</b>	<b>8.719</b>	<b>31,4</b>	<b>3.146</b>	<b>30,0</b>	<b>13.429</b>	<b>35,5</b>	<b>25.294</b>	<b>33,2</b>
Productos de alimentación y bebidas	5.229	18,8	1.959	18,7	5.966	15,8	13.154	17,3
Textil, confección, calzados y art. cuero	937	3,4	326	3,1	1.505	4,0	2.768	3,6
Perfumería y droguería	4.987	17,9	2.102	20,0	6.558	17,3	13.647	17,9
Art. para el equipamiento del hogar	268	1,0	121	1,2	370	1,0	759	1,0
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	5.775	20,8	2.563	24,4	8.023	21,2	16.361	21,5
Otros comercio al por menor	2.227	8,0	775	7,4	3.467	9,2	6.469	8,5
Ocio y cultura	971	3,5	428	4,1	1.270	3,4	2.669	3,5
Tecnología	2.577	9,3	1.360	13,0	3.286	8,7	7.223	9,5
Otros productos	231	0,8	92	0,9	218	0,6	541	0,7
Medianas superficies especializadas	41	0,15	9	0,09	38	0,10	88	0,12
Grandes superficies especializadas (+2.500 m <sup>2</sup> )								
<b>Comercio mixto al por menor, por secciones</b>	<b>1.622</b>	<b>5,8</b>	<b>173</b>	<b>1,6</b>	<b>1.731</b>	<b>4,6</b>	<b>3.526</b>	<b>4,6</b>
Autoservicios (40-120 m <sup>2</sup> )	788	2,8	216	2,1	814	2,2	1.818	2,4
Superservicios(121-399 m <sup>2</sup> )	295	1,1	82	0,8	282	0,7	659	0,9
Supermercados (400-2500 m <sup>2</sup> )	327	1,2	96	0,9	384	1,0	807	1,1
Maxisuper(+2500 m <sup>2</sup> )	9	0,03	3	0,03	7	0,02	19	0,02
Hipermercados	13	0,05	4	0,04	13	0,03	30	0,04
Autoservicios de descuento	137	0,5	35	0,3	163	0,4	335	0,4
Tiendas de conveniencia	49	0,18	21	0,20	62	0,16	132	0,17
Grandes almacenes	4	0,01	1	0,01	6	0,02	11	0,01
<b>TOTAL</b>	<b>27.809</b>	<b>100</b>	<b>10.491</b>	<b>100</b>	<b>37.838</b>	<b>100</b>	<b>76.138</b>	<b>100</b>

Fuente: PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

**Tabla 4.5 Superficie de venta por grupos de actividad. 2007.**

SUPERFICIE COMERCIAL (M <sup>2</sup> ). Diciembre 2007	PROVINCIA DE ALICANTE		PROVINCIA DE CASTELLÓN		PROVINCIA DE VALENCIA		COMUNITAT VALENCIANA	
	Superficie	%	Superficie	%	Superficie	%	Superficie	%
<b>GRUPOS DE ACTIVIDAD</b>								
Productos de alimentación y bebidas	264.483	8,6	96.724	7,9	413.304	10,6	774.511	9,4
Textil, confección, calzados y art. cuero	316.046	10,2	115.815	9,4	400.024	10,2	831.885	10,1
Perfumería y droguería	60.299	2,0	21.122	1,7	99.946	2,6	181.367	2,2
Art. para el equipamiento del hogar	712.060	23,0	333.300	27,1	946.863	24,2	1.992.223	24,2
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	82.989	2,7	58.222	4,7	97.660	2,5	238.871	2,9
Otros comercio al por menor	388.586	12,6	183.370	14,9	518.239	13,2	1.090.195	13,2
Ocio y cultura	142.112	4,6	56.963	4,6	182.439	4,7	381.514	4,6
Tecnología	60.353	2,0	27.821	2,3	76.558	2,0	164.732	2,0
Otros productos	186.121	6,0	98.586	8,0	259.242	6,6	543.949	6,6
<b>Medianas superficies especializadas</b>	<b>326.699</b>	<b>10,6</b>	<b>146.389</b>	<b>11,9</b>	<b>327.119</b>	<b>8,4</b>	<b>800.207</b>	<b>9,7</b>
<b>Grandes superficies especializadas (+2.500 m<sup>2</sup>)</b>	<b>175.649</b>	<b>5,68</b>	<b>37.416</b>	<b>3,04</b>	<b>179.293</b>	<b>4,58</b>	<b>392.358</b>	<b>4,8</b>
<b>Comercio mixto al por menor, por secciones</b>								
Autoservicios (40-120 m2)	764.442	24,7	239.414	19,4	932.328	23,8	1.936.184	23,5
Superservicios (121-399 m2)	57.840	1,9	17.702	1,4	61.305	1,6	136.847	1,7
Supermercados (400-2500 m2)	79.924	2,6	29.212	2,4	78.901	2,0	188.037	2,3
Maxisuper(+2500 m2)	319.329	10,3	91.953	7,5	412.489	10,5	823.771	10,0
Hipermercados	30.371	0,98	12.398	1,01	25.480	0,65	68.249	0,83
Autoservicios de descuento	121.135	3,92	35.441	2,88	136.871	3,50	293.447	3,56
Tiendas de conveniencia	83.939	2,7	21.565	1,8	91.885	2,3	197.389	2,4
Grandes almacenes	5.158	0,2	2.621	0,2	10.250	0,3	18.029	0,2
	66.746	2,16	28.522	2,32	115.147	2,94	210.415	2,55
<b>TOTAL</b>	<b>3.091.253</b>	<b>100</b>	<b>1.231.772</b>	<b>100</b>	<b>3.914.776</b>	<b>100</b>	<b>8.237.801</b>	<b>100</b>

Fuente: PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

**Tabla 4.6** Tamaño medio del establecimiento por grupos de actividad. 2007.

TAMAÑO MEDIO (M <sup>2</sup> ). Diciembre 2007	PROVINCIA DE ALICANTE	PROVINCIA DE CASTELLON	PROVINCIA DE VALENCIA	COMUNITAT VALENCIANA
Productos de alimentación y bebidas	30	31	31	31
Textil, confección, calzados y art. cuero	60	59	67	63
Perfumería y droguería	64	65	66	66
Art. para el equipamiento del hogar	143	159	144	146
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	310	481	264	315
Otros comercio al por menor	67	72	65	67
Ocio y cultura	64	74	53	59
Tecnología	62	65	60	62
Otros productos	72	72	79	75
<b>Medianas superficies especializadas</b>	<b>1.414</b>	<b>1.591</b>	<b>1.501</b>	<b>1.479</b>
<b>Grandes superficies especializadas (+2.500 m<sup>2</sup>)</b>	<b>4.284</b>	<b>4.157</b>	<b>4.718</b>	<b>4.459</b>
<b>Comercio mixto al por menor, por secciones</b>	<b>471</b>	<b>1.384</b>	<b>539</b>	<b>549</b>
Autoservicios (40-120 m2)	73	82	75	75
Superservicios(121-399 m2)	271	356	280	285
Supermercados (400-2500 m2)	977	958	1.074	1.021
Maxisuper(+2500 m2)	3.375	4.133	3.640	3.592
Hipermercados	9.318	8.860	10.529	9.782
Autoservicios de descuento	613	616	564	589
Tiendas de conveniencia	105	125	165	137
Grandes almacenes	16.687	28.522	19.191	19.129
<b>TOTAL</b>	<b>111</b>	<b>117</b>	<b>103</b>	<b>108</b>

Fuente: PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

**Tabla 4.7** Índice de dotación comercial por grupos de actividad. 2007.

INDICE DOTACIÓN COMERCIAL (nº establecimientos comerciales/1.000 habitantes)	PROVINCIA DE ALICANTE	PROVINCIA DE CASTELLÓN	PROVINCIA DE VALENCIA	COMUNITAT VALENCIANA
	dic-07	dic-07	dic-07	dic-07
<b>Productos de alimentación y bebidas</b>	<b>4,8</b>	<b>5,5</b>	<b>5,4</b>	<b>5,2</b>
Textil, confección, calzados y art. cuero	2,9	3,4	2,4	2,7
Perfumería y droguería	0,5	0,6	0,6	0,6
Art. para el equipamiento del hogar	2,7	3,7	2,6	2,8
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	0,1	0,2	0,1	0,2
Otros comercio al por menor	3,2	4,5	3,2	3,3
Ocio y cultura	1,2	1,4	1,4	1,3
Tecnología	0,5	0,7	0,5	0,5
Otros productos	1,4	2,4	1,3	1,5
<b>Medianas superficies especializadas</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
<b>Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)</b>	<b>0,02</b>	<b>0,02</b>	<b>0,02</b>	<b>0,02</b>
<b>Comercio mixto al por menor, por secciones</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>
Autoservicios (40-120 m2)	0,4	0,4	0,3	0,4
Superservicios(121-399 m2)	0,2	0,1	0,1	0,1
Supermercados (400-2500 m2)	0,2	0,2	0,2	0,2
Maxisuper(+2500 m2)	0,005	0,005	0,003	0,004
Hipermercados	0,007	0,007	0,005	0,006
Autoservicios de descuento	0,1	0,1	0,1	0,1
Tiendas de conveniencia	0,03	0,04	0,02	0,03
Grandes almacenes	0,002	0,002	0,002	0,002
<b>TOTAL</b>	<b>15,2</b>	<b>18,3</b>	<b>15,2</b>	<b>15,6</b>

Fuente: PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

**Tabla 4.8** Índice de superficie comercial por grupos de actividad. 2007.

INDICE SUPERFICIE COMERCIAL (m <sup>2</sup> de superficie de venta/1.000 habitantes)	PROVINCIA DE ALICANTE	PROVINCIA DE CASTELLON	PROVINCIA DE VALENCIA	COMUNITAT VALENCIANA
	dic-07	dic-07	dic-07	dic-07
<b>Productos de alimentación y bebidas</b>	<b>145</b>	<b>169</b>	<b>166</b>	<b>159</b>
Textil, confección, calzados y art. cuero	173	202	161	170
Perfumería y droguería	33	37	40	37
Art. para el equipamiento del hogar	390	581	381	408
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	45	102	39	49
Otros comercio al por menor	213	320	208	223
Ocio y cultura	78	99	73	78
Tecnología	33	49	31	34
Otros productos	102	172	104	111
<b>Medianas superficies especializadas</b>	<b>179</b>	<b>255</b>	<b>132</b>	<b>164</b>
<b>Grandes superficies especializadas (+2.500 m<sup>2</sup>)</b>	<b>96</b>	<b>65</b>	<b>72</b>	<b>80</b>
<b>Comercio mixto al por menor, por secciones</b>	<b>419</b>	<b>418</b>	<b>375</b>	<b>396</b>
Autoservicios (40-120 m2)	32	31	25	28
Superservicios (121-399 m2)	44	51	32	38
Supermercados (400-2500 m2)	175	160	166	169
Maxisuper(+2500 m2)	17	22	10	14
Hipermercados	66	62	55	60
Autoservicios de descuento	46	38	37	40
Tiendas de conveniencia	3	5	4	4
Grandes almacenes	37	50	46	43
<b>TOTAL</b>	<b>1.694</b>	<b>2.149</b>	<b>1.574</b>	<b>1.686</b>

Fuente: PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Allmarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.  
 IDC: Número de establecimientos por 1.000 habitantes.

#### 4.4 Evolución de la oferta comercial minorista 2004-2007.

---

##### Alimentación.

Durante el año 2007 la expansión de comercios de alimentación tradicional se ha producido a un ritmo algo superior al de los años anteriores, experimentando un incremento positivo del 1,25%.

Los supermercados siguen mostrando un buen ritmo de crecimiento, con una tasa del 6,2% y un aumento superior de su superficie de ventas, del 8,6%, de lo que se deduce que se han implantado supermercados de mayores dimensiones, por término medio, que en años anteriores.

Los supermercados ocupaban en 2007 una superficie de 823.771 m<sup>2</sup>, casi la misma superficie comercial que el formato tradicional de alimentación más perfumerías, igual a 955.878 m<sup>2</sup>, de donde se refleja en qué medida el supermercado está sustituyendo al formato tradicional como comercio urbano y de proximidad.

Por el contrario, los formatos de libre servicio pequeños, como autoservicios y superservicios, están en un período de recesión en el que se producen más cierres que aperturas, de ahí que su presencia haya disminuido durante el período 2006-2007.

Los autoservicios de descuento muestran una ralentización del ritmo de crecimiento, a pesar de que los estudios de mercado apuntan lo contrario, debido a la tendencia creciente de la población a adquirir marcas del distribuidor (MDD) durante el año 2007<sup>26</sup>. Los cambios en el consumo no han tenido una incidencia notable sobre la oferta de este formato durante el año 2007.

Las tiendas de conveniencia se han estabilizado y muestran una expansión moderada.

Los hipermercados han recuperado cierto grado de dinamismo durante el año 2007 contando con dos nuevas aperturas, aportando 17.000 m<sup>2</sup>, que suponen un incremento del 7% del número y del 6% de la superficie comercial.

---

<sup>26</sup> Según El Anuario de Nielsen 2008, en Aral Digital, el gasto en consumo básico de productos de MDD ascendió en 2007 un 6% con respecto al año anterior.

La superficie comercial de los hipermercados, cifrada en 293.447 m<sup>2</sup>, representa sólo el 30% de la superficie de alimentación más perfumería tradicionales, mostrando menos representatividad que el supermercado en la oferta de alimentación.

Las tendencias que se observan en el comercio de alimentación se resumen en los siguientes aspectos:

- Sustitución del comercio tradicional por comercio autóctono o étnico, sobre todo fruterías y autoservicios.
- Disminución progresiva de las carnicerías y pescaderías que mantienen su presencia en mercados municipales de tal forma que la presencia de estos productos facilita un posicionamiento de los mercados como equipamientos comerciales de calidad.
- Sustitución, principalmente en barrios y municipios de tamaño poblacional medio, del establecimiento de venta de carne y pescado por secciones en medianas y grandes superficies de alimentación.
- Renovación de las panaderías que siguen un buen ritmo de expansión como establecimientos de proximidad, ubicándose en nuevos barrios y zonas residenciales como fórmula combinada de comercio y servicio: panadería y cafetería.
- Sustitución del canal tradicional de perfumería y droguería por cadenas sucursalistas y franquiciadas.
- Auge de los formatos de alimentación elitistas y segmentadas: delicatessen, ecológicos, relacionados con la salud y la nutrición, etc.
- El supermercado se posiciona como formato líder de la distribución de alimentación por su concepto de proximidad, precios moderados y variedad de productos.
- El hipermercado va reduciendo su superficie comercial de alimentación para dar cabida a una oferta más amplia y variada de productos ocasionales.

### **Equipamiento ocasional.**

Los comercios de moda, zapatos y complementos para la persona han experimentado un crecimiento del 3,6% durante el año 2007, similar al que se produjo en el año anterior. Sin embargo su superficie de ventas ha crecido a un ritmo inferior.

Paralelamente, las medianas superficies, entre las que destacan las de moda y otros productos han aumentado su presencia en un 12,2% durante el período 2006-2007. Este ritmo de crecimiento apunta la expansión de formatos como jugueterías, tiendas de deportes y cadenas de moda que se implantan mediante localizaciones céntricas y urbanas o mediante su integración en centros comerciales.

El equipamiento del hogar presenta un ritmo de crecimiento moderado, tanto en número de establecimientos como de superficie comercial. Este formato puede verse afectado durante los próximos meses debido a la desaceleración de la construcción y de la venta de inmuebles. Sin embargo, esta situación todavía no se ha visto reflejada en la oferta comercial.

Las tendencias, en equipamiento ocasional apuntan a:

- La localización de medianas superficies en centros urbanos<sup>27</sup>.
- El auge de negocios relacionados con segmentos poblacionales: ocio, cultura, multimarca, producto+servicio.
- El auge de los locales vinculados al consumo tecnológico.
- Un crecimiento de la fórmula de franquicia.
- La reducción del tamaño de centros comerciales y localización en municipios de tamaño medio

---

<sup>27</sup> A efectos de este estudio se consideran medianas superficies especializadas aquellos establecimientos que cumplen los siguientes criterios:

- Entre 400 y 2499 m<sup>2</sup> establecimientos dedicados a la venta de deportes, prendas de vestir y accesorios para vehículos.
- Entre 600 y 2499 m<sup>2</sup> establecimientos dedicados a la venta de artículos de decoración, bricolaje, juguetes, electrodomésticos, jardinería y ocio.
- Entre 1000 y 2499 m<sup>2</sup> establecimientos dedicados a la venta de mobiliario.

**Tabla 4.9** Evolución de la oferta comercial por grupos de actividad. 2004-2007.(%)

Evolución del nº comercios por grupos de actividad (%)	2004-2005	2005-2006	2006-2007
	%	%	%
<b>Productos de alimentación y bebidas</b>	<b>0,47</b>	<b>0,15</b>	<b>1,90</b>
<b>Textil, confección, calzados y art. cuero</b>	<b>0,84</b>	<b>3,29</b>	<b>3,59</b>
<b>Perfumería y droguería</b>	<b>-0,07</b>	<b>0,88</b>	<b>0,65</b>
<b>Art. para el equipamiento del hogar</b>	<b>2,39</b>	<b>1,78</b>	<b>1,78</b>
<b>Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas</b>	<b>4,04</b>	<b>-0,67</b>	<b>2,29</b>
<b>Otros comercio al por menor</b>	<b>3,37</b>	<b>2,97</b>	<b>1,65</b>
Ocio y cultura	2,19	4,14	0,11
Tecnología	4,06	-0,80	2,93
Otro comercio	4,19	3,35	2,60
<b>Medianas superficies especializadas</b>	<b>11,69</b>	<b>2,99</b>	<b>12,24</b>
<b>Grandes superficies especializadas (+2.500 m<sup>2</sup>)</b>	<b>5,41</b>	<b>7,69</b>	<b>4,76</b>
<b>Comercio mixto al por menor, por secciones</b>	<b>0,48</b>	<b>-6,21</b>	<b>0,66</b>
Autoservicios (40-120 m <sup>2</sup> )	-0,65	-1,03	-0,60
Superservicios(121-399 m <sup>2</sup> )	-0,87	-0,73	-2,80
Supermercados (más de 400 m <sup>2</sup> )	2,02	7,65	6,18
Maxisuper (más de 2,500m <sup>2</sup> hasta 5000 m <sup>2</sup> )	6,25	11,76	-
hipermercados	3,57	-	7,14
Autoservicios de descuento	1,92	3,77	1,52
Tiendas de conveniencia	11,82	1,63	5,60
Grandes almacenes	11,11	-	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,55</b>	<b>1,28</b>	<b>1,25</b>

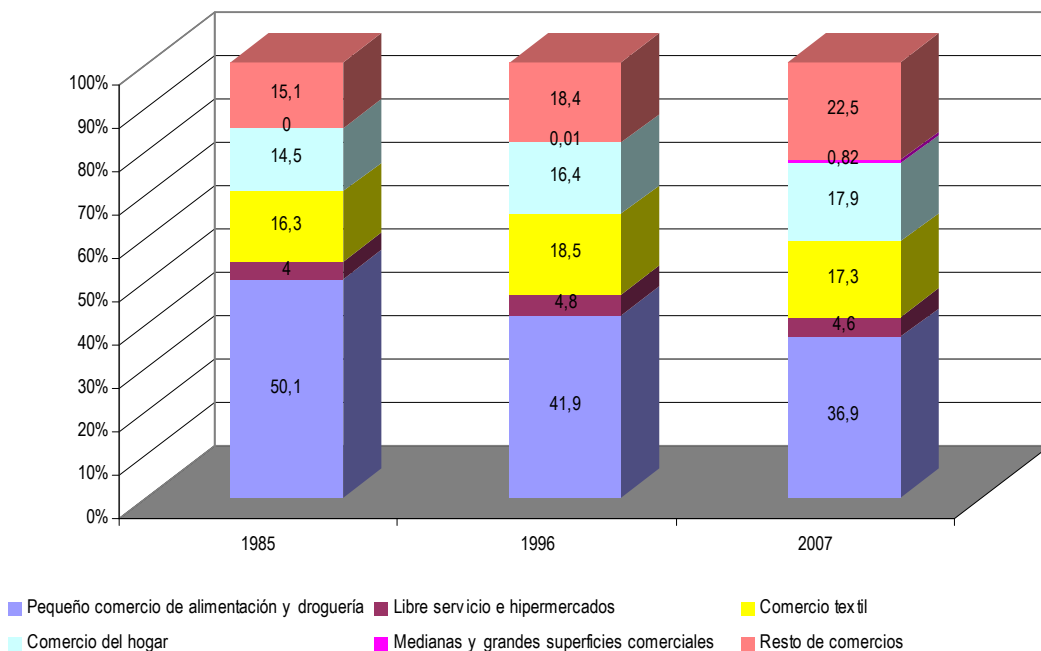
Fuentes: PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

**Tabla 4.10** Evolución de la superficie comercial por grupos de actividad.  
2004-2007.(%)

	2004-2005	2005-2006	2006-2007
Evolution superficie comercial por grupos de actividad (m <sup>2</sup> )	%	%	%
<b>Productos de alimentación y bebidas</b>	<b>1,97</b>	<b>3,26</b>	<b>0,70</b>
<b>Textil, confección, calzados y art. cuero</b>	<b>1,96</b>	<b>10,14</b>	<b>6,11</b>
<b>Perfumería y droguería</b>	<b>1,61</b>	<b>4,21</b>	<b>2,72</b>
<b>Art. para el equipamiento del hogar</b>	<b>3,92</b>	<b>4,04</b>	<b>2,16</b>
<b>Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas</b>	<b>4,03</b>	<b>0,37</b>	<b>0,91</b>
<b>Otros comercio al por menor</b>	<b>10,61</b>	<b>8,96</b>	<b>4,77</b>
Ocio y cultura	8,32	0,11	1,77
Tecnología	5,29	2,64	5,85
Otro comercio	14,78	18,93	6,65
<b>Medianas superficies especializadas</b>	<b>12,34</b>	<b>2,71</b>	<b>8,93</b>
<b>Grandes superficies especializadas (+2.500 m<sup>2</sup>)</b>	<b>7,10</b>	<b>6,32</b>	<b>6,40</b>
<b>Comercio mixto al por menor, por secciones</b>	<b>5,30</b>	<b>0,83</b>	<b>6,96</b>
Autoservicios (40-120 m <sup>2</sup> )	0,60	0,27	-0,19
Superservicios (121-399 m <sup>2</sup> )	-0,73	-	1,02
Supermercados (más de 400 m <sup>2</sup> )	2,94	4,11	8,64
Maxisuper	4,04	3,13	2,82
Hipermercados	2,70	-	6,15
Autoservicios de descuento	8,85	6,48	6,78
Tiendas de conveniencia	18,73	1,28	15,33
Grandes almacenes	30,34	-	13,48
<b>TOTAL</b>	<b>5,51</b>	<b>4,27</b>	<b>4,66</b>

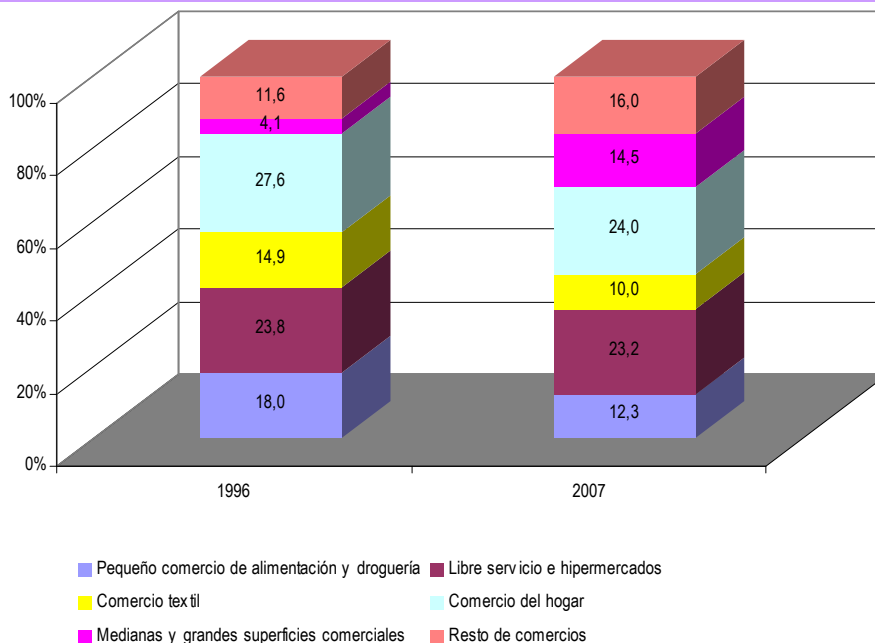
Fuente:PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

**Gráfico 4.4** Evolución de la estructura del comercio minorista 1985-2007. (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

**Gráfico 4.5** Evolución de la estructura de la superficie comercial minorista 1996-2007.(%)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

## 4.5 Los grandes equipamientos comerciales.

Para el análisis de centros comerciales en la Comunitat Valenciana se utiliza, principalmente, la información de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC). En este sentido, las variables y características consideradas hacen referencia a la clasificación que esta asociación viene desarrollando en sus informes y publicaciones.

No obstante, en cuanto al número de centros comerciales con presencia en la Comunitat Valenciana, se ha utilizado un criterio que difiere con el de la AECC, obteniendo como resultado una relación ligeramente diferente.

**Tabla 4.11** Comparativa AECC-PATECO.

	AECC	PATECO
<b>Nº de centros</b>	54	60
<b>SBA</b>	1.401.248	1.436.842
<b>Diferencias</b>		
	<b>Bonaire</b>	
	1 único equipamiento	3 equipamientos diferenciados Bonaire Galeria Comercial Bonaire Parque Comercial Factory Bonaire
	<b>Galerías Comerciales</b>	
	No consideradas a efectos estadísticos	2 galerías comerciales Boulevard Austria Galería Jorge Juan
	<b>Gran Alacant</b>	
	No recogido por la AECC	Considerado centro comercial por la oferta que alberga y su función en el territorio donde se localiza
	<b>Parque Comercial Albán</b>	
	No recogido por la AECC	Considerado centro comercial por la oferta que alberga y su función en el territorio donde se localiza

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC).

## Centros Comerciales en la Comunitat Valenciana.

A 31 de diciembre de 2007, la Comunitat Valenciana tenía censados 60 centros comerciales con una Superficie Bruta Alquilable (SBA) de 1,4 millones de m<sup>2</sup>.

El ritmo de incorporación de nuevos centros comerciales en la Comunitat Valenciana se mantiene en un ritmo de tres o cuatro nuevas incorporaciones anuales desde 2003, año de mayor expansión con 7 nuevas aperturas.

El crecimiento de SBA que venía siendo de 80.000 m<sup>2</sup> de SBA en los últimos años, se ha reducido durante el período 2006-2007. El incremento de SBA durante el último año ha sido de 57.100 m<sup>2</sup>, como consecuencia de 4 nuevas incorporaciones y una ampliación.

En el año 2007 se implantó el parque comercial El Manar (Massalfasar) con una SBA de 12.500 m<sup>2</sup>, el centro comercial Plaza Mayor en Xàtiva, que cuenta con una SBA de 32.600 m<sup>2</sup>, Carrefour El Altet en Cocentaina, con una superficie comercial de 7.000 m<sup>2</sup> y Ledua Park en Novelda, que se implantó con una SBA de 5.000 m<sup>2</sup>. Asimismo se amplió la SBA del centro comercial Heron City de Paterna en 2.500 m<sup>2</sup>.

La Comunitat Valenciana es la tercera autonomía en metros cuadrados de SBA, con un 11,6% de la SBA de España, por detrás de Madrid y Andalucía.

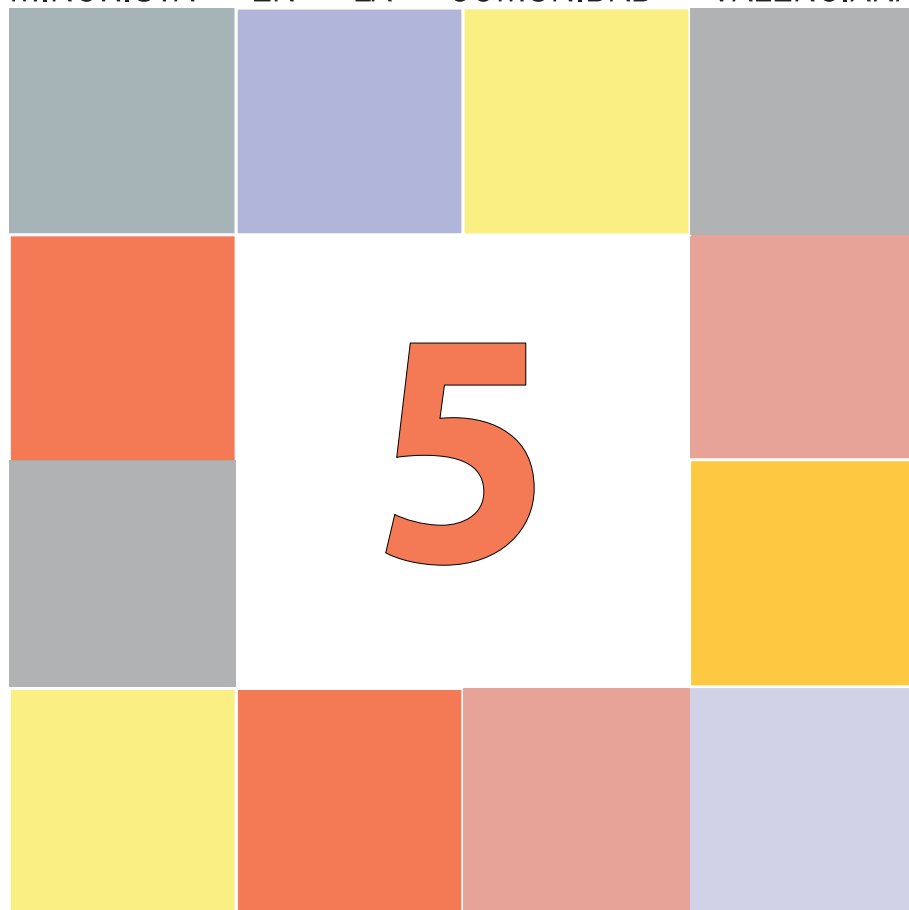
La densidad de metros cuadrados de centro comercial se situó en 2007 en 294 m<sup>2</sup> por 1.000 habitantes, siendo la Comunitat Valenciana la octava autonomía en densidad de SBA.

**Tabla 4.12 Centros Comerciales en la Comunitat Valenciana. 2007.**

Año de apertura	Centro	Localidad	Provincia	Tipo de Centro	Localización Centro	SBA Total
1976	Carrefour Alfafar	Alfafar	Valencia	ME- Mediano	Periférico	21.614
1977	Carrefour San Juan	San Juan	Alicante	HI - Basado en Hipermercado	Periférico	17.806
1979	Carrefour Paterna	Paterna	Valencia	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	12.498
1982	Nuevo Centro	Valencia	Valencia	MG - Muy Grande	Urbano	112.000
1983	Carrefour Elche	Elche	Alicante	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	10.173
1985	Alcampo Alboraya	Playa de Alboraya	Valencia	HI - Basado en Hipermercado	Periférico	18.800
1985	Carrefour Castellón	Castellón	Castellón	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	8.722
1985	La Salera*	Castellón	Castellón	GR- Grande	Periférico	71.300
1987	Carrefour Campanar	Valencia	Valencia	HI - Basado en Hipermercado	Urbano	16.060
1989	Carrefour Benidorm	Benidorm	Alicante	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	12.909
1989	Carrefour Sagunto	Sagunto	Valencia	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	7.979
1990	Sedaví Parque Comercial	Sedaví	Valencia	PC - Parque Comercial	Semiurbano	15.000
1991	Carrefour Alzira	Alzira	Valencia	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	15.293
1991	Carrefour Vinalopó	Petrel	Alicante	PE- Pequeño	Semiurbano	19.370
1991	Las Americas	Torrente	Valencia	PE- Pequeño	Semiurbano	17.461
1992	Bulevar Plaza	Alicante	Alicante	PE- Pequeño	Urbano	6.300
1992	Eroski Orihuela	Orihuela	Alicante	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	10.800
1992	Parque Comercial Alban	Burjasot	Valencia	PC - Parque Comercial	Semiurbano	20.876
1993	Eroski Alcoy	Alcoy	Alicante	HI - Basado en Hipermercado	Urbano	8.000
1993	Gran Turia	Xirivella	Valencia	GR- Grande	Urbano	58.276
1993	La Galería Jorge Juan	Valencia	Valencia	GC- Galería Comercial	Urbano	3.018
1994	Carrefour Gandia	Gandia	Valencia	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	10.758
1994	Carrefour Torrevieja	Torrevieja	Alicante	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	8.704
1994	El Osito	La Eliana	Valencia	ME- Mediano	Periférico	39.000
1995	Carrefour Villarreal	Villarreal	Castellón	HI - Basado en Hipermercado	Semiurbano	9.180
1995	El Saler	Valencia	Valencia	GR- Grande	Urbano	47.013
1995	Plaza Central	Calpe	Alicante	PE- Pequeño	Urbano	8.000
1998	Boulevard Austria	Valencia	Valencia	GC- Galería Comercial	Urbano	4.200
1998	Gran Vía Alicante	Alicante	Alicante	ME- Mediano	Urbano	37.372
1998	Plaza Mayor	Gandía	Valencia	PE- Pequeño	Semiurbano	12.500
2000	Bahía de los Naranjos	Cullera	Valencia	PE- Pequeño	Periférico	12.000
2000	Bonaire Galería Comercial**	Aldaia	Valencia	MG - Muy Grande	Periférico	90.000
2000	La Marina Finestrat	Finestrat	Alicante	ME- Mediano	Semiurbano	34.828
2000	Panoramias	Alicante	Alicante	PE- Pequeño	Urbano	16.000
2001	Parque Medianas Bonaire	Aldaia	Valencia	PC - Parque Comercial	Periférico	25.500
2007	Heron City Paterna (ampliación)	Paterna	Valencia	CO- Centro de Ocio	Periférico	44.500
2002	Parque Vistahermosa	Alicante	Alicante	PC - Parque Comercial	Semiurbano	34.000
2002	Factory Bonaire	Aldaia	Valencia	CF- Centro de Fabricantes	Periférico	19.500
2002	Puerta de Alicante	Alicante	Alicante	ME- Mediano	Semiurbano	34.500
2003	Alzamora	Alcoy	Alicante	PE- Pequeño	Urbano	16.393
2003	Bassa el Moro	Petrer	Alicante	PE- Pequeño	Urbano	19.300
2003	Carrefour Vinaròs	Vinaròs	Castellón	HI - Basado en Hipermercado	Periférico	10.744
2003	Costa Azahar	Benicarló	Castellón	ME- Mediano	Periférico	20.028
2003	L'Aljub Elche	Elche	Alicante	ME- Mediano	Periférico	32.000
2003	Plaza Mar 2	Alicante	Alicante	GR- Grande	Urbano	43.684
2003	Puerto Azahar	Castellón	Castellón	CO- Centro de Ocio	Urbano	11.155
2004	Centro San Vicente Outlet Park	San Vicente del Raspeig	Alicante	CF- Centro de Fabricantes	Periférico	36.300
2004	Espai Campanar/Mercado Fuencarral***	Valencia	Valencia	PE- Pequeño	Urbano	13.177
2004	MN4	Alfafar	Valencia	GR- Grande	Periférico	40.724
2005	El Teler	Ontinyent	Valencia	PE- Pequeño	Urbano	15.544
2005	Gran Alacant	Santa Pola	Alicante	PE- Pequeño	Periférico	7.500
2005	Habaneras	Torrevieja	Alicante	ME- Mediano	Urbano	24.000
2005	Ribera del Xúquer	Carcaixent	Valencia	HI - Basado en Hipermercado	Periférico	33.000
2006	Aqua	Valencia	Valencia	ME- Mediano	Urbano	35.000
2006	La Vital	Gandia	Valencia	ME- Mediano	Periférico	23.383
2006	Ociopía	Orihuela	Alicante	ME- Mediano	Urbano	26.000
2007	El Manar	Massalfassar	Valencia	PC - Parque Comercial	Periférico	12.500
2007	Carrefour El Altet	Cocentaina	Alicante	HI - Basado en Hipermercado	Periférico	7.000
2007	Plaza Mayor	Xàtiva	Valencia	ME- Mediano	Periférico	32.600
2007	Ledua Park	Novelda	Alicante	PC - Parque Comercial	Periférico	5.000
						1.436.842

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC), Conselleria de Industria, Comercio e Innovación y trabajo de campo desarrollado por la Oficina PATECO. 2007.

INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL  
MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



Demografía y consumo.



Cámaras de la Comunidad Valenciana  
**pateco**

2007

INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

La población residente de una zona o región es el principal consumidor del comercio al por menor. No obstante, existen otros segmentos de consumidores, como los turistas, que deben ser considerados por su influencia en el desarrollo del comercio minorista.

### 5.1. Características de la población de la Comunitat Valenciana.

La población de la Comunitat Valenciana en 2007 representaba el 10,8% del conjunto nacional, porcentaje que se mantiene estable respecto al año 2004.

La Comunitat Valenciana, junto a Murcia, fue la segunda autonomía en crecimiento poblacional en el periodo 2004-2007. En este periodo, el ritmo de crecimiento poblacional se ha ralentizado tanto en la Comunitat Valenciana como en el conjunto nacional.

La provincia de Alicante es la que experimentó un mayor crecimiento de la población con una tasa del 10,2% (2004-2007).

**Tabla 5.1** Evolución de la población según Comunidades Autónomas, 2004-2007.

Comunidad Autónoma	2004		2005		2006		2007	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Andalucía	7.687.518	17,8	7.849.799	17,8	7.975.672	17,8	8.059.461	17,8
Aragón	1.249.584	2,9	1.269.027	2,9	1.277.471	2,9	1.296.655	2,9
Asturias (Principado de)	1.073.761	2,5	1.076.635	2,4	1.076.896	2,4	1.074.862	2,4
Baleares (Illes)	955.045	2,2	983.131	2,2	1.001.062	2,2	1.030.650	2,3
Canarias	1.915.540	4,4	1.968.280	4,5	1.995.833	4,5	2.025.951	4,5
Cantabria	554.784	1,3	562.309	1,3	568.091	1,3	572.824	1,3
Castilla y León	2.493.918	5,8	2.510.849	5,7	2.523.020	5,6	2.528.417	5,6
Castilla - La Mancha	1.848.881	4,3	1.894.667	4,3	1.932.261	4,3	1.977.304	4,4
Cataluña	6.813.319	15,8	6.995.206	15,9	7.134.697	16,0	7.210.508	16,0
Comunidad Valenciana	4.543.304	10,5	4.692.449	10,6	4.806.908	10,8	4.885.029	10,8
Extremadura	1.075.286	2,5	1.083.879	2,5	1.086.373	2,4	1.089.990	2,4
Galicia	2.750.985	6,4	2.762.198	6,3	2.767.524	6,2	2.772.533	6,1
Madrid (Comunidad de)	5.804.829	13,4	5.964.143	13,5	6.008.183	13,4	6.081.689	13,5
Murcia (Región de)	1.294.694	3,0	1.335.792	3,0	1.370.306	3,1	1.392.117	3,1
Navarra (Comunidad Foral de)	584.734	1,4	593.472	1,3	601.874	1,3	605.876	1,3
País Vasco	2.115.279	4,9	2.124.846	4,8	2.133.684	4,8	2.141.860	4,7
Rioja (La)	293.553	0,7	301.084	0,7	306.377	0,7	308.968	0,7
Ciudad autónoma de Ceuta	74.654	0,2	75.276	0,2	75.861	0,2	76.603	0,2
Ciudad autónoma de Melilla	68.016	0,2	65.488	0,1	66.871	0,1	69.440	0,2
<b>Total</b>	<b>43.197.684</b>	<b>100,0</b>	<b>44.108.530</b>	<b>100,0</b>	<b>44.708.964</b>	<b>100,0</b>	<b>45.200.737</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Padrón de población referido a 1 de enero de cada año. INE.

**Tabla 5.2** Evolución de la población según Comunidades Autónomas, 2004-2007 (%).

Comunidad Autónoma	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2004-2007
Andalucía	2,1	1,6	1,1	4,8
Aragón	1,6	0,7	1,5	3,8
Asturias (Principado de)	0,3	0,0	-0,2	0,1
Balears (Illes)	2,9	1,8	3,0	7,9
Canarias	2,8	1,4	1,5	5,8
Cantabria	1,4	1,0	0,8	3,3
Castilla y León	0,7	0,5	0,2	1,4
Castilla - La Mancha	2,5	2,0	2,3	6,9
Cataluña	2,7	2,0	1,1	5,8
Comunidad Valenciana	3,3	2,4	1,6	7,5
Extremadura	0,8	0,2	0,3	1,4
Galicia	0,4	0,2	0,2	0,8
Madrid (Comunidad de)	2,7	0,7	1,2	4,8
Murcia (Región de)	3,2	2,6	1,6	7,5
Navarra (Comunidad Foral de)	1,5	1,4	0,7	3,6
País Vasco	0,5	0,4	0,4	1,3
Rioja (La)	2,6	1,8	0,8	5,3
Ciudad autónoma de Ceuta	0,8	0,8	1,0	2,6
Ciudad autónoma de Melilla	-3,7	2,1	3,8	2,1
<b>Total</b>	<b>2,1</b>	<b>1,4</b>	<b>1,1</b>	<b>4,6</b>

Fuente: Padrón de población referido a 1 de enero de cada año. INE.

**Tabla 5.3** Población por provincias, 2004-2007.

Provincia	2004		2005		2006		2007	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Alicante	1.657.040	36,5	1.732.389	36,9	1.783.555	37,1	1.825.264	37,4
Castellón	527.345	11,6	543.432	11,6	559.761	11,6	573.282	11,7
Valencia	2.358.919	51,9	2.416.628	51,5	2.463.592	51,3	2.486.483	50,9
<b>Comunitat Valenciana</b>	<b>4.543.304</b>	<b>100</b>	<b>4.692.449</b>	<b>100</b>	<b>4.806.908</b>	<b>100</b>	<b>4.885.029</b>	<b>100</b>

Fuente: Padrón de población referido a 1 de enero de cada año. INE.

**Tabla 5.4** Evolución de la población por provincias, 2004-2007 (%).

Provincia	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2004-2007
Alicante	4,5	3,0	2,3	10,2
Castellón	3,1	3,0	2,4	8,7
Valencia	2,4	1,9	0,9	5,4
<b>Comunitat Valenciana</b>	<b>3,3</b>	<b>2,4</b>	<b>1,6</b>	<b>7,5</b>

Fuente: Padrón de población referido a 1 de enero de cada año. INE.

## Inmigración, una de las causas del crecimiento poblacional.

Uno de los fenómenos que ha producido el aumento poblacional ha sido la inmigración. En el periodo 2004-2007 el número de extranjeros se incrementó en 267.785 personas, lo que representa el 78,3% de los nuevos residentes de la Comunitat Valenciana<sup>28</sup>.

Alicante es la provincia que más extranjeros acogió en este periodo, 392.907 personas. El mayor aumento de este segmento de población se produjo en la provincia de Castellón con una tasa de crecimiento de 68,9% entre 2004 y 2007.

En 2007, la población extranjera de la Comunitat Valenciana era de 732.102 personas, lo que representa el 15% de la población de la Comunitat, cinco puntos más que en el año 2004.

La llegada de población extranjera, procedente de otros países con culturas diferentes, supone la aparición de un nuevo colectivo de consumidores con comportamientos de compra y consumo diferenciados.

En este sentido, se han producido algunos cambios en el comercio minorista. Por un lado se han incorporado nuevos productos al lineal de los puntos de venta y, por otro lado, han surgido nuevos puntos de venta regentados por la propia población inmigrante.

**Tabla 5.5** Población extranjera en la Comunitat Valenciana, 2004-2007.

Provincia	2004		2005		2006		2007	
	Nº	% s/total poblacion	Nº	% s/total poblacion	Nº	% s/total poblacion	Nº	% s/total poblacion
Alicante	260.316	15,7	321.640	18,6	359.150	20,1	392.907	21,5
Castellón	52.247	9,9	65.638	12,1	77.841	13,9	88.221	15,4
Valencia	151.754	6,4	194.707	8,1	231.084	9,4	250.974	10,1
<b>Comunitat Valenciana</b>	<b>464.317</b>	<b>10,2</b>	<b>581.985</b>	<b>12,4</b>	<b>668.075</b>	<b>13,9</b>	<b>732.102</b>	<b>15,0</b>

Fuente: Oficina PATECO a partir del Padrón de población referido a 1 de enero de cada año. INE.

<sup>28</sup> Durante el periodo 2004-2006 la población de la Comunitat Valenciana se ha incrementado en 341.725 personas.

**Tabla 5.6** Evolución de la población extranjera en la Comunitat Valenciana, 2004-2007 (%).

Provincia	2004-2005	2005-2006	2006-2007	Var 04-07
Alicante	23,6	11,7	9,4	50,9
Castellón	25,6	18,6	13,3	68,9
Valencia	28,3	18,7	8,6	65,4
<b>Comunitat Valenciana</b>	<b>25,3</b>	<b>14,8</b>	<b>9,6</b>	<b>57,7</b>

Fuente: Oficina PATECO a partir del Padrón de población referido a 1 de enero de cada año. INE.

### Rejuvenecimiento de la población.

Otro de los cambios demográficos que se vienen produciendo en la sociedad actual, es el rejuvenecimiento de la estructura demográfica a medio plazo, reflejado en un ligero crecimiento del índice de tendencia.

Asimismo, se está produciendo un sobreenviejamiento de la población, que mide la proporción de personas mayores de 80 años sobre el total de población. Este índice se situaba en 2004 en un 3,8% alcanzando el 4,1% en 2007.

El proceso de envejecimiento de la población ha generado un segmento de consumidores con características y hábitos de compra propios. Son individuos con una limitada capacidad de movilidad, con mayor tiempo libre y menor renta, aspectos que inciden en su comportamiento de compra.

**Tabla 5.7** Evolución de los indicadores de población en la Comunitat Valenciana, 2004-2007.

Indicador	2004	2005	2006	2007
<b>Índice de tendencia</b>	101,4	104,2	106,0	105,4
<b>Índice de juventud</b>	14,4	14,4	14,5	14,5
<b>Índice de vejez</b>	16,3	16,0	16,3	16,3
<b>Índice de sobreenvjecimiento</b>	3,8	3,9	4,0	4,1
<b>Relacion jóvenes/ancianos</b>	88,2	89,7	88,9	89,1
<b>Tasa dependencia</b>	44,3	43,7	44,3	44,4

Fuente: Oficina PATECO a partir del Padrón de población referido a 1 de enero de cada año. INE.

Índice de tendencia: Proporción que representan los individuos de 0 a 4 años sobre los de 5 a 9.

Índice de juventud: Proporción que representan los menores de 15 años sobre el total de población.

Índice de vejez: proporción que representan los mayores de 65 años sobre el total de población.

Índice de sobreenvjecimiento: proporción que representan los mayores de 80 años sobre el total de población.

Relación jóvenes/ancianos: proporción que representan los menores de 15 años sobre los mayores de 65.

Tasa de dependencia: proporción que representan los menores de 15 años y los mayores de 65 años sobre la población de 16 a 64 años.

## 5.2. Turismo y consumo.<sup>29</sup>

Los turistas de la Comunitat Valenciana son un colectivo de consumidores que en 2006 realizaron 159,2 millones de pernотaciones en la Comunitat<sup>30</sup>.

Según los datos facilitados por la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) del Instituto de Estudios Turísticos, el gasto que realizan los turistas en la Comunitat Valenciana asciende a 4.329 millones de euros, lo que supone un gasto medio por persona de 803 euros y un gasto de 63 euros por persona/día.

El gasto medio por persona y día se incrementó en tres euros respecto al año 2004 y se mantuvo estable respecto a 2005.

Si bien estas cifras incluyen diversas partidas de gasto como el alojamiento, alquiler de coche, restauración, paquete turístico, transporte o excursiones, también se consideran las compras realizadas por los turistas. Según la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR), el 6% del total del gasto realizado por los turistas en España se destina a compras de comestibles<sup>31</sup>.

**Tabla 5.8**

**Evolución de las principales magnitudes del turismo en la Comunitat Valenciana, 2004-2006.**

	2004	2005	2006
<b>Turistas/viajes</b>	20.788	23.337	22.698
<b>Pernотaciones</b>	151.468	156.955	159.263
<b>Gasto total</b>	4.025	4.112	4.329
<b>Gasto medio por persona</b>	841	774	803
<b>Gasto medio persona/día</b>	60	63	63

Fuente: Oficina PATECO a partir de la Agencia Valenciana de Turismo e Instituto de Estudios Turísticos (EGATUR).

Turistas: miles de personas

Pernотaciones: miles de pernотaciones

Gasto total: en millones de euros.

Gastos medios: en euros.

<sup>29</sup> En este punto se toma como referencia los datos utilizados en el "Informe Anual de la Distribución Comercial en la Comunitat Valenciana, 2006" al no haberse publicado información más actualizada.

<sup>30</sup> Agencia Valenciana de Turismo.

<sup>31</sup> Esta misma fuente apunta diferencias en el porcentaje del gasto que se destina a compras comestibles según el tipo de turistas. Los turistas que contrataron un paquete turístico destinan un 4% de su gasto a compras comestibles, mientras que los que no lo hicieron destinan un 7% de su gasto a compras comestibles (2006).

### 5.3. El consumo de bienes de comercio en la Comunitat Valenciana.

#### Renta y consumo.

La renta familiar bruta disponible<sup>32</sup> es una de las variables que inciden en el consumo de las familias. Según la Contabilidad Regional de España, en 2005, la renta familiar bruta disponible de las familias valencianas fue de 56.334 millones de euros. En el periodo 2000-2005, la renta familiar bruta disponible valenciana creció a un ritmo ligeramente inferior a la media nacional.

La renta familiar bruta disponible per capita de los valencianos creció a un ritmo inferior a la tasa de variación nacional en el periodo 2000-2005, lo que ha dado lugar a una renta familiar bruta disponible per capita ligeramente inferior a la de España. En 2005, la renta per capita de los valencianos fue de 12.306 euros, mientras la media nacional fue de 13.384 euros.

No obstante, debe tenerse en cuenta que en el periodo analizado (2000-2005) la población de la Comunitat Valenciana ha crecido a un ritmo superior a la media nacional, lo que incide en las cifras de renta per capita<sup>33</sup>.

**Tabla 5.9** Renta disponible bruta de los hogares. 2000-2005.

	Comunitat Valenciana		España	
	valor	var. Interanual	valor	var. Interanual
<b>2000</b>	40.738.175	-	415.873.000	-
<b>2001</b>	43.318.159	6,3	443.864.000	6,7
<b>2002</b>	46.036.783	6,3	471.993.000	6,3
<b>2003</b>	49.307.337	6,9	504.128.000	6,6
<b>2004</b>	52.595.901	6,8	540.353.000	7,3
<b>2005</b>	56.334.096	7,1	580.858.000	7,5

Fuente: Contabilidad Regional de España (INE)  
Unidad: miles de euros.

<sup>32</sup> Renta familiar bruta disponible: renta de las familias descontado los impuestos pero incorporando las transferencias recibidas tanto del sector público como del sector exterior

<sup>33</sup> En el periodo 2000-2005, la población de la Comunitat valenciana creció a una tasa del 7,5%, mientras que en España fue del 4,6%.

**Tabla 5.10** Renta disponible bruta de los hogares (per capita). 2000-2005.

	Comunitat Valenciana		España	
	valor	var. Interanual	valor	var. Interanual
<b>2000</b>	10.085	-	10.329	-
<b>2001</b>	10.524	4,4	10.900	5,5
<b>2002</b>	10.906	3,6	11.425	4,8
<b>2003</b>	11.360	4,2	12.002	5,1
<b>2004</b>	11.799	3,9	12.657	5,5
<b>2005</b>	12.306	4,3	13.384	5,7

Fuente: Contabilidad Regional de España (INE)  
 Unidad: euros.

### El consumo de los hogares valencianos.

El gasto de los valencianos destinado a la adquisición de bienes y servicios durante el año 2007 alcanzó la cifra de 54.469 millones de euros.

La vivienda y los bienes de consumo cotidiano, donde se incluyen los productos de alimentación y droguería siguen siendo el principal destino del gasto valenciano<sup>34</sup>.

El 31,7% del gasto realizado se destinó a la adquisición de productos comercializados en el comercio al por menor, lo que supuso un volumen de negocio de 17.275 millones de euros. El porcentaje de gasto destinado a bienes del comercio minorista se mantuvo estable respecto al año anterior.

Cada valenciano realizó un gasto medio en el comercio minorista de 3.536 euros/año (2007) lo que representa un gasto medio familiar en bienes de consumo de 9.901 euros/año<sup>35</sup>.

<sup>34</sup> En 2006, los valencianos destinaron a la vivienda el 21,6% de su gasto. A la adquisición de bienes de consumo cotidiano destinaron el 16,3%.

<sup>35</sup> En 2006, en la Comunitat Valenciana habían 1,7 millones de hogares donde por término medio residían 2,8 personas. Encuesta de Condiciones de Vida, 2006 (INE).

El gasto en bienes de comercio creció un 3,5% en 2007. Los productos de consumo cotidiano, integrados por alimentación, droguería y perfumería, son los que experimentaron un mayor crecimiento que alcanzó el 6,2%. Este dato puede estar condicionado al crecimiento del IPC de los productos alimenticios que alcanzó una variación interanual en 2007 del 6,9%. Los alimentos y bebidas, junto el transporte, fueron las partidas más inflacionistas durante 2007.

El gasto en equipamiento del hogar y otros productos de consumo ocasional, donde se integran los bienes tecnológicos, los relacionados con el ocio y la cultura y otros productos diversos, se mantuvo estable:

- Se apunta un cambio en el patrón de compra de bienes de equipamiento del hogar, trasladando el gasto hacia productos más económicos y hacia productos de bricolaje ó “hágalo usted mismo”.
- La rápida evolución de productos de tecnología y artículos ligados al ocio y la cultura (música, libros, informática, fotografía, deportes, etc.), así como la expansión del comercio especializado en este tipo de bienes, se refleja en una competencia vía precios que puede estar incidiendo en el volumen de gasto realizado.

En 2007, el gasto medio por persona en bienes de comercio creció un punto por debajo del gasto medio por persona en bienes y servicios.

**Tabla 5.11**
**Gasto total en bienes y servicios de los residentes en la Comunitat Valenciana, 2007. Euros.**

Productos	Comunitat Valenciana		
	per capita	total	%
Pan y cereales	228	1.114.459.234	2,0
Carne y charcutería	379	1.852.870.854	3,4
Pescado	205	1.001.619.796	1,8
Productos de ultramarinos	368	1.799.850.372	3,3
Frutas y verduras	284	1.385.716.589	2,5
Bebidas	158	769.995.909	1,4
Artículos de limpieza del hogar	84	409.729.069	0,8
Artículos de higiene y cuidado personal	153	746.923.088	1,4
<b>Bienes diarios</b>	<b>1.859</b>	<b>9.081.164.910</b>	<b>16,7</b>
Prensa de vestir	506	2.470.944.817	4,5
Calzado	147	719.300.980	1,3
Otros gastos de vestido y calzado	6	27.431.852	0,1
Artículos de viaje y otros personales	33	163.417.867	0,3
<b>Bienes de equipamiento personal</b>	<b>692</b>	<b>3.381.095.516</b>	<b>6,2</b>
Muebles	164	803.109.352	1,5
Textil-hogar	68	331.015.264	0,6
Radio-Tv-Sonido	68	333.028.698	0,6
Cristalería, vajilla y menaje	48	234.062.882	0,4
Aparatos de calefacción y electrodomesticos	132	644.273.041	1,2
Bricolaje	22	106.961.200	0,2
<b>Bienes de equipamiento del hogar</b>	<b>502</b>	<b>2.452.450.437</b>	<b>4,5</b>
Productos de ocio y cultura	192	937.200.595	1,7
Tecnología	72	353.630.554	0,6
Otros productos de consumo ocasional	219	1.069.874.947	2,0
<b>Otros bienes ocasionales</b>	<b>483</b>	<b>2.360.706.095</b>	<b>4,3</b>
<b>Bienes de Consumo</b>	<b>3.536</b>	<b>17.275.416.958</b>	<b>31,7</b>
Tabacos	140	685.321.695	1,3
Tintorería, sastrería y alquiler de ropa	5	24.614.776	0,0
Alquileres relacionados con la vivienda	2.431	11.873.570.637	21,8
Servicios relacionados con el mantenimiento	662	3.234.354.730	5,9
Servicios de salud y estética	358	1.748.981.766	3,2
Vehículos y su mantenimiento	1.490	7.276.261.670	13,4
Gastos de transporte	107	524.676.690	1,0
Servicios de comunicaciones	289	1.411.985.010	2,6
Reparación de aparatos eléctricos y electron	11	54.152.327	0,1
Ocio, espectáculos y cultura	462	2.255.343.197	4,1
Enseñanza	83	407.759.672	0,7
Consumo fuera del hogar	1.086	5.304.632.083	9,7
Seguros diversos	359	1.755.474.056	3,2
Otros servicios	130	637.384.086	1,2
<b>Otros servicios</b>	<b>7.614</b>	<b>37.194.512.397</b>	<b>68,3</b>
<b>Total</b>	<b>11.150</b>	<b>54.469.929.356</b>	<b>100,0</b>

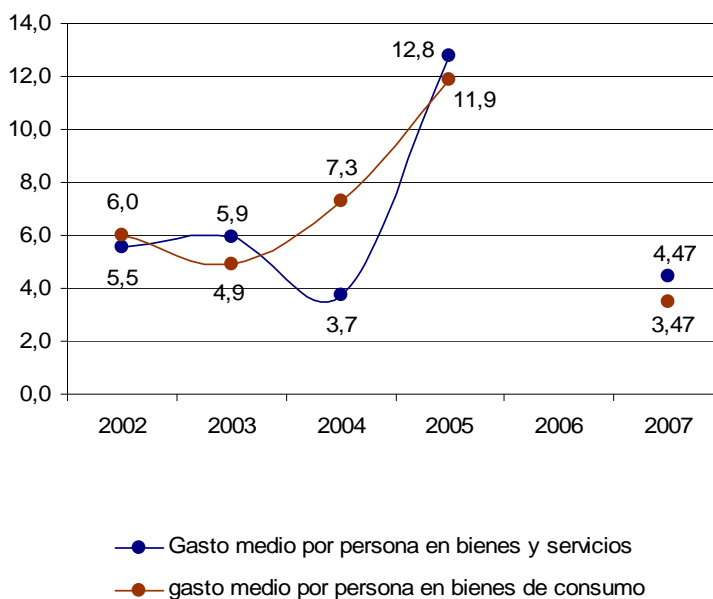
Fuente: Oficina PATECO a partir de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares e Índice de Precios al Consumo. Instituto Nacional de Estadística (INE)

**Tabla 5.12** Evolución del gasto medio por persona en bienes de comercio. Comunitat Valenciana. 2004-2007. (%)

	2003-2004	2004-2005	2006-2007
<b>Bienes diarios</b>	9,9	13,2	6,2
<b>Equipamiento personal</b>	6,0	7,4	1,3
<b>Equipamiento del hogar</b>	-0,9	10,8	0,4
<b>Otros productos</b>	2,5	16,0	-0,2
<b>TOTAL BIENES DE CONSUMO</b>	<b>7,3</b>	<b>11,9</b>	<b>3,5</b>

Fuente: Oficina PATECO a partir de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares e Índice de Precios al Consumo. Instituto Nacional de Estadística (INE)  
 Nota.- Dado el cambio metodológico de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares del INE en el año 2006, no es posible hacer comparaciones con periodos anteriores.

**Gráfico 5.1** Evolución del gasto medio en bienes y servicios y bienes de comercio, 2006 (%).



Fuente: Elaboración Oficina PATECO a partir de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares e Índice de Precios al Consumo. Instituto Nacional de Estadística. (INE)  
 Nota.- Dado el cambio metodológico de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares del INE en el año 2006, no es posible hacer comparaciones con periodos anteriores.