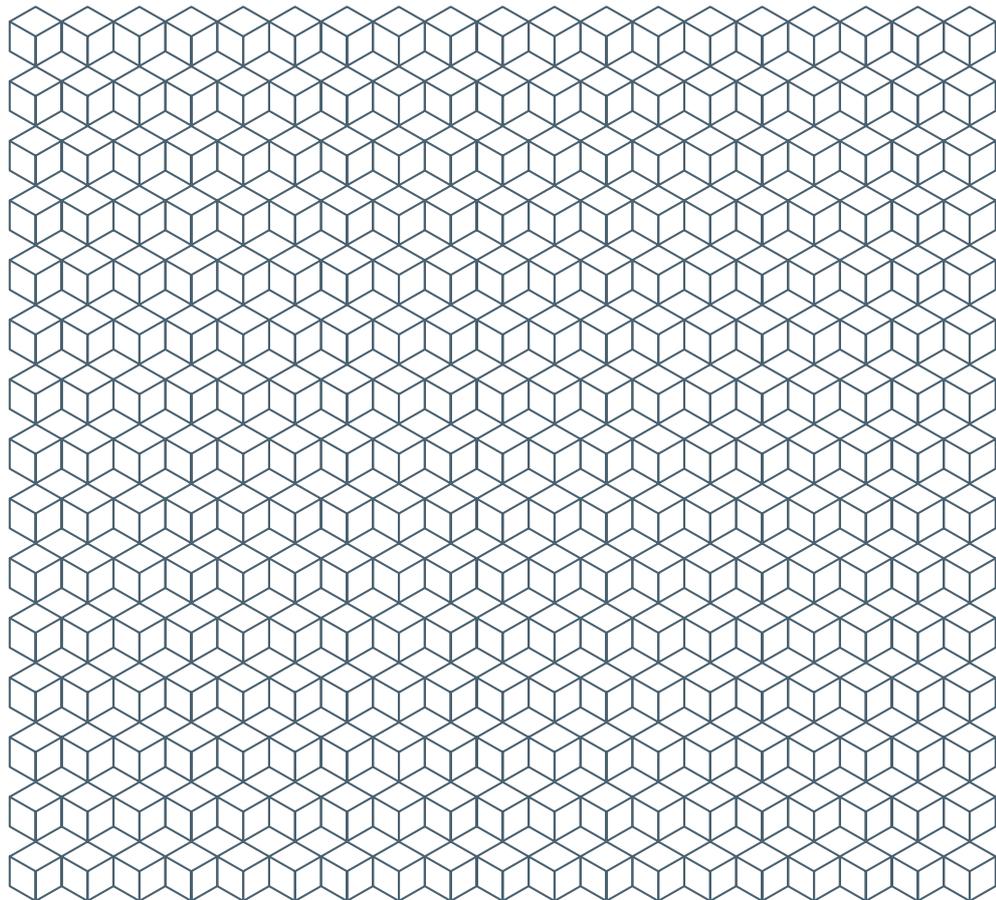




Principales resultados

IADC16

Informe anual de la distribución comercial minorista en la Comunitat Valenciana 2016



Oficina Comercio y Territorio - PATECO
Consell de Cambres de la Comunitat Valencianana

3,0%
incremento del
gasto en consumo
privado

2016 un año positivo para el consumo privado

- ▶ La economía española experimentó en 2016 un crecimiento interanual del PIB del 3,5%. Todos los sectores productivos han contribuido a este crecimiento económico.
- ▶ Por su parte, el PIB en la Comunitat Valenciana experimentó un crecimiento del PIB del 3,7% en 2016, superior a la media de España.
- ▶ La Comunitat Valenciana cerró el año 2016 con una tasa de paro del 19,2%, superior a la media de España (18,6%) pero con una mejora del mercado laboral que supuso la reducción de 52.000 parados durante el transcurso del año. Paralelamente, esta disminución ha ido acompañada de un incremento del número de afiliaciones del 3,86% hasta alcanzar la cifra de 1.754.056 afiliados en 2016, según la Seguridad Social.
- ▶ El gasto en consumo privado aumentó un 3,0% interanual, como consecuencia de la mejora de los niveles de empleo, la menor presión fiscal y la contención de precios, que incidieron positivamente en el poder adquisitivo de la población y en el aumento de su confianza.
- ▶ Las previsiones económicas apuntan a que el ritmo de crecimiento del consumo se mantendrá durante 2017 y 2018, aunque de forma más moderada.

Comercio minorista
5,1%
del VAB

El papel del comercio como dinamizador de la economía.

- ▶ La actividad comercial (comercio mayorista, comercio minorista e intermediarios del comercio) aportó el 11,9% del VAB de España (2015). El comercio minorista aportó el 5,1% al VAB de la economía española, según los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística referidos al año 2014, manteniendo su aportación prácticamente invariable con respecto al año anterior.
- ▶ Además de la contribución al VAB de la actividad comercial, las compras a proveedores también se han incrementado como consecuencia del aumento de la actividad. El número de empresas de actividades comerciales y transportes que realizaron en España declaración del Impuesto sobre el Valor Añadido en 2015 se ha incrementado un 0,67% respecto a 2014.

23.545
Millones de
facturación

El comercio valenciano generó el 10,5% de la facturación nacional.

- ▶ En el año 2016 el volumen de ventas del comercio minorista de la Comunitat Valenciana se ha estimado en 23.545 millones de euros. Las ventas del comercio al por menor han aumentado un 5,9% respecto al año anterior, crecimiento superior a la media nacional que ha sido del 3,8%.
- ▶ A nivel estatal, la evolución de las ventas ha sido positiva en todos los tipos de productos. Los productos relacionados con el hogar (3,3 puntos porcentuales) y otros bienes de consumo ocasional (3,8 puntos porcentuales) han sido los que mayor tasa de crecimiento medio ha obtenido en 2016. Por el contrario, la partida de alimentación es la que en menor medida ha evolucionado un 1,1 puntos porcentuales.
- ▶ Las ventas por local comercial se situaron en 2016 en 374.314 euros/local, un 5,3% superior al del año anterior. Asimismo, las ventas por empleado se situaron en 118.262 euros/empleo, una cifra superior a la de España (114.463) y un 0,7% más que en 2015.
- ▶ La evolución de los indicadores que miden la cifra de negocio en el comercio al por menor en 2016 ha sido más positiva que los relativos al de ocupación y ese diferencial en el crecimiento de ambas variables indica que la productividad marginal en el comercio al por menor valenciano sigue creciendo desde el año 2013.

203.719
afiliados

Incremento del empleo en el comercio minorista, principalmente asalariado en 2016.

- ▶ La actividad comercial (venta y reparación de vehículos, comercio al por mayor y comercio al por menor) fue una de las que más contribuyeron al incremento del número de afiliados.
- ▶ El comercio minorista valenciano cerró el año 2016 con 203.719 afiliados a la Seguridad Social. La cifra de afiliados experimentó un crecimiento interanual del 2,2%.
- ▶ El aumento del número de afiliados se produjo de la mano del empleo asalariado, que experimentó un avance del 3,9%, frente el empleo autónomo que sufrió un ligero estancamiento con una evolución del -1,7% respecto a

2015. No obstante, el empleo autónomo tiene una mayor representatividad en la Comunitat Valenciana que en España. En la Comunitat Valenciana representa el 30,1% del total de afiliados en el comercio minorista y en España, el 28,6%.

- ▶ El empleo en el comercio minorista sigue marcado por la estacionalidad. Pese a la desregularización del calendario de rebajas, siguen siendo más elevadas las tasas de afiliación durante el periodo de rebajas estival y el correspondiente a la campaña de Navidad y de rebajas de invierno.
- ▶ El análisis de la ocupación frente al resto de actividades de la economía, permite destacar las siguientes características:
 - ▶ De cada diez trabajadores del comercio minorista, seis son mujeres.
 - ▶ Uno de cada cuatro ocupados menores de 25 años trabaja en la actividad comercial.
- ▶ En 2016 se han firmado en la Comunitat Valenciana 126.160 contratos en el comercio minorista: el 64,3% de estos contratos se hicieron a mujeres, el 51,5% a menores de 30 años y un 11,6% a mayores de 45 años.

05

50.597
empresas
comerciales
minoristas

El tejido empresarial modera el ritmo de crecimiento.

- ▶ En el año 2016 el censo de empresas minoristas en la Comunitat Valenciana ascendió a 50.597 empresas.
- ▶ La actividad comercial minorista integra el 14,7% del tejido empresarial de la Comunitat Valenciana, siendo en España este porcentaje del 14,3%.
- ▶ La estructura empresarial muestra un claro predominio de empresas sin asalariados o microempresas de hasta 5 asalariados, que de forma conjunta integran el 96,5% del total.
- ▶ Durante el periodo de crisis 2009-2014 se produjo una alta rotación empresarial de comercio minorista. Cada año se creó una media de 5.700 empresas comerciales y se produjo una media de 6.250 muertes empresariales.

62.999
locales comerciales
minoristas

Estancamiento del número de locales comerciales.

- ▶ La Comunitat Valenciana contaba con 62.999 locales comerciales minoristas en enero de 2016, según los últimos datos ofrecidos por el Directorio Central de Empresas del INE. En 2016 existían 1.055 locales menos que el año anterior.
- ▶ Los locales comerciales valencianos representan el 11% de los locales comerciales minoristas de España. La Comunitat Valenciana ha mantenido esta posición sin apenas variaciones en los últimos años.
- ▶ La tasa de cobertura o abastecimiento comercial se ha situado en 12,7 habitantes por cada 1.000 habitantes en 2016, mostrando un descenso con respecto a 2010 (13,2 locales por cada 1.000 habitantes). Es una tendencia generalizada a nivel nacional.
- ▶ El formato supermercado sigue liderando el crecimiento de locales comerciales de alimentación junto al formato de autoservicio de descuento, con el que cada vez muestra menores diferencias en cuanto a la gestión, forma de venta y servicios al cliente.
- ▶ En 2016 había 64 grandes equipamientos comerciales con una Superficie Bruta Alquilable de 1,9 millones de metros cuadrados.
- ▶ El comercio electrónico, a nivel nacional, facturó 20.013 millones de euros en el año 2015, un 25,9% más que en 2014. La actividad comercial minorista concentró el 29,1% de este volumen, 5.820 millones de facturación.

4.959.968
residentes

Estructura demográfica e implicaciones para el consumo

- ▶ El retroceso demográfico continúa. En los últimos seis años la Comunitat Valenciana ha perdido el 3% de su población y las proyecciones para el 2031 estiman un 2,3% menos de habitantes que en 2016. Las principales causas radican en que los pilares que han sustentado el crecimiento demográfico valenciano, la natalidad y la inmigración, se están desplomando.
- ▶ Por otra parte, el envejecimiento de la población va a afectar los patrones de consumo en los próximos años. En 2016 el 18,5% de la población tenía más de 65 años y se prevé que aumente hasta el 26,0% en 2031.
- ▶ La estructura de los hogares está en proceso de cambio, con la repercusión que supone para el consumo. En 2016 la Comunitat Valenciana contaba con 1,99 millones de hogares, el 34,3% son hogares con hijos y el 25,9% son hogares unipersonales.

15.716
millones € para
la adquisición
de productos
comercializados
en el comercio
minorista

Gasto en el comercio minorista: 31'5% del gasto en bienes y servicios.

- ▶ En 2015 el gasto en bienes y servicios que realizaron los valencianos ascendió a 49.922 millones de euros. La mayor parte del presupuesto de los valencianos se destinó a cubrir gastos de vivienda y sus suministros.
- ▶ El 31,5% se destinó a la adquisición de productos comercializados en el comercio al por menor, lo que supuso 15.716 millones de euros. Un 59,3% del gasto en comercio iba dirigido a la adquisición de productos de alimentación y droguería. Es el principal destino del consumo en bienes de comercio y una partida en la que apenas se han producido cambios relevantes.
- ▶ Por lo que respecta al gasto en bienes de consumo ocasional, el aplazamiento de las compras no necesarias (electrodomésticos, vehículos, etc.) y la tendencia a reciclar y/o reutilizar los productos, que había marcado los hábitos de compra durante el periodo de crisis, ha cambiado y se detecta un incremento en gasto destinado a la compra de bienes de equipamiento del hogar y personal, así como en productos de ocio y cultura.

25
millones de turistas

Turismo y compras. El año 2016 ha vuelto a ser un año extraordinario para el sector turístico

- ▶ La Comunitat Valenciana ha recibido cerca de 25 millones de turistas que realizaron un gasto en el comercio minorista estimado en 1.080 millones de euros.
- ▶ La mayor parte del gasto (67,8%) procede del turismo residencial. De hecho, la Comunitat Valenciana es la que más número de viviendas secundarias tiene censadas en España (655.137 viviendas secundarias).
- ▶ El turismo más representativo es el de "sol y playa" y el que mayor porcentaje de gasto destina a la compra de alimentación en el comercio minorista porque reproduce en su lugar de vacaciones el modelo de compra habitual de su lugar de residencia, destinando la mayor parte del gasto vacacional a la compra de alimentos y bebidas.