

**Informe
de Coyuntura del
Comercio Minorista de la
Provincia de Valencia**

**Nº 42 Resultados III Trimestre 2011
Perspectivas IV Trimestre 2011**

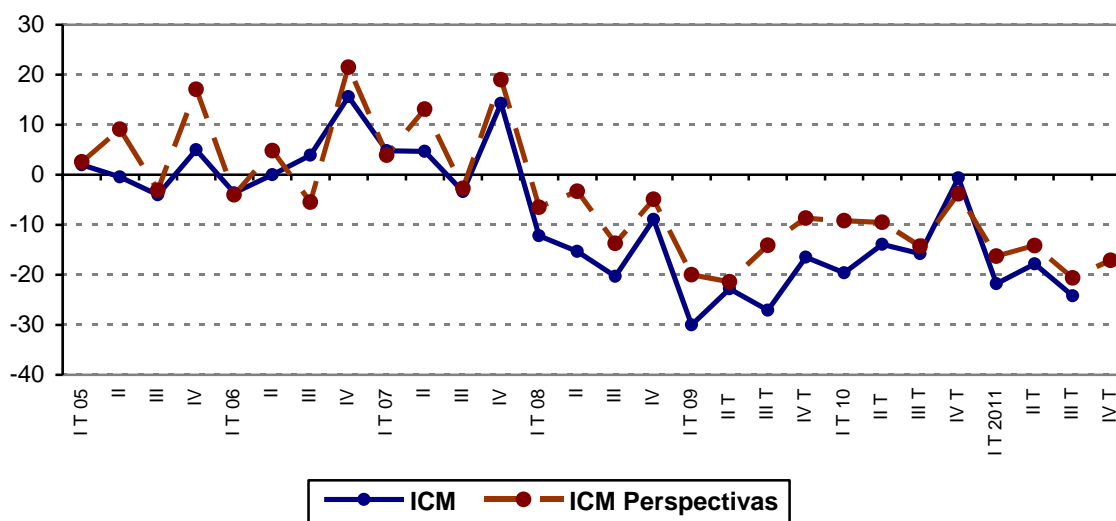
**Servicio de Comercio Interior y Servicio de Estudios
Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia**

1. Resultados de la actividad comercial minorista en la provincia de Valencia. Situación y perspectivas.

La caída de la actividad del comercio minorista de la provincia de Valencia se acentuó en el tercer trimestre de 2011, por tercer trimestre consecutivo. El Indicador de Confianza del Comercio Minorista¹, (obtenido de la *Encuesta que la Cámara de Valencia realiza trimestralmente a los comerciantes de la provincia de Valencia*), se situó en -24,2 puntos en el tercer trimestre, ocho puntos y medios negativos más que en el mismo trimestre del año anterior (-15,8 puntos). Aunque este dato consolida la tendencia descendente del indicador, la caída es menos acusada que la última, registrada a lo largo del 00año 2008.

Sin embargo, dicho comportamiento se desvía del registrado por el Índice de Comercio Minorista de la Comunidad Valenciana, elaborado por el INE, el cual modera su caída en el trimestre analizado (-4,4% frente, al -5,7% del segundo trimestre).

Evolución del Indicador de Confianza del Comercio Minorista (ICM)



La debilidad del consumo, el deterioro de la confianza y el continuo declive del mercado laboral (el número de ocupados cayó un 2% en la provincia de Valencia en el tercer trimestre) son factores que explican este comportamiento a la baja.

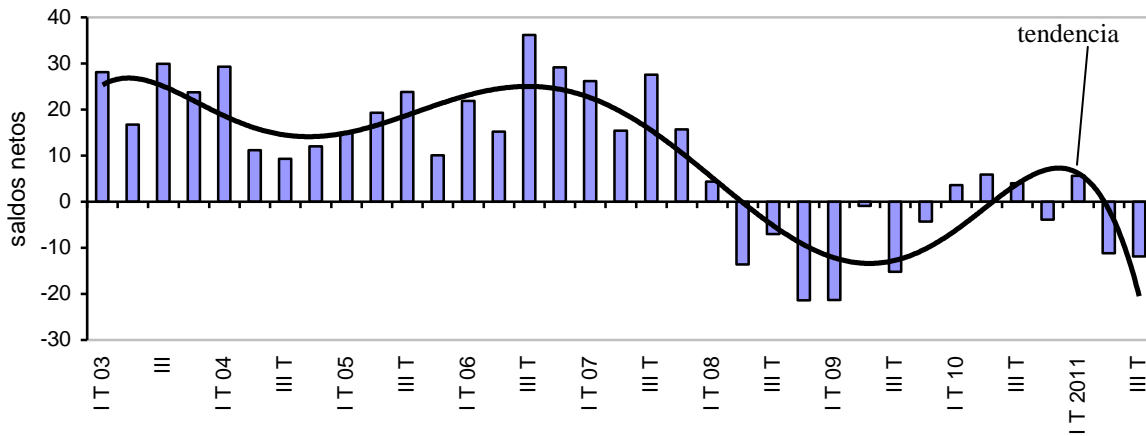
Las **expectativas** apuntan que la tendencia a la baja continuará en los últimos meses de 2011. El Índice de Confianza Empresarial de **expectativas** para el cuarto trimestre se sitúa en -17 puntos, frente a los -3,8 puntos del año anterior.

¹ Indicador de Confianza del Comercio Minorista: media de los saldos de la cifra de negocios, número de trabajadores e inversión.

2. Expectativas a corto/medio plazo

Las expectativas del comercio minorista valenciano a corto y medio plazo en octubre se estancan en niveles negativos muy similares al del trimestre anterior: -12 puntos, lejos de los saldos positivos de un año antes.

Expectativas a corto y medio plazo del comportamiento del comercio



3. Factores que limitan la actividad comercial en el 3º trimestre

Se acentúa la negativa incidencia de la debilidad de la demanda en el desarrollo de la actividad comercial valenciana, en el tercer trimestre de 2011, dado que afecta al 90% de los comercios encuestados.

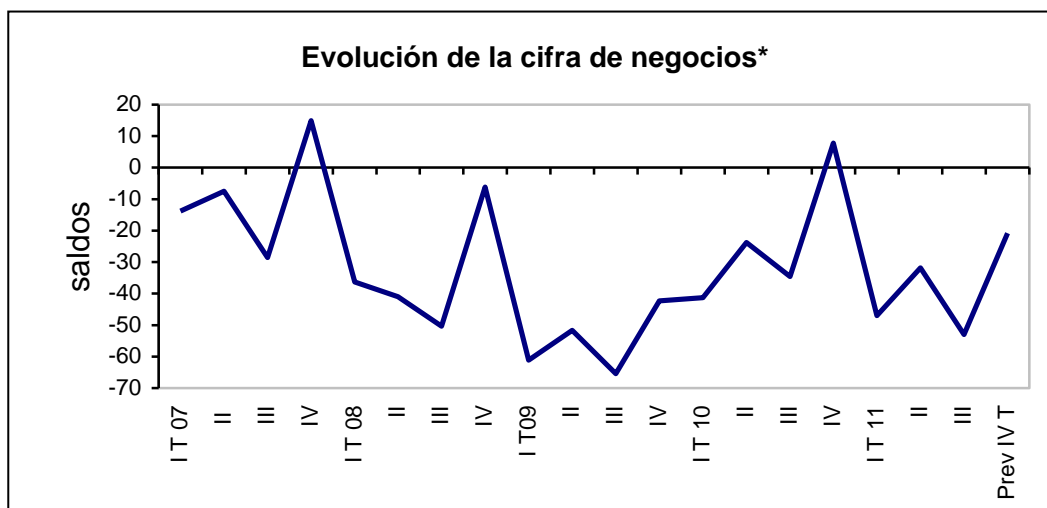
Cabe destacar el significativo aumento de la incidencia que tienen los trámites administrativos en la actividad comercial valenciana en este trimestre. También repunta las dificultades de financiación para los comercios valencianos en este período, ya que afecta a más del 36% de los encuestados.

Más de las tres cuartas partes de los comercios encuestados (77%) afirman verse afectados en su negocio por la crisis económica, superando el porcentaje de tres meses antes (65%). La morosidad, la incertidumbre económica y política y la caída del apoyo gubernamental, son otros factores indicados por los comerciantes valencianos.

%/ Total	III Tr. 2010	IV Tr. 2010	I Tr. 2011	II Tr. 2011	III Tr. 2011
Debilidad de la demanda	76,4	70,9	74,0	80,3	89,6
Dificultades de financiación	34,6	26,7	32,6	31,4	36,6
Aumento de la competencia	35,8	33,7	25,6	27,8	34,2
Falta de aparcamientos	20,5	22,9	18,1	17,9	33,7
Trámites administrativos	34,6	33,7	14,0	8,5	45,5
Escasez mano de obra cualificada	8,3	5,8	8,4	7,2	7,9
Insuficiencia de local	7,5	8,5	7,9	5,8	4,5
Obras en la vía pública	10,6	8,1	7,4	8,5	9,4
Otras causas	22,0	10,1	21,4	12,1	8,4
Ninguna importante	11,8	1,6	10,7	1,8	12,4

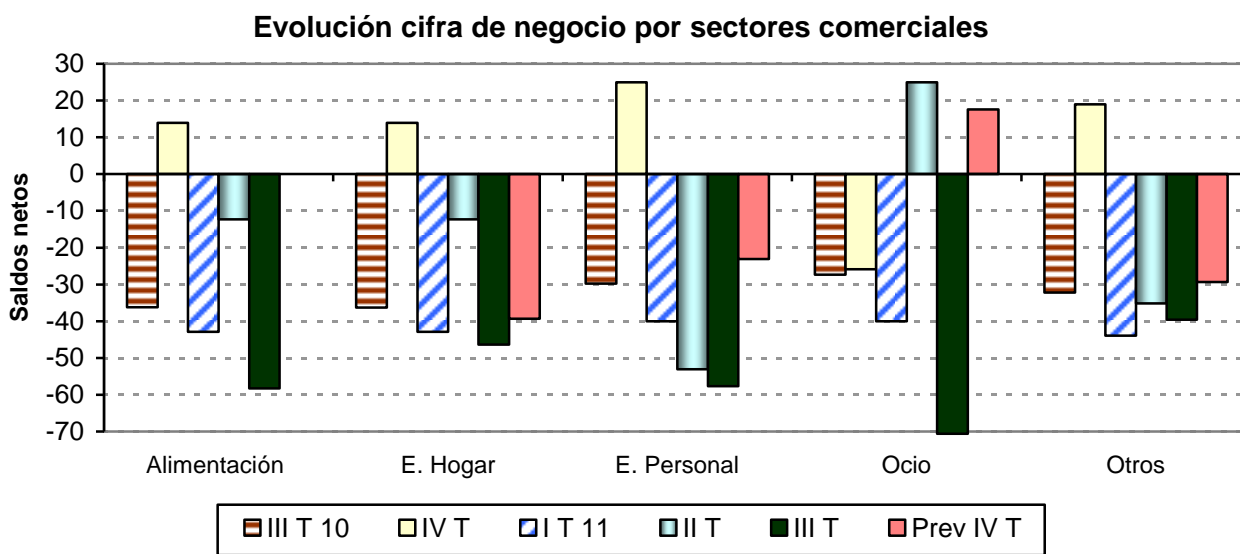
4. Volumen de ventas

La cifra de negocios del comercio minorista valenciano en el tercer trimestre de 2011 ha continuado la tendencia a la baja observada durante la primera mitad del año. El saldo se sitúa en los -53 puntos, superior a los -34,6 puntos registrados en el mismo período de 2010. Las expectativas para el siguiente trimestre no muestran cambios de tendencia. Con un saldo de -21 puntos, se sitúa lejos del saldo obtenido en los últimos meses de 2010.



* Saldos entre respuestas al alza y a la baja.

El deterioro de la actividad comercial en el tercer trimestre ha sido generalizado en todas las actividades comerciales, especialmente en las de ocio, alimentación y equipamiento personal. Con la excepción del comercio de ocio, el resto de ramas comerciales esperan resultados en los últimos meses de 2011 peores a los del mismo período del año anterior.

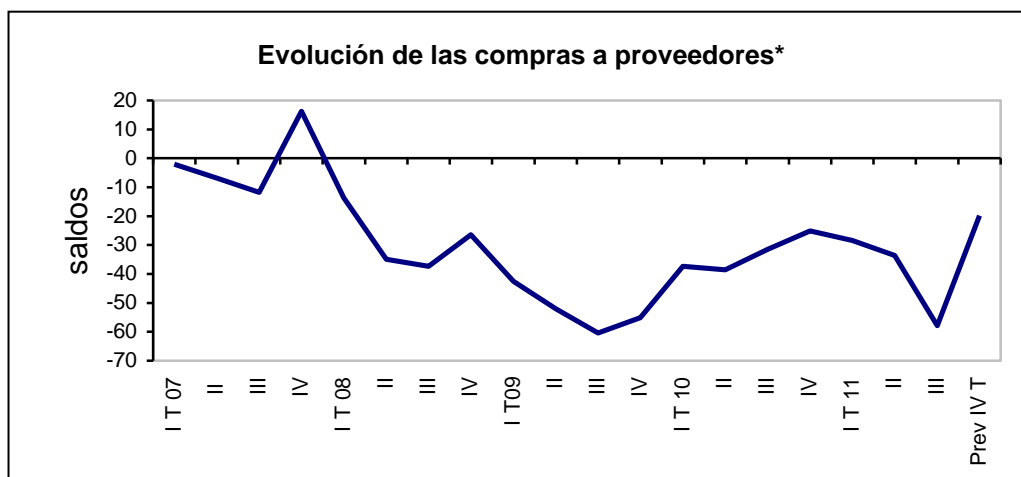


Saldos netos: diferencia entre el porcentaje de respuestas “aumenta” y “disminuye”

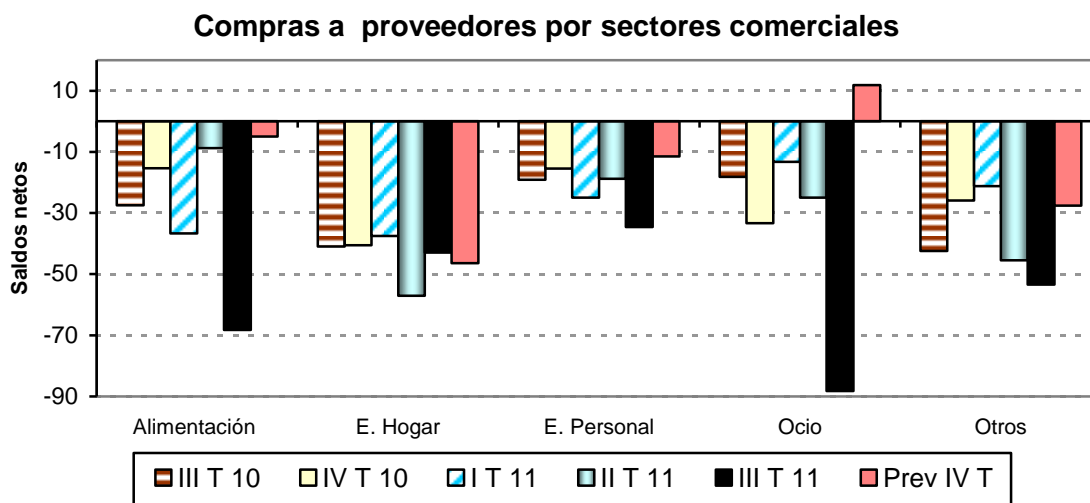
5. Compras a proveedores

Aunque el ritmo de caída de las compras a proveedores se ha acentuado en el tercer trimestre de 2011, las expectativas de los comerciantes apuntan una ligera mejoría en los últimos meses del año.

El comercio de alimentación y de equipamiento personal son los que registraron en el tercer trimestre un mayor retroceso, pero también son los que esperan una recuperación más notable para los últimos meses del año de cara a la campaña navideña.



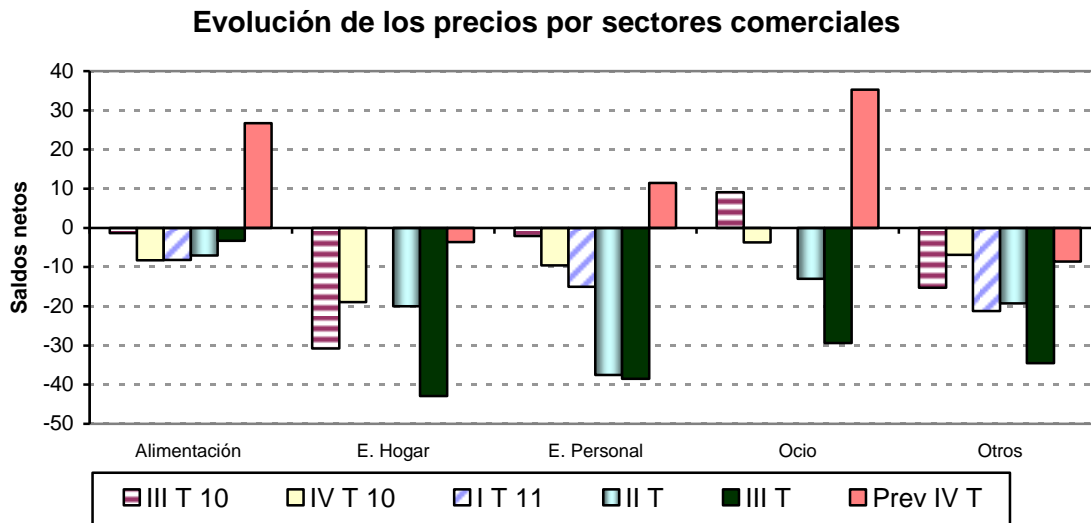
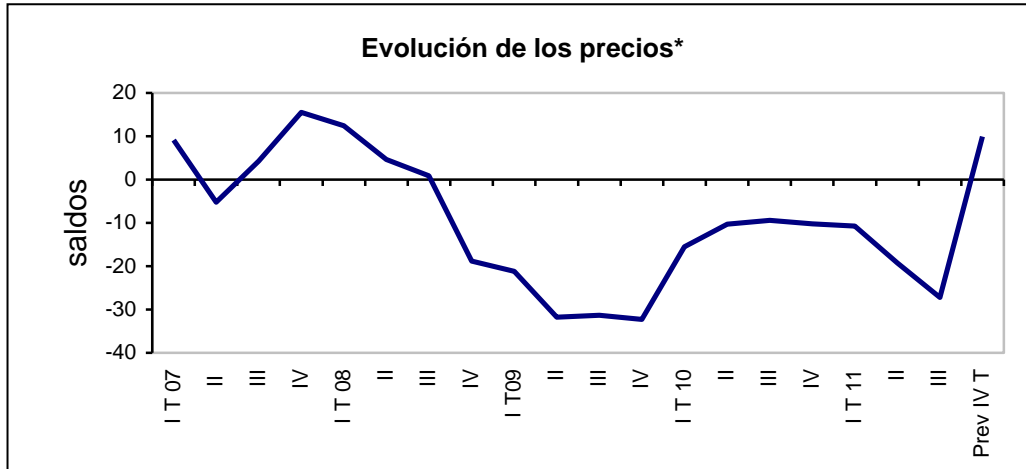
* Saldos entre respuestas al alza y a la baja.



Saldos netos: diferencia entre el porcentaje de respuestas “aumenta” y “disminuye”
Los datos que no aparecen es por tener saldo cero

6. Precios de venta al público

La debilidad de las ventas sigue presionando a la baja los precios de venta al público. Una tercera parte de los comerciantes valencianos recortaron sus precios respecto al trimestre anterior, porcentaje que se eleva hasta el 43% en el comercio de equipamiento de hogar. No obstante, los empresarios esperan una recuperación de los precios en el último trimestre del año, especialmente en los comercios de alimentación, equipamiento personal y los de ocio, coincidiendo con la campaña navideña.

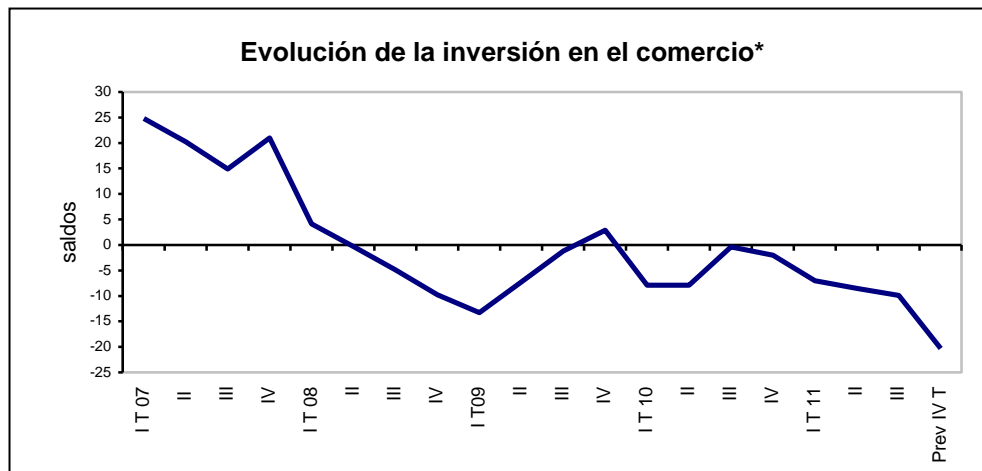


Saldos netos: diferencia entre el porcentaje de respuestas “aumenta” y “disminuye”
Los datos que no aparecen es por tener saldo cero

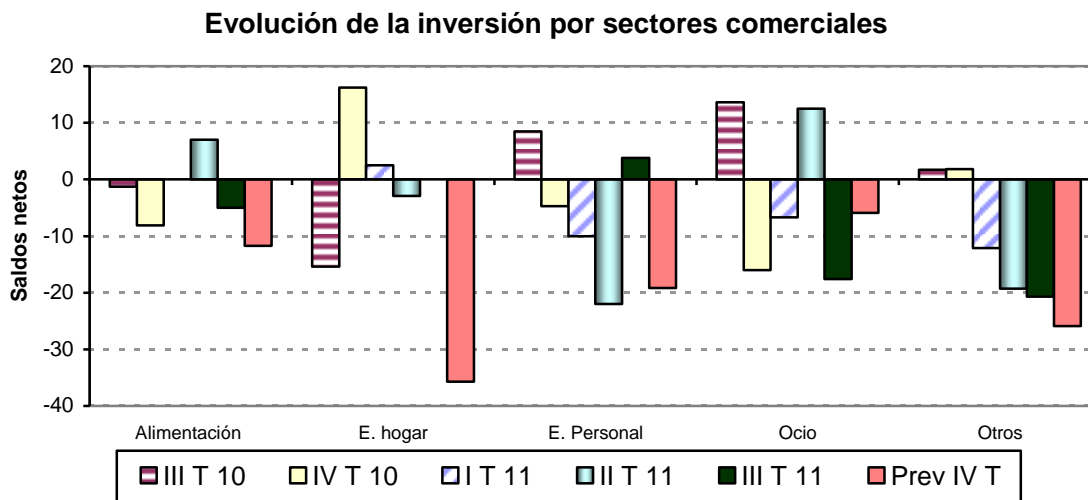
7. Inversión

La inversión del comercio valenciano experimenta a lo largo de 2011 un progresivo deterioro, pudiendo acentuarse aún más en el último trimestre del año.

Por ramas comerciales, las de equipamiento de hogar y los de otros comercios, son los que registran un mayor retroceso.



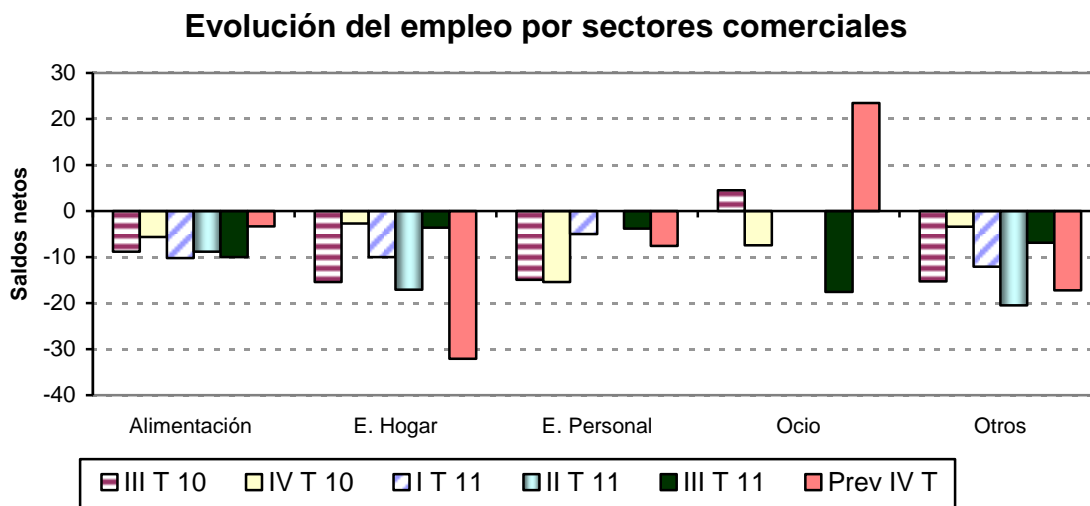
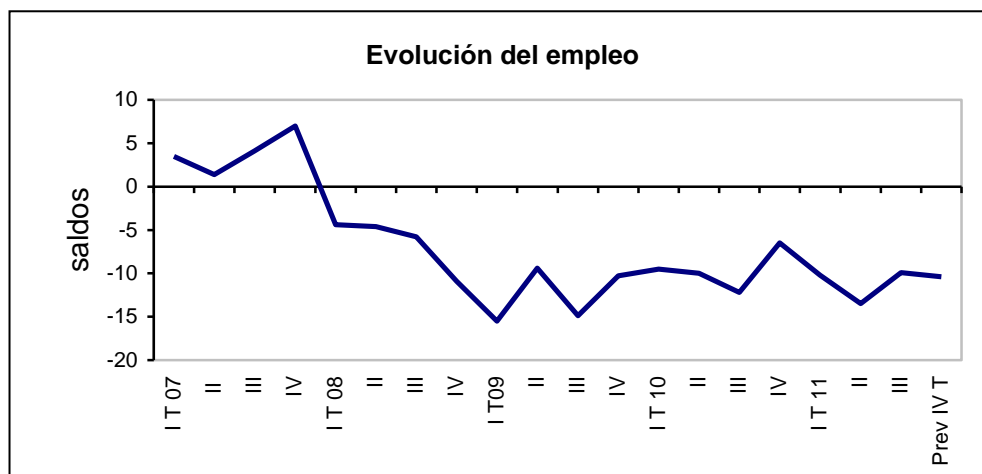
Saldo neto: diferencia entre el porcentaje de respuestas “aumenta” y “disminuye”



Saldo neto: diferencia entre el porcentaje de respuestas “aumenta” y “disminuye”
Los datos que no aparecen es por tener saldo cero

8. Empleo

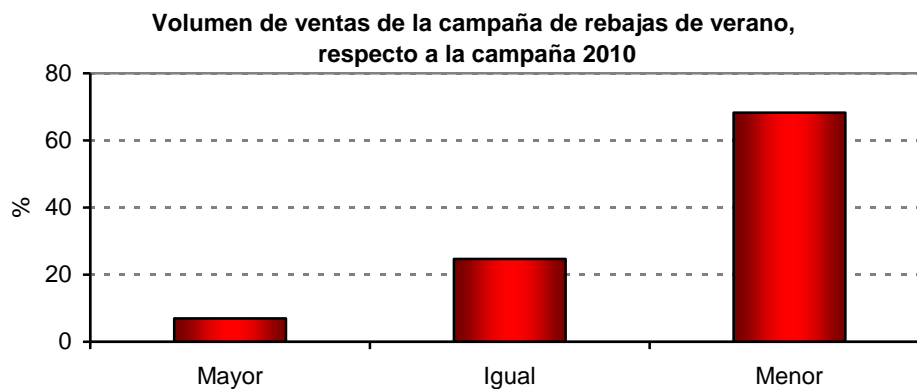
Los resultados de la encuesta continúan mostrando saldos negativos sin una tendencia clara de recuperación de empleo. Por actividad comercial, se observan comportamientos divergentes: frente a la tendencia a la baja del empleo en el comercio de equipamiento de hogar y otros comercios, la estabilidad de las plantillas caracterizan a los comercios de alimentación, ocio y, en menor medida, equipamiento personal.



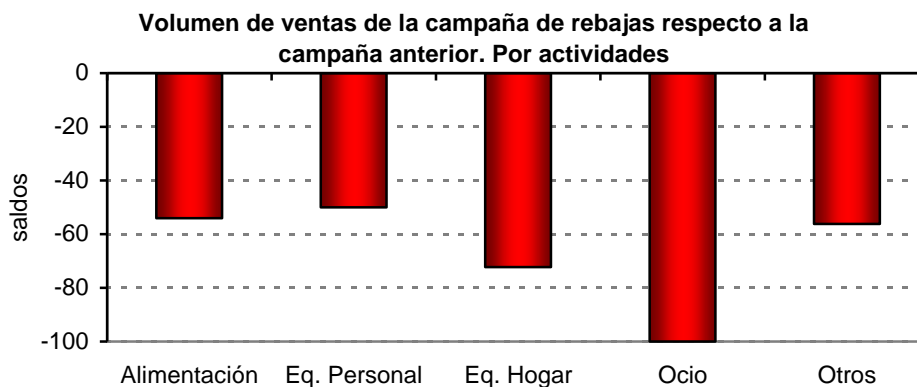
Saldos netos: diferencia entre el porcentaje de respuestas “aumenta” y “disminuye”
Los datos que no aparecen es por tener saldo cero

9. Campaña de rebajas de verano

El 42% de los comercios encuestados llevaron a cabo una campaña de rebajas durante el tercer trimestre de 2010, siendo las ramas de equipamiento de hogar y equipamiento personal donde un mayor porcentaje de comercios la realizan (más del 60%). Esta campaña de rebajas (julio-agosto) ha sido inferior, tanto a la del año anterior, como a la campaña de rebajas de invierno. Así, el 68% de los comerciantes que la han realizado, han registrado un volumen de ventas inferior a la de 2010, frente a solo el 7% que afirma haber alcanzado resultados superiores.



Las actividades comerciales que han registrado peores resultados son las de ocio (todos los encuestados que hicieron campaña de verano fue peor que la del año 2010) y equipamiento de hogar, donde la mitad mantuvieron una campaña similar al ejercicio anterior y la otra mitad los resultados fueron inferiores.



Resultados generales. Provincia de Valencia.

En el **tercer trimestre de 2011**, en comparación con el trimestre anterior, ¿diría usted que en su negocio han aumentado, siguen igual o han disminuido.....?

	Cifra de negocios	Compra a proveedores	Precios	Inversión	Empleo
Aumentó	8,4 %	4,5 %	6,4 %	12,9 %	6,4 %
Estable	27,2 %	32,7 %	58,4 %	62,9 %	76,2 %
Disminuyó	61,4 %	62,4 %	33,7 %	22,8 %	16,3 %
No sabe/no contesta	3,0 %	0,4 %	1,5 %	1,5 %	1,1 %

Durante el **cuarto trimestre de 2011**, en comparación con el trimestre anterior ¿prevé usted que en su negocio aumenten, sigan igual o disminuyan.....?

	Cifra de negocios	Compra a proveedores	Precios	Inversión	Empleo	Perspectivas
Aumentará	15,8 %	16,3 %	27,8 %	5,5 %	5,9 %	15,4 %
Estable	41,6 %	46,0 %	56,9 %	62,9 %	71,3 %	57,4 %
Disminuirá	36,6 %	36,1 %	12,9 %	25,7 %	16,3 %	27,2 %
No sabe/no contesta	5,9 %	1,5 %	7,4 %	5,9 %	6,4 %	0,0 %

FICHA TÉCNICA

Universo representado	51.404 actividades comerciales minoristas
Ámbito	Provincia de Valencia
Muestra	202 empresas
Margen de error	± 6,5 %
Tipo de entrevista	Teléfono y correo electrónico
Fechas de campo	Del 26 de septiembre al 28 de octubre de 2011
Realización	Cámara de Valencia

Distribución sectorial de las encuestas recibidas

Alimentación y droguería	60
Equipamiento de hogar	28
Equipamiento personal	26
Ocio	17
Otros bienes de consumo ocasional	71