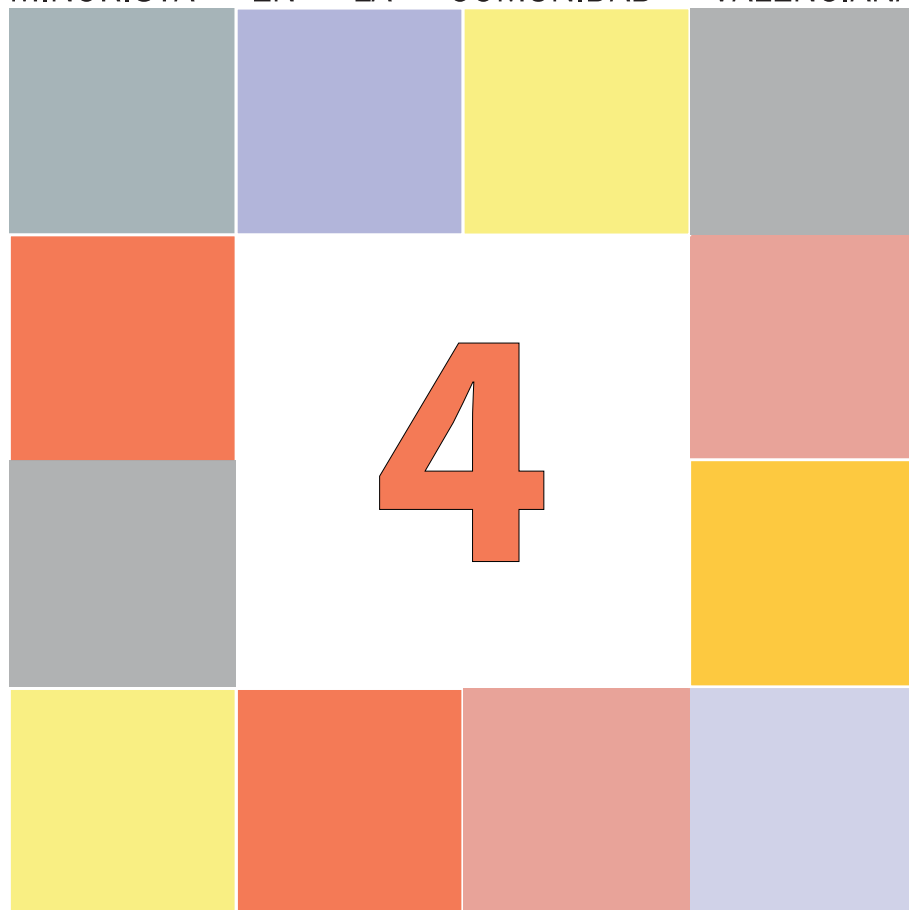


INFORME ANUAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA



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)²².

La oferta comercial estimada por la Oficina PATECO²³ ascendía, para la misma fecha, a 76.138 establecimientos comerciales minoristas.

El censo del Directorio Central de Empresas²⁴ (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
Evolución 2004-2007	-	4,0		13,8		4,1		3,0

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:

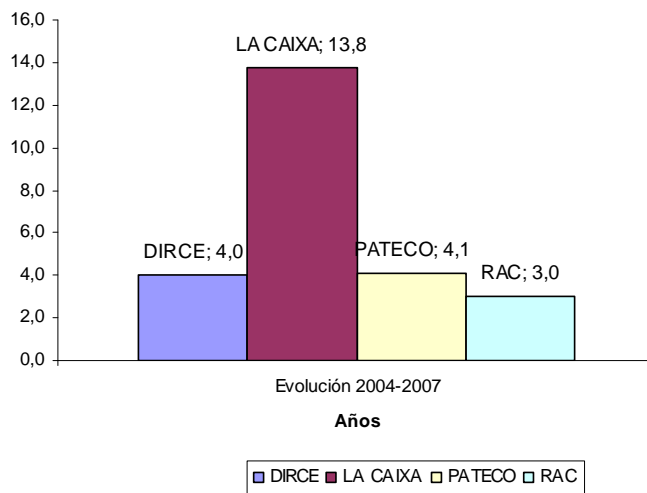
²² Registro de Actividades Comerciales de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación.

²³ 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.

²⁴ Instituto Nacional de Estadística: DIRCE 2004-2007.

- La Comunitat Valenciana cuenta con una oferta comercial que representa el 11%²⁵ 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 m², según la metodología PATECO.

²⁵ 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
Variación 2004-2007		14,8		15,0		16,3

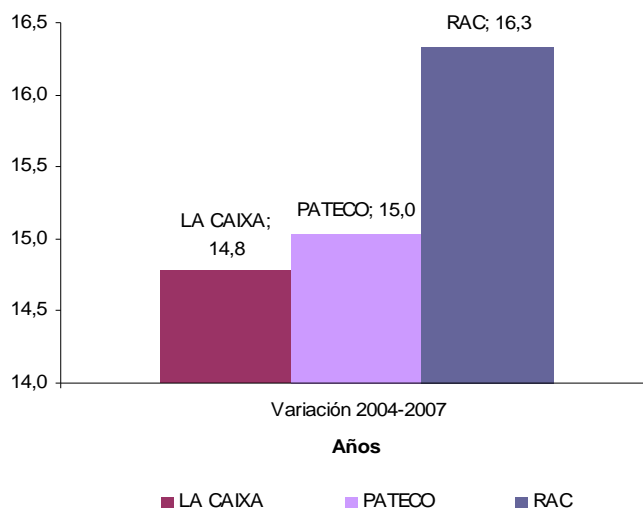
Fuentes:

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 m².

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 m² junto a una reducción por cierre de establecimientos de 115.032 m², lo que se resume en una aportación de 367.069 m² 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 m² por 1.000 habitantes, superior al índice obtenido para el año 2004 igual a 1.576 m² por 1.000 habitantes.

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
	76.138	100	8.237.801	100	15,6	1.686	108

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.

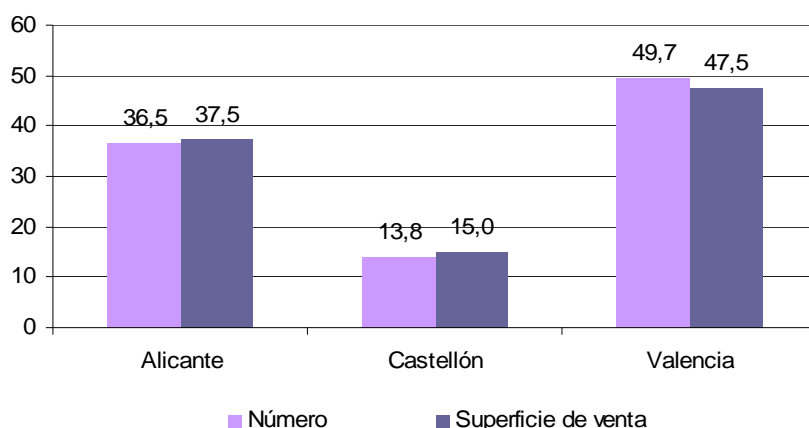
4.3 Estructura comercial minorista.

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 4.4 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	%
NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS. Diciembre 2007	8.719	31,4	3.146	30,0	13.429	35,5	25.294	33,2
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 m²)								
Comercio mixto al por menor, por secciones								
Autoservicios (40-120 m2)	1.622	5,8	173	1,6	1.731	4,6	3.526	4,6
Superservicios(121-399 m2)	788	2,8	216	2,1	814	2,2	1.818	2,4
Supermercados (400-2500 m2)	295	1,1	82	0,8	282	0,7	659	0,9
Maxisuper(+2500 m2)	327	1,2	96	0,9	384	1,0	807	1,1
Hipermercados	9	0,03	3	0,03	7	0,02	19	0,02
Autoservicios de descuento	13	0,05	4	0,04	13	0,03	30	0,04
Tiendas de conveniencia	137	0,5	35	0,3	163	0,4	335	0,4
Grandes almacenes	49	0,18	21	0,20	62	0,16	132	0,17
	4	0,01	1	0,01	6	0,02	11	0,01
TOTAL	27.809	100	10.491	100	37.838	100	76.138	100

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 ²). Diciembre 2007	PROVINCIA DE ALICANTE		PROVINCIA DE CASTELLÓN		PROVINCIA DE VALENCIA		COMUNITAT VALENCIANA	
	Superficie	%	Superficie	%	Superficie	%	Superficie	%
GRUPOS DE ACTIVIDAD								
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
Medianas superficies especializadas	326.699	10,6	146.389	11,9	327.119	8,4	800.207	9,7
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	175.649	5,68	37.416	3,04	179.293	4,58	392.358	4,8
Comercio mixto al por menor, por secciones								
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
TOTAL	3.091.253	100	1.231.772	100	3.914.776	100	8.237.801	100

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 ²). 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
Medianas superficies especializadas	1.414	1.591	1.501	1.479
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	4.284	4.157	4.718	4.459
Comercio mixto al por menor, por secciones	471	1.384	539	549
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
TOTAL	111	117	103	108

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
Productos de alimentación y bebidas	4,8	5,5	5,4	5,2
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
Medianas superficies especializadas	0,1	0,2	0,1	0,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0,02	0,02	0,02	0,02
Comercio mixto al por menor, por secciones	0,9	0,3	0,7	0,7
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
TOTAL	15,2	18,3	15,2	15,6

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 ² 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
Productos de alimentación y bebidas	145	169	166	159
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
Medianas superficies especializadas	179	255	132	164
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	96	65	72	80
Comercio mixto al por menor, por secciones	419	418	375	396
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
TOTAL	1.694	2.149	1.574	1.686

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 m², casi la misma superficie comercial que el formato tradicional de alimentación más perfumerías, igual a 955.878 m², 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 2007²⁶. 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 m², que suponen un incremento del 7% del número y del 6% de la superficie comercial.

²⁶ 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 m², 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 urbanos²⁷.
- 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

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

- Entre 400 y 2499 m² establecimientos dedicados a la venta de deportes, prendas de vestir y accesorios para vehículos.
- Entre 600 y 2499 m² establecimientos dedicados a la venta de artículos de decoración, bricolaje, juguetes, electrodomésticos, jardinería y ocio.
- Entre 1000 y 2499 m² 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
	%	%	%
Productos de alimentación y bebidas	0,47	0,15	1,90
Textil, confección, calzados y art. cuero	0,84	3,29	3,59
Perfumería y droguería	-0,07	0,88	0,65
Art. para el equipamiento del hogar	2,39	1,78	1,78
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	4,04	-0,67	2,29
Otros comercio al por menor	3,37	2,97	1,65
Ocio y cultura	2,19	4,14	0,11
Tecnología	4,06	-0,80	2,93
Otro comercio	4,19	3,35	2,60
Medianas superficies especializadas	11,69	2,99	12,24
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	5,41	7,69	4,76
Comercio mixto al por menor, por secciones	0,48	-6,21	0,66
Autoservicios (40-120 m ²)	-0,65	-1,03	-0,60
Superservicios(121-399 m ²)	-0,87	-0,73	-2,80
Supermercados (más de 400 m ²)	2,02	7,65	6,18
Maxisuper (más de 2,500m ² hasta 5000 m ²)	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
TOTAL	1,55	1,28	1,25

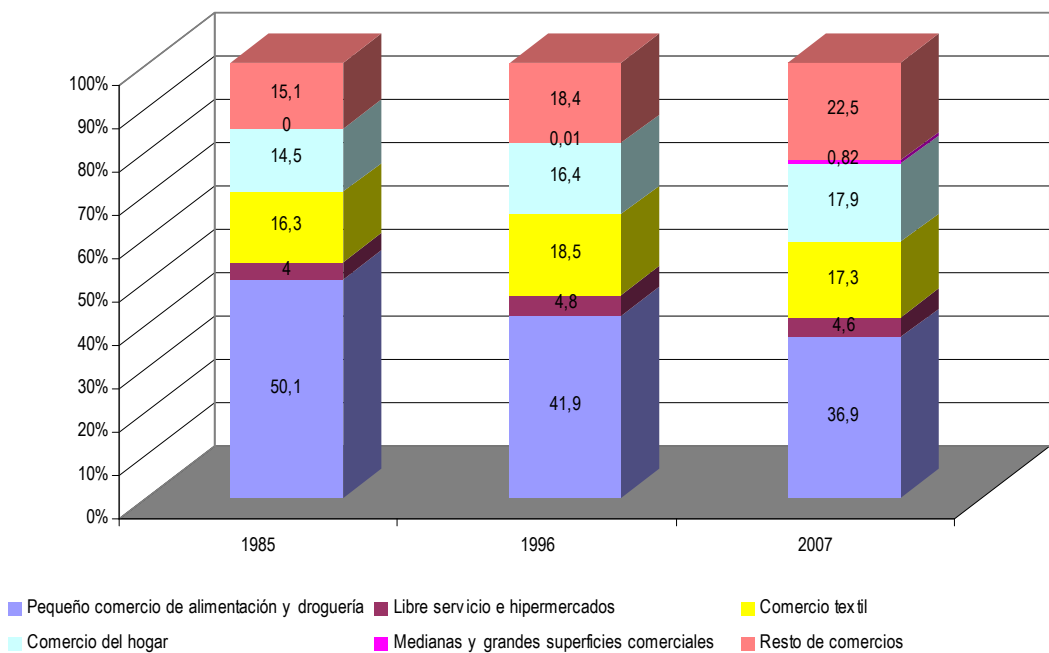
Fuentes: PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

Tabla 4.10 Evolución de la superficie comercial por grupos de actividad. 2004-2007.

Evolución superficie comercial por grupos de actividad (m ²)	2004-2005	2005-2006	2006-2007
	%	%	%
Productos de alimentación y bebidas	1,97	3,26	0,70
Textil, confección, calzados y art. cuero	1,96	10,14	6,11
Perfumería y droguería	1,61	4,21	2,72
Art. para el equipamiento del hogar	3,92	4,04	2,16
Accesorios para vehículos automóviles, motos y bicicletas	4,03	0,37	0,91
Otros comercio al por menor	10,61	8,96	4,77
Ocio y cultura	8,32	0,11	1,77
Tecnología	5,29	2,64	5,85
Otro comercio	14,78	18,93	6,65
Medianas superficies especializadas	12,34	2,71	8,93
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	7,10	6,32	6,40
Comercio mixto al por menor, por secciones	5,30	0,83	6,96
Autoservicios (40-120 m ²)	0,60	0,27	-0,19
Superservicios (121-399 m ²)	-0,73	-	1,02
Supermercados (más de 400 m ²)	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
TOTAL	5,51	4,27	4,66

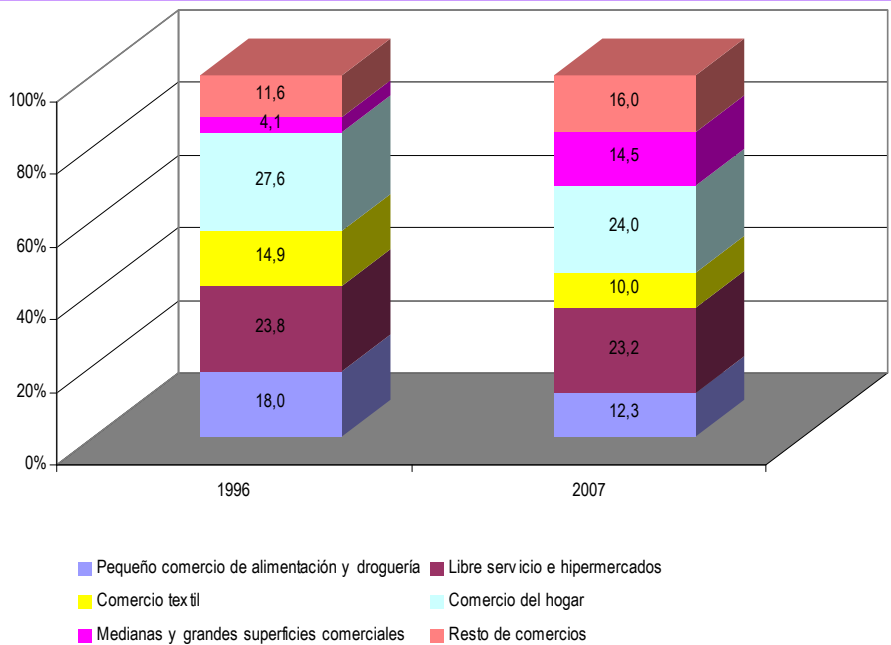
Fuente:PATECO: Los datos son una depuración del Registro de Actividades Comerciales (RAC) de la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación con fuentes de Alimarket, Distribución y Actualidad y trabajo de campo.

Gráfico 4.4 Evolución 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 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
Nº de centros	54	60
SBA	1.401.248	1.436.842
Diferencias	Bonaire	
	1 único equipamiento	3 equipamientos diferenciados Bonaire Galeria Comercial Bonaire Parque Comercial Factory Bonaire
	Galerías Comerciales	
	No consideradas a efectos estadísticos	2 galerías comerciales Boulevard Austria Galería Jorge Juan
	Gran Alacant	
	No recogido por la AECC	Considerado centro comercial por la oferta que alberga y su función en el territorio donde se localiza
Parque Comercial Albán		
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 m².

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 m² 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 m², 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 m², el centro comercial Plaza Mayor en Xàtiva, que cuenta con una SBA de 32.600 m², Carrefour El Altet en Cocentaina, con una superficie comercial de 7.000 m² y Ledua Park en Novelda, que se implantó con una SBA de 5.000 m². Asimismo se amplió la SBA del centro comercial Heron City de Paterna en 2.500 m².

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 m² por 1.000 habitantes, siendo la Comunitat Valenciana la octava autonomía en densidad de SBA.

Tabla 4.12 Centros Comerciales en la Comunitat Valenciana.

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.