

# Informe de Coyuntura Comercial Minorista de Cantabria

(Informe nº45 - Primer Trimestre 2005)

Los datos que a continuación se exponen, corresponden a la encuesta de coyuntura comercial relativa al primer trimestre de 2005. El número total de comerciantes entrevistados ha sido 201, que representan al comercio minorista de Cantabria. La obtención de esta muestra representativa se ha realizado con un criterio de afijación proporcional a las actividades comerciales: alimentación (56 comercios), equipamiento del hogar (30 comercios), equipamiento personal (41 comercios), ocio (26 comercios), motor-transporte (8 comercios) y diversos (40 comercios) y a la localización territorial de las mismas. Ambas distribuciones se han establecido de acuerdo con la información contenida en el Sistema de Información Geográfica de esta Cámara de Comercio.

## OBJETO DE LA ENCUESTA

La información que se obtiene con la encuesta se refiere a la situación actual y a las previsiones de variación para los próximos tres meses de los siguientes aspectos: ventas, precios de venta al público, empleo y expectativas generales de negocio.

## CONTENIDO

### 1) SITUACIÓN EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE VENTAS

- 1.a Volumen de ventas en el último trimestre
- 1.b Tendencia prevista en las ventas para el próximo trimestre

### 2) PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO

- 2.a Precios de venta al público en el último trimestre
- 2.b Evolución prevista de los precios de venta al público para el próximo trimestre

### 3) PREVISIÓN DE EMPLEO PARA EL PRÓXIMO TRIMESTRE

### 4) EXPECTATIVAS DE LA EMPRESA COMERCIAL

### 5) RESUMEN

# 1) SITUACIÓN EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE VENTAS

## 1.a- Volumen de ventas en el último trimestre

El volumen de ventas durante el primer trimestre de 2005 fue considerado "alto" por el 11,4% de los establecimientos comerciales encuestados, respondieron que fue "normal" el 45,3% y que fue "bajo" el restante 43,3%. El resultado es mejor que el obtenido para el mismo periodo el año pasado (tabla nº1).

Por sectores, si se comparan los resultados con los del primer trimestre del año pasado, únicamente en ocio son peores. Este trimestre el sector de equipamiento del hogar, con un 16,7% de respuestas de ventas "altas", un 53,3% de ventas "normales" y un 30% de contestaciones de ventas "bajas", es el que refleja la mejor evolución.

TABLA Nº 1					
Volumen de Ventas (Ene.-Mar.05)					
	Ene.-Mar.05	Oct.-Dic.04	Jul.-Sep.04	Abr.-Jun.04	Ene.-Mar.04
<b>Alto</b>	11,4%	19,5%	27,0%	14,6%	6,6%
<b>Normal</b>	45,3%	52,8%	41,3%	48,5%	44,2%
<b>Bajo</b>	43,3%	27,7%	31,6%	36,9%	49,2%

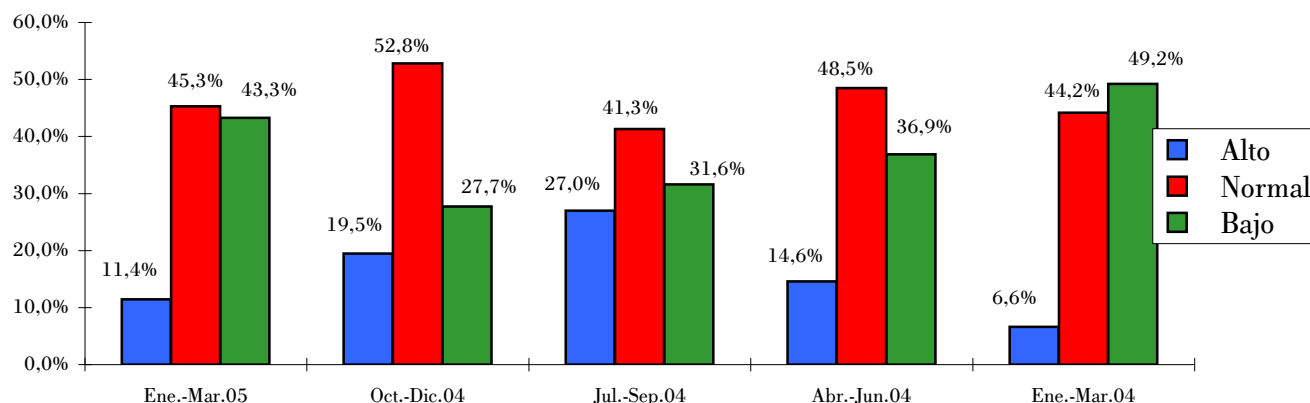
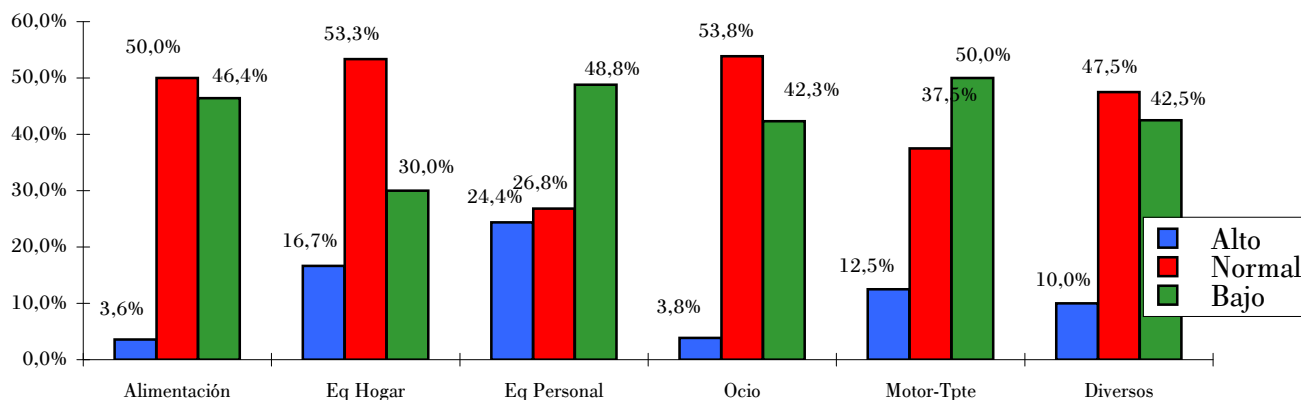


TABLA Nº 2						
Volumen de Ventas por Sectores (Ene.-Mar.05)						
	Alimentación	Eq Hogar	Eq Personal	Ocio	Motor-Tpte	Diversos
<b>Alto</b>	3,6%	16,7%	24,4%	3,8%	12,5%	10,0%
<b>Normal</b>	50,0%	53,3%	26,8%	53,8%	37,5%	47,5%
<b>Bajo</b>	46,4%	30,0%	48,8%	42,3%	50,0%	42,5%



### 1.b- Tendencia prevista en las ventas para el próximo trimestre

Las previsiones de ventas para el siguiente trimestre son de "aumentar" en el 40,3% de las respuestas, esperan "mantenerse" el 46,8% y creen que van a "disminuir" el 12,9% de encuestados. Los resultados, son más optimistas que los manifestados para el mismo periodo el año pasado (tabla nº3).

Por sectores, motor-transporte y equipamiento personal manifiestan las expectativas más optimistas para el próximo trimestre y las menos favorables se producen en equipamiento del hogar. Comparando las previsiones de este trimestre con las realizadas en el mismo periodo del año pasado, mejoran en ocio, motor-transporte y equipamiento personal

TABLA Nº 3					
Tendencia prevista en las ventas (Abr.-Jun.05)					
	Abr.-Jun.05	Abr.-Jun.04	Abr.-Jun.03	Abr.-Jun.02	Abr.-Jun.01
<b>Aumentar</b>	40,3%	30,5%	39,4%	30,2%	34,0%
<b>Mantenerse</b>	46,8%	56,3%	49,5%	56,8%	50,7%
<b>Disminuir</b>	12,9%	13,2%	11,1%	13,1%	15,3%

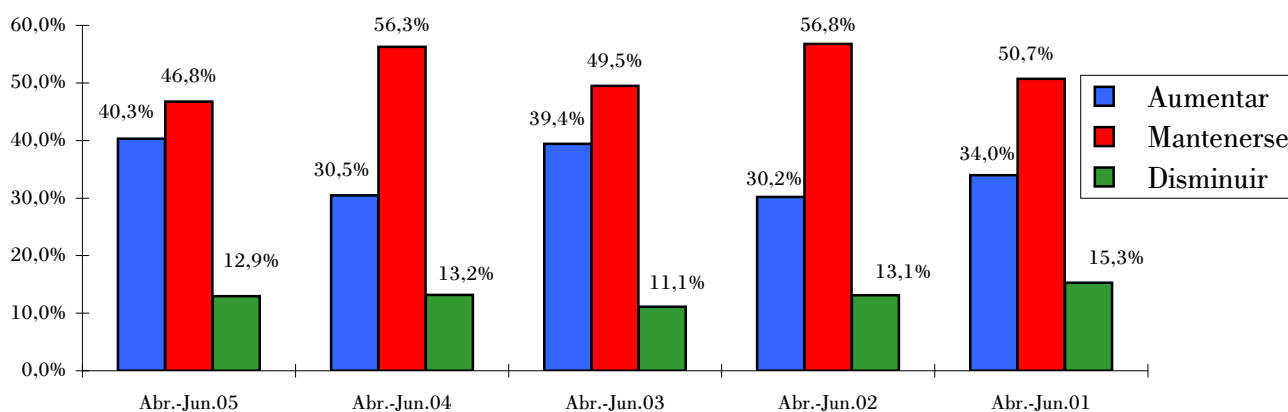
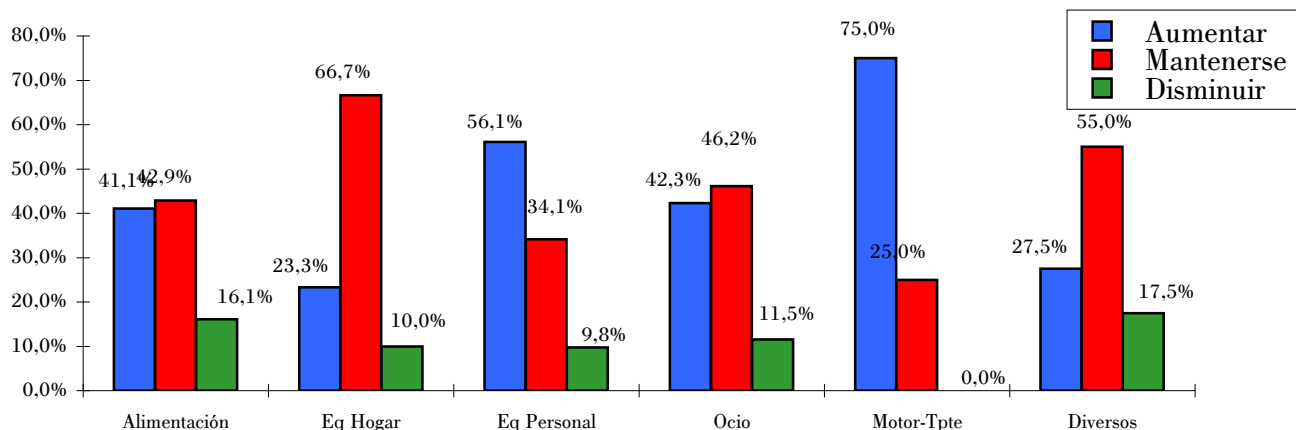


TABLA Nº 4						
Tendencia prevista en las ventas por sectores (Abr.-Jun.05)						
	Alimentación	Eq Hogar	Eq Personal	Ocio	Motor-Tpte	Diversos
<b>Aumentar</b>	41,1%	23,3%	56,1%	42,3%	75,0%	27,5%
<b>Mantenerse</b>	42,9%	66,7%	34,1%	46,2%	25,0%	55,0%
<b>Disminuir</b>	16,1%	10,0%	9,8%	11,5%	0,0%	17,5%



## 2) PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO

### 2.a- Precios de venta al público en el último trimestre

En el primer trimestre de 2005 los precios fueron "mayores" en el 28,4% de los comercios, se mantuvieron "estables" en el 59,2% y fueron "menores" en el restante 12,4%. La situación es muy similar a la del mismo trimestre del año pasado (tabla nº5).

En el 62,5% de los establecimientos de motor-transporte encuestados las respuestas fueron de precios "mayores", no obteniéndose en este sector ninguna contestación correspondiente a precios "menores". También aumentaron los precios de forma significativa en los comercios de alimentación, diversos y equipamiento del hogar.

TABLA Nº 5					
Precios de venta al público (Ene.-Mar.05)					
	Ene.-Mar.05	Oct.-Dic.04	Jul.-Sep.04	Abr.-Jun.04	Ene.-Mar.04
<b>Mayores</b>	28,4%	34,4%	33,2%	26,3%	30,5%
<b>Estables</b>	59,2%	61,5%	58,7%	65,2%	58,4%
<b>Menores</b>	12,4%	4,1%	8,2%	8,6%	11,2%

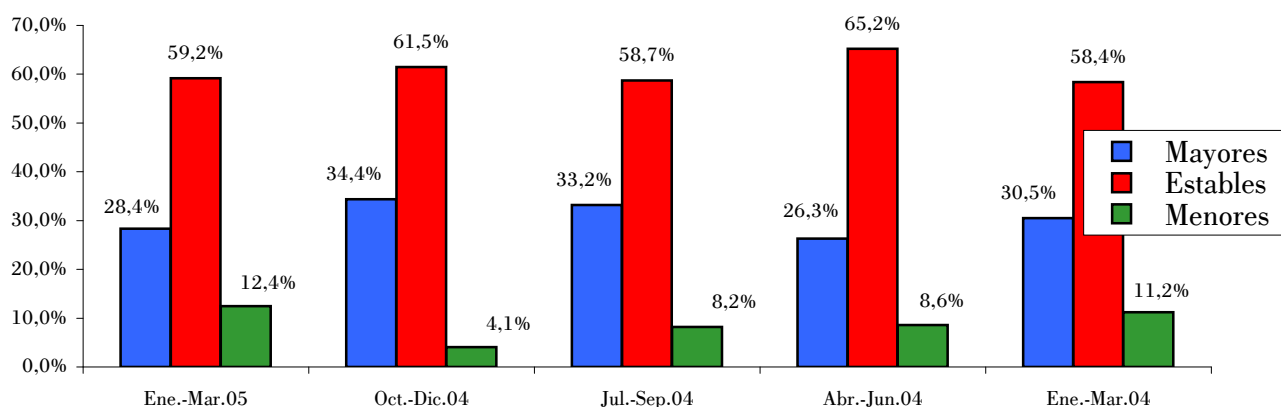
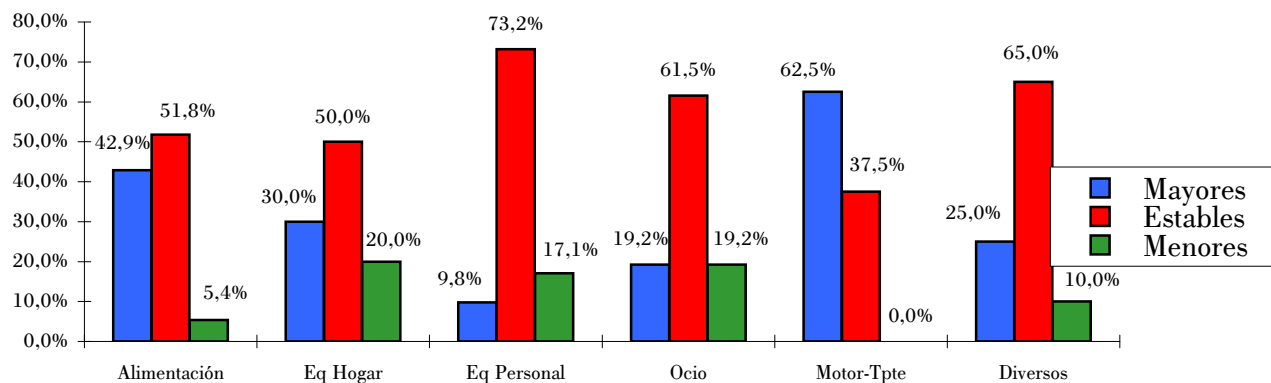


TABLA Nº 6						
Precios de venta al público por sectores (Ene.-Mar.05)						
	Alimentación	Eq Hogar	Eq Personal	Ocio	Motor-Tpte	Diversos
<b>Mayores</b>	42,9%	30,0%	9,8%	19,2%	62,5%	25,0%
<b>Estables</b>	51,8%	50,0%	73,2%	61,5%	37,5%	65,0%
<b>Menores</b>	5,4%	20,0%	17,1%	19,2%	0,0%	10,0%



## 2.b- Precios de venta al público para el próximo trimestre

Respecto a las expectativas de evolución de los precios para el segundo trimestre de 2005, el 23,9% respondió que la tendencia es "aumentar", el 75,6% espera "mantenerse" con los precios actuales y el residual 0,5% respondió que va a "disminuir" sus precios. Las perspectivas son similares a las manifestadas hace un año para el mismo periodo (tabla nº7).

Por sectores, si se cumplen las previsiones de los comerciantes, aumentarán más los precios en alimentación, equipamiento del hogar, ocio y diversos (tabla nº8).

TABLA Nº 7					
Evolución de los precios de venta al público (Abr.-Jun.05)					
	Abr.-Jun.05	Ene.-Mar.05	Oct.-Dic.04	Jul.-Sep.04	Abr.-Jun.04
<b>Aumentar</b>	23,9%	31,8%	19,9%	33,8%	25,9%
<b>Mantenerse</b>	75,6%	54,9%	76,5%	63,1%	73,1%
<b>Disminuir</b>	0,5%	13,3%	3,6%	3,0%	1,0%

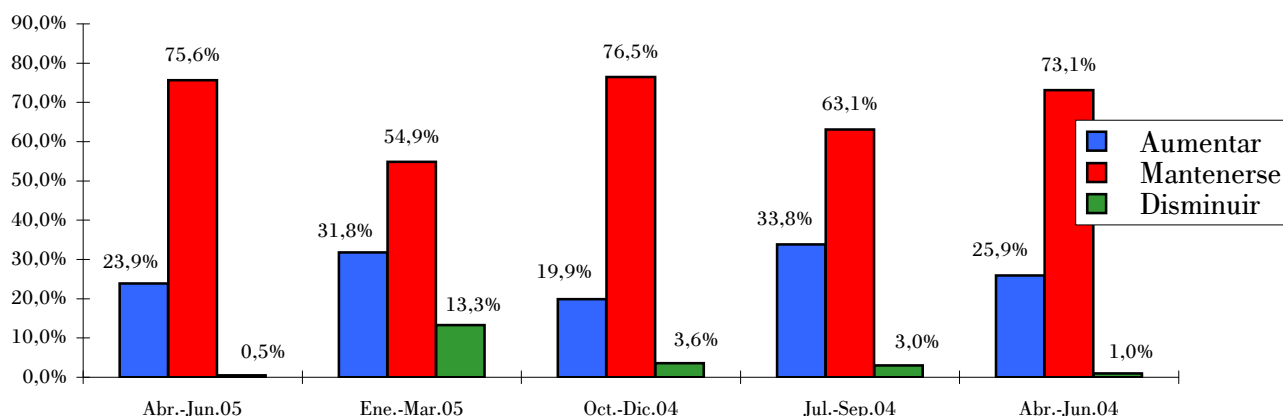
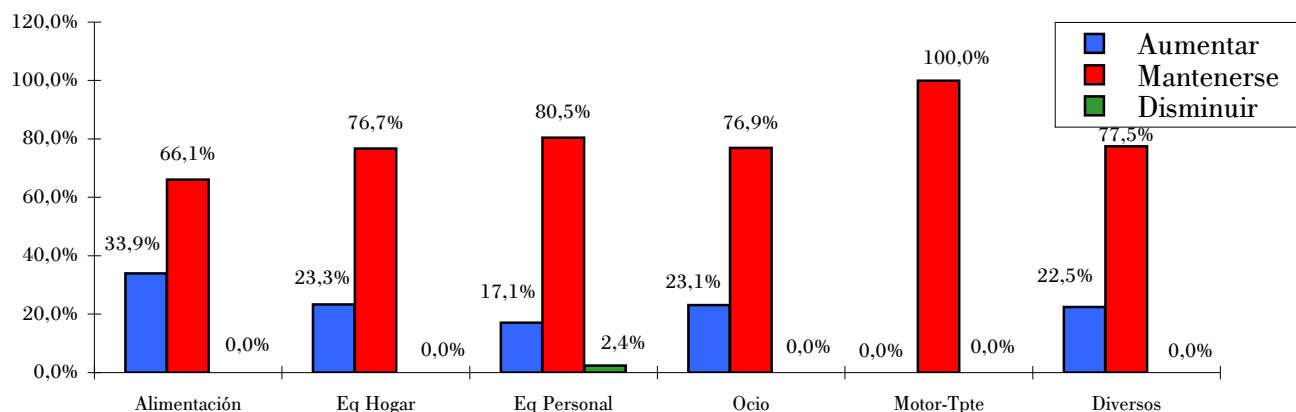


TABLA Nº 8						
Evolución de los precios de venta al público por sectores (Abr.-Jun.05)						
	Alimentación	Eq Hogar	Eq Personal	Ocio	Motor-Tpte	Diversos
<b>Aumentar</b>	33,9%	23,3%	17,1%	23,1%	0,0%	22,5%
<b>Mantenerse</b>	66,1%	76,7%	80,5%	76,9%	100,0%	77,5%
<b>Disminuir</b>	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%



### 3) PREVISIÓN DE EMPLEO PARA EL PRÓXIMO TRIMESTRE

Las previsiones de empleo para el próximo trimestre se manifiestan ligeramente más favorables que el trimestre anterior, el 2,5% respondió que espera "aumentar" su plantilla, el 96% que las expectativas son de "mantenerse" con el mismo número de empleados, y el 1,5% restante espera "disminuir" empleo.

Por sectores, lidera el de motor-transporte las perspectivas de creación de empleo, con un 12,5% de previsiones de "aumentar", un 87,5% de expectativas de "mantenerse" y en consecuencia, ninguna respuesta de previsión de "disminuir" (tabla nº10).

TABLA Nº 9					
Previsión de empleo (Abr.-Jun.05)					
	Abr.-Jun.05	Abr.-Jun.04	Abr.-Jun.03	Abr.-Jun.02	Abr.-Jun.01
<b>Aumentar</b>	2,5%	1,0%	4,5%	3,0%	5,4%
<b>Mantenerse</b>	96,0%	97,5%	93,9%	94,0%	91,6%
<b>Disminuir</b>	1,5%	1,5%	1,5%	3,0%	3,0%

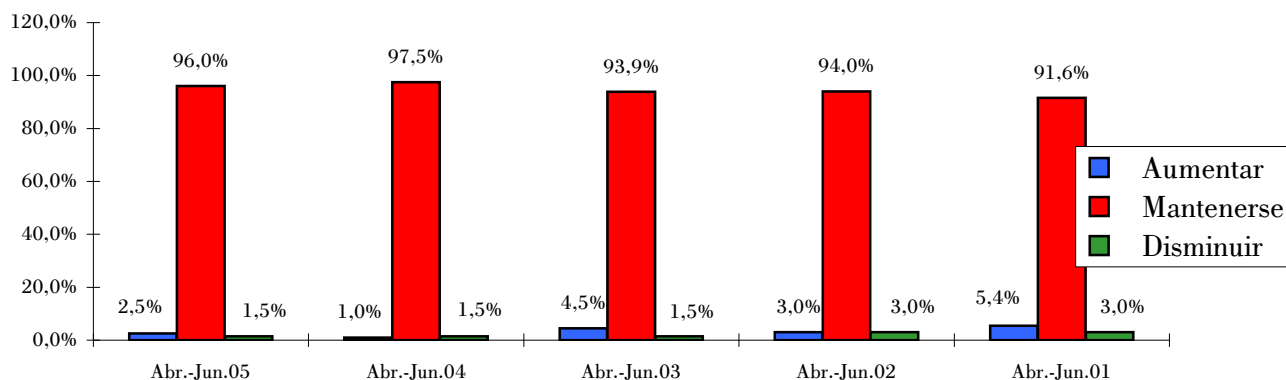
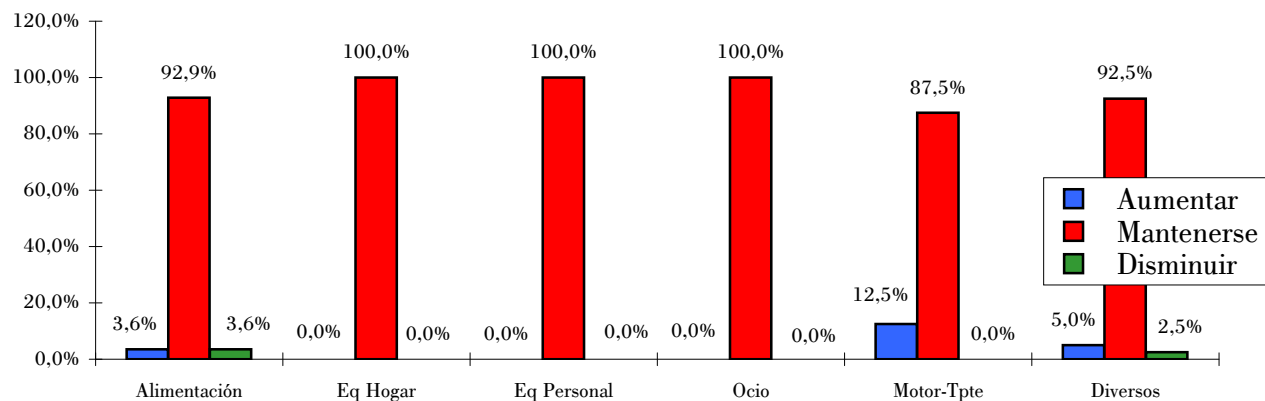


TABLA Nº 10						
Evolución de empleo por sectores (Abr.-Jun.05)						
	Alimentación	Eq Hogar	Eq Personal	Ocio	Motor-Tpte	Diversos
<b>Aumentar</b>	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	5,0%
<b>Mantenerse</b>	92,9%	100,0%	100,0%	100,0%	87,5%	92,5%
<b>Disminuir</b>	3,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%



#### 4) EXPECTATIVAS DE LA EMPRESA COMERCIAL

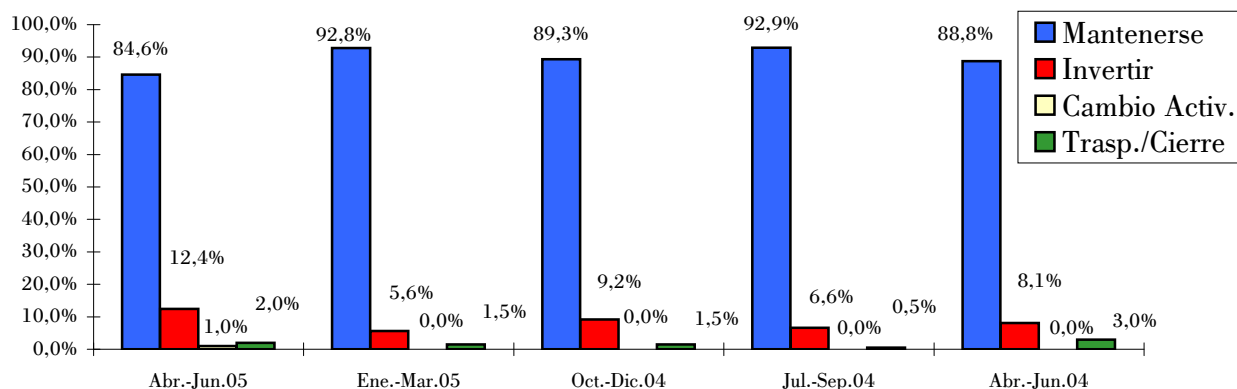
Las expectativas de los comercios para el segundo trimestre son de "mantenerse" en el 84,6% de los casos, de "invertir" en el 12,4%, de "cambio de actividad" en el 1% y de "traspaso o cierre" en el 2% de los establecimientos encuestados. Destaca el aumento de perspectivas inversoras, que alcanza el mayor porcentaje de respuestas de los últimos trimestres.

Por sectores, diversos manifiesta las mayores expectativas de "invertir" con un 20% de contestaciones, seguido de equipamiento personal con el 14,6%. Destacar también que el sector de alimentación concentra la totalidad de respuestas de "traspaso o cierre".

**TABLA N° 11**

**Expectativas de su empresa a 3 meses vista (Abr.-Jun.05)**

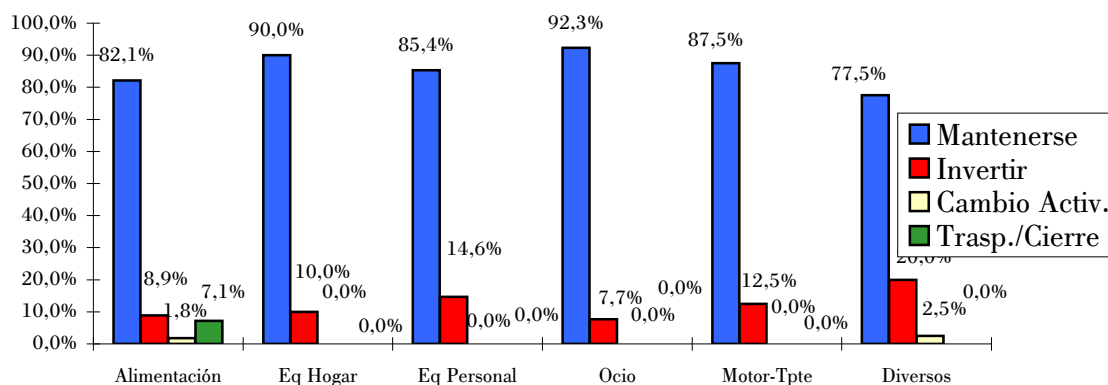
	Abr.-Jun.05	Ene.-Mar.05	Oct.-Dic.04	Jul.-Sep.04	Abr.-Jun.04
<b>Mantenerse</b>	84,6%	92,8%	89,3%	92,9%	88,8%
<b>Invertir</b>	12,4%	5,6%	9,2%	6,6%	8,1%
<b>Cambio Activ.</b>	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Trasp./Cierre</b>	2,0%	1,5%	1,5%	0,5%	3,0%



**TABLA N° 12**

**Expectativas de su empresa a 3 meses vista por sectores (Abr.-Jun.05)**

	Alimentación	Eq Hogar	Eq Personal	Ocio	Motor-Tpte	Diversos
<b>Mantenerse</b>	82,1%	90,0%	85,4%	92,3%	87,5%	77,5%
<b>Invertir</b>	8,9%	10,0%	14,6%	7,7%	12,5%	20,0%
<b>Cambio Activ.</b>	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
<b>Trasp./Cierre</b>	7,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%



## 5) RESUMEN

El volumen de ventas durante el primer trimestre de 2005 fue considerado "alto" por el 11,4% de los establecimientos comerciales encuestados, respondieron que fue "normal" el 45,3% y que fue "bajo" el restante 43,3%. El resultado es mejor que el obtenido para el mismo periodo el año pasado. Las previsiones de ventas para el siguiente trimestre también son más optimistas que las realizadas hace un año para el mismo periodo.

Por sectores, el de equipamiento del hogar es el que refleja la mejor evolución. Para el próximo trimestre, motor-transporte y equipamiento personal manifiestan las expectativas más optimistas y las menos favorables se producen en equipamiento del hogar.

En el primer trimestre de 2005 los precios fueron "mayores" en el 28,4% de los comercios, se mantuvieron "estables" en el 59,2% y fueron "menores" en el restante 12,4%. La situación es muy similar a la del mismo trimestre del año pasado y las expectativas de evolución de los precios para el segundo trimestre de 2005 son igualmente similares a las manifestadas hace un año para el mismo periodo.

En los establecimientos de motor-transporte, alimentación, diversos y equipamiento del hogar fue en los que aumentaron los precios de forma más significativa. Si se cumplen las previsiones de los comerciantes, aumentarán más los precios en alimentación, equipamiento del hogar, ocio y diversos.

Las previsiones de empleo para el próximo trimestre se manifiestan ligeramente más favorables que el trimestre anterior, el 2,5% respondió que espera "aumentar" su plantilla, el 96% que las expectativas son de "mantenerse" con el mismo número de empleados, y el 1,5% restante espera "disminuir" empleo. El sector de motor-transporte lidera las perspectivas de creación de empleo, con un 12,5% de previsiones de "aumentar".

Las expectativas de los comercios para el segundo trimestre son de "mantenerse" en el 84,6% de los casos, de "invertir" en el 12,4%, de "cambio de actividad" en el 1% y de "traspaso o cierre" en el 2% de los establecimientos encuestados. Destaca el aumento de perspectivas inversoras, que alcanza el mayor porcentaje de respuestas de los últimos trimestres. Por sectores, diversos manifiesta las mayores expectativas de "invertir" con un 20% de contestaciones, seguido de equipamiento personal con el 14,6%. Destacar también que el sector de alimentación concentra la totalidad de respuestas de "traspaso o cierre".

Con el patrocinio de:

