

# Informe de Coyuntura Comercial Minorista de Cantabria (Informe nº46 - Segundo Trimestre 2005)

Los datos que a continuación se exponen, corresponden a la encuesta de coyuntura comercial relativa al segundo trimestre de 2005. El número total de comerciantes entrevistados ha sido 186, 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 (59 comercios), equipamiento del hogar (24 comercios), equipamiento personal (35 comercios), ocio (33 comercios), motor-transporte (8 comercios) y diversos (27 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

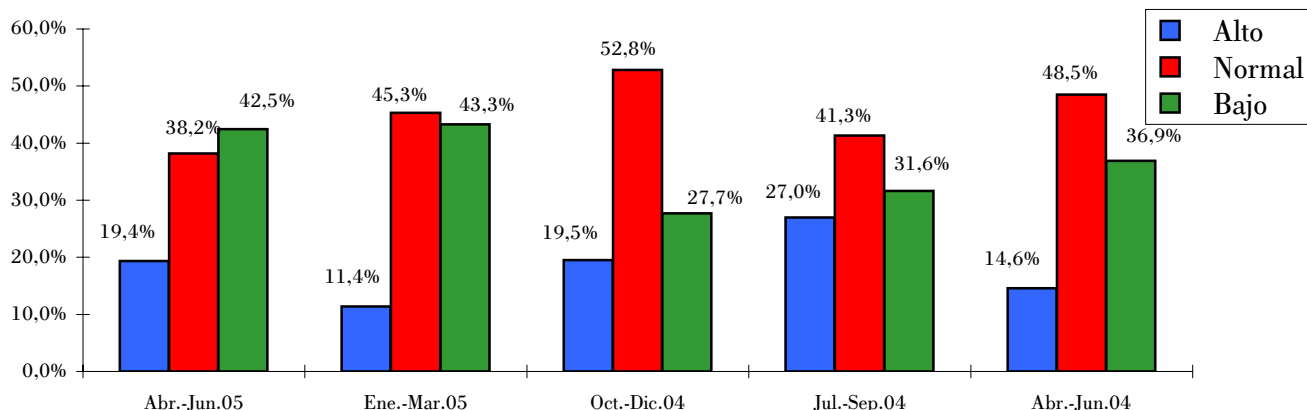
## 1) SITUACIÓN EN FUNCIÓN DEL NIVEL DE VENTAS

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

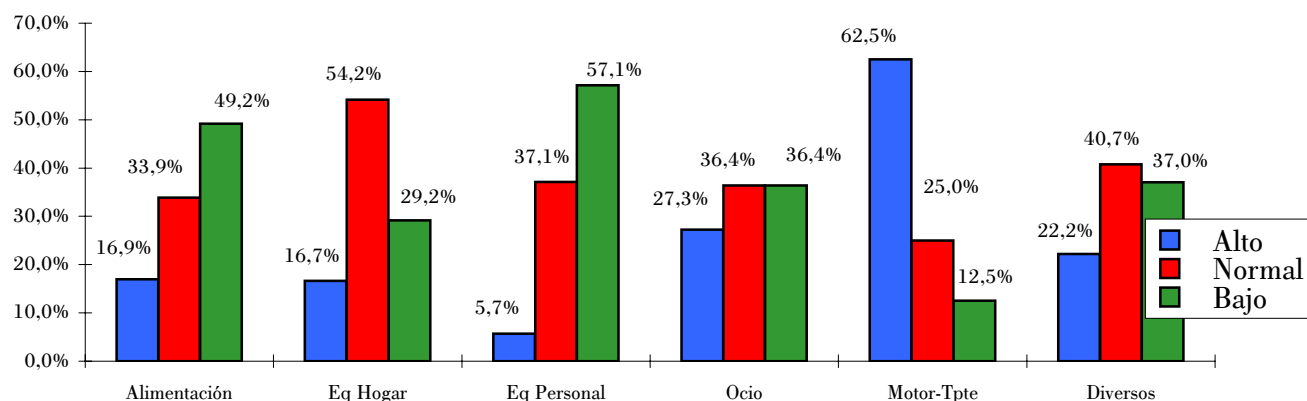
El volumen de ventas de los comercios de la región fue "alto" según el 19,4% de encuestados, el 38,2% respondió que fue "normal" y el 42,5% estimó que fue "bajo". El resultado es más positivo que el del trimestre anterior y en términos de saldos de respuestas, similar al obtenido en el mismo trimestre del año pasado (tabla nº1).

Mejoran los resultados en los sectores de equipamiento del hogar, ocio, diversos y especialmente en motor-transporte respecto al mismo trimestre del año pasado, se mantienen en alimentación y caen en esa misma comparación en equipamiento personal.

|               | <b>Abr.-Jun.05</b> | <b>Ene.-Mar.05</b> | <b>Oct.-Dic.04</b> | <b>Jul.-Sep.04</b> | <b>Abr.-Jun.04</b> |
|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Alto</b>   | 19,4%              | 11,4%              | 19,5%              | 27,0%              | 14,6%              |
| <b>Normal</b> | 38,2%              | 45,3%              | 52,8%              | 41,3%              | 48,5%              |
| <b>Bajo</b>   | 42,5%              | 43,3%              | 27,7%              | 31,6%              | 36,9%              |



|               | <b>Alimentación</b> | <b>Eq Hogar</b> | <b>Eq Personal</b> | <b>Ocio</b> | <b>Motor-Tpte</b> | <b>Diversos</b> |
|---------------|---------------------|-----------------|--------------------|-------------|-------------------|-----------------|
| <b>Alto</b>   | 16,9%               | 16,7%           | 5,7%               | 27,3%       | 62,5%             | 22,2%           |
| <b>Normal</b> | 33,9%               | 54,2%           | 37,1%              | 36,4%       | 25,0%             | 40,7%           |
| <b>Bajo</b>   | 49,2%               | 29,2%           | 57,1%              | 36,4%       | 12,5%             | 37,0%           |

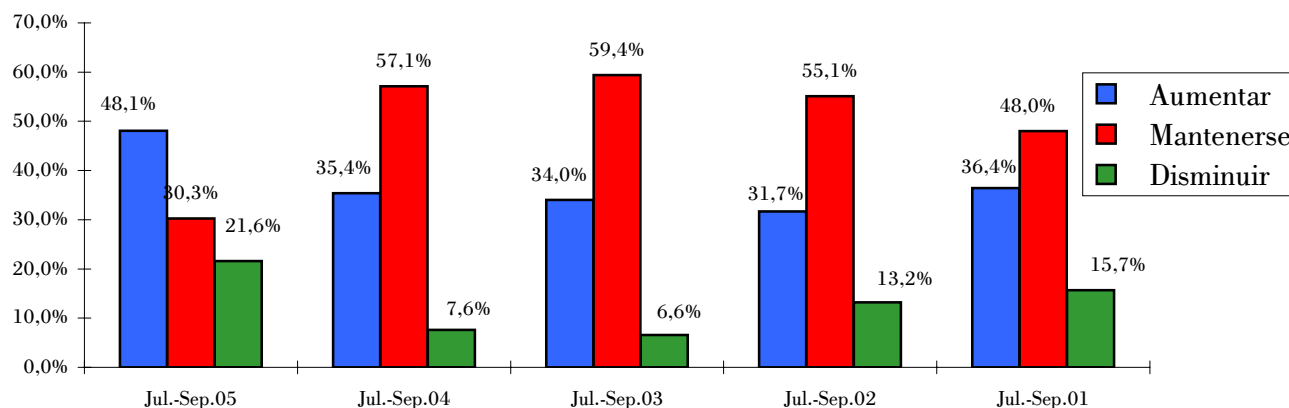


### 1.b- Tendencia prevista en las ventas para el próximo trimestre

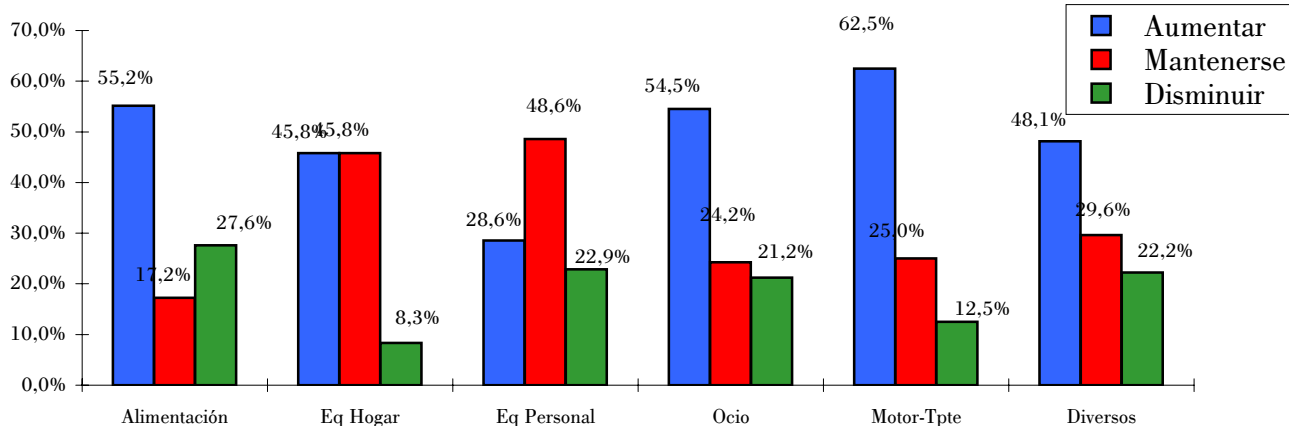
Las expectativas de ventas para el siguiente trimestre, el tercero en esta ocasión, son similares en saldos de respuestas (diferencia entre las contestaciones "aumentar" y "disminuir") a las manifestadas para el mismo periodo en los últimos 3 años (tabla nº3). El 48,1% espera "aumentar" sus ventas, el 30,3% espera "mantenerse" y el 21,6% respondió que la tendencia será "disminuir".

Las perspectivas de ventas a corto plazo son más favorables en los sectores de "motor transporte" y en "equipamiento del hogar". En equipamiento personal se produce el menor porcentaje de respuestas de "aumentar".

| TABLA Nº 3                                     |             |             |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Tendencia prevista en las ventas (Jul.-Sep.05) |             |             |             |             |             |
|  | Jul.-Sep.05 | Jul.-Sep.04 | Jul.-Sep.03 | Jul.-Sep.02 | Jul.-Sep.01 |
| <b>Aumentar</b>                                | 48,1%       | 35,4%       | 34,0%       | 31,7%       | 36,4%       |
| <b>Mantenerse</b>                              | 30,3%       | 57,1%       | 59,4%       | 55,1%       | 48,0%       |
| <b>Disminuir</b>                               | 21,6%       | 7,6%        | 6,6%        | 13,2%       | 15,7%       |



| TABLA Nº 4  |              |          |             |       |            |          |
|---|--------------|----------|-------------|-------|------------|----------|
| Tendencia prevista en las ventas por sectores (Jul.-Sep.05) |              |          |             |       |            |          |
|   | Alimentación | Eq Hogar | Eq Personal | Ocio  | Motor-Tpte | Diversos |
| <b>Aumentar</b>   | 55,2%        | 45,8%    | 28,6%       | 54,5% | 62,5%      | 48,1%    |
| <b>Mantenerse</b>   | 17,2%        | 45,8%    | 48,6%       | 24,2% | 25,0%      | 29,6%    |
| <b>Disminuir</b>  | 27,6%        | 8,3%     | 22,9%       | 21,2% | 12,5%      | 22,2%    |



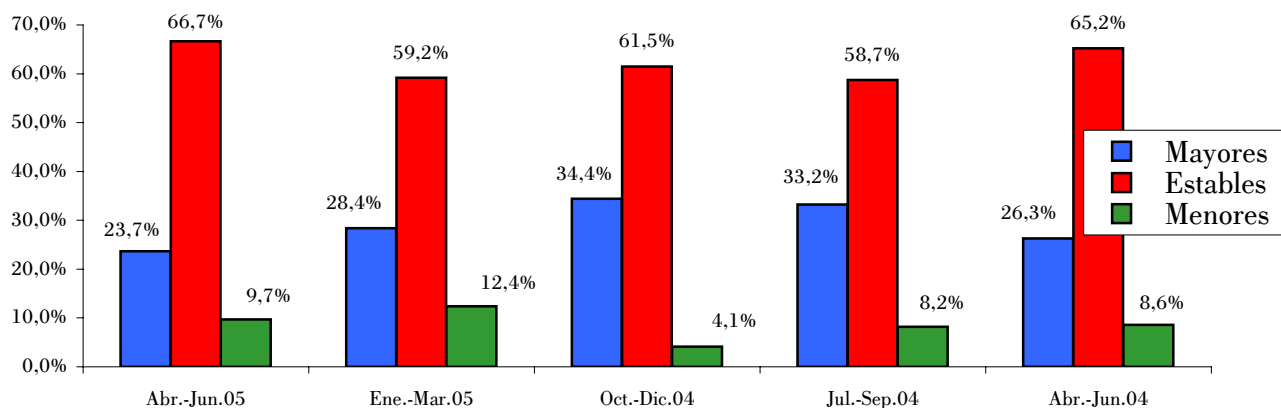
## 2) PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO

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

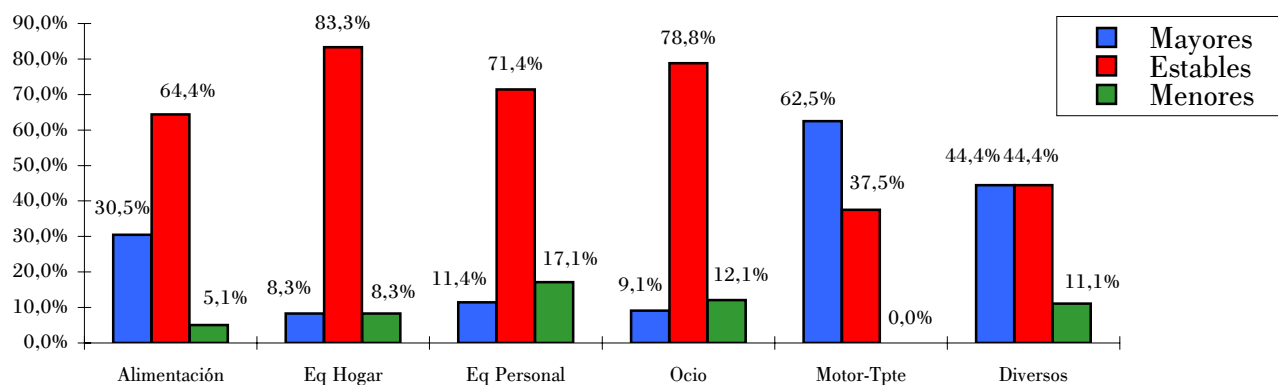
Los precios de venta al público en los establecimientos comerciales durante el segundo trimestre de 2005 fueron "mayores" según el 23,7% de encuestados, fueron "estables" conforme la opinión del 66,7% y "menores" en el 9,7% de los establecimientos. Este resultado es más moderado en la tendencia de aumento que el obtenido en los últimos trimestres (tabla nº5).

Aumentaron más los precios en motor-transporte diversos y alimentación según se refleja en los resultados por sectores (tabla nº6).

| TABLA Nº 5                                |             |             |             |             |             |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Precios de venta al público (Abr.-Jun.05) |             |             |             |             |             |
|   | Abr.-Jun.05 | Ene.-Mar.05 | Oct.-Dic.04 | Jul.-Sep.04 | Abr.-Jun.04 |
| <b>Mayores</b>                            | 23,7%       | 28,4%       | 34,4%       | 33,2%       | 26,3%       |
| <b>Estables</b>                           | 66,7%       | 59,2%       | 61,5%       | 58,7%       | 65,2%       |
| <b>Menores</b>                            | 9,7%        | 12,4%       | 4,1%        | 8,2%        | 8,6%        |



| TABLA Nº 6   |              |          |             |       |            |          |
|--|--------------|----------|-------------|-------|------------|----------|
| Precios de venta al público por sectores (Abr.-Jun.05) |              |          |             |       |            |          |
|  | Alimentación | Eq Hogar | Eq Personal | Ocio  | Motor-Tpte | Diversos |
| <b>Mayores</b>   | 30,5%        | 8,3%     | 11,4%       | 9,1%  | 62,5%      | 44,4%    |
| <b>Estables</b>  | 64,4%        | 83,3%    | 71,4%       | 78,8% | 37,5%      | 44,4%    |
| <b>Menores</b>   | 5,1%         | 8,3%     | 17,1%       | 12,1% | 0,0%       | 11,1%    |

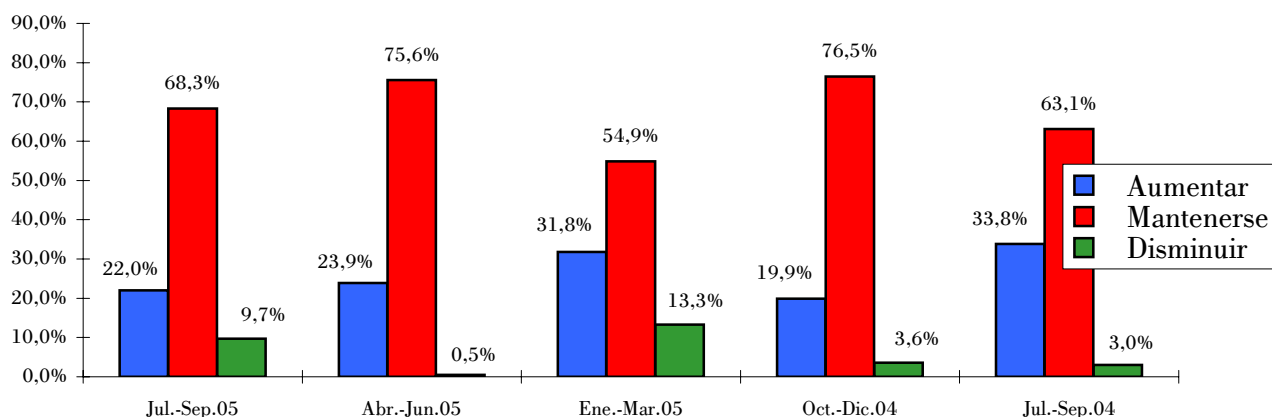


## 2.b- Precios de venta al público para el próximo trimestre

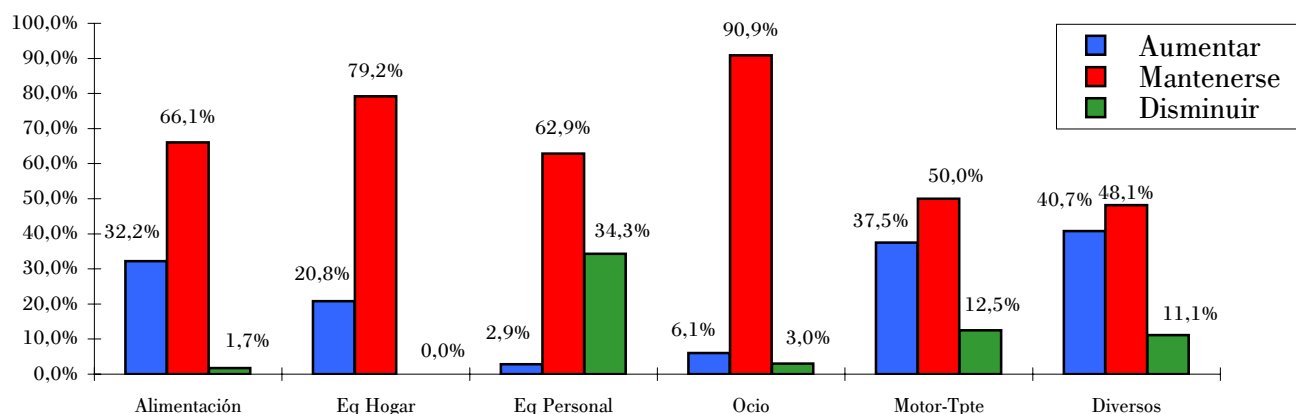
Respecto a la evolución esperada de los precios para el siguiente trimestre, se produce una moderación de las expectativas respecto a trimestres anteriores (tabla nº7).

Motor-transporte, alimentación y diversos son los sectores donde las respuestas de aumento son mayores con el 37,5%, 32,2% y 40,7% respectivamente. En equipamiento personal las rebajas de julio y agosto hacen que el número de contestaciones de reducción de precios sea muy superior a las de aumento.

| TABLA Nº 7   |             |             |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Evolución de los precios de venta al público (Jul.-Sep.05) |             |             |             |             |             |
|  | Jul.-Sep.05 | Abr.-Jun.05 | Ene.-Mar.05 | Oct.-Dic.04 | Jul.-Sep.04 |
| <b>Aumentar</b>  | 22,0%       | 23,9%       | 31,8%       | 19,9%       | 33,8%       |
| <b>Mantenerse</b>  | 68,3%       | 75,6%       | 54,9%       | 76,5%       | 63,1%       |
| <b>Disminuir</b>   | 9,7%        | 0,5%        | 13,3%       | 3,6%        | 3,0%        |



| TABLA Nº 8  |              |          |             |       |            |          |
|---|--------------|----------|-------------|-------|------------|----------|
| Evolución de los precios de venta al público por sectores (Jul.-Sep.05) |              |          |             |       |            |          |
|   | Alimentación | Eq Hogar | Eq Personal | Ocio  | Motor-Tpte | Diversos |
| <b>Aumentar</b>   | 32,2%        | 20,8%    | 2,9%        | 6,1%  | 37,5%      | 40,7%    |
| <b>Mantenerse</b>   | 66,1%        | 79,2%    | 62,9%       | 90,9% | 50,0%      | 48,1%    |
| <b>Disminuir</b>  | 1,7%         | 0,0%     | 34,3%       | 3,0%  | 12,5%      | 11,1%    |

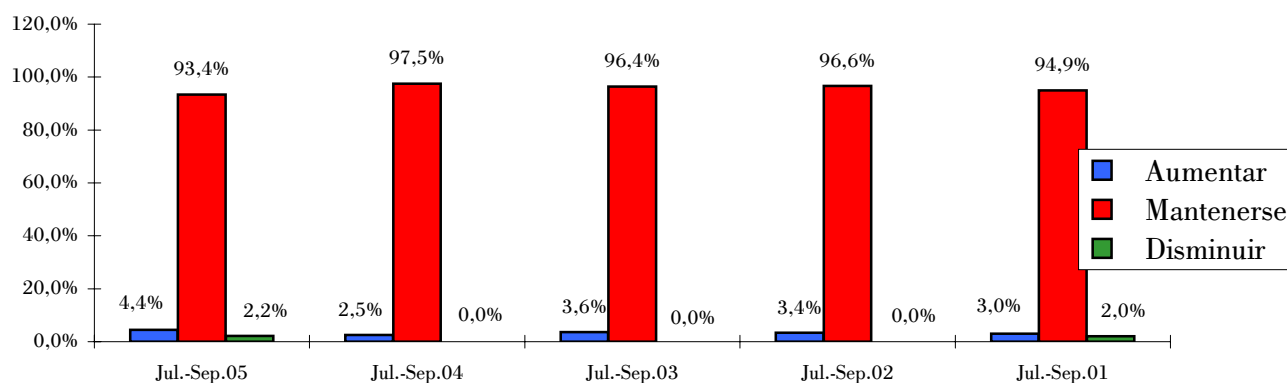


### 3) PREVISIÓN DE EMPLEO PARA EL PRÓXIMO TRIMESTRE

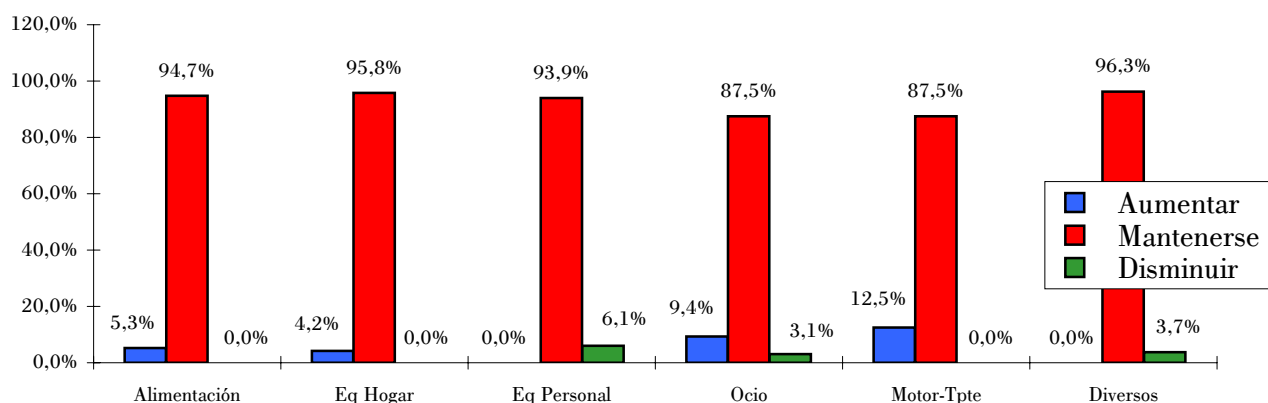
La previsión de empleo para el tercer trimestre es también como en las preguntas anteriores, muy similar a la manifestada para el mismo trimestre en años anteriores. El 4,4% de establecimientos respondió que aumentará su plantilla, el 93,4% manifiesta expectativas de mantenimiento del empleo y el restante 2,2% reducirá el número de empleados.

En dos sectores comerciales: equipamiento personal y diversos se manifiestan mayores expectativas de reducción de empleo que de aumento. En el resto se produce la situación contraria, siendo motor-transporte el sector con mayores perspectivas de creación de empleo.

| TABLA N° 9                        |             |             |             |             |             |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Previsión de empleo (Jul.-Sep.05) |             |             |             |             |             |
|                                   | Jul.-Sep.05 | Jul.-Sep.04 | Jul.-Sep.03 | Jul.-Sep.02 | Jul.-Sep.01 |
| <b>Aumentar</b>                   | 4,4%        | 2,5%        | 3,6%        | 3,4%        | 3,0%        |
| <b>Mantenerse</b>                 | 93,4%       | 97,5%       | 96,4%       | 96,6%       | 94,9%       |
| <b>Disminuir</b>                  | 2,2%        | 0,0%        | 0,0%        | 0,0%        | 2,0%        |



| TABLA N° 10                                    |              |          |             |       |            |          |
|--|--------------|----------|-------------|-------|------------|----------|
| Evolución de empleo por sectores (Jul.-Sep.05) |              |          |             |       |            |          |
|  | Alimentación | Eq Hogar | Eq Personal | Ocio  | Motor-Tpte | Diversos |
| <b>Aumentar</b>                                | 5,3%         | 4,2%     | 0,0%        | 9,4%  | 12,5%      | 0,0%     |
| <b>Mantenerse</b>                              | 94,7%        | 95,8%    | 93,9%       | 87,5% | 87,5%      | 96,3%    |
| <b>Disminuir</b>                               | 0,0%         | 0,0%     | 6,1%        | 3,1%  | 0,0%       | 3,7%     |



#### 4) EXPECTATIVAS DE LA EMPRESA COMERCIAL

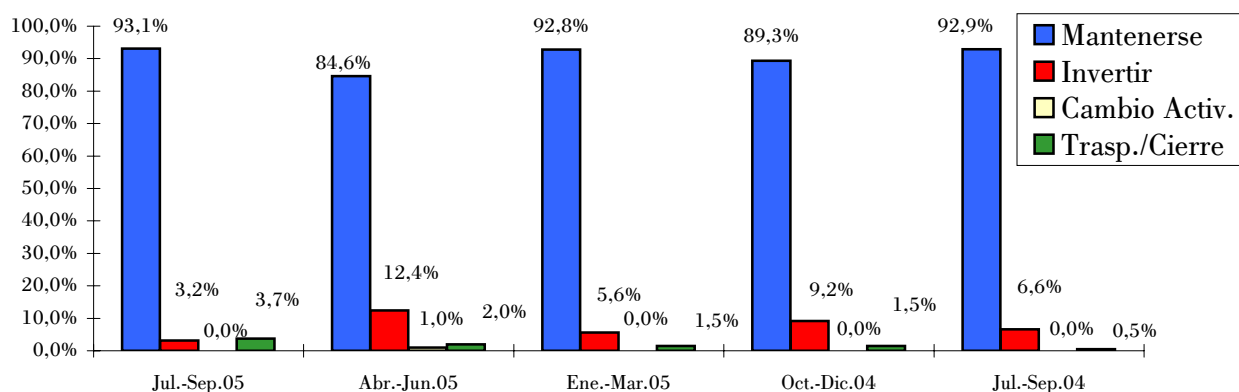
En relación con el futuro a tres meses vista de los comercios cántabros, el 93,1% respondieron que esperan "mantenerse", el 3,2% respondieron que tienen previsto "invertir", ningún establecimiento de los encuestados manifiesta previsiones de "cambio de actividad" y finalmente un 3,7% tiene expectativas de "traspaso o cierre".

Como es habitual, el sector más dinámico en inversiones es el de motor-transporte, donde el 11,1% de los comercios respondieron que invertirán. Las respuestas de traspaso-cierre son manifestadas en mayor medida en esta ocasión en el sector de equipamiento personal, con el 8,6% del total.

**TABLA N° 11**

**Expectativas de su empresa a 3 meses vista (Jul.-Sep.05)**

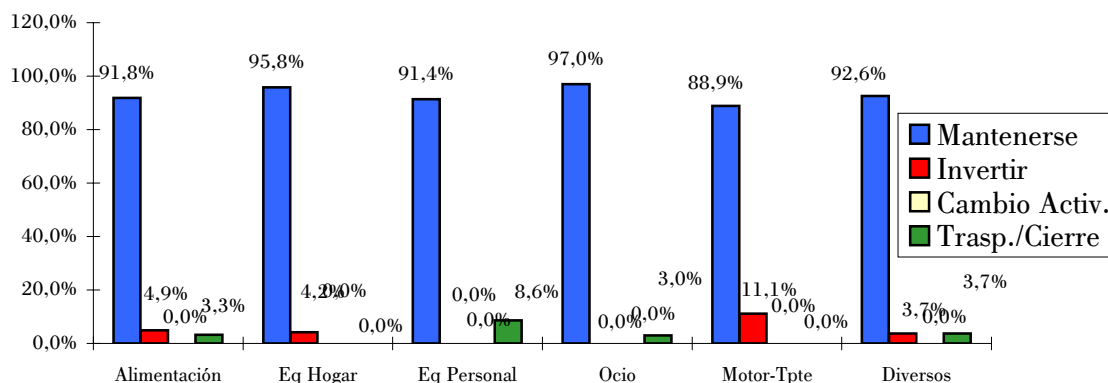
|                      | Jul.-Sep.05 | Abr.-Jun.05 | Ene.-Mar.05 | Oct.-Dic.04 | Jul.-Sep.04 |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Mantenerse</b>    | 93,1%       | 84,6%       | 92,8%       | 89,3%       | 92,9%       |
| <b>Invertir</b>      | 3,2%        | 12,4%       | 5,6%        | 9,2%        | 6,6%        |
| <b>Cambio Activ.</b> | 0,0%        | 1,0%        | 0,0%        | 0,0%        | 0,0%        |
| <b>Trasp./Cierre</b> | 3,7%        | 2,0%        | 1,5%        | 1,5%        | 0,5%        |



**TABLA N° 12**

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

|                      | Alimentación | Eq Hogar | Eq Personal | Ocio  | Motor-Tpte | Diversos |
|----------------------|--------------|----------|-------------|-------|------------|----------|
| <b>Mantenerse</b>    | 91,8%        | 95,8%    | 91,4%       | 97,0% | 88,9%      | 92,6%    |
| <b>Invertir</b>      | 4,9%         | 4,2%     | 0,0%        | 0,0%  | 11,1%      | 3,7%     |
| <b>Cambio Activ.</b> | 0,0%         | 0,0%     | 0,0%        | 0,0%  | 0,0%       | 0,0%     |
| <b>Trasp./Cierre</b> | 3,3%         | 0,0%     | 8,6%        | 3,0%  | 0,0%       | 3,7%     |



## 5) RESUMEN

El volumen de ventas de los comercios de la región fue "alto" según el 19,4% de encuestados, el 38,2% respondió que fue "normal" y el 42,5% estimó que fue "bajo". El resultado es más positivo que el del trimestre anterior y similar al obtenido en el mismo trimestre del año pasado. Las expectativas de ventas para el siguiente trimestre son similares a las manifestadas para el mismo periodo en los últimos 3 años. El 48,1% espera "aumentar" sus ventas, el 30,3% espera "mantenerse" y el 21,6% respondió que la tendencia será "disminuir".

Mejoran los resultados en los sectores de equipamiento del hogar, ocio, diversos y especialmente en motor-transporte respecto al mismo trimestre del año pasado, se mantienen en alimentación y caen en esa misma comparación en equipamiento personal. Las perspectivas de ventas a corto plazo son más favorables en los sectores de "motor transporte" y en "equipamiento del hogar". En equipamiento personal se produce el menor porcentaje de respuestas de "aumentar".

Los precios de venta al público en los establecimientos comerciales durante el segundo trimestre de 2005 fueron "mayores" según el 23,7% de encuestados, fueron "estables" conforme la opinión del 66,7% y "menores" en el 9,7% de los establecimientos. El resultado presenta una moderación en la tendencia de aumento respecto a los últimos trimestres. Los mayores aumentos de precios se produjeron en motor-transporte, diversos y alimentación según se refleja en los resultados por sectores. Respecto a la evolución esperada de los precios para el siguiente trimestre, se produce una moderación de las expectativas respecto a trimestres anteriores. Motor-transporte, alimentación y diversos son los sectores donde las respuestas de aumento son mayores con el 37,5%, 32,2% y 40,7% respectivamente. En equipamiento personal las rebajas de julio y agosto hacen que el número de contestaciones de reducción de precios sea muy superior a las de aumento.

En relación con el futuro a tres meses vista de los comercios, el 93,1% respondieron que esperan "mantenerse", el 3,2% respondieron que tienen previsto "invertir", ningún establecimiento de los encuestados manifiesta previsiones de "cambio de actividad" y finalmente un 3,7% tiene expectativas de "traspaso o cierre". Como es habitual, el sector más dinámico en inversiones es el de motor-transporte. Las respuestas de traspaso-cierre son manifestadas en mayor medida en esta ocasión en el sector de equipamiento personal, con el 8,6% del total.

Con el patrocinio de:

