

02

La situación del sector comercial valenciano.

02.1 El comercio como sector económico. Principales magnitudes.

El presente apartado describe el papel del comercio minorista en la economía de la Comunitat Valenciana y pretende arrojar luz a aspectos relacionados con la productividad de esta actividad económica, el valor añadido bruto que aporta a la economía regional y el empleo que genera.

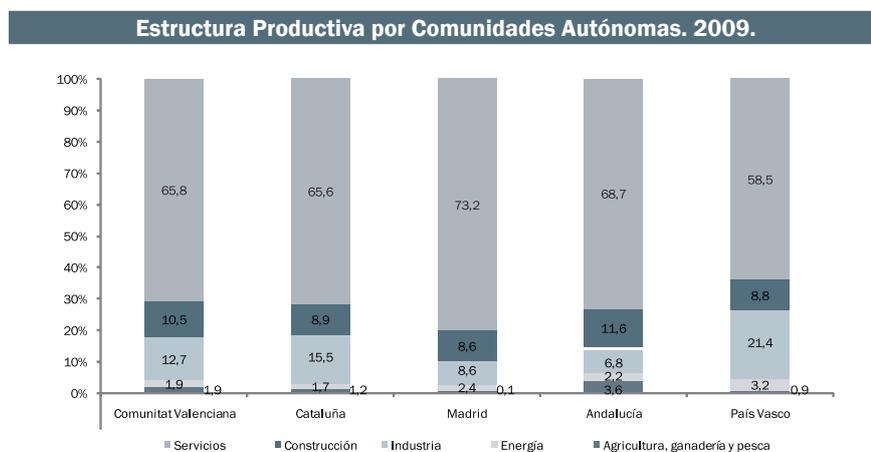
Debido al nivel de desagregación de la información económica disponible es posible que determinada información no esté disponible para la subactividad del comercio al por menor, en dicho caso se ofrecerá la información disponible correspondiente a la actividad comercial.

Dentro de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), modificada en el año 2009, la actividad comercial pertenece al grupo G y se divide en tres subactividades: venta y reparación de vehículos a motor (CNAE 45), comercio mayorista e intermediarios de comercio (CNAE 46) y comercio minorista (CNAE 47).

02.1.1 Contribución del comercio minorista al PIB de la Comunitat Valenciana.

La Comunitat Valenciana se encuentra entre las comunidades autónomas con una mayor contribución del sector servicios a la estructura productiva. Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2009, el 65,8% del Producto Interior Bruto de la Comunitat Valenciana procedió del sector servicios.

Entre las actividades económicas del sector terciario con mayor dinamismo en la Comunitat Valenciana se encuentran los servicios destinados a las empresas y los servicios inmobiliarios. Este grupo de actividad genera el 16,4% del Producto Interior Bruto de la Comunitat Valenciana. La actividad comercial es la segunda actividad económica en lo que a contribución al Producto Interior Bruto se refiere, con una contribución del 11,3% ¹. Este porcentaje es superior al de otras actividades como hostelería que aportó el 6,3% o transporte y comunicaciones que aportó el 5,4%.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

En otras comunidades autónomas, la contribución de la actividad comercial al PIB es menor que en la Comunitat Valenciana. En Cataluña esta aportación es del 10,4% y en la Comunidad Autónoma de Madrid asciende al 9,3%.

Tabla 2.1 Contribución de las actividades del sector servicios al PIB, según Comunidades Autónomas. Año 2008.

| | Comunitat Valenciana | Cataluña | Madrid | Andalucía | País Vasco | España |
|---|----------------------|----------|--------|-----------|------------|--------|
| Inmobiliarias y servicios empresariales | 16,4 | 16,7 | 20,3 | 16,3 | 13,0 | 16,1 |
| Comercio y reparación | 11,3 | 10,4 | 9,3 | 10,0 | 8,8 | 9,6 |
| Transporte y comunicaciones | 5,4 | 6,4 | 9,3 | 5,1 | 5,5 | 6,2 |
| Hostelería | 6,3 | 6,6 | 5,7 | 6,4 | 5,7 | 6,6 |
| Actividades sanitarias y veterinarias; servicios sociales | 5,3 | 5,0 | 4,3 | 5,6 | 5,4 | 5,4 |
| Administración pública | 4,3 | 3,8 | 6,1 | 6,5 | 4,9 | 5,7 |
| Intermediación financiera | 4,5 | 5,0 | 7,2 | 4,0 | 4,6 | 4,9 |
| Otros servicios | 9,2 | 7,5 | 8,3 | 9,9 | 7,6 | 8,5 |

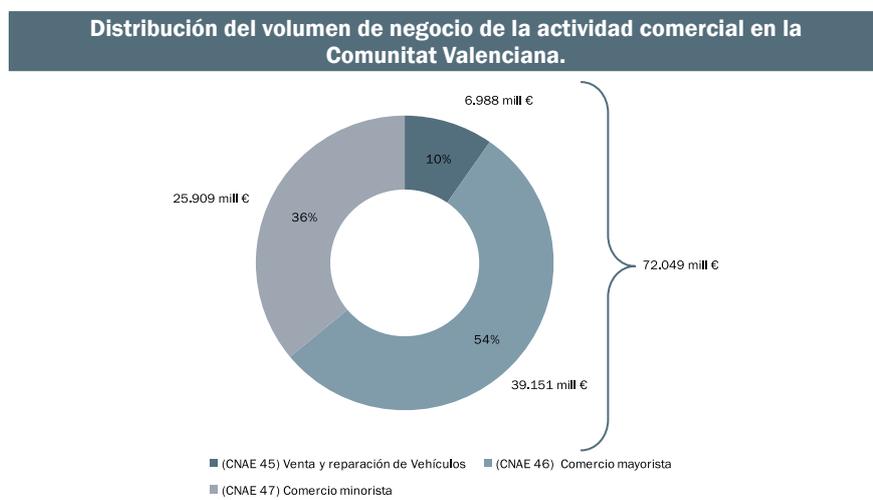
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

¹ Último dato publicado por el Instituto Nacional de Estadística referente a la Contabilidad Regional correspondiente al año 2008.

02.1.2 Volumen de negocio de la actividad comercial y del comercio minorista de la Comunitat Valenciana.

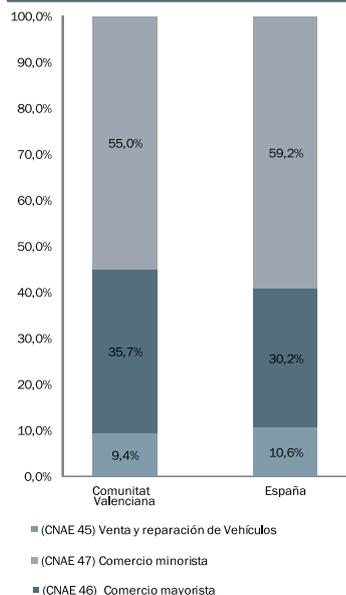
La actividad comercial es una de las actividades económicas más productivas. La cifra de negocios de la actividad comercial de la Comunitat Valenciana ascendió en el año 2008 a 72.049,72 millones de euros². Esta cifra se sitúa por encima de la cifra de negocios de la industria, que, según el Instituto Nacional de Estadística, ascendió a 64.420,06 millones de euros.

El comercio al por menor de la Comunitat Valenciana aporta el 36% de la cifra de negocio de la actividad comercial, que en el año 2008 ascendió a 25.909,23 millones de euros.



Fuente: Encuesta Anual de Comercio 2008. INE.

Distribución de las afiliaciones a la Seguridad Social en la actividad comercial. Comunitat Valenciana.



Fuente: Seguridad Social. Noviembre 2010.

02.1.3 El empleo en la actividad comercial y en el comercio minorista.

La actividad comercial (comercio mayorista, minorista y reparación) es la actividad económica con mayor capacidad para generación de empleo. La evolución de la ocupación en esta actividad entre el año 2000 y 2009 indica un incremento 14% a nivel nacional³. En el año 2010 el 19% de las afiliaciones a la Seguridad Social eran de la actividad comercial, lo que representa más de 3.000.000 de puestos de trabajo⁴. Otras actividades como las relacionadas con el sector industrial o la construcción se encuentran por debajo de la actividad industrial, en lo que a empleo se refiere, con el 14% y el 9% de las afiliaciones respectivamente.

En el caso de la economía valenciana, la evolución del número de ocupados en la actividad comercial desde el año 2000 ha sido superior al de España, alcanzando el 20%⁵. De esta manera, el 22% de las afiliaciones a la Seguridad Social corresponden a la actividad comercial⁶. Este porcentaje representa más 350.000 puestos de trabajo, situando a la actividad comercial valenciana como uno de los pilares de la economía regional. Las actividades relacionadas con la industria concentran el 16% de las afiliaciones y las relacionadas con la construcción el 9%.

2 Último dato publicado por el Instituto Nacional de Estadística en relación a la facturación de la actividad comercial de la Comunitat Valenciana, correspondiente al año 2008.

3 Evolución del número de ocupados en la actividad comercial entre el año 2000 y 2009 en España. INE.

4 3.069.292 afiliaciones a la Seguridad Social en España en la actividad Comercial. 31 de diciembre de 2010.

5 Evolución del número de ocupados en la actividad comercial entre el año 2000 y 2008 en la Comunitat Valenciana. INE.

6 352.076 afiliaciones a la Seguridad Social en la Comunitat Valenciana en la actividad comercial. 31 de diciembre de 2010.

El comercio al por menor es la subactividad con mayor representación dentro de la actividad comercial⁷ con 192.315 afiliaciones en el año 2010. Por su parte, el comercio mayorista concentra el 36% de las afiliaciones de la actividad comercial, lo que equivale a casi 125.000 afiliaciones. La venta y reparación de vehículos representa el 9,4% de las afiliaciones en la Seguridad Social, dentro de la actividad comercial, el equivalente a 32.742 afiliaciones.

La evolución del número de ocupados desde el año 2000 en el comercio minorista en la Comunitat Valenciana se ha incrementado de manera sustancial respecto a España. Mientras a nivel nacional el nivel de ocupados se ha incrementado en un 16% en la Comunitat Valenciana este incremento ha sido del 31%, lo que pone de manifiesto la importancia de esta rama de actividad dentro de la economía regional⁸.

Tabla 2.2 Número de afiliaciones a la Seguridad Social. Comunitat Valenciana y España.

| | Comunitat Valenciana | | España | |
|--------------------------------|----------------------|---------------|-------------------|---------------|
| | Afiliaciones | % | Afiliaciones | % |
| Agricultura, ganadería y pesca | 19.250 | 1,2% | 333.499 | 2,1% |
| Energía e industria | 255.923 | 16,1% | 2.233.741 | 13,7% |
| Construcción | 135.290 | 8,5% | 1.422.948 | 8,8% |
| Actividad comercial | 352.076 | 22,2% | 3.069.292 | 18,9% |
| Transporte | 79.622 | 5,0% | 822.001 | 5,1% |
| Hospedaje y hostelería | 140.074 | 8,8% | 1.215.835 | 7,5% |
| Admon. pública y defensa | 96.847 | 6,1% | 1.091.184 | 6,7% |
| Actividades sanitarias | 127.965 | 8,1% | 1.512.965 | 9,3% |
| Resto de actividades | 378.285 | 23,9% | 4.560.378 | 28,0% |
| Total | 1.585.332 | 100,0% | 16.261.843 | 100,0% |

Fuente. Seguridad Social. Diciembre 2010.

02.1.4 Tejido empresarial.

En la Comunitat Valenciana una de cada cuatro empresas desarrolla su actividad en el comercio, superando la cifra de 90.000 empresas comerciales, superando a la actividad industrial, con 25.000 empresas y a la construcción con 56.000 empresas.

Las empresas comerciales de la Comunitat Valenciana representan el 11% de las empresas comerciales de España. Estas empresas son, en su mayoría, empresas de pequeño tamaño: el 98% tienen menos de 10 trabajadores.

Dentro de las empresas comerciales de la Comunitat Valenciana, el comercio al por menor representa el 61%, con más de 55.700 empresas. Si se compara con el número de empresas a nivel global, el comercio al por menor concentra el 15,8% de las empresas de la Comunitat Valenciana. Esta representatividad ha permanecido constante durante los últimos años.

⁷ 124.766 afiliaciones a la Seguridad Social en comercio mayorista en la Comunitat Valenciana. 31 de diciembre de 2010.

⁸ Evolución del número de ocupados en el comercio al por menor entre el año 2000 y 2008 en la Comunitat Valenciana. INE.

02.2 La estructura comercial minorista de la Comunitat Valenciana.

02.2.1 Estructura comercial minorista.

02.2.1.1 Actividades y establecimientos comerciales minoristas.

La oferta comercial minorista valenciana en 2009 según el Anuario Económico de La Caixa, la componen 101.594 actividades comerciales minorista, representando el 11,0% nacional y situando a la Comunitat Valenciana en la 3ª autonomía en número de actividades por detrás de Andalucía y Cataluña.

La oferta comercial minorista valenciana la componen 68.371 puntos⁹ de venta, localizándose la mitad de la oferta en la provincia de Valencia (33.779).

La provincia de Alicante es la segunda provincia en número de establecimientos comerciales minoristas con 25.083 puntos de venta, representando el 36,7% de la oferta comercial minorista regional. La provincia de Castellón con 9.509 puntos de venta concentra el 13,9% de la oferta comercial autonómica.

| Tabla 2.3 Número de actividades comerciales minoristas por Comunidades Autónomas. 2009. | | |
|---|------------------------------------|--------------|
| | Actividades comerciales minoristas | % |
| Andalucía | 165.573 | 17,9 |
| Aragón | 26.787 | 2,9 |
| Asturias | 24.520 | 2,7 |
| Illes Balears | 23.303 | 2,5 |
| Canarias | 43.980 | 4,8 |
| Cantabria | 13.010 | 1,4 |
| Castilla y León | 52.944 | 5,7 |
| Castilla - La Mancha | 42.302 | 4,6 |
| Cataluña | 151.670 | 16,4 |
| Comunitat Valenciana | 101.594 | 11,0 |
| Extremadura | 26.680 | 2,9 |
| Galicia | 61.014 | 6,6 |
| Madrid | 99.999 | 10,8 |
| Murcia | 26.718 | 2,9 |
| Navarra | 15.705 | 1,7 |
| País Vasco | 38.691 | 4,2 |
| La Rioja | 7.244 | 0,8 |
| Ceuta | 1.691 | 0,2 |
| Melilla | 1.691 | 0,2 |
| España | 925.116 | 100,0 |

Fuente: Anuario Económico de España, 2010. Servicio de Estudios de La Caixa.

02.2.1.2 Estructura comercial y evolución reciente.

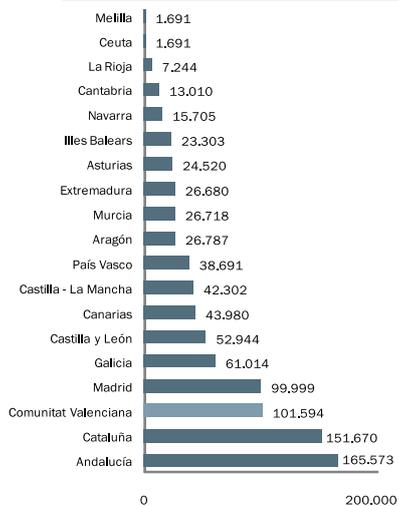
La oferta comercial minorista valenciana se ha incrementado en 9.642 puntos de venta en casi 20 años, entre 1991 y 2010. En términos relativos supone un crecimiento del 16,4% en este periodo.

De estos datos se desprende que, por término medio, cada año hay 482 comercios más en la Comunitat Valenciana. No obstante, la evolución de la oferta comercial minorista valenciana refleja varias etapas:

- La primera etapa, entre 1991-1996 marcada por un ritmo de crecimiento del 11,3%. En estos cinco años se produce un aumento de 6.611 puntos de venta, unos 1.600 comercios más por año.

⁹ Los datos estimados por la Oficina Comercio y Territorio del Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio de la Comunitat Valenciana, constituyen la fuente de referencia utilizada para el análisis de este capítulo. La estimación se ha realizado a partir de la depuración y explotación del Registro de Actividades Comerciales de la Dirección General de Comercio y Consumo de la Conselleria de Economía, Industria y Comercio y fuentes especializadas del sector.

Número de actividades comerciales minoristas, 2009.



Fuente: Anuario Económico de España, 2010. Servicio de Estudios de La Caixa.

- La segunda etapa, entre 1996 y 2005, el ritmo de crecimiento se sitúa en un 13,3%, lo que supone la presencia de 8.715 puntos de venta más en estos 9 años. En este periodo se produce un incremento neto, por término medio, 960 comercios más al año.
- Y la última etapa, 2005-2010, se observa un retroceso de la oferta comercial, con 5.684 comercios menos, lo que supone una pérdida del 7,7%. Por término medio, cada año, se pierden 1.100 puntos de venta. Si bien cabe señalar que este último periodo coincide con un momento económico de crisis en la que todos los sectores productivos se han visto afectados.

El análisis de la estructura comercial refleja una importante concentración comercial de la oferta comercial en establecimientos de alimentación, bebidas y perfumería. Estos negocios concentran el 36% de los puntos de venta.

Este tipo de negocios, junto los autoservicios y superservicios, representan al comercio de alimentación de proximidad más tradicional. Son estos comercios los que más han reducido el número de puntos de venta en los últimos 20 años, entre 1991 y 2010. Mientras que otros formatos de alimentación, como supermercados e hipermercados se han afianzado en el tejido comercial valenciano.

No obstante, es una tendencia general que se está produciendo en el sector. En este sentido, según los datos recogidos por AC Nielsen, a nivel estatal, se observa la pérdida de cuota de los establecimientos más tradicionales a favor de los supermercados, especialmente de los supermercados con una sala de venta superior a 1.000 metros cuadrados, que en 2008 tenían una cuota de ventas del 35,4% frente al 10,0% del año 1994.

Los comercios de venta de productos de consumo ocasional, equipamiento de la persona, equipamiento del hogar, ocio y cultura, tecnología y otros productos diversos no alimentarios, se han mantenido estables dentro de la estructura comercial y su evolución ha sido positiva en el periodo analizado. No obstante este tipo de comercios también han sufrido una estructuración de formatos, tal como se detalla más adelante.

Tabla 2.4 Número de establecimientos comerciales minoristas de la Comunitat Valenciana por provincias. Año 2010.

| Ámbitos provinciales | Alicante | | Castellón | | Valencia | | Comunitat Valenciana | |
|---|---------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|----------------------|------------|
| Grupos de actividad | Número | % | Número | % | Número | % | Número | % |
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 8.425 | 33,6 | 3.287 | 34,6 | 12.903 | 38,2 | 24.615 | 36,0 |
| Equipamiento personal | 5.016 | 20,0 | 1.830 | 19,2 | 5.870 | 17,4 | 12.716 | 18,6 |
| Equipamiento del hogar | 4.770 | 19,0 | 1.695 | 17,8 | 5.881 | 17,4 | 12.346 | 18,1 |
| Otro comercio al por menor | 5.810 | 23,2 | 2.245 | 23,6 | 7.373 | 21,8 | 15.428 | 22,6 |
| Ocio y cultura | 2.144 | 8,5 | 688 | 7,2 | 2.828 | 8,4 | 5.660 | 8,3 |
| Tecnología | 777 | 3,1 | 219 | 2,3 | 965 | 2,9 | 1.961 | 2,9 |
| Otros productos ocasionales | 2.889 | 11,5 | 1.338 | 14,1 | 3.580 | 10,6 | 7.807 | 11,4 |
| Medianas superficies especializadas | 219 | 0,9 | 76 | 0,8 | 250 | 0,7 | 545 | 0,8 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 36 | 0,1 | 18 | 0,2 | 30 | 0,1 | 84 | 0,1 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 807 | 3,2 | 358 | 3,8 | 1.472 | 4,4 | 2.637 | 3,9 |
| Autoservicios (40-120 m²) | 124 | 0,5 | 146 | 1,5 | 605 | 1,8 | 875 | 1,3 |
| Superservicios(121-399 m²) | 131 | 0,5 | 59 | 0,6 | 232 | 0,7 | 422 | 0,6 |
| Supermercados (400-2.500 m²) | 367 | 1,5 | 105 | 1,1 | 438 | 1,3 | 910 | 1,3 |
| Maxisuper(+2.500 m²) | 10 | 0,0 | 3 | 0,0 | 4 | 0,0 | 17 | 0,0 |
| Hipermercados | 12 | 0,0 | 4 | 0,0 | 14 | 0,0 | 30 | 0,0 |
| Autoservicios de descuento | 126 | 0,5 | 35 | 0,4 | 142 | 0,4 | 303 | 0,4 |
| Tiendas de conveniencia | 33 | 0,1 | 5 | 0,1 | 32 | 0,1 | 70 | 0,1 |
| Grandes almacenes | 4 | 0,0 | 1 | 0,0 | 5 | 0,0 | 10 | 0,0 |
| Total | 25.083 | 100 | 9.509 | 100 | 33.779 | 100 | 68.371 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

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

Entre 600 y 2.499 m² establecimientos dedicados a la venta de deportes, prendas de vestir, accesorios para vehículos, venta de artículos de decoración, bricolaje, juguetes, electrodomésticos, jardinería y ocio.

Entre 1.000 y 2.499 m² establecimientos dedicados a la venta de mobiliario.

Tabla 2.5 Distribución en % del número de establecimientos comerciales minoristas de la Comunitat Valenciana por provincias. Año 2010.

| Grupos de actividad | Alicante (%) | Castellón (%) | Valencia (%) | Comunitat Valenciana (%) |
|--|--------------|---------------|--------------|--------------------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 34,2 | 13,4 | 52,4 | 100,0 |
| Equipamiento personal | 39,4 | 14,4 | 46,2 | 100,0 |
| Equipamiento del hogar | 38,6 | 13,7 | 47,6 | 100,0 |
| Otro comercio al por menor | 37,7 | 14,6 | 47,8 | 100,0 |
| Ocio y cultura | 37,9 | 12,2 | 50,0 | 100,0 |
| Tecnología | 39,6 | 11,2 | 49,2 | 100,0 |
| Otros productos ocasionales | 37,0 | 17,1 | 45,9 | 100,0 |
| Medianas superficies especializadas | 40,2 | 13,9 | 45,9 | 100,0 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 42,9 | 21,4 | 35,7 | 100,0 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 30,6 | 13,6 | 55,8 | 100,0 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 14,2 | 16,7 | 69,1 | 100,0 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 31,0 | 14,0 | 55,0 | 100,0 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 40,3 | 11,5 | 48,1 | 100,0 |
| Maxisuper(+2.500 m ²) | 58,8 | 17,6 | 23,5 | 100,0 |
| Hipermercados | 40,0 | 13,3 | 46,7 | 100,0 |
| Autoservicios de descuento | 41,6 | 11,6 | 46,9 | 100,0 |
| Tiendas de conveniencia | 47,1 | 7,1 | 45,7 | 100,0 |
| Grandes almacenes | 40,0 | 10,0 | 50,0 | 100,0 |
| Total | 36,7 | 13,9 | 49,4 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

Tabla 2.6 Habitantes por comercio minorista por provincias y formato. Año 2010.

| Grupos de actividad | Alicante | Castellón | Valencia | Comunitat Valenciana |
|--|---------------|---------------|---------------|----------------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 229 | 184 | 200 | 208 |
| Equipamiento personal | 384 | 330 | 440 | 402 |
| Equipamiento del hogar | 404 | 357 | 439 | 414 |
| Otro comercio al por menor | 332 | 269 | 350 | 331 |
| Ocio y cultura | 898 | 878 | 913 | 903 |
| Tecnología | 2.479 | 2.759 | 2.675 | 2.607 |
| Otros productos ocasionales | 667 | 452 | 721 | 655 |
| Medianas superficies especializadas | 8.796 | 7.951 | 10.325 | 9.379 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 53.508 | 33.571 | 86.038 | 60.854 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 2.387 | 1.688 | 1.753 | 1.938 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 15.535 | 4.139 | 4.266 | 5.842 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 14.704 | 10.242 | 11.126 | 12.113 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 5.249 | 5.755 | 5.893 | 5.617 |
| Maxisuper(+2.500 m ²) | 192.629 | 201.425 | 645.287 | 300.689 |
| Hipermercados | 160.524 | 151.069 | 184.368 | 170.390 |
| Autoservicios de descuento | 15.288 | 17.265 | 18.177 | 16.870 |
| Tiendas de conveniencia | 58.372 | 120.855 | 80.661 | 73.024 |
| Grandes almacenes | 481.571 | 604.274 | 516.229 | 511.171 |
| Total | 77 | 64 | 76 | 75 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

Tabla 2.7 Evolución del número de establecimientos comerciales minoristas en la Comunitat Valenciana. 1991-2010.

| | 1991 | | 1996 | | 2005 | | 2010 | |
|--|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 26.636 | 45,4 | 27.370 | 41,9 | 28.128 | 38,0 | 24.615 | 36,0 |
| Equipamiento personal | 10.731 | 18,3 | 12.063 | 18,5 | 11.823 | 16,0 | 12.716 | 18,6 |
| Equipamiento del hogar | 9.443 | 16,1 | 10.728 | 16,4 | 13.173 | 17,8 | 12.346 | 18,1 |
| Otro comercio al por menor | 9.511 | 16,2 | 12.006 | 18,4 | 16.378 | 22,1 | 15.428 | 22,6 |
| Medianas superficies especializadas* | | | | | 474 | 0,6 | 545 | 0,8 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m ²) | | | 24 | 0,0 | 78 | 0,1 | 84 | 0,1 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 2.408 | 4,1 | 3.149 | 4,8 | 4.001 | 5,4 | 2.637 | 3,9 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 1.608 | 2,7 | 1.987 | 3,0 | 1.884 | 2,5 | 875 | 1,3 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 452 | 0,8 | 695 | 1,1 | 741 | 1,0 | 422 | 0,6 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 316 | 0,5 | 397 | 0,6 | 921 | 1,2 | 910 | 1,3 |
| Grandes superficies de alimentación (+2.500 m ²) | 16 | 0,0 | 39 | 0,1 | 46 | 0,1 | 47 | 0,1 |
| Otros (discount, conveniencia, etc) | | 0,0 | 22 | 0,0 | 400 | 0,5 | 373 | 0,5 |
| Grandes almacenes | 16 | 0,0 | 9 | 0,0 | 9 | 0,0 | 10 | 0,0 |
| Total | 58.729 | 100,0 | 65.340 | 100,0 | 74.055 | 100,0 | 68.371 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

Nota: Las tipologías comerciales se han adaptado para poder realizar comparativas.

*Medianas superficies especializadas sufren un cambio metodológico en 2010. Véase metodología.

Tabla 2.8 Evolución del número de establecimientos comerciales minoristas en la Comunitat Valenciana. Variación en valores absolutos y relativos 1991-2010.

| | 1991-1996 | | 1996-2005 | | 2005-2010 | | 1991-2010 | |
|--|--------------|-------------|--------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 734 | 2,8 | 758 | 2,8 | -3.513 | -12,5 | -2.021 | -7,6 |
| Equipamiento personal | 1.332 | 12,4 | -240 | -2,0 | 893 | 7,6 | 1.985 | 18,5 |
| Equipamiento del hogar | 1.285 | 13,6 | 2.445 | 22,8 | -827 | -6,3 | 2.903 | 30,7 |
| Otro comercio al por menor | 2.495 | 26,2 | 4.372 | 36,4 | -950 | -5,8 | 5.917 | 62,2 |
| Medianas superficies especializadas* | | | 474 | | 71 | 15,0 | 545 | |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m ²) | 24 | | 54 | 225,0 | 6 | 7,7 | 84 | |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 741 | 30,8 | 852 | 27,1 | -1.364 | -34,1 | 229 | 9,5 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 379 | 23,6 | -103 | -5,2 | -1.009 | -53,6 | -733 | -45,6 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 243 | 53,8 | 46 | 6,6 | -319 | -43,0 | -30 | -6,6 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 81 | 25,6 | 524 | 132,0 | -11 | -1,2 | 594 | 188,0 |
| Grandes superficies de alimentación (+2.500 m ²) | 23 | 143,8 | 7 | 17,9 | 1 | 2,2 | 31 | 193,8 |
| Otros (discount, conveniencia, etc) | 22 | | 378 | 1.718,2 | -27 | -6,8 | 373 | |
| Grandes almacenes | -7 | -43,8 | 0 | 0,0 | 1 | 11,1 | -6 | -37,5 |
| Total | 6.611 | 11,3 | 8.715 | 13,3 | -5.684 | -7,7 | 9.642 | 16,4 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

Nota: Las tipologías comerciales se han adaptado para poder realizar comparativas.

*Medianas superficies especializadas sufren un cambio metodológico en 2010. Véase metodología.

Tabla 2.9 Evolución de la cuota de mercado. Alimentación envasada por formatos. Periodo 1994-2008.

| | 1994 | 1996 | 1998 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Tradicional | 13,0 | 10,8 | 9,0 | 7,4 | 6,5 | 5,9 | 5,5 | 5,1 | 4,8 | 4,4 | 4,3 | 4,2 |
| Autoservicio hasta 100 m ² | 12,0 | 9,6 | 8,8 | 7,7 | 6,8 | 6,4 | 5,9 | 5,6 | 5,3 | 4,8 | 4,3 | 4,2 |
| Supermercado pequeño 100-399 m ² | 19,0 | 20,3 | 20,9 | 20,8 | 20,2 | 19,8 | 18,5 | 17,6 | 17,3 | 16,4 | 15,8 | 15,2 |
| Supermercado mediano 400-999 m ² | 15,0 | 14,9 | 16,7 | 19,6 | 20,7 | 21,9 | 22,1 | 21,5 | 21,1 | 20,8 | 20,8 | 20,2 |
| Supermercado grande 1000-2499 m ² | 10,0 | 11,6 | 12,9 | 15,5 | 17,6 | 20,3 | 23,3 | 26,2 | 28,3 | 31,2 | 33,2 | 35,4 |
| Hipermercado 2500 m ² o más | 31,0 | 32,7 | 31,6 | 29,0 | 28,2 | 25,7 | 24,6 | 23,9 | 23,2 | 22,5 | 21,5 | 20,9 |

Fuente: AC Nielsen. Varios años

02.2.1.3 Distribución territorial de la oferta comercial valenciana.

Se ha caracterizado el funcionamiento del territorio en materia de provisión de bienes y servicios comerciales de carácter supramunicipal, en base al modelo de 15 Áreas Funcionales, que resultan de la agrupación de asentamientos y municipios en torno a núcleos comerciales urbanos que ejercitan sobre ellos influencia, desde un punto de vista de dependencia comercial y generación de flujos de atracción y evasión de gasto.

Se observa que el 59% de los puntos de venta y superficie de venta se localiza en las áreas donde ejercen de cabeceras las tres capitales provinciales: Castelló, València y Alacant – Elx. La concentración comercial en estas áreas refleja el desarrollo de la oferta ligada a las grandes concentraciones poblacionales, ya que en estas tres áreas reside el 59,7% de la población valenciana.

- El Área Comercial de Valencia, con 23.764 puntos de venta, concentra el 34,8% de los establecimientos comerciales de la región.
- El Área Comercial de Alacant – Elx cuenta con 9.368 puntos de venta minoristas que suponen el 13,7% de la oferta comercial regional.
- El Área Comercial de Castelló dispone de 7.389 comercios minoristas que representan el 10,8% de los puntos de venta.

En general, la distribución comercial de la oferta minorista por áreas comerciales apenas ha variado en términos generales en los últimos 20 años. No obstante es significativo que la provincia de Valencia cuenta con áreas comerciales que poco a poco han ido perdiendo representatividad comercial en la Comunitat Valenciana. Las áreas comerciales de Valencia, Xàtiva y La Safor han perdido representatividad respecto al año 1996:

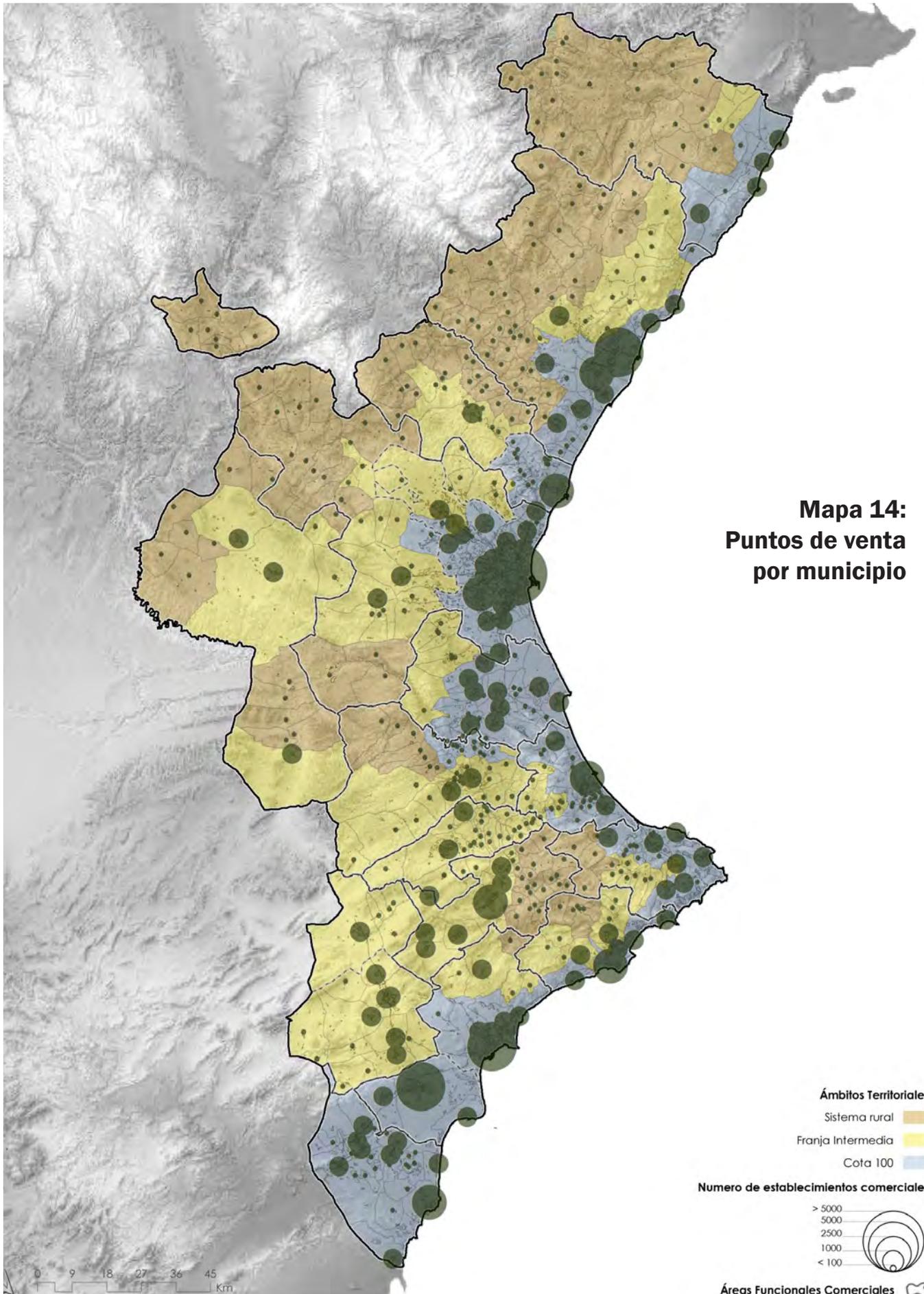
- Área Comercial de Valencia ha pasado de representar el 38,4% en 1996 al 34,8% en 2010.
- Área Comercial de Xàtiva ha pasado de representar el 3,3% de la oferta comercial regional en 1996 al 2,4% en 2010.
- Área Comercial de La Safor ha pasado de representar el 4,4% de la oferta en 1996 al 3,2% en 2010.

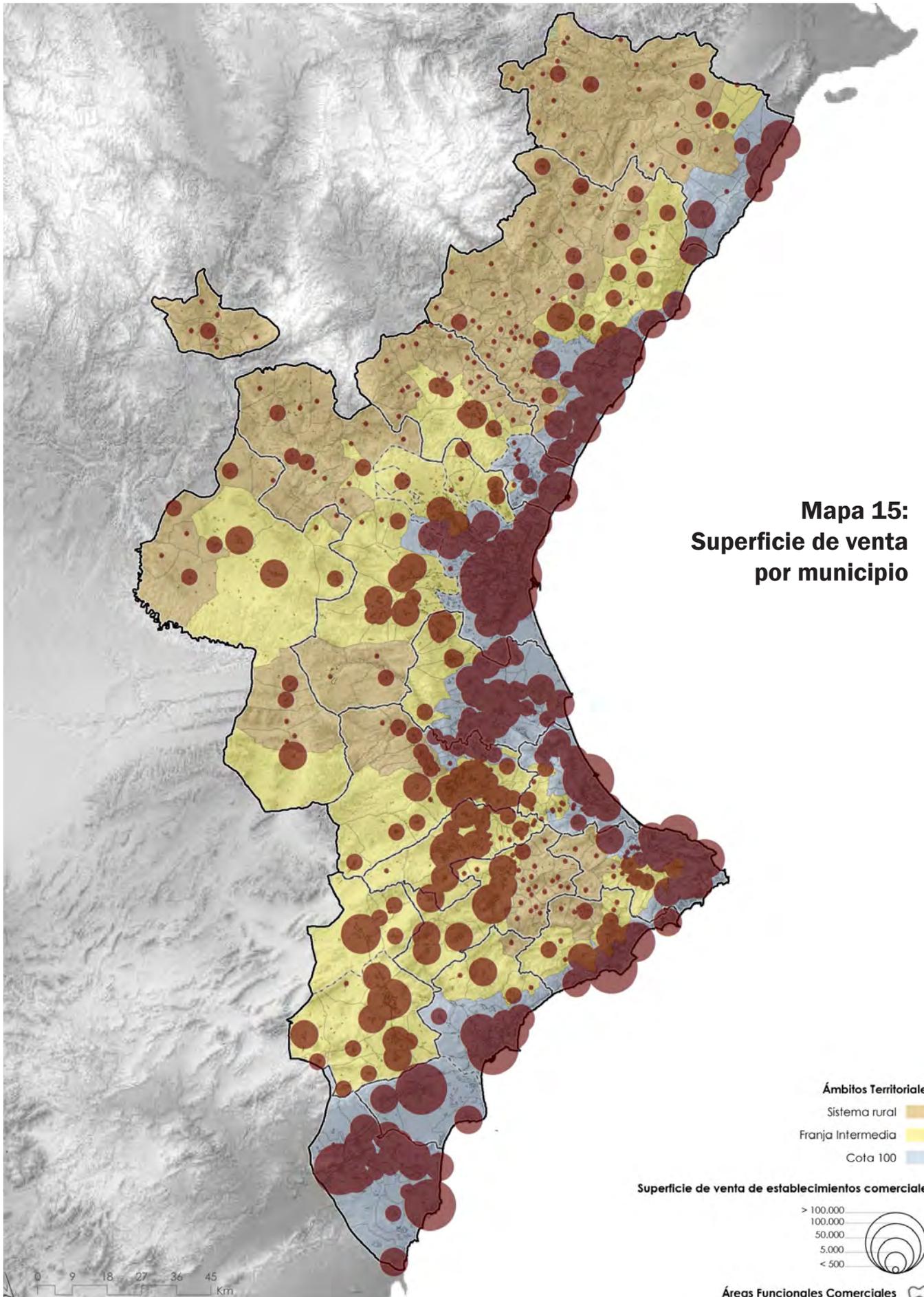
Por su parte, la provincia de Alicante cuenta con las áreas comerciales que han aumentado en mayor medida su participación en el tejido comercial regional:

- Área Comercial de La Marina Baixa ha pasado de representar el 4,2% de la oferta comercial en 1996 al 5,3% en 2010.
- Área Comercial Vinalopó ha aumentado su participación del 3,9% de 1996 al 5,1% en 2010.
- Área Comercial Vega Baja ha incrementado su representatividad en el tejido comercial valenciano del 3,7% de 1996 al 5,9% de 2010.

Así mismo, estas áreas destacan por tener mucha presencia comercial, con una representatividad del 5% de la oferta comercial regional. Estos datos reflejan el dinamismo del tejido comercial minorista en la provincia de Alicante.

En la provincia de Valencia se localizan las áreas comerciales con menor peso comercial como son Requena – Utiel, la Vall d'Albaida o Xàtiva. El Área comercial de Requena - Utiel es la de menor concentración comercial con 784 puntos de venta. Esta área representa un 1% de la oferta comercial.





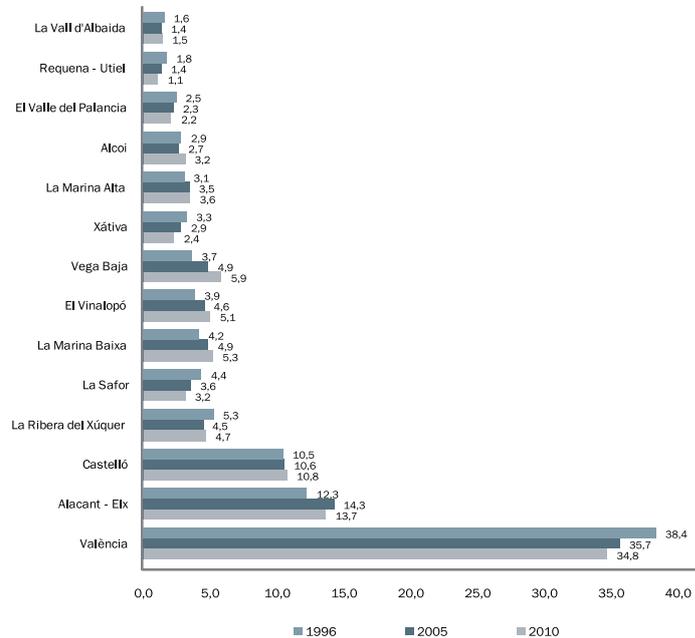
| Áreas comerciales y oferta comercial minorista. | |
|---|---|
| Mayor concentración comercial | Menor concentración comercial |
| AC València AC Alacant - Elx AC Castelló | AC Requena - Utiel AC La Vall d'Albaida AC El Valle del Palancia AC Xàtiva AC Els Ports - Baix Maestrat |

Elaboración propia, 2010.

| Áreas comerciales y representatividad. | |
|--|---|
| Han aumentado su representatividad | Han aumentado su representatividad |
| AC Marina Baixa AC Vinalopó AC Vega Baja | AC València AC Xàtiva AC La Safor |

Elaboración propia, 2010.

Distribución de la oferta comercial minorista por áreas comerciales. 1996-2010.



Fuente: Elaboración propia. Datos en cada año.

Tabla 2.10 Número de establecimientos comerciales minoristas por áreas comerciales. 1996-2005-2010.

| | 1996 | % | 2005 | % | 2010 | % |
|---------------------------|--------|------|--------|------|--------|------|
| Els Ports - Baix Maestrat | 1.521 | 2,3 | 2.049 | 2,8 | 1.807 | 2,6 |
| Castelló | 6.835 | 10,5 | 7.860 | 10,6 | 7.389 | 10,8 |
| El Valle del Palancia | 1.652 | 2,5 | 1.705 | 2,3 | 1.483 | 2,2 |
| València | 25.091 | 38,4 | 26.457 | 35,7 | 23.764 | 34,8 |
| La Ribera del Xúquer | 3.432 | 5,3 | 3.347 | 4,5 | 3.234 | 4,7 |
| Requena - Utiel | 1.163 | 1,8 | 1.002 | 1,4 | 784 | 1,1 |
| Xàtiva | 2.158 | 3,3 | 2.147 | 2,9 | 1.619 | 2,4 |
| La Vall d'Albaida | 1.050 | 1,6 | 1.043 | 1,4 | 1.019 | 1,5 |
| La Safor | 2.851 | 4,4 | 2.650 | 3,6 | 2.189 | 3,2 |
| La Marina Alta | 2.001 | 3,1 | 2.587 | 3,5 | 2.436 | 3,6 |
| La Marina Baixa | 2.739 | 4,2 | 3.645 | 4,9 | 3.602 | 5,3 |
| Alcoi | 1.878 | 2,9 | 1.966 | 2,7 | 2.177 | 3,2 |
| El Vinalopó | 2.520 | 3,9 | 3.387 | 4,6 | 3.471 | 5,1 |
| Vega Baja | 2.385 | 3,7 | 3.628 | 4,9 | 4.029 | 5,9 |
| Alacant - Elx | 8.064 | 12,3 | 10.577 | 14,3 | 9.368 | 13,7 |
| Comunitat Valenciana | 65.340 | 100 | 74.055 | 100 | 68.371 | 100 |

Fuente: Oficina Comercio y Territorio.

Tabla 2.11 Evolución del número de establecimientos comerciales minoristas por áreas comerciales. Variación absoluta y relativa. 1996-2005-2010.

| | 1996-2005 | % | 2005-2010 | % | 1996-2010 | % |
|-----------------------------|--------------|-------------|---------------|-------------|--------------|------------|
| Els Ports - Baix Maestrat | 528 | 34,7 | -242 | -11,8 | 286 | 18,8 |
| Castelló | 1.025 | 15,0 | -471 | -6,0 | 554 | 8,1 |
| El Valle del Palancia | 53 | 3,2 | -222 | -13,0 | -169 | -10,2 |
| València | 1.366 | 5,4 | -2.693 | -10,2 | -1.327 | -5,3 |
| La Ribera del Xúquer | -85 | -2,5 | -113 | -3,4 | -198 | -5,8 |
| Requena - Utiel | -161 | -13,8 | -218 | -21,8 | -379 | -32,6 |
| Xàtiva | -11 | -0,5 | -528 | -24,6 | -539 | -25 |
| La Vall d'Albaida | -7 | -0,7 | -24 | -2,3 | -31 | -3 |
| La Safor | -201 | -7,1 | -461 | -17,4 | -662 | -23,2 |
| La Marina Alta | 586 | 29,3 | -151 | -5,8 | 435 | 21,7 |
| La Marina Baixa | 906 | 33,1 | -43 | -1,2 | 863 | 31,5 |
| Alcoi | 88 | 4,7 | 211 | 10,7 | 299 | 15,9 |
| El Vinalopó | 867 | 34,4 | 84 | 2,5 | 951 | 37,7 |
| Vega Baja | 1.243 | 52,1 | 401 | 11,1 | 1.644 | 68,9 |
| Alacant - Elx | 2.513 | 31,2 | -1.209 | -11,4 | 1.304 | 16,2 |
| Comunitat Valenciana | 8.710 | 13,3 | -5.679 | -7,7 | 3.031 | 4,6 |

Fuente: Oficina Comercio y Territorio.

Tabla 2.12 Indicadores sintéticos de las Áreas funcionales.

| | Año 2010 | | Puntos de venta | | S vta | | Tamaño medio | | IDC | | Índice de Primacía Comercial (IPC) | | Índice de Primacía Comercial Total (IPCT) | |
|-----------------------------|------------------|------------|-----------------|------------|------------------|------------|--------------|-----------|--------------|------|------------------------------------|------|---|--|
| | Año 2010 | % | Puntos de venta | % | S vta | % | Tamaño medio | IDC | ISC | Nº | Sup. Vta | Nº | Sup. Vta | |
| Els Ports - Baix Maestrat | 91.837 | 1,8 | 1.807 | 2,6 | 169.083 | 2,4 | 94 | 20 | 1.841 | 62,0 | 76,1 | 91,5 | 95,9 | |
| Castelló | 486.066 | 9,5 | 7.389 | 10,8 | 743.572 | 10,7 | 101 | 15 | 1.530 | 39,9 | 48,1 | 90,7 | 93,4 | |
| El Valle del Palancia | 116.664 | 2,3 | 1.483 | 2,2 | 124.662 | 1,8 | 84 | 13 | 1.069 | 68,5 | 72,4 | 78,3 | 83,7 | |
| València | 1.787.419 | 35,0 | 23.764 | 34,8 | 2.334.572 | 33,6 | 98 | 13 | 1.306 | 53,0 | 46,9 | 90,0 | 88,4 | |
| La Ribera del Xúquer | 258.336 | 5,1 | 3.234 | 4,7 | 335.779 | 4,8 | 104 | 13 | 1.300 | 16,6 | 19,2 | 75,1 | 75,9 | |
| Requena - Utiel | 54.972 | 1,1 | 784 | 1,1 | 58.392 | 0,8 | 74 | 14 | 1.062 | 38,0 | 40,7 | 81,0 | 81,1 | |
| Xàtiva | 122.948 | 2,4 | 1.619 | 2,4 | 160.985 | 2,3 | 99 | 13 | 1.309 | 40,0 | 46,7 | 55,9 | 59,9 | |
| La Vall d'Albaida | 80.352 | 1,6 | 1.019 | 1,5 | 107.614 | 1,5 | 106 | 13 | 1.339 | 53,3 | 60,1 | 64,4 | 70,9 | |
| La Safor | 186.827 | 3,7 | 2.189 | 3,2 | 255.775 | 3,7 | 117 | 12 | 1.369 | 56,2 | 61,4 | 81,7 | 83,3 | |
| La Marina Alta | 170.279 | 3,3 | 2.436 | 3,6 | 296.885 | 4,3 | 122 | 14 | 1.744 | 22,2 | 24,7 | 86,9 | 88,3 | |
| La Marina Baixa | 223.074 | 4,4 | 3.602 | 5,3 | 349.863 | 5 | 97 | 16 | 1.568 | 47,3 | 32,6 | 84,3 | 75,7 | |
| Alcoi | 139.839 | 2,7 | 2.177 | 3,2 | 198.759 | 2,9 | 91 | 16 | 1.421 | 46,5 | 46,9 | 77,4 | 82,9 | |
| El Vinalopó | 227.435 | 4,4 | 3.471 | 5,1 | 288.838 | 4,2 | 83 | 15 | 1.270 | 39,4 | 45,1 | 86,3 | 89,0 | |
| Vega Baja | 393.841 | 7,7 | 4.029 | 5,9 | 474.972 | 6,8 | 118 | 10 | 1.206 | 53,5 | 59,7 | 76,5 | 83,2 | |
| Alacant - Elx | 771.817 | 15,1 | 9.368 | 13,7 | 1.047.181 | 15,1 | 112 | 12 | 1.357 | 73,8 | 73,0 | 99,0 | 99,6 | |
| Comunitat Valenciana | 5.111.706 | 100 | 68.371 | 100 | 6.946.933 | 100 | 102 | 13 | 1.359 | | | | | |

Fuente: Oficina Comercio y Territorio.

02.2.2 Superficie comercial minorista.

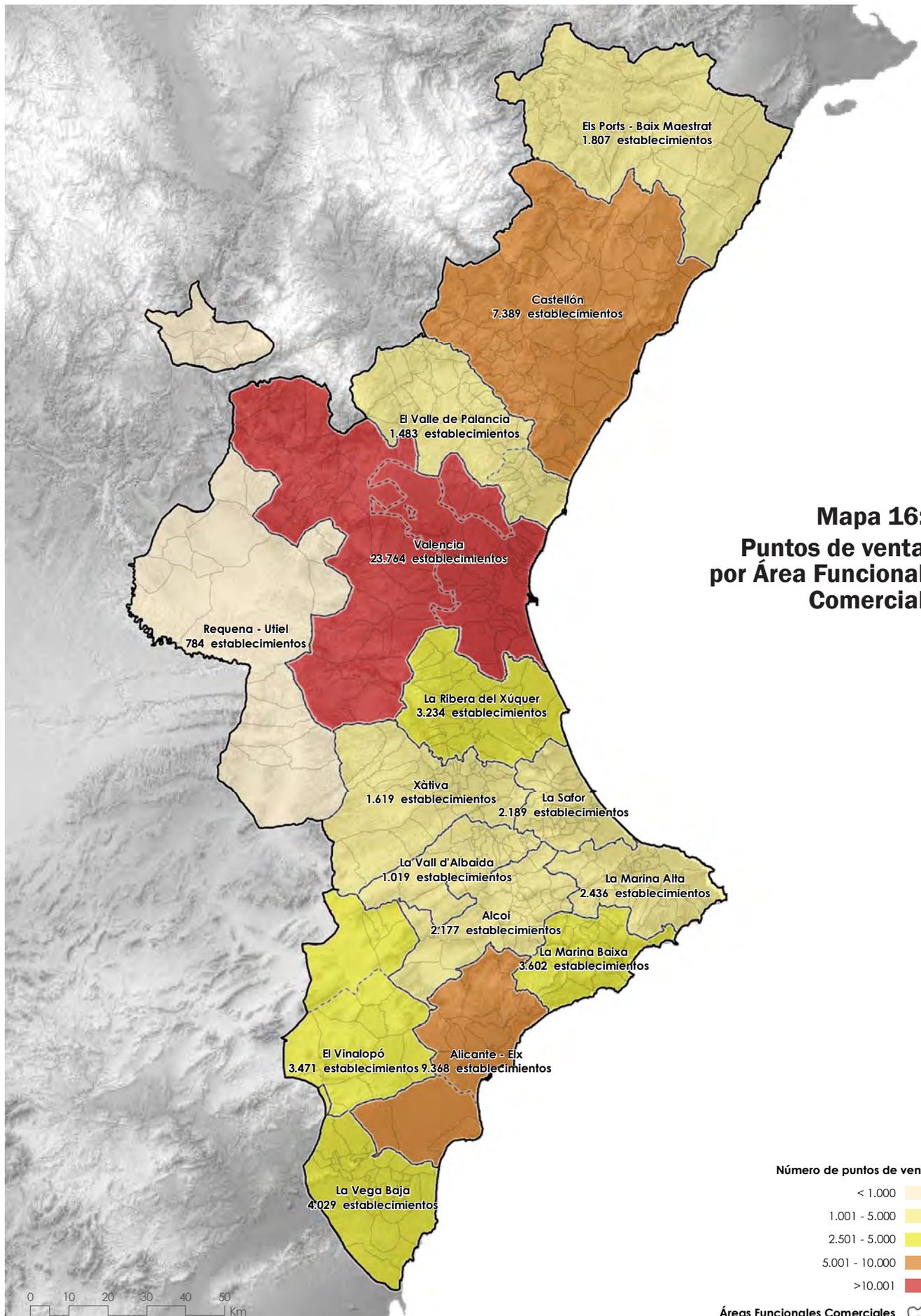
A partir de las estimaciones realizadas, la oferta comercial¹⁰ minorista agrupa 6.946.933 de metros cuadrados de superficie comercial a diciembre de 2010, lo que sitúa a la Comunitat Valenciana en la 4ª autonomía en metros cuadrados de superficie de venta por detrás de Andalucía, Cataluña y Madrid.

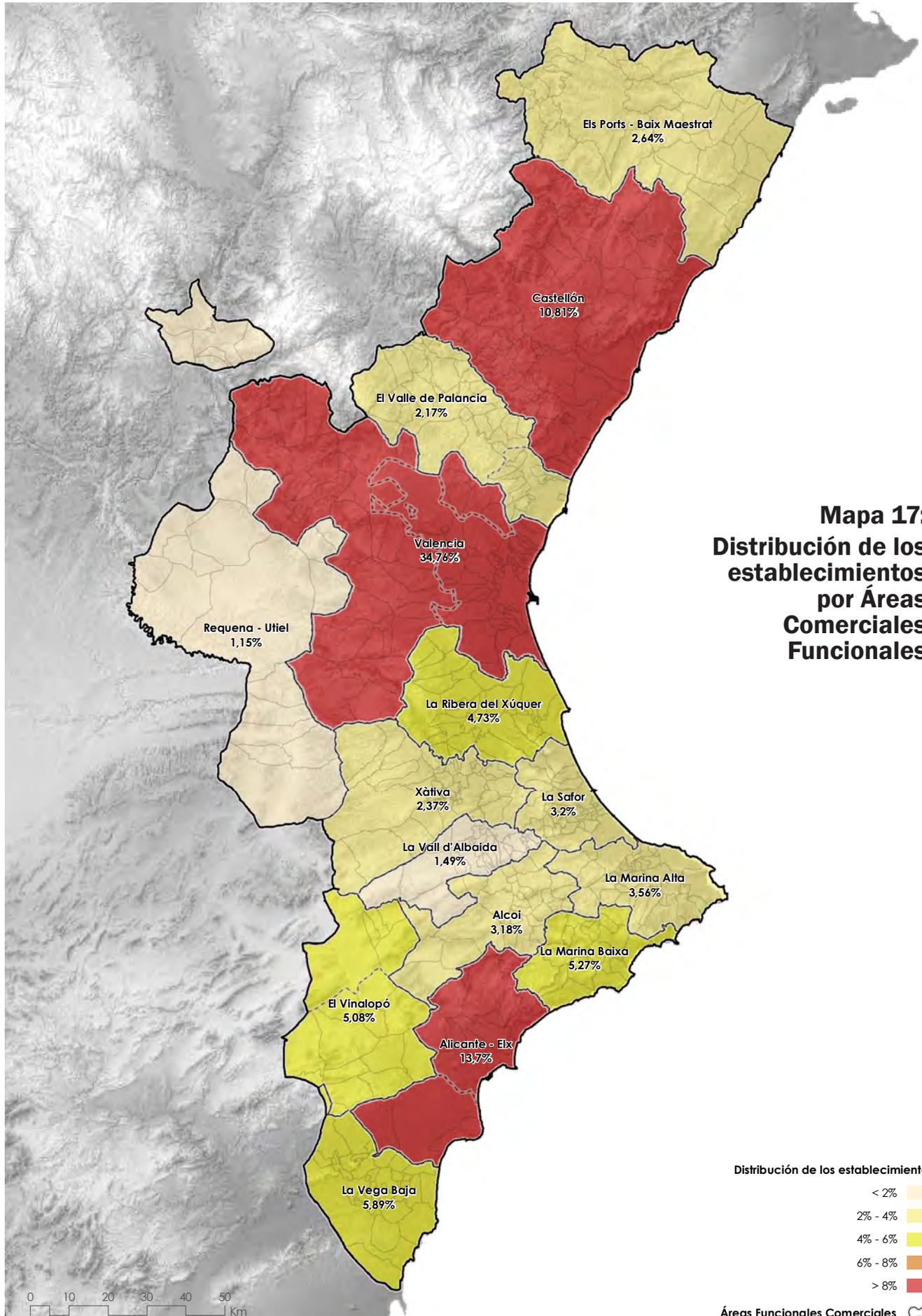
Considerando la sala de ventas media por actividad comercial se observa que el tejido comercial valenciano representa la tercera tienda más grande de España con 125 metros cuadrados de superficie de venta.

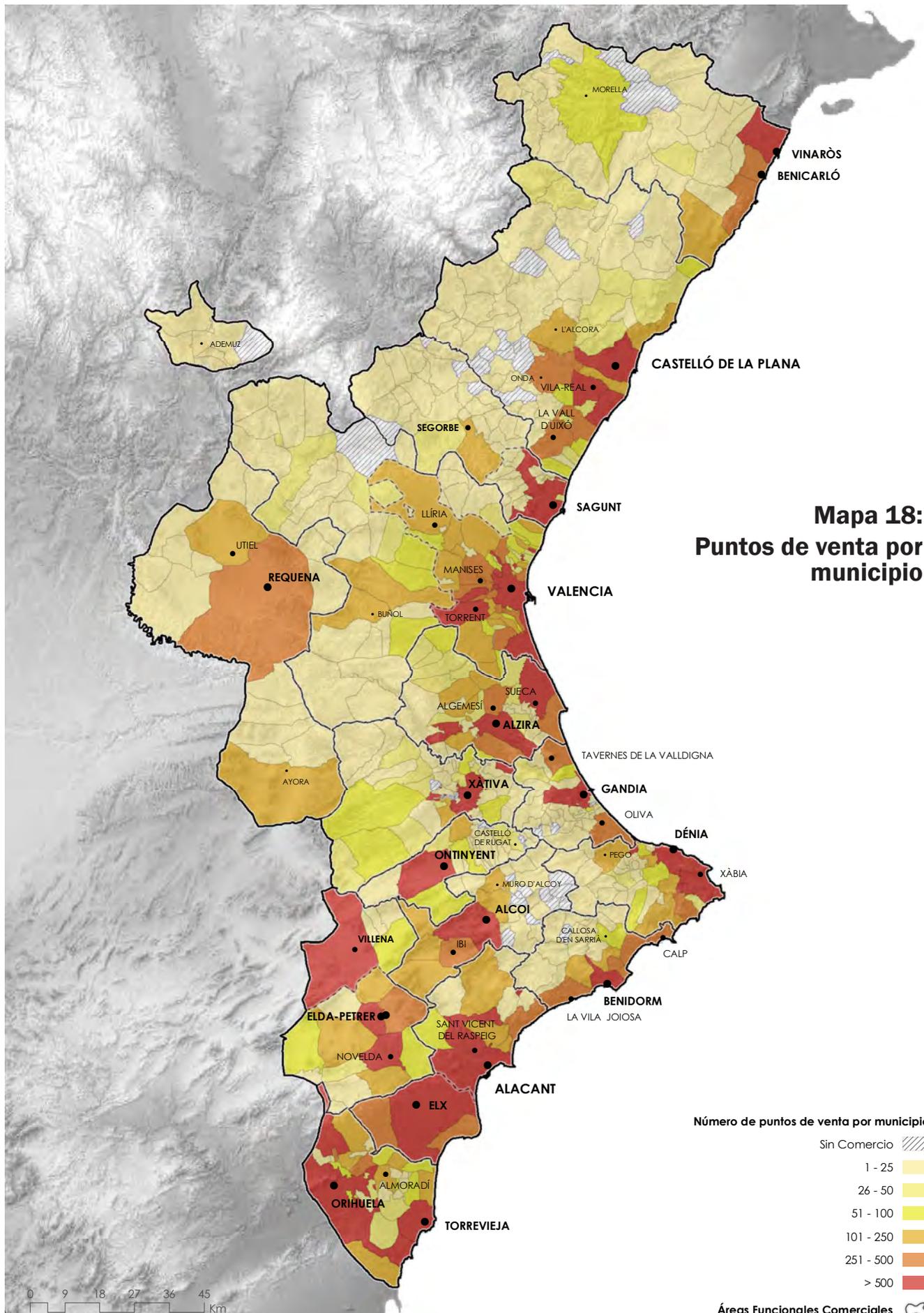
02.2.2.1 Distribución de la superficie de venta comercial de la Comunitat Valenciana.

La provincia de Valencia con 3.356.493 de metros cuadrados concentra casi la mitad de la superficie comercial regional. La provincia de Alicante cuenta con 2.656.498 de superficie de venta que representa el 38,2% de la superficie autonómica. Castellón concentra el 13,2% de la superficie comercial regional con 933.941 m². Estos datos reflejan una distribución similar al número de establecimientos comerciales minoristas.

¹⁰ Los datos estimados por la Oficina Comercio y Territorio del Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio de la Comunidad Valenciana, constituyen la fuente de referencia utilizada para el análisis de este capítulo. La estimación se ha realizado a partir de la depuración y explotación del Registro de Actividades Comerciales de la Dirección General de Comercio y Consumo de la Conselleria de Economía, Industria y Comercio y fuentes especializadas del sector.







El tamaño medio de los establecimientos comerciales minoristas se sitúa en los 102 m², siendo los comercios minoristas de la provincia de Alicante los que ofrecen una superficie de venta media ligeramente superior con 106 m² por punto de venta.

Tabla 2.13 Superficie de venta de los establecimientos comerciales minoristas de la Comunitat Valenciana por provincias y formatos. Año 2010.

| Grupos de actividad | Alicante | | Castellón | | Valencia | | Comunitat Valenciana | |
|--|------------------------------|-------------|------------------------------|-------------|------------------------------|-------------|------------------------------|-------------|
| | Superficie (m ²) | % |
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 322.377 | 12,1 | 128.859 | 13,8 | 523.958 | 15,6 | 975.194 | 14,0 |
| Equipamiento personal | 332.192 | 12,5 | 110.346 | 11,8 | 407.508 | 12,1 | 850.046 | 12,2 |
| Equipamiento del hogar | 503.225 | 18,9 | 158.877 | 17,0 | 611.407 | 18,2 | 1.273.508 | 18,3 |
| Otro comercio al por menor | 388.785 | 14,6 | 149.083 | 16,0 | 471.864 | 14,1 | 1.009.732 | 14,5 |
| Ocio y cultura | 123.261 | 4,6 | 35.391 | 3,8 | 157.159 | 4,7 | 315.811 | 4,5 |
| Tecnología | 40.659 | 1,5 | 12.912 | 1,4 | 51.971 | 1,5 | 105.542 | 1,5 |
| Otros productos ocasionales | 224.865 | 8,5 | 100.780 | 10,8 | 262.734 | 7,8 | 588.379 | 8,5 |
| Medianas superficies especializadas | 246.046 | 9,3 | 79.458 | 8,5 | 270.396 | 8,1 | 595.900 | 8,6 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 134.713 | 5,1 | 73.566 | 7,9 | 124.598 | 3,7 | 332.877 | 4,8 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 729.161 | 27,4 | 233.752 | 25,0 | 946.763 | 28,2 | 1.909.676 | 27,5 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 12.217 | 0,5 | 12.797 | 1,4 | 43.894 | 1,3 | 68.908 | 1,0 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 31.840 | 1,2 | 14.211 | 1,5 | 47.024 | 1,4 | 93.075 | 1,3 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 359.129 | 13,5 | 104.238 | 11,2 | 482.018 | 14,4 | 945.385 | 13,6 |
| Maxisuper(+2.500 m ²) | 38.001 | 1,4 | 16.121 | 1,7 | 16.121 | 0,5 | 70.243 | 1,0 |
| Hipermercados | 117.792 | 4,4 | 35.441 | 3,8 | 144.393 | 4,3 | 297.626 | 4,3 |
| Autoservicios de descuento | 85.688 | 3,2 | 22.925 | 2,5 | 88.513 | 2,6 | 197.126 | 2,8 |
| Tiendas de conveniencia | 7.749 | 0,3 | 1.497 | 0,2 | 11.040 | 0,3 | 20.286 | 0,3 |
| Grandes almacenes | 76.746 | 2,9 | 26.522 | 2,8 | 113.760 | 3,4 | 217.028 | 3,1 |
| Total | 2.656.498 | 100 | 933.941 | 100 | 3.356.493 | 100 | 6.946.933 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

Tabla 2.14 Distribución de la superficie de venta de los establecimientos comerciales minoristas de la Comunitat Valenciana por provincias y formatos. Año 2010

| Grupos de actividad | Alicante | Castellón | Valencia | Comunitat Valenciana |
|--|-------------|-------------|-------------|----------------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 33,1 | 13,2 | 53,7 | 100,0 |
| Equipamiento personal | 39,1 | 13,0 | 47,9 | 100,0 |
| Equipamiento del hogar | 39,5 | 12,5 | 48,0 | 100,0 |
| Otro comercio al por menor | 38,5 | 14,8 | 46,7 | 100,0 |
| Ocio y cultura | 39,0 | 11,2 | 49,8 | 100,0 |
| Tecnología | 38,5 | 12,2 | 49,2 | 100,0 |
| Otros productos ocasionales | 38,2 | 17,1 | 44,7 | 100,0 |
| Medianas superficies especializadas | 41,3 | 13,3 | 45,4 | 100,0 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 40,5 | 22,1 | 37,4 | 100,0 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 38,2 | 12,2 | 49,6 | 100,0 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 17,7 | 18,6 | 63,7 | 100,0 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 34,2 | 15,3 | 50,5 | 100,0 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 38,0 | 11,0 | 51,0 | 100,0 |
| Maxisuper(+2.500 m ²) | 54,1 | 23,0 | 23,0 | 100,0 |
| Hipermercados | 39,6 | 11,9 | 48,5 | 100,0 |
| Autoservicios de descuento | 43,5 | 11,6 | 44,9 | 100,0 |
| Tiendas de conveniencia | 38,2 | 7,4 | 54,4 | 100,0 |
| Grandes almacenes | 35,4 | 12,2 | 52,4 | 100,0 |
| Total | 38,2 | 13,4 | 48,3 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

Tabla 2.15 Habitantes por m2 de superficie comercial por provincias y formato. Año 2010.

| Grupos de actividad | Alicante | Castellón | Valencia | Comunitat Valenciana |
|--|-------------|------------|-------------|----------------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 6,0 | 4,7 | 4,9 | 5,2 |
| Equipamiento personal | 5,8 | 5,5 | 6,3 | 6,0 |
| Equipamiento del hogar | 3,8 | 3,8 | 4,2 | 4,0 |
| Otro comercio al por menor | 5,0 | 4,1 | 5,5 | 5,1 |
| Ocio y cultura | 15,6 | 17,1 | 16,4 | 16,2 |
| Tecnología | 47,4 | 46,8 | 49,7 | 48,4 |
| Otros productos ocasionales | 8,6 | 6,0 | 9,8 | 8,7 |
| Medianas superficies especializadas | 7,8 | 7,6 | 9,5 | 8,6 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 14,3 | 8,2 | 20,7 | 15,4 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 2,6 | 2,6 | 2,7 | 2,7 |
| Autoservicios (40-120 m²) | 157,7 | 47,2 | 58,8 | 74,2 |
| Superservicios(121-399 m²) | 60,5 | 42,5 | 54,9 | 54,9 |
| Supermercados (400-2.500 m²) | 5,4 | 5,8 | 5,4 | 5,4 |
| Maxisuper(+2.500 m²) | 50,7 | 37,5 | 160,1 | 72,8 |
| Hipermercados | 16,4 | 17,1 | 17,9 | 17,2 |
| Autoservicios de descuento | 22,5 | 26,4 | 29,2 | 25,9 |
| Tiendas de conveniencia | 248,6 | 403,7 | 233,8 | 252,0 |
| Grandes almacenes | 25,1 | 22,8 | 22,7 | 23,6 |
| Total | 0,7 | 0,6 | 0,8 | 0,7 |

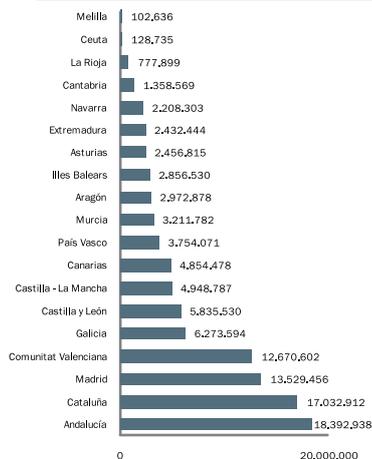
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

Tabla 2.16 Tamaño medio de los establecimientos comerciales minoristas de la Comunitat Valenciana por provincias. Año 2010.

| Grupos de actividad | Alicante | Castellón | Valencia | Comunitat Valenciana |
|--|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 38 | 39 | 41 | 40 |
| Equipamiento personal | 66 | 60 | 69 | 67 |
| Equipamiento del hogar | 105 | 94 | 104 | 103 |
| Otro comercio al por menor | 67 | 66 | 64 | 65 |
| Ocio y cultura | 57 | 51 | 56 | 56 |
| Tecnología | 52 | 59 | 54 | 54 |
| Otros productos ocasionales | 78 | 75 | 73 | 75 |
| Medianas superficies especializadas | 1.123 | 1.046 | 1.082 | 1.093 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 3.742 | 4.087 | 4.153 | 3.963 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 904 | 653 | 643 | 724 |
| Autoservicios (40-120 m²) | 99 | 88 | 73 | 79 |
| Superservicios(121-399 m²) | 243 | 241 | 203 | 221 |
| Supermercados (400-2.500 m²) | 979 | 993 | 1.100 | 1.039 |
| Maxisuper(+2.500 m²) | 3.800 | 5.374 | 4.030 | 4.132 |
| Hipermercados | 9.816 | 8.860 | 10.314 | 9.921 |
| Autoservicios de descuento | 680 | 655 | 623 | 651 |
| Tiendas de conveniencia | 235 | 299 | 345 | 290 |
| Grandes almacenes | 19.187 | 26.522 | 22.752 | 21.703 |
| Total | 106 | 98 | 99 | 102 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

Superficie de las actividades comerciales minoristas, 2009.



Fuente: Anuario Económico de España, 2010. Servicio de Estudios de La Caixa

02.2.2.2 Distribución por grupos de actividad y evolución.

La superficie comercial minorista valenciana se concentra, principalmente en el comercio mixto por secciones. Estos equipamientos concentran el 27,5% de la superficie de venta, especialmente en el formato supermercado que supone el 13,6% de la superficie de venta regional.

Además, este formato es uno de los que más ha contribuido al crecimiento de la superficie comercial minorista valenciana. La superficie comercial minorista valenciana se ha incrementado en 3,3 millones de metros cuadrados entre 1991 y 2010, lo que supone un crecimiento del 92% y 160.000 metros cuadrados más cada año.

Además de los supermercados, los establecimientos comerciales que más han contribuido a este crecimiento son:

- Las medianas superficies especializadas que han aportado 595.900 metros cuadrados.
- Los supermercados que han contribuido con 591.429 metros cuadrados.
- Los establecimientos especializados en ocio y cultura, tecnología y otros bienes ocasionales diversos –otro comercio al por menor- que han aportado 553.590 metros cuadrados de superficie comercial.

Por otra parte, los formatos de autoservicio y superservicios que representan al libreservicio de alimentación de pequeño formato han disminuido la superficie de venta comercial en 61.603 metros cuadrados en el caso de los autoservicios y en 4.922 metros cuadrados en el caso de los superservicios.

| Evolución de la superficie comercial minorista. | |
|--|---------------------------------|
| Los que más crecen | Los que más decrecen |
| Medianas superficies especializadas. Supermercados. Otro comercio al por menor –ocio y cultura, tecnología y otros productos ocasionales diversos- | Autoservicios Superservicios |

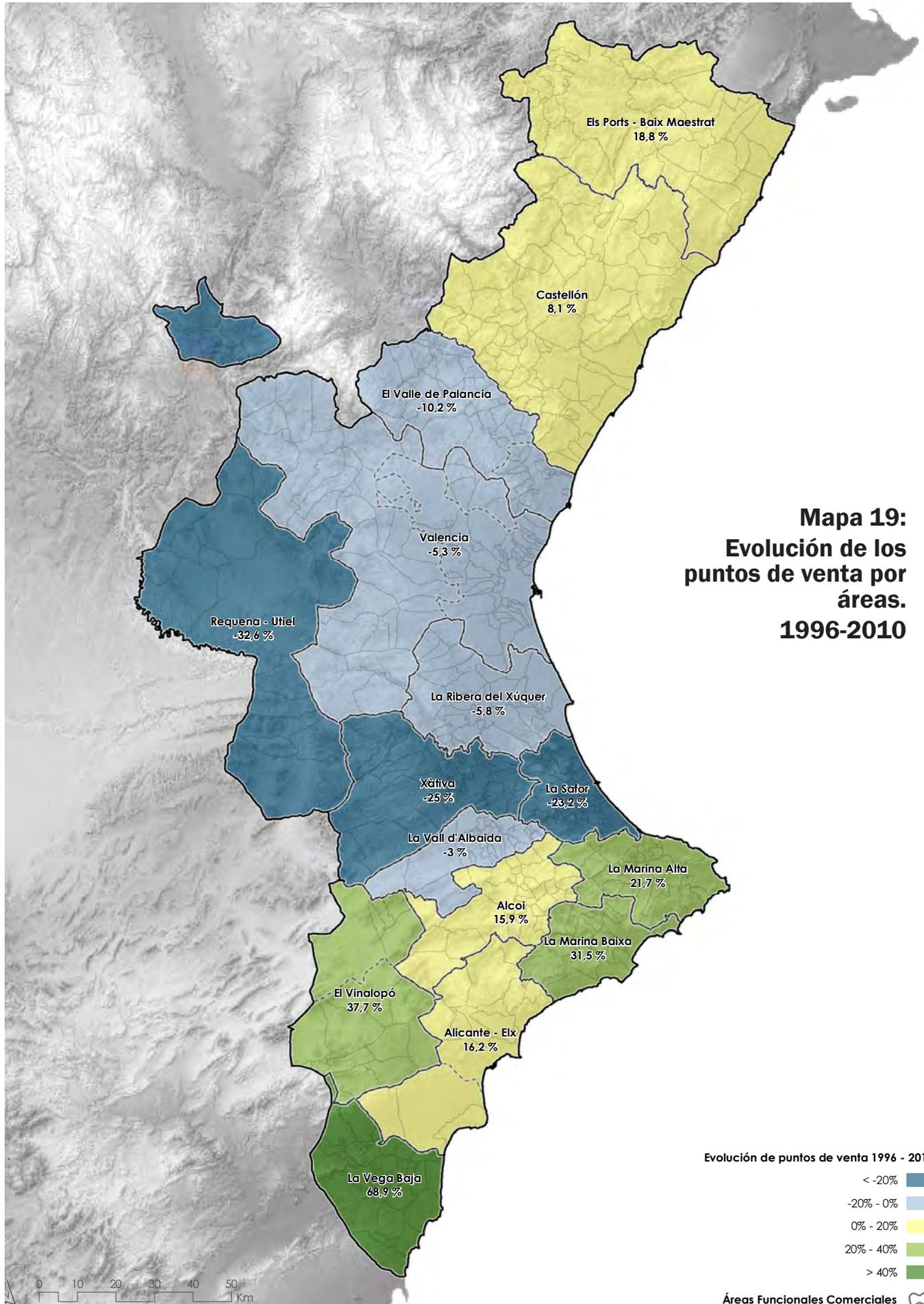
Elaboración propia, 2010.

En términos de representatividad, se observa que el pequeño comercio de alimentación formado por los establecimientos especializados en productos de alimentación, bebidas y perfumería, los autoservicios y los superservicios han perdido peso en el conjunto de la Comunitat Valenciana.

- Los establecimientos de alimentación, bebidas y perfumería han pasado de representar el 21% de la superficie de venta regional en 1996 al 14% en 2010.
- Los autoservicios han pasado de concentrar el 3,6% de la superficie en 1996 al 1,0% en 2010.
- Los superservicios suponían el 2,7% de la superficie comercial de 1996, siendo del 1,3% en 2010.

Asimismo, los comercios de equipamiento del hogar ofrecen la misma tendencia. En 1996 representaban el 27,7% de la superficie de venta, mientras que en 2010 concentran el 18,3%. Este hecho puede justificarse por la aparición de la nueva clasificación de medianas superficies especializadas que en 1996 se incluían como comercios tradicionales.

Por otra parte, la superficie de venta media en la Comunitat Valenciana se ha incrementado desde el año 1991. En este año, los establecimientos comerciales minoristas de la Comunitat Valenciana ofrecían una sala de ventas media de 62 metros cuadrados, mientras que, en 2010 la superficie media por establecimientos comercial se sitúa en 102 metros cuadrados.

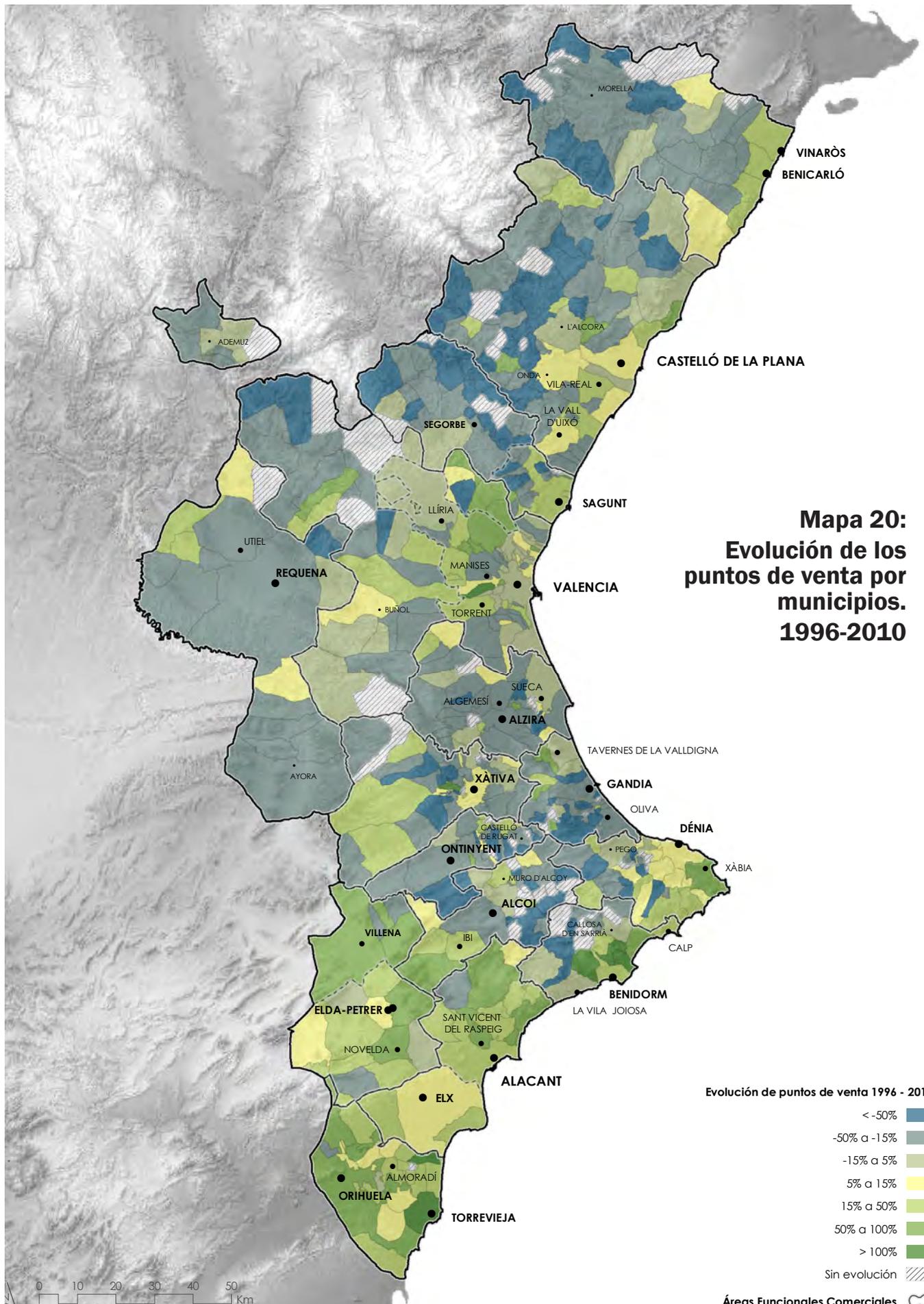


Mapa 19:
Evoluci3n de los
puntos de venta por
3reas.
1996-2010

Evoluci3n de puntos de venta 1996 - 2010

- < -20%
- 20% - 0%
- 0% - 20%
- 20% - 40%
- > 40%

3reas Funcionales Comerciales



Estos datos vienen justificados por la propia evolución de la oferta comercial, por un lado han ido desapareciendo establecimientos de pequeño formato, tal como se apuntaba anteriormente y la superficie comercial de los pequeños formatos de libreservicio, es decir, autoservicios y superservicios, han decrecido. Y por otro lado, en general, todos los grupos de actividad han experimentado un aumento de su superficie media.

Estos datos confirman lo que se señalaba anteriormente en el análisis del número de establecimientos comerciales minoristas, donde se apuntaba una transformación del sector con la evolución de formatos y sectores.

Tabla 2.17 Evolución de la superficie de venta comercial minorista en la Comunitat Valenciana por formatos. Metros cuadrados. 1991- 2010.

| | 1991 | | 1996 | | 2005 | | 2010 | |
|--|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| | m ² | % |
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 760.392 | 21,0 | 754.034 | 18,0 | 914.264 | 12,1 | 975.194 | 14,0 |
| Equipamiento personal | 569.837 | 15,7 | 620.538 | 14,9 | 687.705 | 9,1 | 850.046 | 12,2 |
| Equipamiento del hogar | 1.002.167 | 27,7 | 1.084.342 | 26,0 | 1.874.458 | 24,7 | 1.273.508 | 18,3 |
| Otro comercio al por menor | 456.142 | 12,6 | 519.427 | 12,4 | 1.190.781 | 15,7 | 1.009.732 | 14,5 |
| Medianas superficies especializadas* | - | - | - | - | 715.253 | 9,4 | 595.900 | 8,6 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m ²) | - | - | 83.819 | 2,0 | 346.848 | 4,6 | 332.877 | 4,8 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 829.923 | 22,9 | 1.116.348 | 26,7 | 1.855.216 | 24,5 | 1.909.676 | 27,5 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 130.511 | 3,6 | 140.903 | 3,4 | 136.732 | 1,8 | 68.908 | 1,0 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 97.997 | 2,7 | 162.200 | 3,9 | 187.632 | 1,8 | 93.075 | 1,3 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 353.956 | 9,8 | 374.006 | 9,0 | 848.772 | 2,5 | 945.385 | 13,6 |
| Grandes superficies de alimentación (+2.500 m ²) | 116.027 | 3,2 | 294.352 | 7,0 | 367.413 | 11,2 | 367.869 | 5,3 |
| Otros (discount, conveniencia, etc) | - | 0,0 | 24.979 | 0,6 | 157.774 | 4,8 | 217.412 | 3,1 |
| Grandes almacenes | 131.432 | 3,6 | 119.908 | 2,9 | 156.893 | 2,1 | 217.028 | 3,1 |
| Total | 3.618.461 | 100,0 | 4.178.508 | 100,0 | 7.584.525 | 100,0 | 6.946.933 | 100,0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

Nota: Las tipologías comerciales se han adaptado para poder realizar comparativas.

*Medianas superficies especializadas sufren un cambio metodológico en 2010.

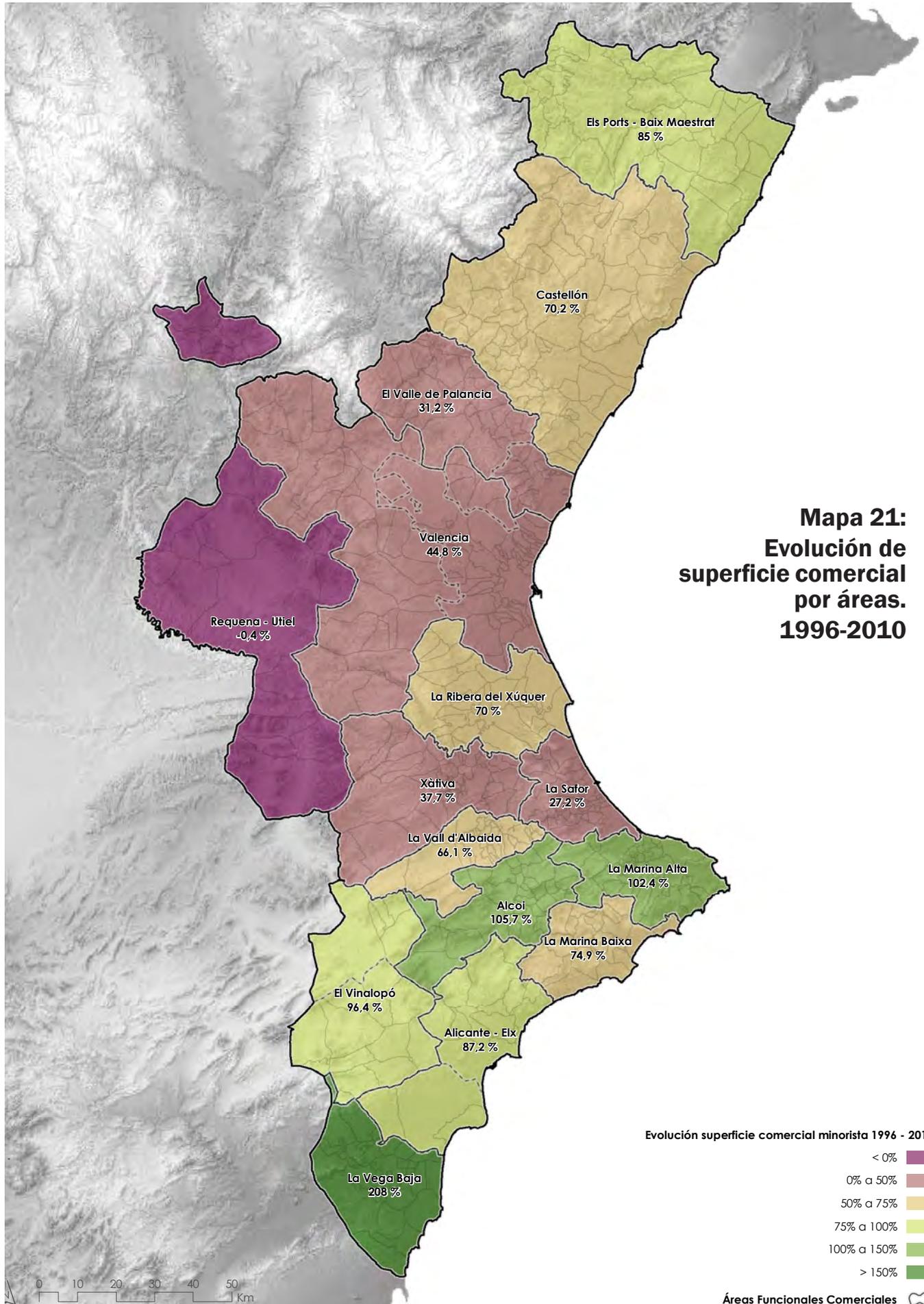
Tabla 2.18 Evolución de la superficie de venta comercial minorista en la Comunitat Valenciana. Variación en valores absolutos y relativos. 1991- 2010.

| | 1991-1996 | | 1996-2005 | | 2005-2010 | | 1996-2010 | |
|--|----------------|-------------|------------------|-------------|-----------------|-------------|------------------|-------------|
| | m ² | % | m ² | % | m ² | % | m ² | % |
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | -6.358 | -0,8 | 160.230 | 21,2 | 60.930 | 6,7 | 214.802 | 28,2 |
| Equipamiento personal | 50.701 | 8,9 | 67.167 | 10,8 | 162.341 | 23,6 | 280.209 | 49,2 |
| Equipamiento del hogar | 82.175 | 8,2 | 790.116 | 72,9 | -600.950 | -32,1 | 271.341 | 27,1 |
| Otro comercio al por menor | 63.285 | 13,9 | 671.354 | 129,2 | -181.049 | -15,2 | 553.590 | 121,4 |
| Medianas superficies especializadas* | - | - | 715.253 | - | -119.353 | -16,7 | 595.900 | - |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m ²) | 83.819 | - | 263.029 | 313,8 | -13.971 | -4,0 | 332.877 | - |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 286.425 | 34,5 | 738.868 | 66,2 | 54.460 | 2,9 | 1.079.753 | 130,1 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 10.392 | 8,0 | -4.171 | -3,0 | -67.824 | -49,6 | -61.603 | -47,2 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 64.203 | 65,5 | 25.432 | 15,7 | -94.557 | -50,4 | -4.922 | -5,0 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 20.050 | 5,7 | 474.766 | 126,9 | 96.613 | 11,4 | 591.429 | 167,1 |
| Grandes superficies de alimentación (+2.500 m ²) | 178.325 | 153,7 | 73.061 | 24,8 | 456 | 0,1 | 251.842 | 217,1 |
| Otros (discount, conveniencia, etc) | 24.979 | - | 132.795 | 531,6 | 59.638 | 37,8 | 217.412 | - |
| Grandes almacenes | -11.524 | -8,8 | 36.985 | 30,8 | 60.135 | 38,3 | 85.596 | 65,1 |
| Total | 560.047 | 15,5 | 3.406.017 | 81,5 | -637.592 | -8,4 | 3.328.472 | 92,0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

Nota: Las tipologías comerciales se han adaptado para poder realizar comparativas.

*Medianas superficies especializadas sufren un cambio metodológico en 2010.



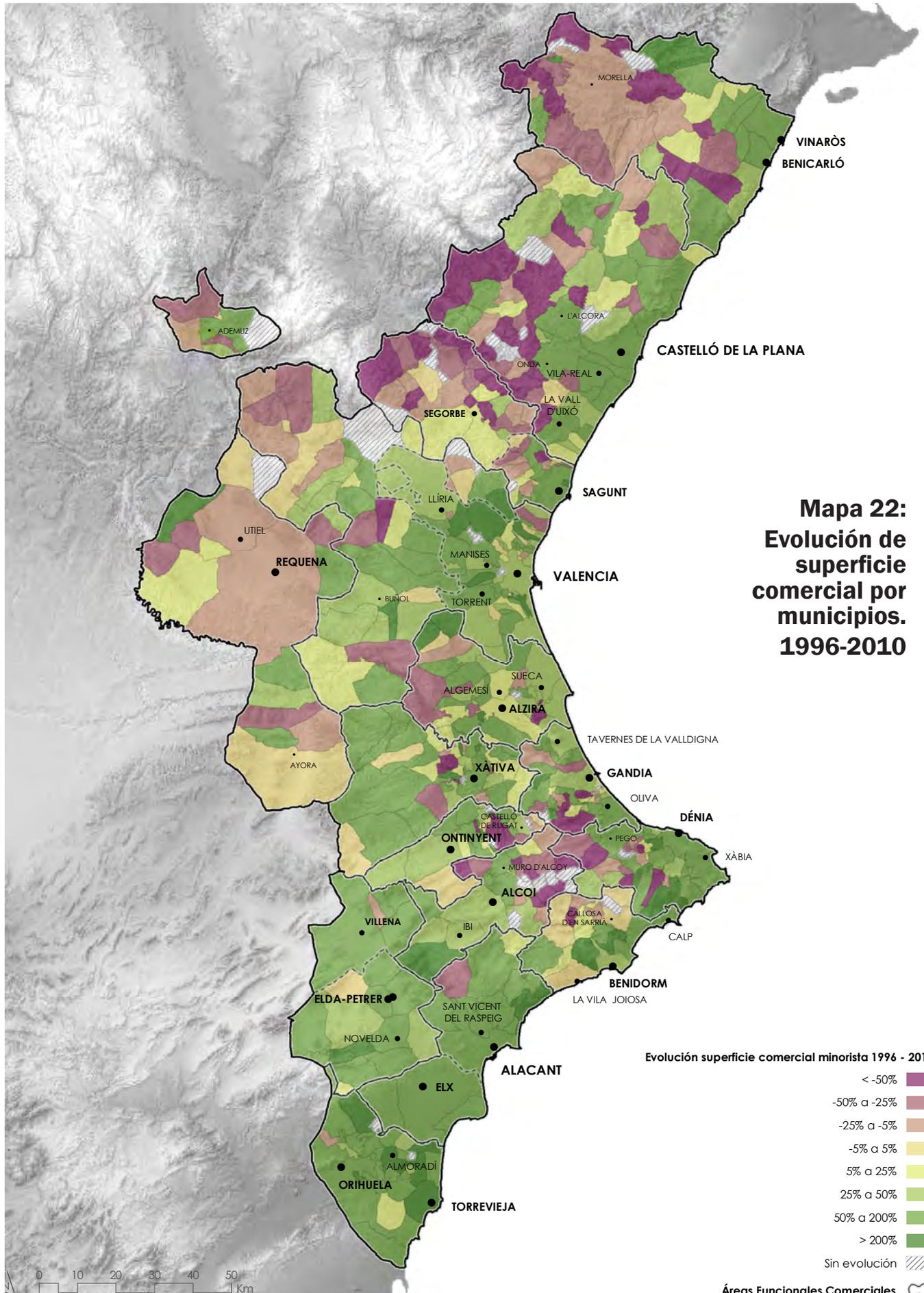


Tabla 2.19 Evolución del tamaño medio de los formatos comerciales en la Comunitat Valenciana. Variación en valores absolutos y relativos. 1991- 2010.

| | 1991 | 1996 | 2005 | 2010 |
|---|-----------|-----------|------------|------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 29 | 28 | 33 | 40 |
| Equipamiento personal | 53 | 51 | 58 | 67 |
| Equipamiento del hogar | 106 | 101 | 142 | 103 |
| Otro comercio al por menor | 48 | 43 | 73 | 65 |
| Medianas superficies especializadas* | - | - | 1.509 | 1.093 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | - | 3.492 | 4.447 | 3.963 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 345 | 355 | 464 | 724 |
| Autoservicios (40-120 m²) | 81 | 71 | 73 | 79 |
| Superservicios(121-399 m²) | 217 | 233 | 253 | 221 |
| Supermercados (400-2.500 m²) | 1.120 | 942 | 922 | 1.039 |
| Grandes superficies de alimentación (+2.500 m²) | 7.252 | 7.547 | 7.987 | 7.827 |
| Otros (discount, conveniencia, etc) | - | 1.135 | 394 | 583 |
| Grandes almacenes | 8.215 | 13.323 | 17.433 | 21.703 |
| Total | 62 | 64 | 102 | 102 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

Nota: Las tipologías comerciales se han adaptado para poder realizar comparativas.

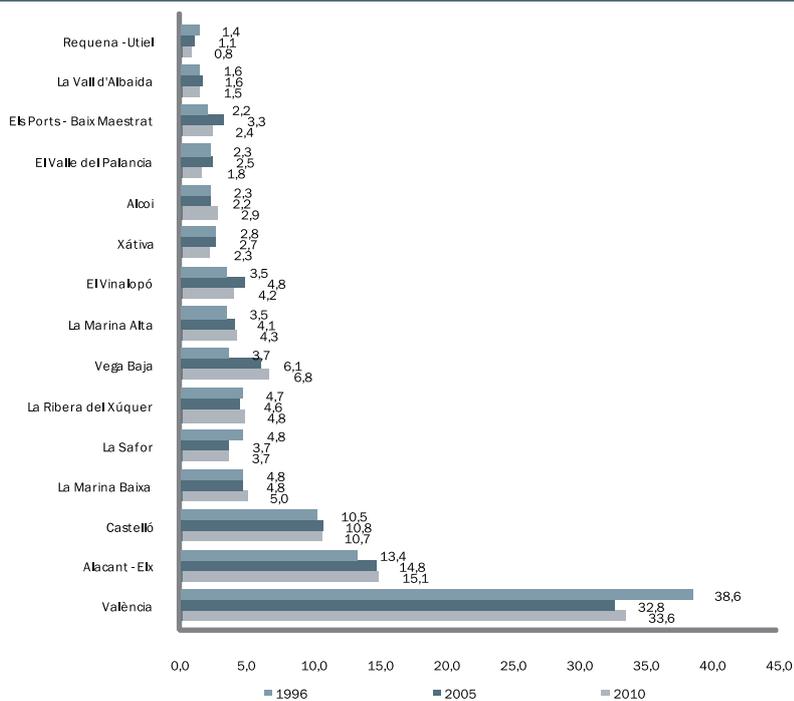
*Medianas superficies especializadas sufren un cambio metodológico en 2010. Véase metodología.

Áreas comerciales y tamaño medio.

| Mayor Tamaño medio | Menor Tamaño medio |
|--|--|
| AC La Marina Alta AC Vega Baja AC La Safor AC Alacant - Elx | AC Requena - Utiel AC El Vinalopó AC El Valle del Palancia |

Elaboración propia, 2010.

Distribución de la superficie comercial minorista por áreas comerciales. 1996-2010.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

**Tabla 2.20 Evolución de la superficie comercial minorista en la Comunitat Valenciana.
Metros cuadrados por áreas comerciales y años.**

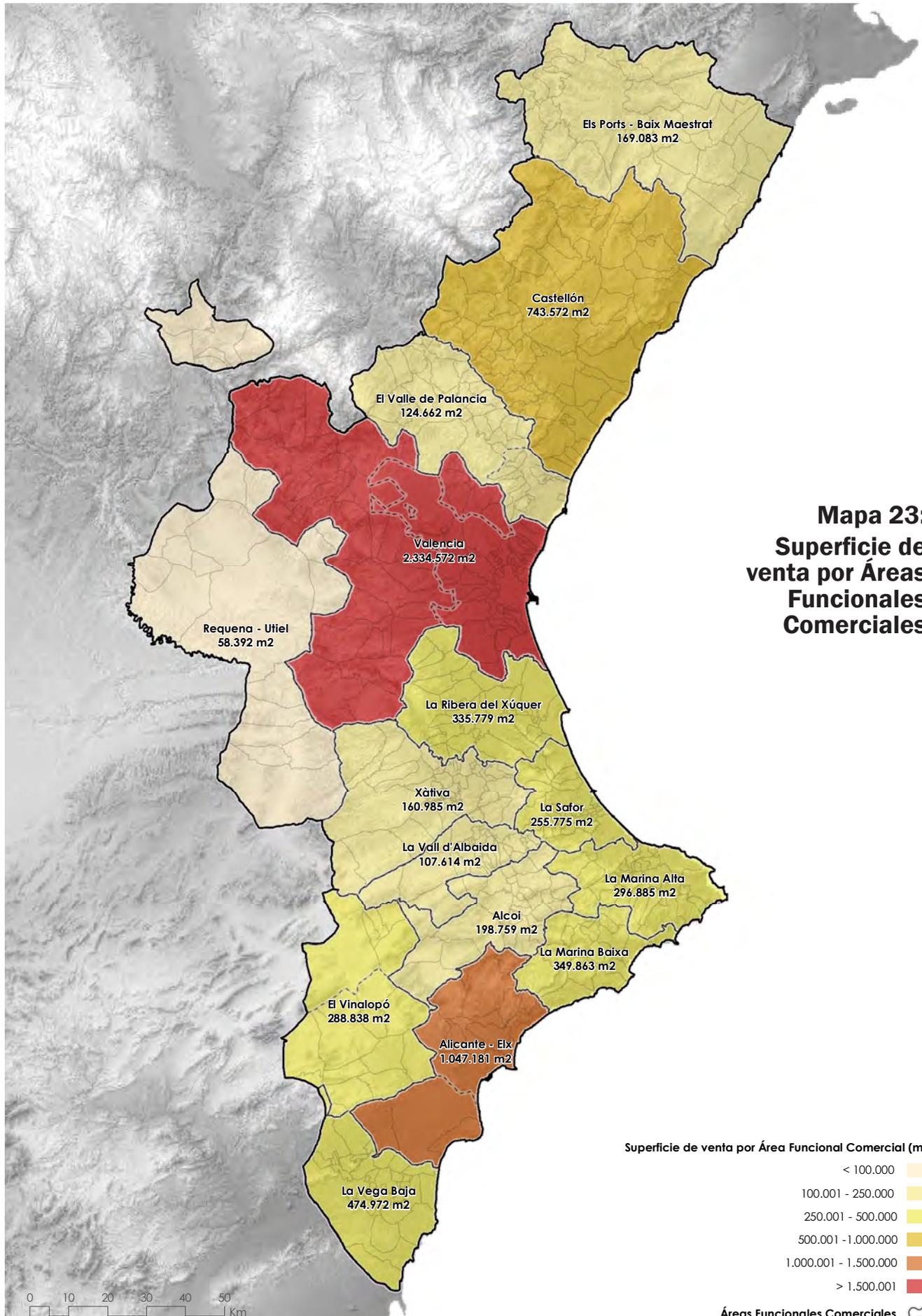
| Área Comercial | 1996 | % | 2005 | % | 2010 | % |
|-----------------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| Els Ports - Baix Maestrat | 91.379 | 2,2 | 252.483 | 3,3 | 169.083 | 2,4 |
| Castelló | 436.937 | 10,5 | 818.360 | 10,8 | 743.572 | 10,7 |
| El Valle del Palancia | 94.996 | 2,3 | 188.406 | 2,5 | 124.662 | 1,8 |
| València | 1.612.238 | 38,6 | 2.489.618 | 32,8 | 2.334.572 | 33,6 |
| La Ribera del Xúquer | 197.469 | 4,7 | 347.198 | 4,6 | 335.779 | 4,8 |
| Requena - Utiel | 58.615 | 1,4 | 85.093 | 1,1 | 58.392 | 0,8 |
| Xàtiva | 116.927 | 2,8 | 206.867 | 2,7 | 160.985 | 2,3 |
| La Vall d'Albaida | 64.773 | 1,6 | 123.045 | 1,6 | 107.614 | 1,5 |
| La Safor | 201.070 | 4,8 | 283.022 | 3,7 | 255.775 | 3,7 |
| La Marina Alta | 146.684 | 3,5 | 308.524 | 4,1 | 296.885 | 4,3 |
| La Marina Baixa | 200.028 | 4,8 | 361.876 | 4,8 | 349.863 | 5,0 |
| Alcoi | 96.623 | 2,3 | 168.695 | 2,2 | 198.759 | 2,9 |
| El Vinalopó | 147.089 | 3,5 | 366.670 | 4,8 | 288.838 | 4,2 |
| Vega Baja | 154.196 | 3,7 | 459.893 | 6,1 | 474.972 | 6,8 |
| Alacant - Elx | 559.482 | 13,4 | 1.124.776 | 14,8 | 1.047.181 | 15,1 |
| Comunitat Valenciana | 4.178.506 | 100,0 | 7.584.526 | 100,0 | 6.946.933 | 100,0 |

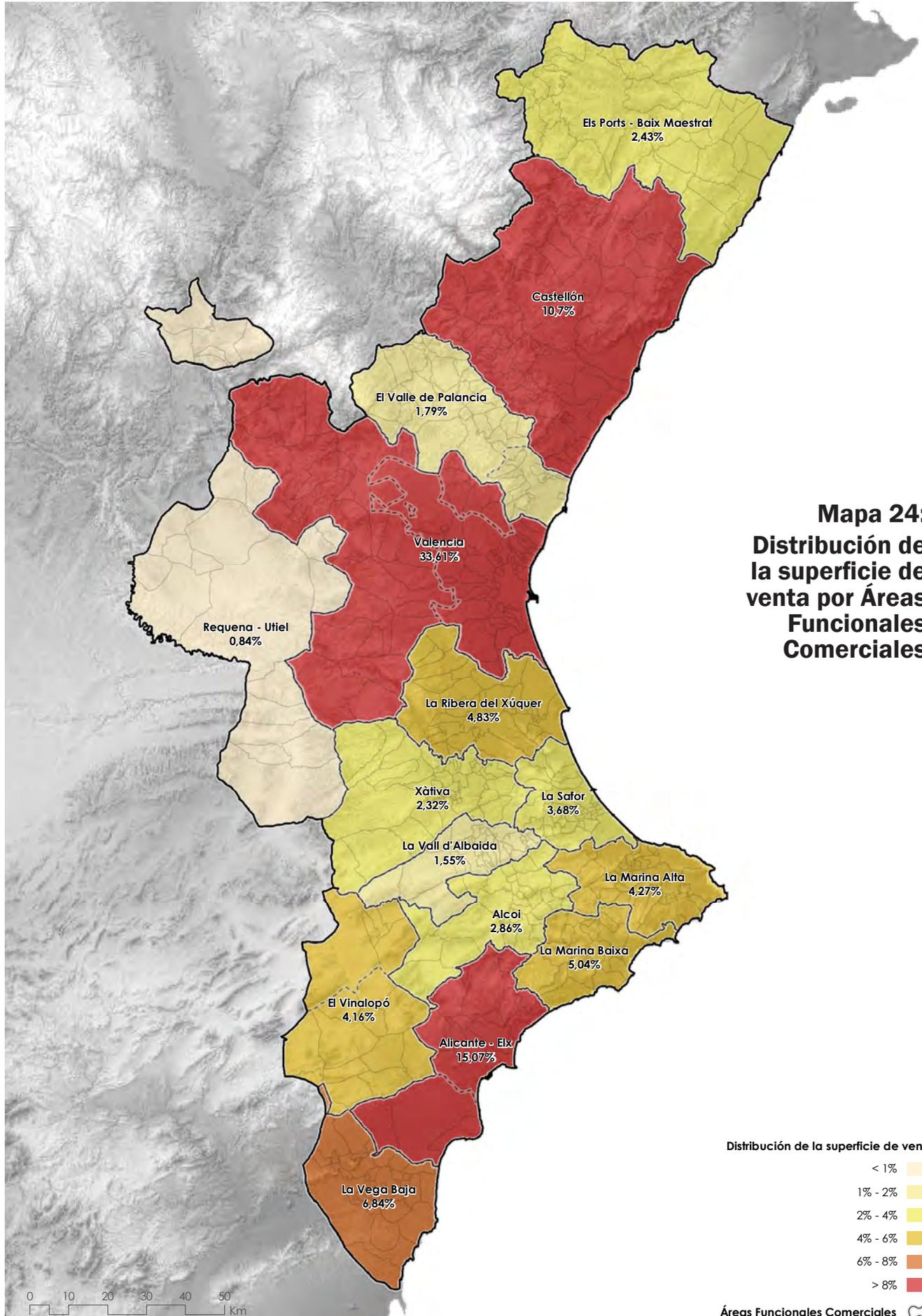
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

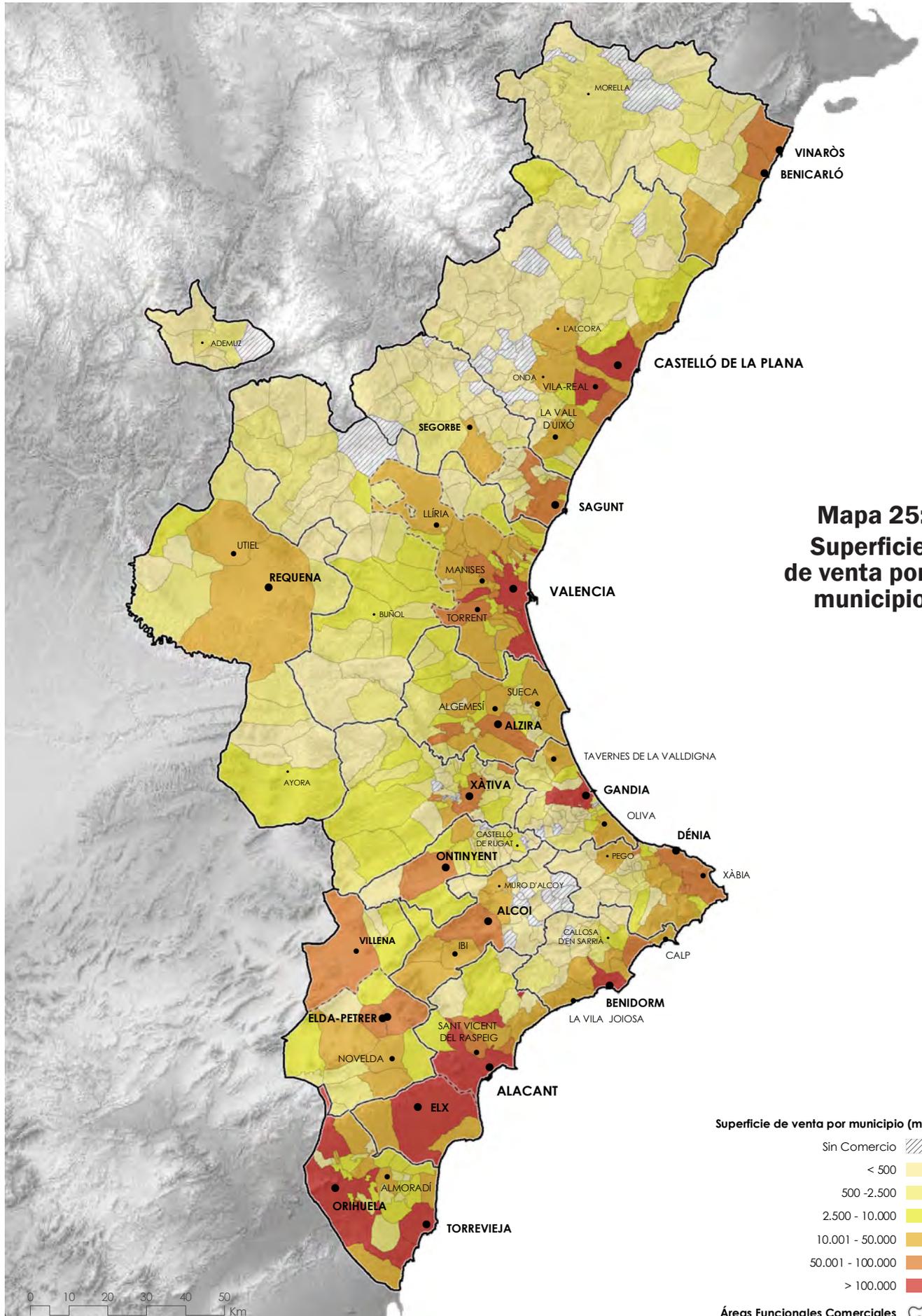
**Tabla 2.21 Evolución de la superficie comercial minorista en la Comunitat Valenciana por área comercial.
Variación absoluta y relativa. 1996-2010.**

| Área Comercial | 1996-2005 | % | 2005-2010 | % | 1996-2010 | % |
|-----------------------------|------------------|-------------|-----------------|-------------|------------------|-------------|
| Els Ports - Baix Maestrat | 161.104 | 176,3 | -83.400 | -33,0 | 77.704 | 85,0 |
| Castelló | 381.423 | 87,3 | -74.788 | -9,1 | 306.635 | 70,2 |
| El Valle del Palancia | 93.410 | 98,3 | -63.744 | -33,8 | 29.666 | 31,2 |
| València | 877.380 | 54,4 | -155.046 | -6,2 | 722.334 | 44,8 |
| La Ribera del Xúquer | 149.729 | 75,8 | -11.419 | -3,3 | 138.310 | 70,0 |
| Requena - Utiel | 26.478 | 45,2 | -26.701 | -31,4 | -223 | -0,4 |
| Xàtiva | 89.940 | 76,9 | -45.882 | -22,2 | 44.058 | 37,7 |
| La Vall d'Albaida | 58.272 | 90,0 | -15.431 | -12,5 | 42.841 | 66,1 |
| La Safor | 81.952 | 40,8 | -27.247 | -9,6 | 54.705 | 27,2 |
| La Marina Alta | 161.840 | 110,3 | -11.639 | -3,8 | 150.201 | 102,4 |
| La Marina Baixa | 161.848 | 80,9 | -12.013 | -3,3 | 149.835 | 74,9 |
| Alcoi | 72.072 | 74,6 | 30.064 | 17,8 | 102.136 | 105,7 |
| El Vinalopó | 219.581 | 149,3 | -77.832 | -21,2 | 141.749 | 96,4 |
| Vega Baja | 305.697 | 198,3 | 15.079 | 3,3 | 320.776 | 208,0 |
| Alacant - Elx | 565.294 | 101,0 | -77.595 | -6,9 | 487.699 | 87,2 |
| Comunitat Valenciana | 3.406.020 | 81,5 | -637.593 | -8,4 | 2.768.427 | 66,3 |

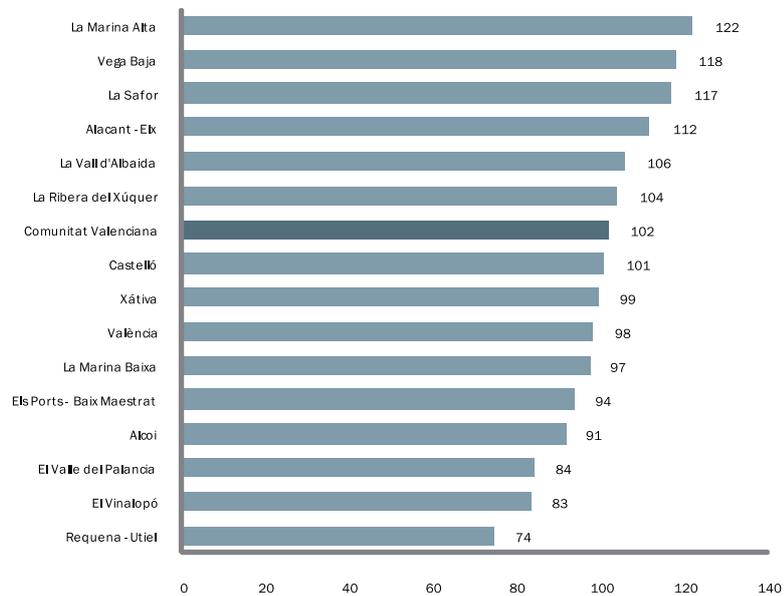
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.







Tamaño medio de los establecimientos comerciales por áreas comerciales. 2010.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

Tabla 2.22 Evolución del tamaño medio de los establecimientos comerciales por áreas comerciales. 1996-2010.

| | 1996 | 2005 | 2010 |
|---------------------------|------|------|------|
| Els Ports - Baix Maestrat | 60 | 123 | 94 |
| Castelló | 64 | 104 | 101 |
| El Valle del Palancia | 58 | 111 | 84 |
| València | 64 | 94 | 98 |
| La Ribera del Xúquer | 58 | 104 | 104 |
| Requena - Utiel | 50 | 85 | 74 |
| Xàtiva | 54 | 96 | 99 |
| La Vall d'Albaida | 62 | 118 | 106 |
| La Safor | 71 | 107 | 117 |
| La Marina Alta | 73 | 119 | 122 |
| La Marina Baixa | 73 | 99 | 97 |
| Alcoi | 51 | 86 | 91 |
| El Vinalopó | 58 | 108 | 83 |
| Vega Baja | 65 | 127 | 118 |
| Alacant - Elx | 69 | 106 | 112 |
| Comunitat Valenciana | 64 | 102 | 102 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

02.2.3 Indicadores comerciales.

02.2.3.1 Índice de dotación comercial (IDC).

Si se toman como referencia los datos del anuario económico de España del Servicio de Estudios de La Caixa La Comunitat Valenciana ofrece una dotación de 19,9 actividades comerciales minoristas por 1.000 habitantes, ocupando la posición 15ª a nivel estatal, una posición muy por debajo respecto al 4º puesto que ocupa en cuanto a número de actividades comerciales.

De las estimaciones realizadas en cuanto al número de establecimientos comerciales¹¹, la dotación comercial de la Comunitat Valenciana se sitúa en 13,4 establecimientos por cada 1.000 habitantes, mientras que la provincia de Castellón ofrece el ratio más elevado con 15,7 comercios minoristas por 1.000 habitantes. Las provincias de Alicante y Valencia ofrecen un índice de dotación similar a la media autonómica.

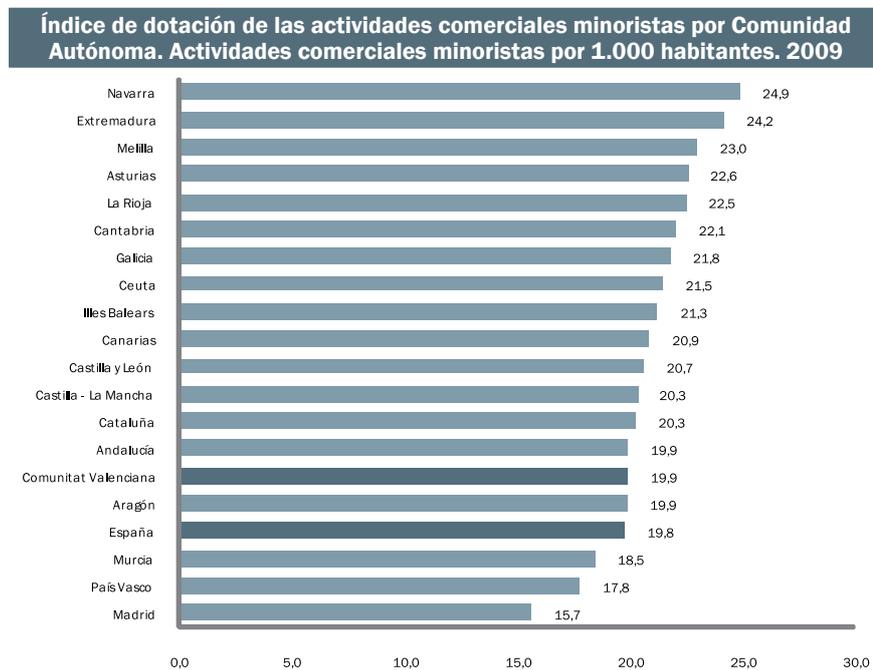
Dado el mayor número de establecimientos tradicionales de alimentación, bebidas y perfumería, esta actividad es la que ofrece mayor número de establecimientos por 1.000 habitantes, 4,8 establecimientos minoristas por 1.000 habitante.

La evolución del Índice de Dotación Comercial refleja un crecimiento entre el año 1991 y 1996, pasando de los 15,2 establecimientos del año 1991 a 16,2 establecimientos por 1.000 habitantes en 1996. En el año 2005 el índice se muestra estable situándose en 16,3 establecimientos por 1.000 habitantes, mientras que en el año 2010 se observa una disminución del índice que se sitúa en 13,4 establecimientos por 1.000 habitantes. No obstante, es una tendencia que se produce de manera generalizada en todo el territorio nacional, por lo que esta evolución responde a una evolución generalizada del sector ¹².

Tendencia que también se detecta en la evolución del índice de dotación comercial según áreas comerciales. Sólo las áreas comerciales de Alcoi y el Vinalopó ofrecen en 2010 valores dotaciones superiores al año 1996.

Las áreas comerciales con mayor dotación comercial son Els Ports – Baix Maestrat con 19,7 establecimientos por 1.000 habitantes y La Marina Baixa con 16,1 establecimientos por 1.000 habitantes.

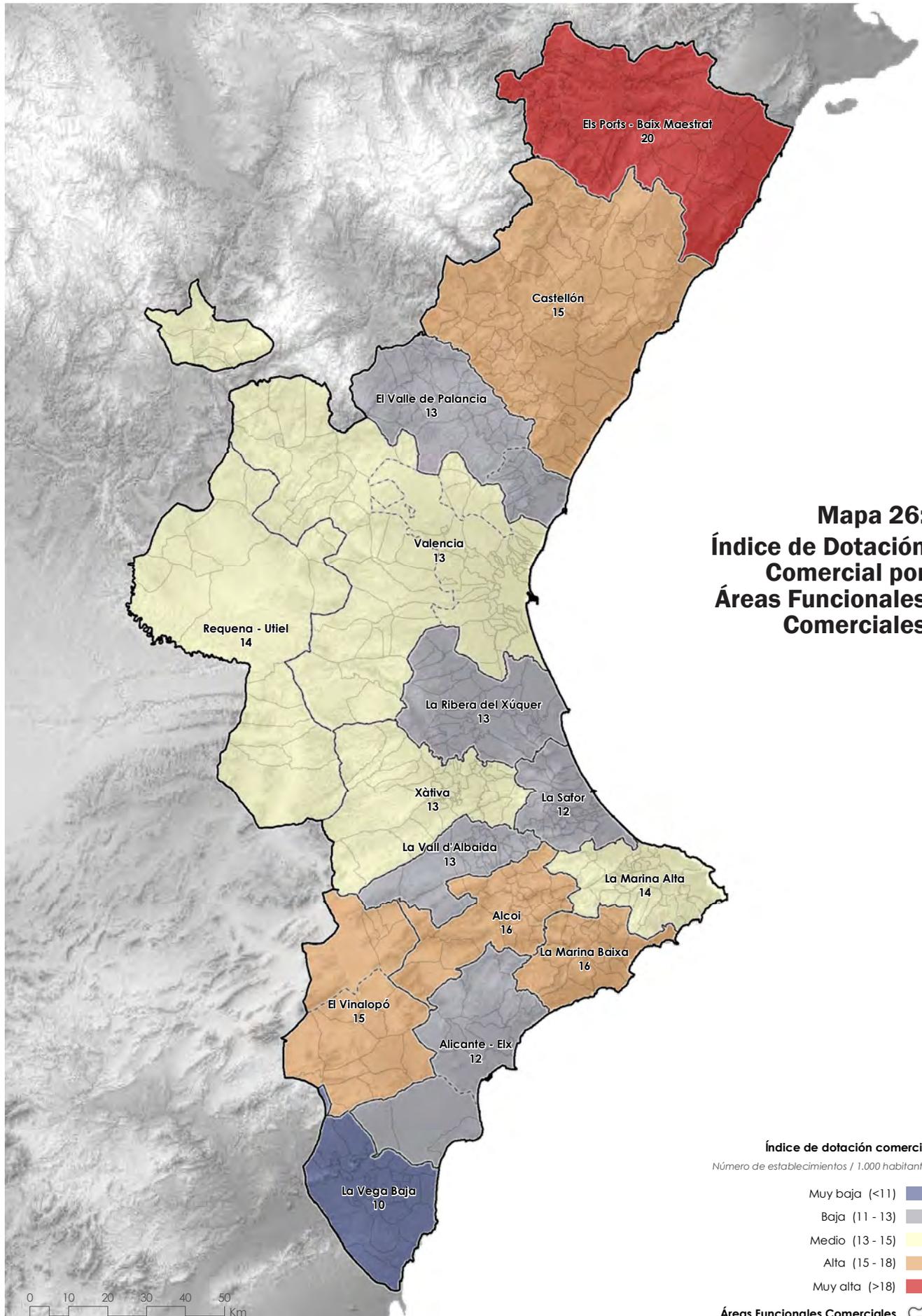
Las áreas comerciales con índices dotacionales más bajos son la Vega Baja con 10,2 establecimientos por 1.000 habitantes y La Safor con 11,7 establecimientos por 1.000 habitantes.

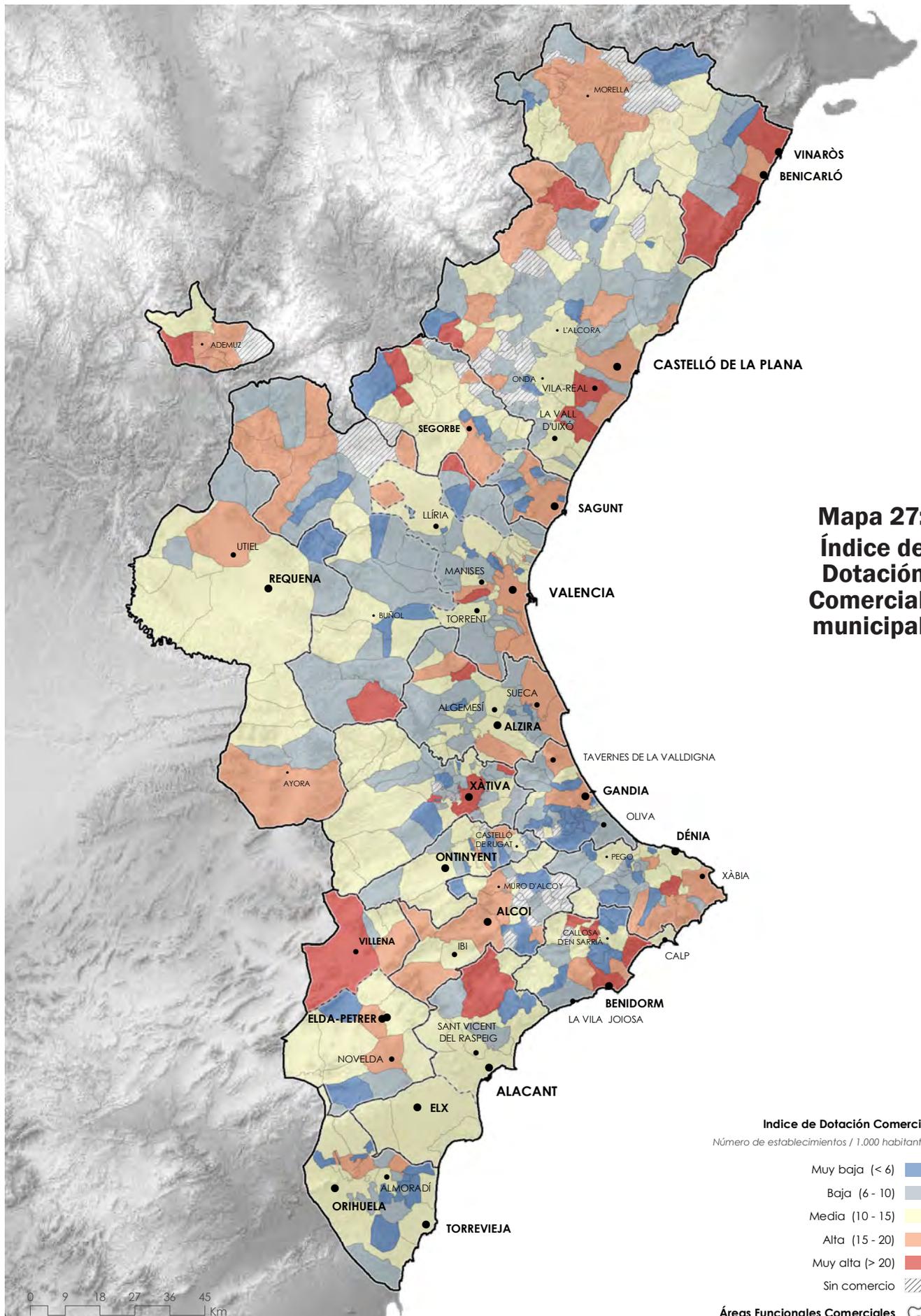


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Servicio de Estudios de La Caixa.

¹¹ A partir del Registro de Actividades Comerciales de la Dirección general de Comercio de la Conselleria de Economía, Industria y Comercio y revistas especializadas.

¹² Según los datos recogidos por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en el año 2000 la densidad comercial de España se situaba en 15,24 locales comerciales por 1.000 habitantes, en 2010 esta valor se reduce hasta los 13,15 locales comerciales por 1.000 habitantes.





**Mapa 27:
Índice de
Dotación
Comercial
municipal**

Índice de Dotación Comercial
Número de establecimientos / 1.000 habitantes

- Muy baja (< 6) ■
- Baja (6 - 10) ■
- Media (10 - 15) ■
- Alta (15 - 20) ■
- Muy alta (> 20) ■
- Sin comercio ▨

Áreas Funcionales Comerciales ⊞



Tabla 2.23 Índice de Dotación Comercial (IDC) de la Comunitat Valenciana por provincias y formatos. Año 2010

| Grupos de actividad | Alicante | Castellón | Valencia | Comunitat Valenciana |
|--|-------------|-------------|-------------|----------------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 4,4 | 5,4 | 5,0 | 4,8 |
| Equipamiento personal | 2,6 | 3,0 | 2,3 | 2,5 |
| Equipamiento del hogar | 2,5 | 2,8 | 2,3 | 2,4 |
| Otro comercio al por menor | 3,0 | 3,7 | 2,9 | 3,0 |
| Ocio y cultura | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 |
| Tecnología | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,4 |
| Otros productos ocasionales | 1,5 | 2,2 | 1,4 | 1,5 |
| Medianas superficies especializadas | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 0,4 | 0,6 | 0,6 | 0,5 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Maxisuper(+2.500 m ²) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Hipermercados | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Autoservicios de descuento | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Tiendas de conveniencia | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Grandes almacenes | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Total | 13,0 | 15,7 | 13,1 | 13,4 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

Tabla 2.24 Evolución del Índice de Dotación Comercial (IDC) por tipologías comerciales y años. Establecimientos por 1.000 habitantes.

| | 1991 | 1996 | 2005 | 2010 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 6,9 | 6,8 | 6,2 | 4,8 |
| Equipamiento personal | 2,8 | 3,0 | 2,6 | 2,5 |
| Equipamiento del hogar | 2,5 | 2,7 | 2,9 | 2,4 |
| Otro comercio al por menor | 2,5 | 3,0 | 3,6 | 3,0 |
| Medianas superficies especializadas* | | | 0,1 | 0,1 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,5 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 0,2 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,1 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 0,1 | 0,1 | 0,2 | 0,2 |
| Grandes superficies de alimentación (+2.500 m ²) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Otros (discount, conveniencia, etc) | | 0,0 | 0,1 | 0,1 |
| Grandes almacenes | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Total | 15,2 | 16,2 | 16,3 | 13,4 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

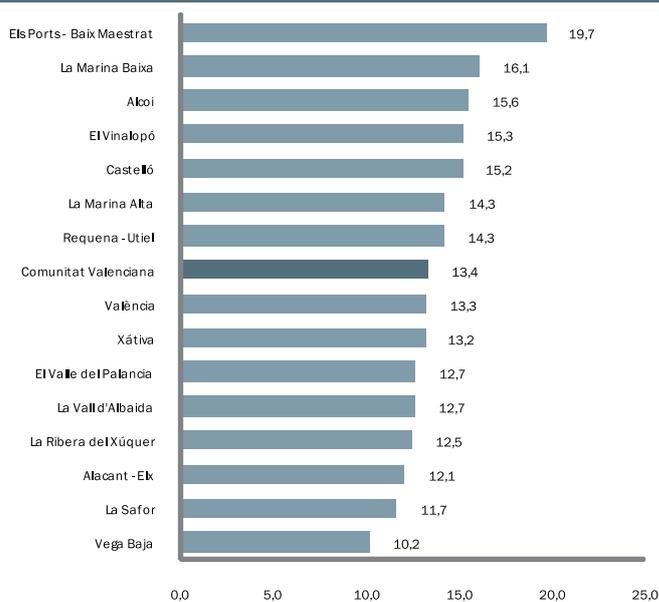
*Medianas superficies especializadas sufren un cambio metodológico en 2010. Véase metodología.

Tabla 2.25 Evolución del Índice de Dotación Comercial por áreas comerciales. 1996-2010.

| | 1996 | 2005 | 2010 |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Els Ports - Baix Maestrat | 22,1 | 26,1 | 19,7 |
| Castelló | 18,7 | 18,5 | 15,2 |
| El Valle del Palancia | 16,8 | 16,6 | 12,7 |
| València | 16,7 | 15,6 | 13,3 |
| La Ribera del Xúquer | 15,2 | 18,0 | 12,5 |
| Requena - Utiel | 22,3 | 19,3 | 14,3 |
| Xàtiva | 19,9 | 15,7 | 13,2 |
| La Vall d'Albaida | 15,1 | 18,2 | 12,7 |
| La Safor | 20,4 | 16,9 | 11,7 |
| La Marina Alta | 17,6 | 18,2 | 14,3 |
| La Marina Baixa | 20,4 | 20,3 | 16,1 |
| Alcoi | 14,4 | 20,6 | 15,6 |
| El Vinalopó | 13,0 | 15,8 | 15,3 |
| Vega Baja | 11,6 | 12,7 | 10,2 |
| Alacant - Elx | 13,4 | 14,3 | 12,1 |
| Comunitat Valenciana | 16,2 | 16,3 | 13,4 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

Índice de Dotación Comercial (IDC) por áreas comerciales. Establecimientos por 1.000 habitantes. 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales.

02.2.3.2 Índice de Superficie Comercial (ISC).

En términos de actividades, a partir de los datos ofrecidos por el Servicio de Estudios de La Caixa se estima un índice de superficie comercial de 2.487 m² por 1.000 habitantes, lo que sitúa a la Comunitat en la tercera posición tras Navarra y les Illes Balears con más superficie comercial por 1.000 habitantes.

En términos de puntos de venta, el índice se sitúa actualmente en 1.359 m² por 1.000 habitantes. La provincia de Castellón ofrece el ratio más elevado con 1.545 m² por 1.000 habitantes, mientras que Alicante y Valencia ofrecen un índice similar a la media autonómica.

Por formatos comerciales, los comercios tradicionales son los que ofrecen una mayor superficie por 1.000 habitantes. En este sentido, el comercio especializado en equipamiento del hogar con 249 m² por 1.000 habitantes, otro comercio ocasional con 197 m² por 1.000 habitantes y los comercios especializados en alimentación, bebidas y perfumería con 190 m² por 1.000 habitantes son los que mayor densidad de superficie comercial ofrecen.

El comercio mixto por secciones en conjunto ofrece 373 m² por 1.000 habitantes, siendo el supermercado el formato que mayor densidad de superficie comercial presenta con 185 m² por 1.000 habitantes.

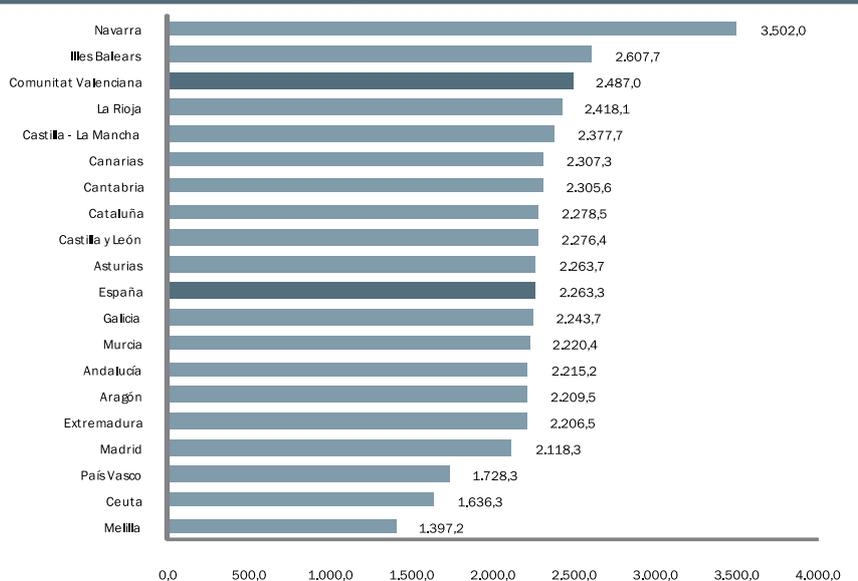
Como ya se apuntaba en la evolución de la superficie de venta de los establecimientos comerciales, los establecimientos tradicionales de alimentación integrados por los comercios de productos de alimentación, bebidas y perfumería, los autoservicios y los superservicios son los que más han disminuido su densidad comercial.

Por su parte, los establecimientos de grandes superficies y los establecimientos de alimentación de libreservicios, supermercados, grandes superficies de alimentación, autoservicios de descuento, tiendas de conveniencia, etc, han aumentado de forma más proporcional la evolución poblacional, consolidando estos formatos en el tejido comercial valenciano.

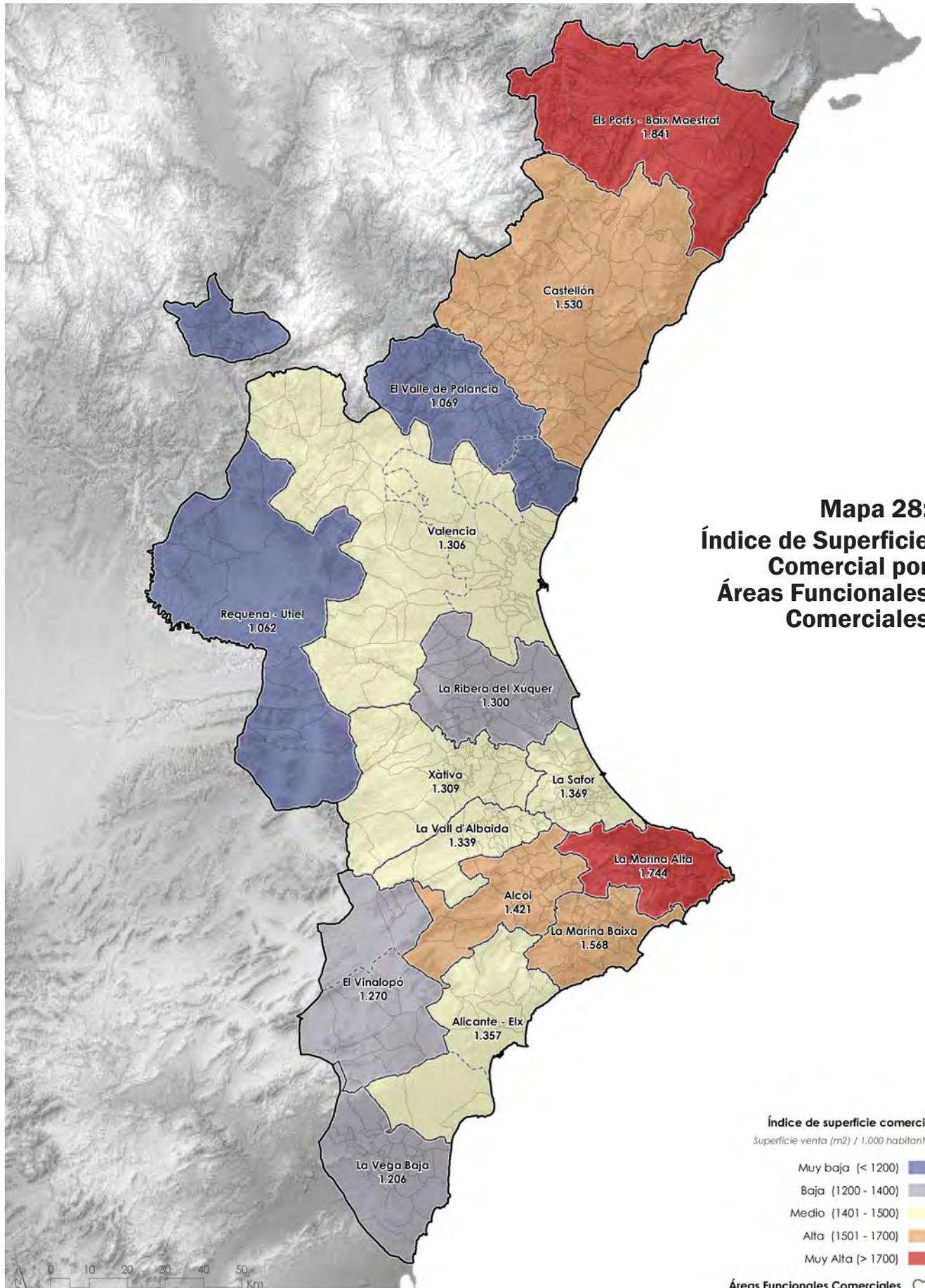
Por áreas comerciales se observa que la tendencia general ha sido el aumento de la densidad comercial. A excepción del área comercial de Requena – Utiel, todas las áreas comerciales han experimentado un aumento de la superficie comercial por 1.000 habitantes entre los años 1996 y 2010.

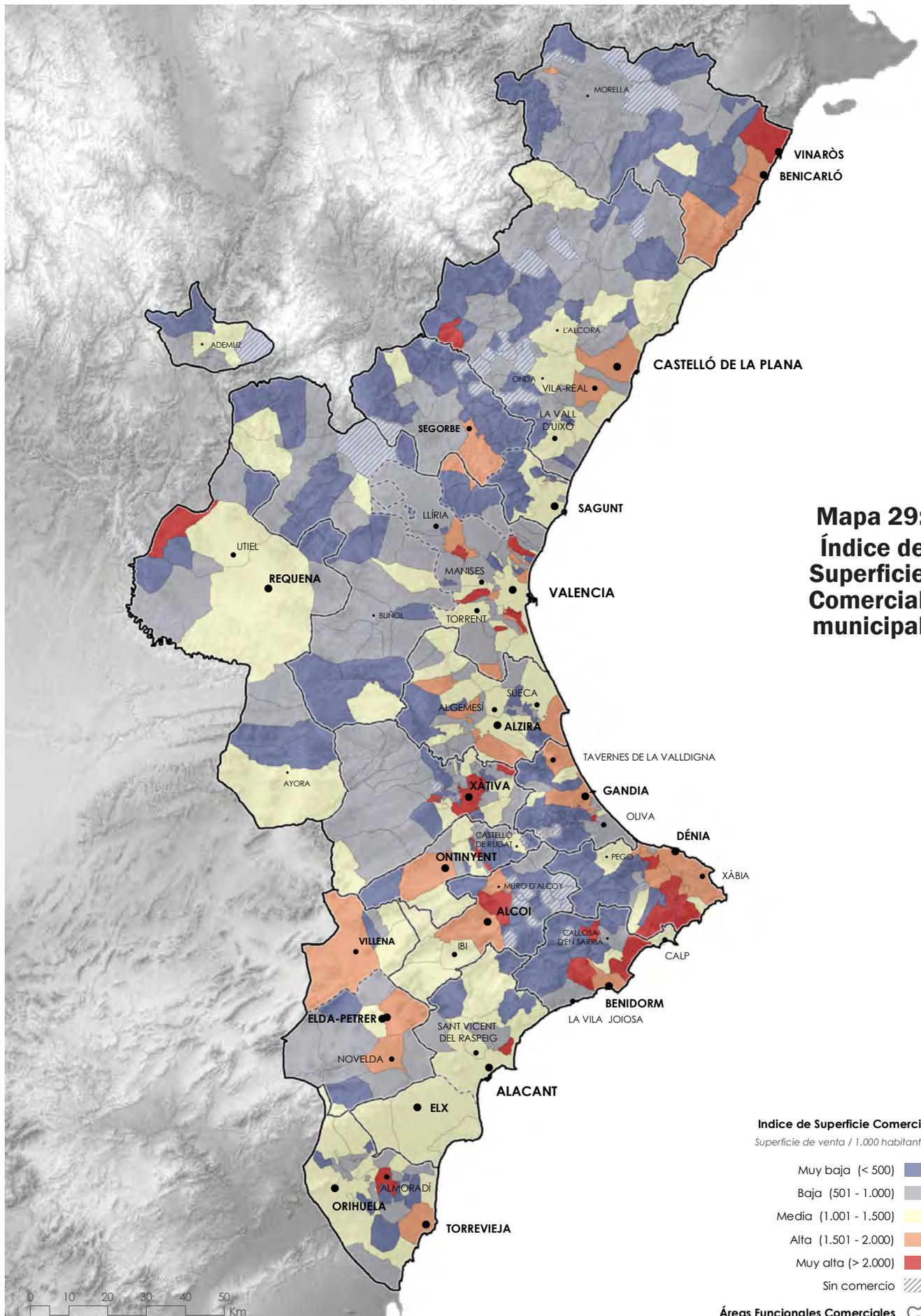
Las áreas comerciales con mayor densidad de superficie comercial son Els Ports – Baix Maestrat con 1.841 m² por 1.000 habitantes y La Marina Alta con 1.743 m² por 1.000 habitantes. Las áreas comerciales con índices de superficie comercial más bajos son Requena – Utiel con 1.062 m² por 1.000 habitantes y el Valle del Palancia con 1.068 m² por 1.000 habitantes.

Índice de superficie de las actividades comerciales minoristas por Comunidad Autónoma. M² por 1.000 habitantes. 2009



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Servicio de Estudios de la Caixa.





Mapa 29:
Índice de Superficie Comercial municipal

Índice de Superficie Comercial
 Superficie de venta / 1.000 habitantes

- Muy baja (< 500)
- Baja (501 - 1.000)
- Media (1.001 - 1.500)
- Alta (1.501 - 2.000)
- Muy alta (> 2.000)
- Sin comercio

Áreas Funcionales Comerciales

**Tabla 2.26 Índice de Superficie Comercial (ISC) de la Comunitat Valenciana por provincias.
Año 2010.**

| Grupos de actividad / Ámbitos | Alicante | Castellón | Valencia | Comunitat Valenciana |
|--|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 167 | 213 | 203 | 191 |
| Equipamiento personal | 172 | 182 | 158 | 166 |
| Equipamiento del hogar | 261 | 262 | 237 | 249 |
| Otro comercio al por menor | 201 | 246 | 183 | 198 |
| Ocio y cultura | 64 | 58 | 61 | 62 |
| Tecnología | 21 | 21 | 20 | 21 |
| Otros productos ocasionales | 116 | 166 | 102 | 115 |
| Medianas superficies especializadas | 127 | 131 | 105 | 117 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | 69 | 121 | 48 | 65 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 378 | 386 | 367 | 374 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 6 | 21 | 17 | 14 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 16 | 23 | 18 | 18 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 186 | 172 | 187 | 185 |
| Maxisuper(+2.500 m ²) | 19 | 26 | 6 | 14 |
| Hipermercados | 61 | 58 | 56 | 58 |
| Autoservicios de descuento | 44 | 37 | 34 | 39 |
| Tiendas de conveniencia | 4 | 2 | 4 | 4 |
| Grandes almacenes | 39 | 43 | 44 | 43 |
| Total | 1.379 | 1.545 | 1.300 | 1.359 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2010).

**Tabla 2.27 Evolución del Índice de Superficie Comercial (ISC) de la Comunitat Valenciana por formatos comerciales.
1991- 2010.**

| Formato / Año | 1991 | 1996 | 2005 | 2010 |
|--|------------|--------------|--------------|--------------|
| Productos de alimentación, bebidas y perfumería | 197 | 187 | 201 | 191 |
| Equipamiento personal | 148 | 154 | 151 | 166 |
| Equipamiento del hogar | 260 | 269 | 413 | 249 |
| Otro comercio al por menor | 118 | 129 | 262 | 198 |
| Medianas superficies especializadas* | - | - | 157 | 117 |
| Grandes superficies especializadas (+2.500 m²) | - | 22 | 76 | 65 |
| Comercio mixto al por menor, por secciones | 223 | 277 | 398 | 374 |
| Autoservicios (40-120 m ²) | 34 | 35 | 30 | 14 |
| Superservicios(121-399 m ²) | 25 | 40 | 41 | 18 |
| Supermercados (400-2.500 m ²) | 92 | 93 | 187 | 185 |
| Grandes superficies de alimentación (+2.500 m ²) | 30 | 73 | 81 | 72 |
| Otros (discount, conveniencia, etc) | - | 6 | 35 | 43 |
| Grandes almacenes | 34 | 30 | 35 | 43 |
| Total | 938 | 1.038 | 1.669 | 1.359 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

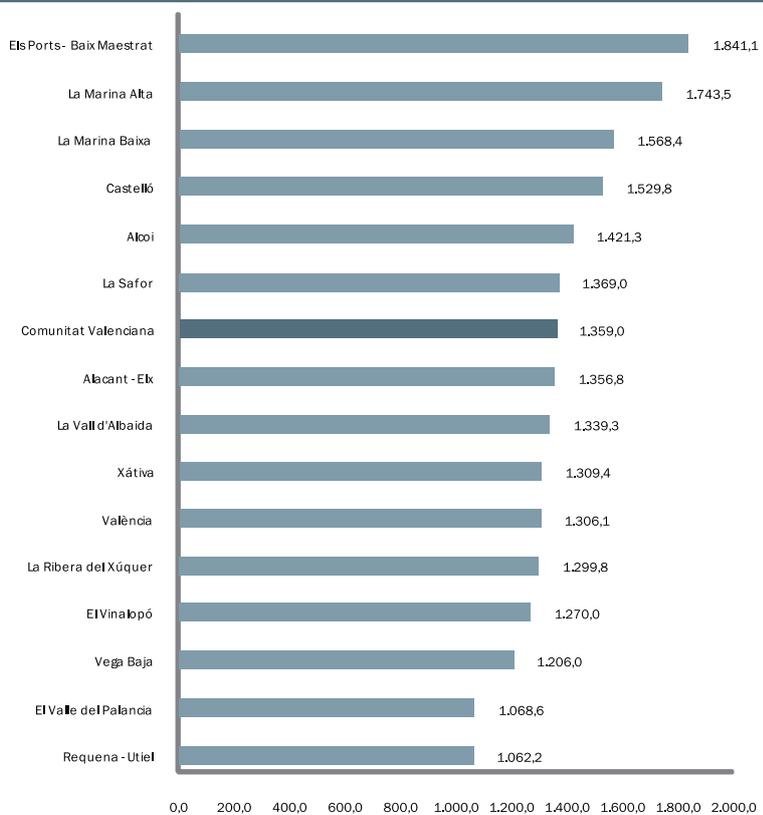
*Medianas superficies especializadas sufren un cambio metodológico en 2010. Véase metodología.

Tabla 2.28 Evolución del Índice de Superficie Comercial (ISC) por áreas comerciales. 1996- 2010.

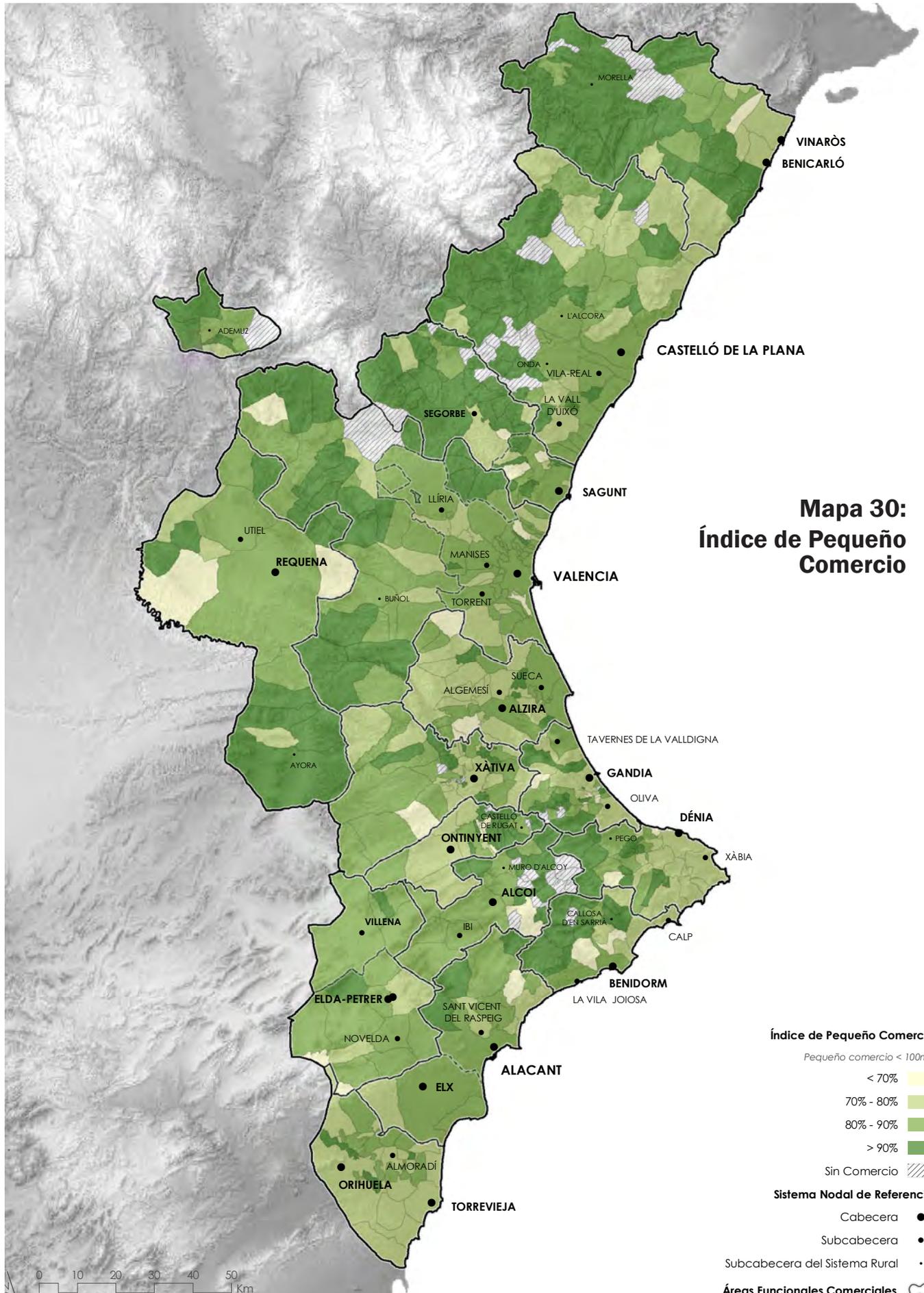
| Áreas comerciales | 1996 | 2005 | 2010 |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Els Ports - Baix Maestrat | 1.329 | 3.216 | 1.841 |
| Castelló | 1.197 | 1.922 | 1.530 |
| El Valle del Palancia | 967 | 1.839 | 1.069 |
| València | 1.074 | 1.473 | 1.306 |
| La Ribera del Xúquer | 872 | 1.871 | 1.300 |
| Requena - Utiel | 1.124 | 1.640 | 1.062 |
| Xàtiva | 1.079 | 1.509 | 1.309 |
| La Vall d'Albaida | 935 | 2.149 | 1.339 |
| La Safor | 1.436 | 1.803 | 1.369 |
| La Marina Alta | 1.290 | 2.168 | 1.744 |
| La Marina Baixa | 1.493 | 2.020 | 1.568 |
| Alcoi | 742 | 1.771 | 1.421 |
| El Vinalopó | 759 | 1.710 | 1.270 |
| Vega Baja | 748 | 1.614 | 1.206 |
| Alacant - Elx | 930 | 1.518 | 1.357 |
| Comunitat Valenciana | 1.037 | 1.669 | 1.359 |

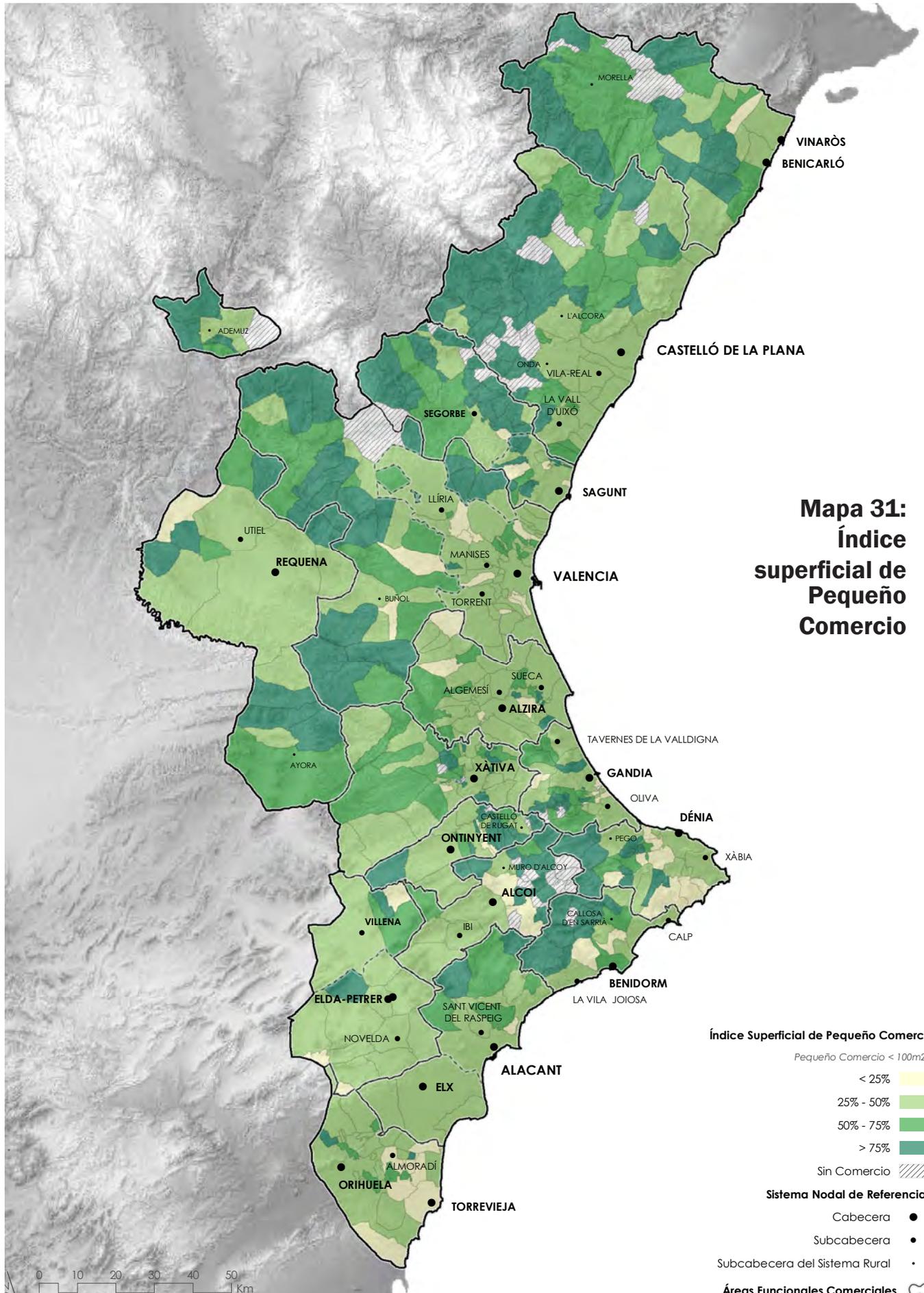
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.

Índice de Superficie Comercial (ISC) por áreas comerciales. M² por 1.000 habitantes. 2010.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento de Alimarket. Varios años.





02.3 Tipificaci3n del comercio valenciano en base a su nivel de atracci3n territorial.

La funci3n dotacional de la actividad comercial minorista es el abastecimiento de la poblaci3n residente. Sin embargo, hay equipamientos con un impacto que va m1s all1 del propio municipio donde se asienta. En este sentido, seg1n la capacidad de atracci3n de los establecimientos comerciales, su 1rea de influencia o su impacto en el territorio, se pueden establecer tres categor1as:

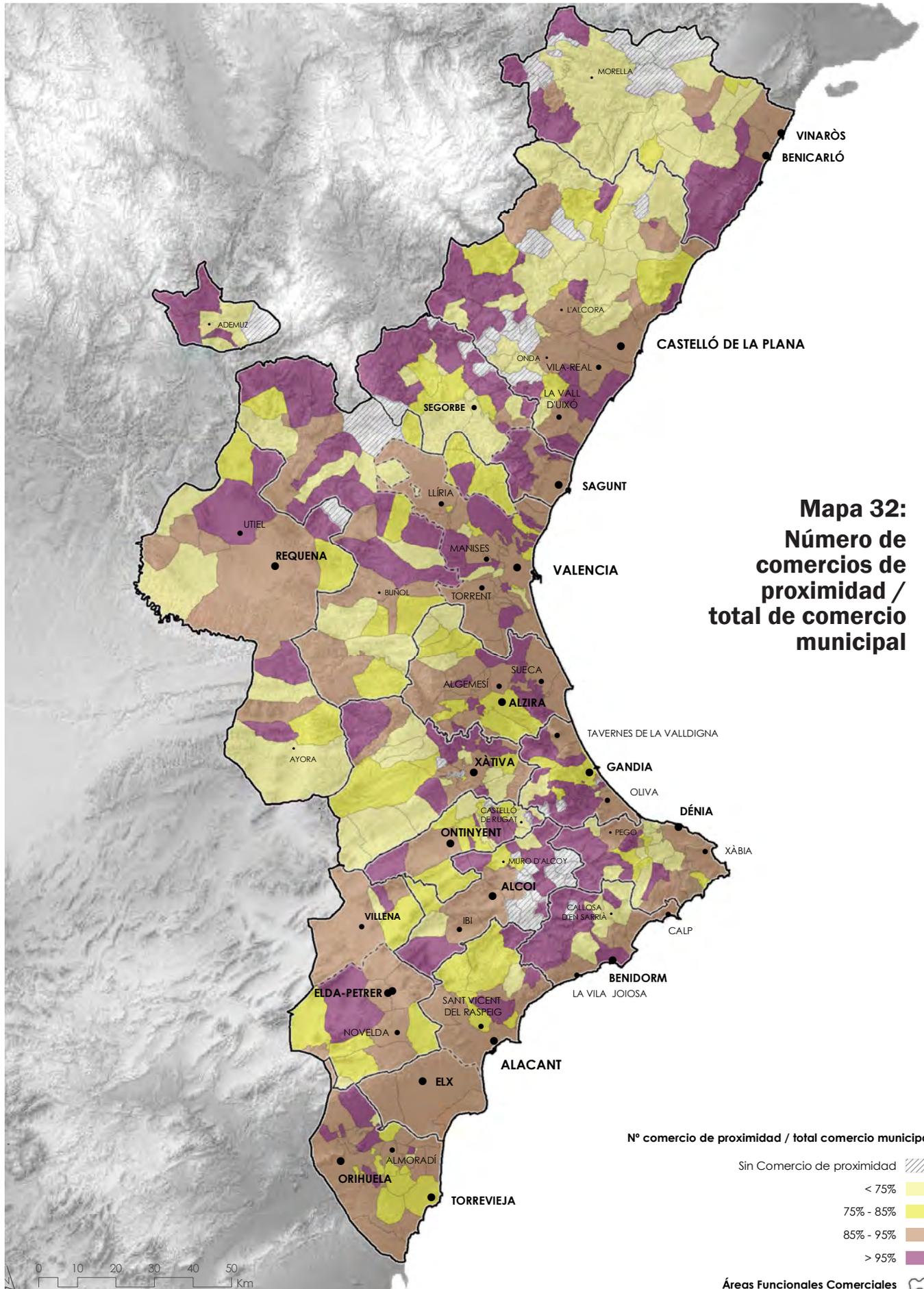
- **Comercio de proximidad:** Es el comercio de barrio o comercio urbano. Son establecimientos independientes y regentados por empresarios individuales que atienden a la poblaci3n residente de su zona de localizaci3n m1s pr3xima y asegura el abastecimiento de los consumidores. Generalmente establecimientos especializados de alimentaci3n y establecimientos tradicionales de bienes ocasionales como ropa, moda, hogar y otros productos diversos.
- **Comercio local:** Su 1rea de influencia se circunscribe al municipio donde se asienta. Es el comercio capaz de generar desplazamientos entre los diferentes barrios y zonas de residencia de una ciudad. Suelen ser comercios singulares o comercios que por la tipolog1a de bien comercializado requiere de una masa cr1tica que conforma su mercado de referencia superior al 1rea en la que se asienta.
- **Comercio de atracci3n:** Negocios con influencia supramunicipal capaces de atraer consumidores de otras poblaciones. Por su capacidad de atracci3n y por su oferta singular estos negocios generan flujos de atracci3n de consumidores que van m1s all1 del propio municipio donde se asientan. Generalmente es el comercio que se concentra en los centros urbanos de las principales ciudades y en la periferia de las ciudades. Dentro de este tipo de comercio estar1an, las cadenas de franquicia, cadenas sucursalistas, las medianas y grandes superficies especializadas, los establecimientos localizados en centros comerciales, grandes almacenes y los establecimientos de alimentaci3n con una superficie de venta igual o superior a los 2.500 m² (hipermercados y maxi-supermercados).

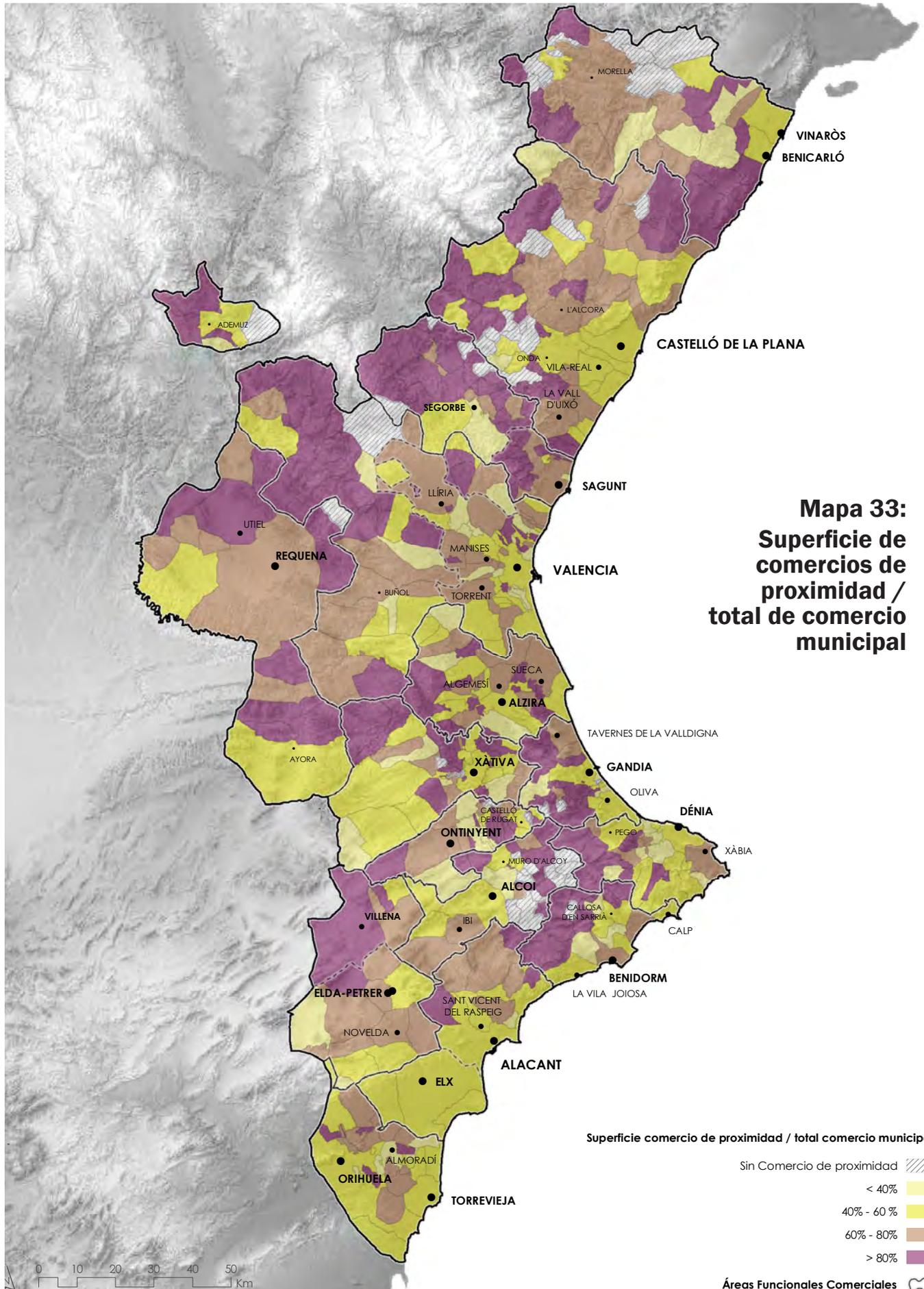
Atendiendo a esta clasificaci3n se ha categorizado al comercio minorista de la Comunitat Valenciana. De los 68.371 puntos de venta existentes en la Comunitat valenciana, 60.914 se produc1an asimilados a comercios de proximidad, el 89,1% del total. La superficie de venta del comercio de proximidad es de 3.697.578 m² y representa el 53,2% de la superficie valenciana. Estos datos ponen de manifiesto la importancia del comercio de proximidad en el territorio valenciano.

La provincia de Valencia concentra el mayor n1mero de comercios de atracci3n, 2.203 puntos de venta, si bien, hay que considerar la importancia de la ciudad de Valencia que representa el 18% de la oferta comercial de la Comunitat, adem1s de ser la provincia con el mayor n1mero de centros comerciales (33 centros comerciales, el 50% de la Comunitat Valenciana) y que concentra el 43% de la superficie de venta de los establecimientos con una superficie de venta igual o superior 2.500 m².

En cuanto a los grandes 1mbitos territoriales, se observa que el sistema rural cuenta con una dotaci3n comercial predominantemente de proximidad o local. Este dato viene a reflejar que los municipios del sistema rural valenciano cuentan con comercios destinados al autoabastecimiento y a cubrir las primeras necesidades de los residentes por lo que su asentamiento en el territorio es de vital importancia en tanto que asegura la calidad de vida de su poblaci3n.

El comercio de atracci3n concentra el 29% de la superficie de venta en la franja litoral y prelitoral, siendo del 24,9% en la franja intermedia. Espacios de preferente localizaci3n de los grandes equipamientos comerciales: centros comerciales, grandes superficies comercializadas e hipermercados, buscando la mayor concentraci3n poblacional y v1as de f1cil y r1pido acceso.



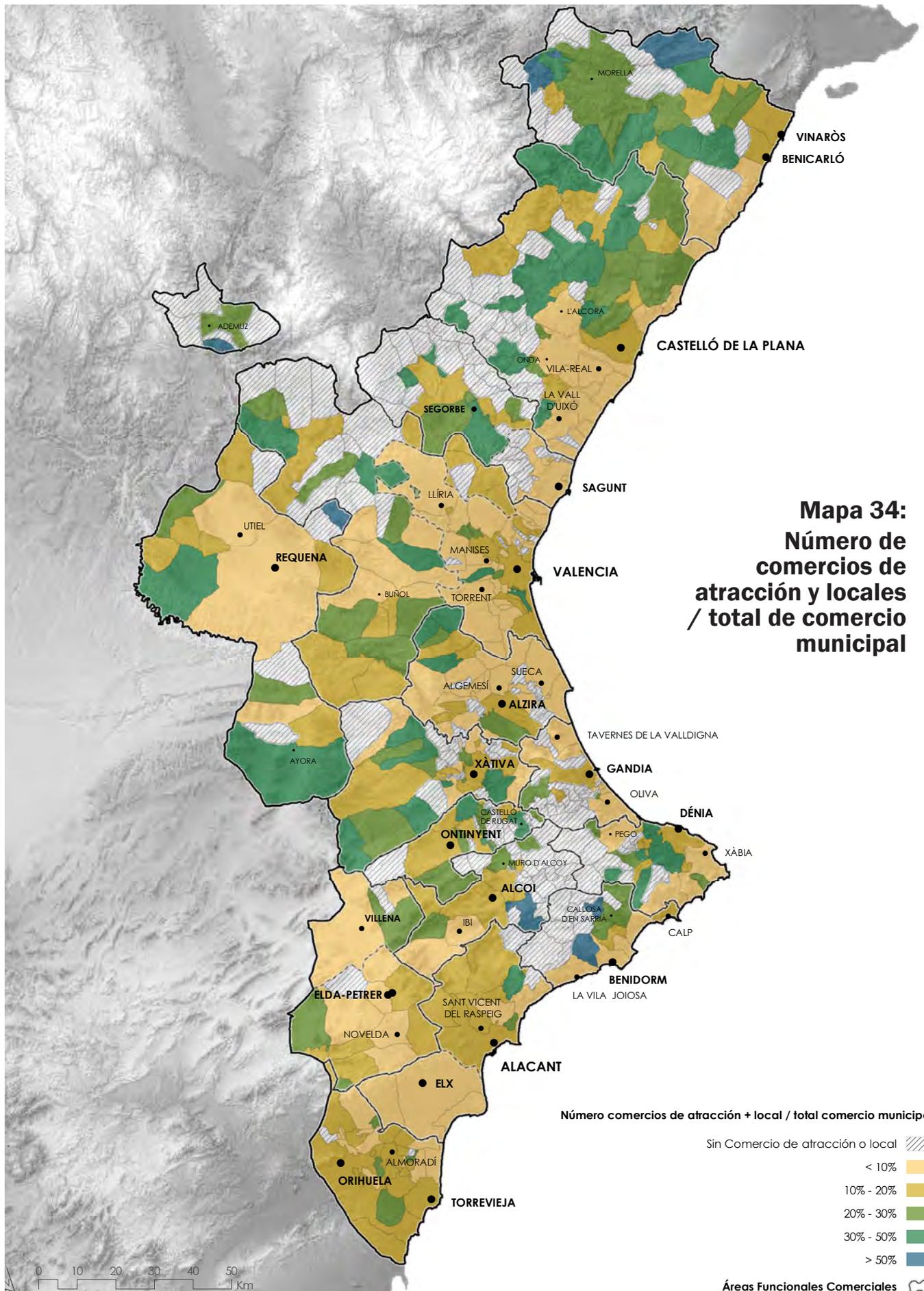


| Tabla 2.29 Oferta comercial minorista según grado de influencia territorial y provincias. | | | | | | | | |
|---|---------------|-------------------------|--------------|-------------------------|---------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|
| | Alicante | | Castellón | | Valencia | | Comunitat Valenciana | |
| Tipo comercio | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² |
| Proximidad | 22.362 | 1.399.753 | 8.552 | 501.040 | 30.000 | 1.796.785 | 60.914 | 3.697.578 |
| Local | 1.501 | 494.203 | 490 | 151.815 | 1.576 | 598.114 | 3.567 | 1.244.132 |
| Atracción | 1.220 | 762.543 | 467 | 281.086 | 2.203 | 961.595 | 3.890 | 2.005.223 |
| Total | 25.083 | 2.656.498 | 9.509 | 933.941 | 33.779 | 3.356.493 | 68.371 | 6.946.933 |
| Porcentajes verticales (%) | | | | | | | | |
| | Alicante | | Castellón | | Valencia | | Comunitat Valenciana | |
| Tipo comercio | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² |
| Proximidad | 89,2 | 52,7 | 89,9 | 53,6 | 88,8 | 53,5 | 89,1 | 53,2 |
| Local | 6,0 | 18,6 | 5,2 | 16,3 | 4,7 | 17,8 | 5,2 | 17,9 |
| Atracción | 4,9 | 28,7 | 4,9 | 30,1 | 6,5 | 28,6 | 5,7 | 28,9 |
| Comunitat Valenciana | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: Oficina Comercio y Territorio.

| Tabla 2.30 Oferta comercial minorista según grado de influencia territorial y grandes ámbitos. | | | | | | | | |
|--|---------------|-------------------------|--------------|-------------------------|--------------|-------------------------|---------------|-------------------------|
| | Proximidad | | Local | | Atracción | | Total | |
| Tipo comercio | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² |
| Franja litoral y prelitoral | 50.432 | 3.068.703 | 2.259 | 1.025.171 | 3.317 | 1.736.588 | 56.008 | 5.830.462 |
| Franja Intermedia | 9.711 | 591.783 | 1.078 | 202.877 | 556 | 263.758 | 11.345 | 1.058.418 |
| Sistema Rural | 771 | 37.092 | 230 | 16.084 | 17 | 4.877 | 1.018 | 58.053 |
| Total | 60.914 | 3.697.578 | 3.567 | 1.244.132 | 3.890 | 2.005.223 | 68.371 | 6.946.933 |
| Porcentajes verticales (%) | | | | | | | | |
| | Proximidad | | Local | | Atracción | | Total | |
| Tipo comercio | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² | Nº | Sup. Vta m ² |
| Franja litoral y prelitoral | 90,0 | 52,6 | 4,0 | 17,6 | 5,9 | 29,8 | 100,0 | 100,0 |
| Franja Intermedia | 85,6 | 55,9 | 9,5 | 19,2 | 4,9 | 24,9 | 100,0 | 100,0 |
| Sistema Rural | 75,7 | 63,9 | 22,6 | 27,7 | 1,7 | 8,4 | 100,0 | 100,0 |
| Total | 89,1 | 53,2 | 5,2 | 17,9 | 5,7 | 28,9 | 100,0 | 100 |

Fuente: Oficina Comercio y Territorio.



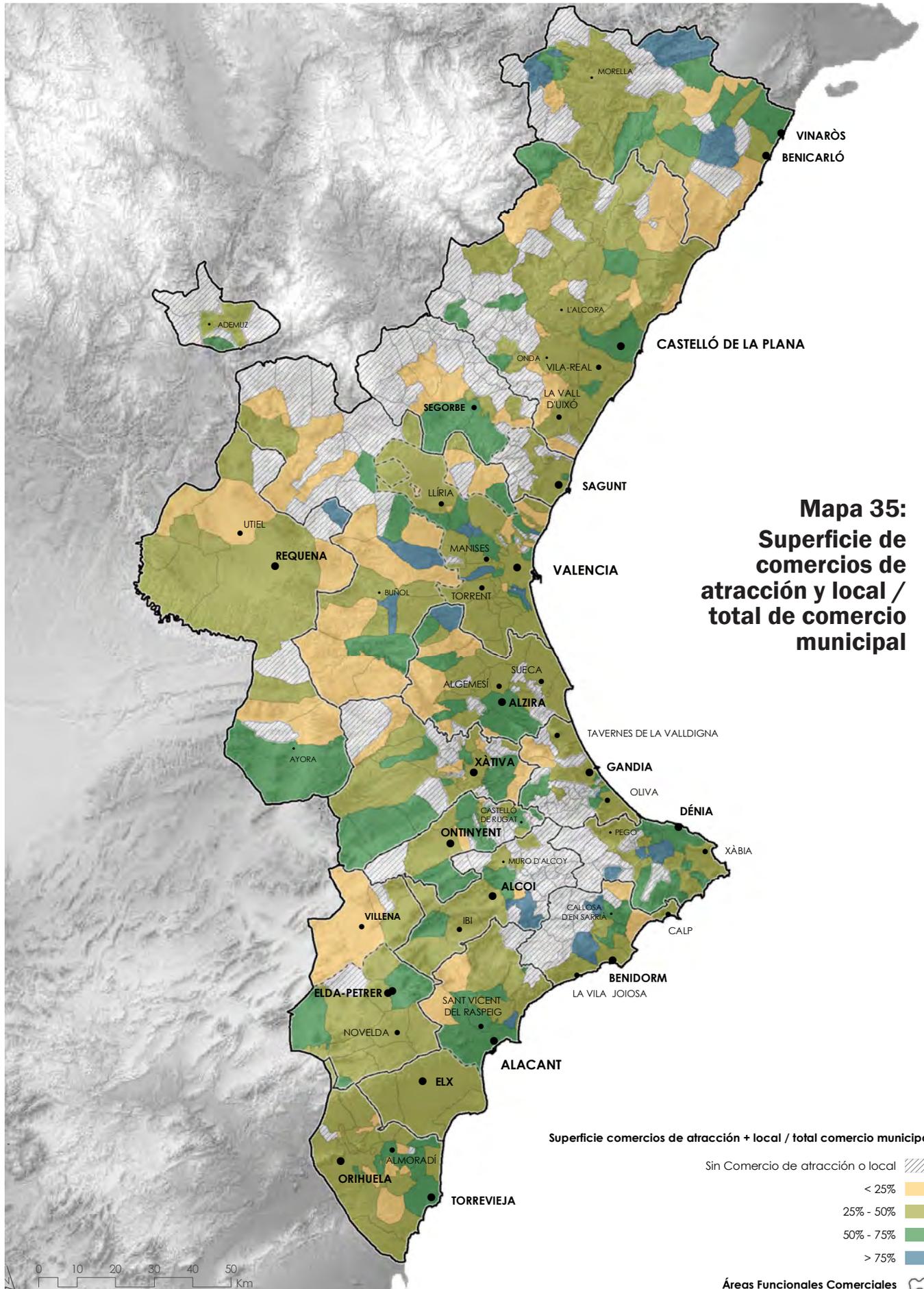


Tabla 2.31 Oferta comercial minorista según grado de influencia territorial y áreas comerciales.

| Áreas Comerciales | Comercio de proximidad | | Comercio local | | Comercio de atracción | | Total | |
|-----------------------------|------------------------|---------------------------|----------------|---------------------------|-----------------------|---------------------------|---------------|---------------------------|
| | Nº | Sup. Venta m ² | Nº | Sup. Venta m ² | Nº | Sup. Venta m ² | Nº | Sup. Venta m ² |
| Els Ports-Baix Maestrat | 1.606 | 94.252 | 97 | 24.077 | 104 | 50.754 | 1.807 | 169.083 |
| Castelló | 6.719 | 397.405 | 321 | 119.312 | 349 | 226.855 | 7.389 | 743.572 |
| El Valle del Palancia | 1.316 | 73.403 | 108 | 28.536 | 59 | 22.723 | 1.483 | 124.662 |
| València | 21.243 | 1.212.790 | 910 | 391.659 | 1.612 | 730.433 | 23.765 | 2.334.882 |
| La Ribera del Xúquer | 2.881 | 186.961 | 168 | 70.895 | 185 | 77.924 | 3.234 | 335.779 |
| Requena-Utiel | 690 | 43.238 | 78 | 10.526 | 16 | 4.628 | 784 | 58.392 |
| Xàtiva | 1.358 | 92.305 | 164 | 29.124 | 96 | 39.246 | 1.618 | 160.675 |
| La Vall d'Albaida | 834 | 60.440 | 114 | 20.410 | 71 | 26.764 | 1.019 | 107.614 |
| La Safor | 1.905 | 137.032 | 106 | 55.390 | 178 | 63.353 | 2.189 | 255.775 |
| La Marina Alta | 2.094 | 150.843 | 263 | 76.751 | 79 | 69.291 | 2.436 | 296.885 |
| La Marina Baixa | 3.245 | 207.503 | 197 | 66.337 | 160 | 76.024 | 3.602 | 349.863 |
| Alcoi | 1.931 | 109.429 | 144 | 33.777 | 102 | 55.553 | 2.177 | 198.759 |
| El Vinalopó | 3.177 | 192.023 | 182 | 49.767 | 112 | 47.049 | 3.471 | 288.838 |
| Vega Baja | 3.542 | 234.090 | 267 | 106.983 | 220 | 133.899 | 4.029 | 474.972 |
| Alacant-Elx | 8.373 | 505.866 | 448 | 160.588 | 547 | 380.728 | 9.368 | 1.047.181 |
| Comunitat Valenciana | 60.914 | 3.697.578 | 3.567 | 1.244.132 | 3.890 | 2.005.223 | 68.371 | 6.946.933 |

Fuente: Trabajo de campo Oficina Comercio y Territorio. 2010.

Tabla 2.32 Oferta comercial minorista según grado de influencia territorial y áreas comerciales. Porcentajes horizontales.

| Áreas Comerciales | Comercio de proximidad | | Comercio local | | Comercio de atracción | | Total | |
|-----------------------------|------------------------|---------------------------|----------------|---------------------------|-----------------------|---------------------------|--------------|---------------------------|
| | Nº | Sup. Venta m ² | Nº | Sup. Venta m ² | Nº | Sup. Venta m ² | Nº | Sup. Venta m ² |
| Els Ports-Baix Maestrat | 88,9 | 55,7 | 5,4 | 14,2 | 5,8 | 30,0 | 100,0 | 100,0 |
| Castelló | 90,9 | 53,4 | 4,3 | 16,0 | 4,7 | 30,5 | 100,0 | 100,0 |
| El Valle del Palancia | 88,7 | 58,9 | 7,3 | 22,9 | 4,0 | 18,2 | 100,0 | 100,0 |
| València | 89,4 | 51,9 | 3,8 | 16,8 | 6,8 | 31,3 | 100,0 | 100,0 |
| La Ribera del Xúquer | 89,1 | 55,7 | 5,2 | 21,1 | 5,7 | 23,2 | 100,0 | 100,0 |
| Requena-Utiel | 88,0 | 74,0 | 9,9 | 18,0 | 2,0 | 7,9 | 100,0 | 100,0 |
| Xàtiva | 83,9 | 57,4 | 10,1 | 18,1 | 5,9 | 24,4 | 100,0 | 100,0 |
| La Vall d'Albaida | 81,8 | 56,2 | 11,2 | 19,0 | 7,0 | 24,9 | 100,0 | 100,0 |
| La Safor | 87,0 | 53,6 | 4,8 | 21,7 | 8,1 | 24,8 | 100,0 | 100,0 |
| La Marina Alta | 86,0 | 50,8 | 10,8 | 25,9 | 3,2 | 23,3 | 100,0 | 100,0 |
| La Marina Baixa | 90,1 | 59,3 | 5,5 | 19,0 | 4,4 | 21,7 | 100,0 | 100,0 |
| Alcoi | 88,7 | 55,1 | 6,6 | 17,0 | 4,7 | 27,9 | 100,0 | 100,0 |
| El Vinalopó | 91,5 | 66,5 | 5,2 | 17,2 | 3,2 | 16,3 | 100,0 | 100,0 |
| Vega Baja | 87,9 | 49,3 | 6,6 | 22,5 | 5,5 | 28,2 | 100,0 | 100,0 |
| Alacant-Elx | 89,4 | 48,3 | 4,8 | 15,3 | 5,8 | 36,4 | 100,0 | 100,0 |
| Comunitat Valenciana | 89,1 | 53,2 | 5,2 | 17,9 | 5,7 | 28,9 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Trabajo de campo Oficina Comercio y Territorio. 2010.

