

INFORME

Comercio Minorista:

Situación y perspectivas 2023

Cámara
Valencia



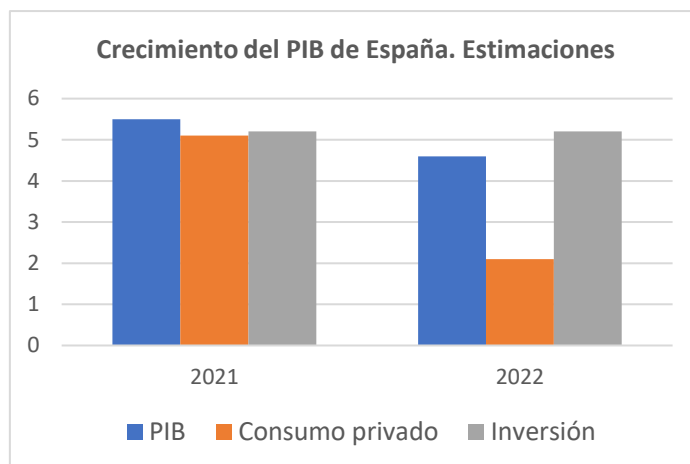
Unidad de Inteligencia y Análisis

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Valencia

Abril 2023

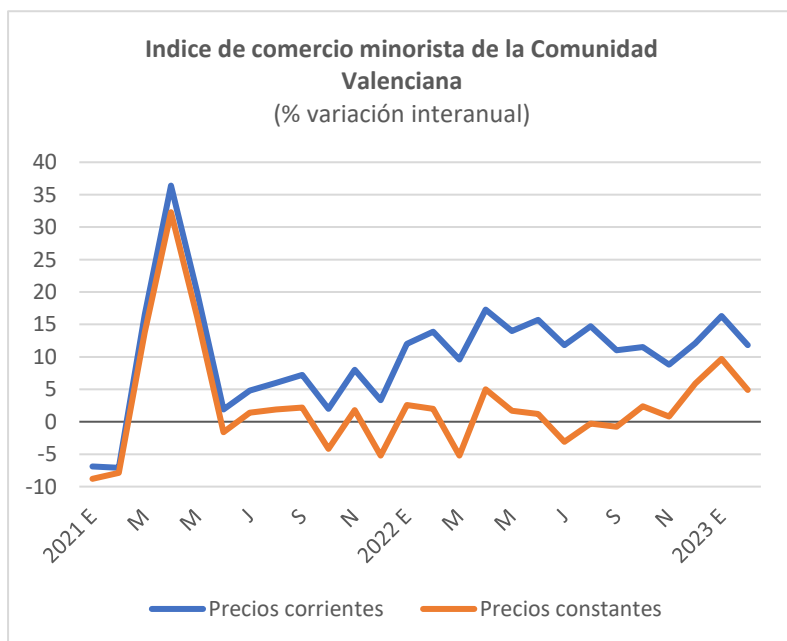
El comercio minorista en los primeros meses de 2023

El consumo privado fue el principal responsable de la ralentización del crecimiento económico en 2022, especialmente a partir de la segunda mitad del año.



Fuente: Banco de España

El índice de comercio minorista a precios corrientes, publicado por el Instituto Nacional de Estadística, refleja un crecimiento diferente en función de si se analiza a precios corrientes o precios constantes (descontado el aumento de precios). Así, en 2022, las ventas del comercio minorista en la Comunidad Valenciana se incrementaron un 10%, si bien a precios constantes el aumento solo fue del 1%.



Este diferencial, que se amplió notablemente a mediados del 2022, refleja la progresiva traslación del aumento de costes de producción a los precios finales al consumidor (energía, servicios logísticos, costes laborales, factura de proveedores).

La moderación del crecimiento de los precios al consumo en los últimos meses también se observa en el estrechamiento del diferencial entre ambas

tasas de crecimiento (de 14 puntos porcentuales en julio de 2022 a 6,7 puntos en febrero 2023).

Los meses de diciembre de 2022 y enero de 2023 la actividad del comercio minorista valenciano experimentó una sustancial recuperación, especialmente en términos reales,

alcanzando tasas muy superiores a las registradas en los 18 meses anteriores. El mes de febrero, sin embargo, se moderó dicho crecimiento. **La reactivación de la actividad del comercio valenciano está siendo en estos últimos meses superior a la media nacional.**

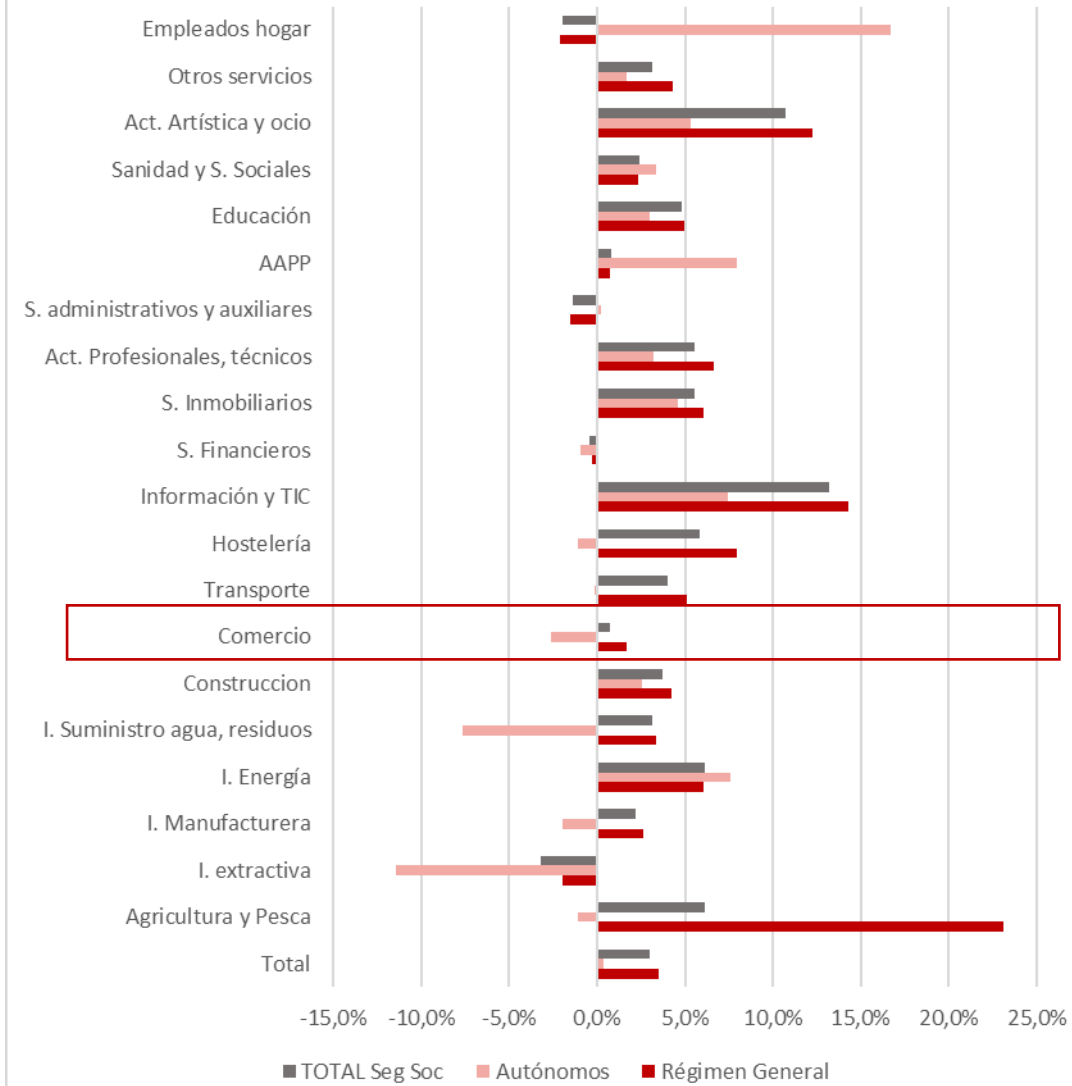
Las medianas y grandes superficies son las que mejor han resistido la desaceleración de la demanda de consumo

Según los datos de afiliados de la Seguridad Social, hasta el mes de febrero de 2023:

- El número de asalariados sigue incrementándose en el sector de la distribución comercial, impulsado sobre todo por las medianas y grandes superficies. En los pequeños comercios el empleo ha aumentado en los relacionados con la salud (farmacias, ortopedia y artículos médicos), con el cuidado personal (cosmética, productos higiénicos), el hábitat (textil -hogar y ferretería), además del sector de panaderías y el comercio online.
- Los autónomos dedicados a la distribución comercial, tanto minoristas como mayoristas, son los que han sufrido con mayor intensidad, no sólo los cierres y limitaciones por la pandemia, sino también, el notable aumento de los costes, con el consiguiente cierre de negocios. En términos netos, desde febrero de 2020 se han perdido 2.165 autónomos en esta rama de actividad. Por ramas de actividad, los más afectados son el de alimentación (productos frescos), moda y calzado, y los quioscos y papelerías.

Por tanto, **las medianas y grandes superficies son las que mejor han resistido la desaceleración de la demanda de consumo** y el aumento de los precios. Sin embargo, **las micropymes y autónomos han sufrido en mayor medida el alza de costes y el estrechamiento de los márgenes.**

Afiliados a la Seg. Social. Provincia de Valencia. Febrero 2023 / 2022.
(% var. interanual)



Fuente: Seguridad Social y elaboración propia

Evolución del gasto de los consumidores en el primer trimestre 2023

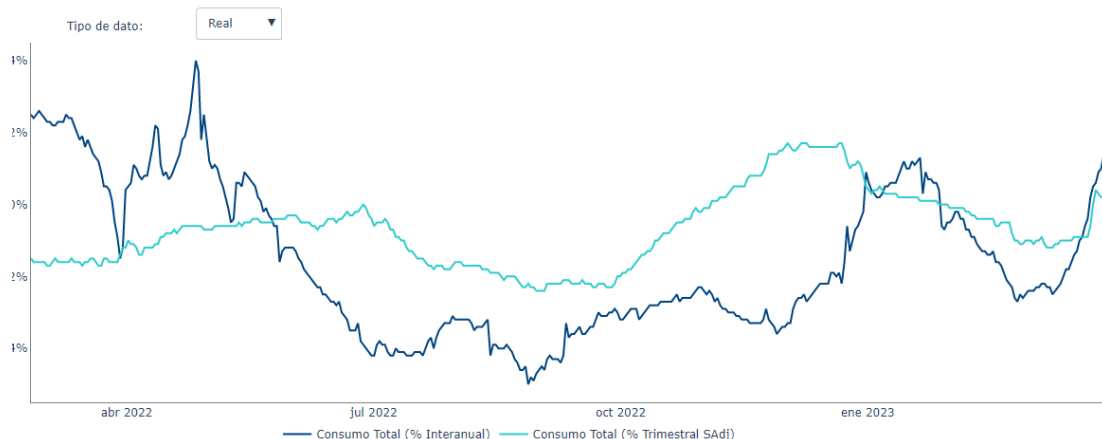
Algunos de los **factores determinantes en la evolución del gasto de los consumidores** en 2022 siguen siendo relevantes en 2023:

- El notable aumento de los precios, llegando a alcanzar un 10,8% en julio de 2022, para retomar una senda de moderada desaceleración durante la segunda mitad del año.
- Los hogares han experimentado una pérdida de poder adquisitivo, debido a que los salarios han crecido a menor ritmo que los precios (en buena medida gracias a pactos de rentas)
- El rápido crecimiento de los tipos de interés, encareciendo hipotecas y préstamos.
- La incertidumbre que genera la guerra de Rusia y Ucrania, sin visos de un fin cercano. Incertidumbre que genera una mayor volatilidad en los mercados energéticos, y por tanto, en las facturas para el consumidor.
- La confianza del consumidor se encuentra aún lejos de los niveles previos a la pandemia.

El indicador de consumo total de España elaborado por BBVA Research, pone de manifiesto que, tras la ralentización observada en el mes de febrero de 2023, **en el mes de marzo el consumo ha experimentado una sustancial recuperación, alcanzando tasas similares a las registradas un año antes.**

INDICADOR CONSUMO TOTAL: INTERANUAL Y TRIMESTRAL DESESTACIONALIZADO

(Media móvil 91 días, interanual, %, trimestral desestacionalizado, %) Fuente: BBVA Research

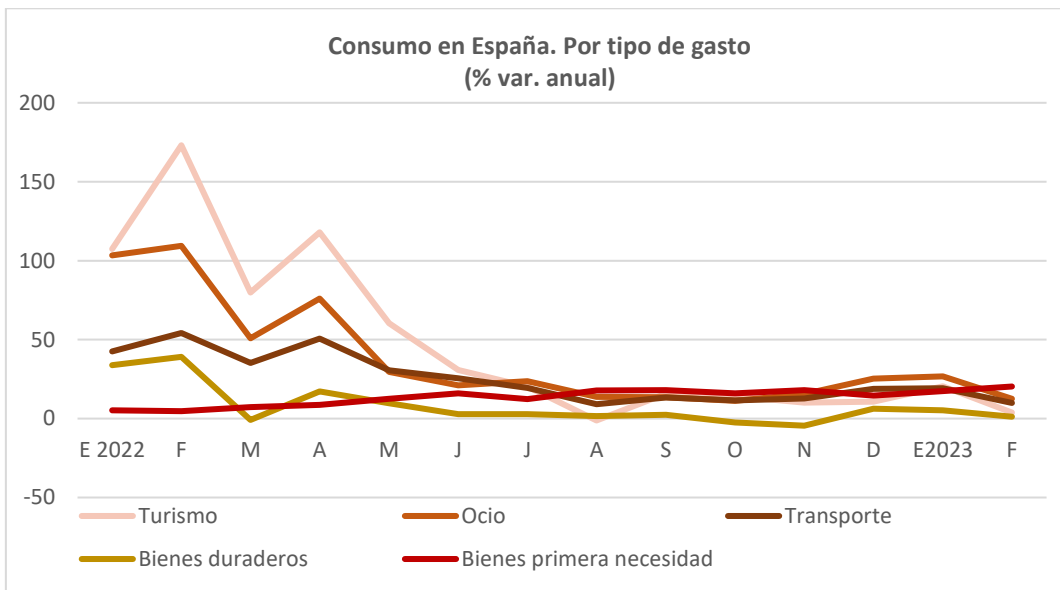
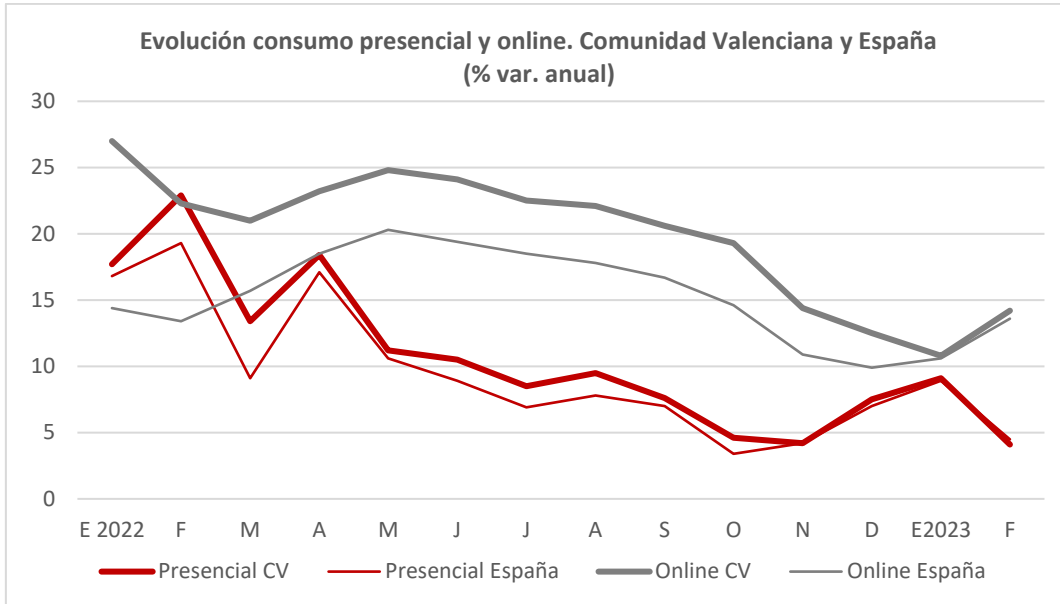


Los datos ofrecidos por Caixabank Research sobre **la evolución de los pagos con tarjeta reflejan también la ralentización del consumo en la Comunidad Valenciana en febrero.** Comportamiento que se ha concentrado en **las compras presenciales, frente al repunte del comercio online.**

Comparativamente con la media española:

- El consumo online ha sido mucho más dinámico en la Comunidad Valenciana que en España en 2022.

- La evolución del consumo presencial es muy similar tanto en la Comunidad Valenciana como en España, si bien, el ritmo de crecimiento en la CV se ha mantenido por encima de la media nacional.



Fuente: Caixabank Research y elaboración propia

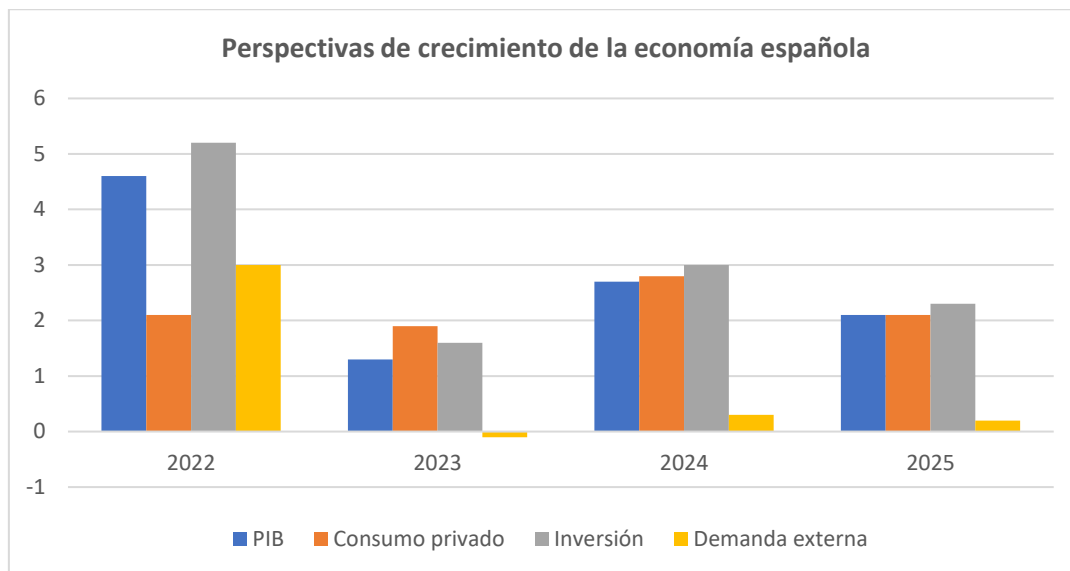
Un análisis por tipo de gasto, se observa un ligero cambio de tendencia en los primeros meses de 2023 en prácticamente todos los tipos de gasto:

- El gasto en ocio mantiene un elevado ritmo de crecimiento, el cual se ha reactivado en los últimos meses.
- El gasto en bienes duraderos, que se había estancado en la segunda mitad de 2022, registra un repunte en los dos primeros meses de 2023.

- El gasto en bienes de primera necesidad ha experimentado un mayor crecimiento debido en parte al notable aumento de los precios en alimentación (17% anual en febrero de 2023 en la Comunidad Valenciana).

Perspectivas 2023: hacia una moderada recuperación con elevadas dosis de incertidumbre

Según las perspectivas del Banco de España, la economía española crecerá un 1,3% en 2023 (un 1,5% según el FMI), alcanzando el 2,7% en 2024 (2% según el FMI). En ambos ejercicios, la resistencia del consumo interno privado será clave para la recuperación de la actividad económica. Por el contrario, tanto el gasto público como los mercados exteriores mostrarán tasas de variación muy inferiores.



Fuente: Banco de España. Diciembre 2022

Las expectativas para la Comunidad Valenciana apuntan que en 2023 crecerá a un ritmo similar o ligeramente superior a la media española.

La mayor parte de las instituciones de previsión económica apuntan que la recuperación de la actividad económica se dejará notar en la segunda mitad del año.

Varios serán **los factores que favorecerán esta recuperación:**

- Alivio gradual de las tensiones en los mercados de la energía
- Moderación de las presiones inflacionistas
- Mayor incidencia de las inversiones ligadas a los fondos del programa Next Generation

- Recuperación progresiva de la demanda exterior
- Solidez del mercado laboral, favoreciendo la confianza del consumidor y la masa salarial.

El ritmo de recuperación de la actividad económica en 2023 y 2024 también va a depender de otras **variables que pueden generar riesgos e incertidumbre adicionales**, con el consiguiente freno al proceso de recuperación:

- El aumento de los tipos de interés, cuya cuantía dependerá de la evolución de la inflación en la Zona Euro.
- La situación climática y sus efectos sobre los cultivos y la oferta alimentaria
- La evolución del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania y su posible nuevo impacto sobre el mercado energético
- El ritmo de recuperación de la economía china, dado que podría generar nuevos cuellos de botella y aumento de precios.
- Incertidumbre ante una nueva crisis financiera por la quiebra del banco de inversión de Silicon Valley.
- A nivel nacional, el endurecimiento en la concesión de la financiación para las empresas observada en 2022 podría acentuarse en 2023.
- En el ámbito nacional, la finalización o prórroga de las medidas desplegadas por la Administración Pública para compensar a diferentes colectivos por el repunte de los precios (reducción del IVA en alimentación y en la factura eléctrica, congelación precio butano, reducción/gratuidad del precio del transporte, tope a la revisión contratos de alquiler, etc.).
- El exceso de ahorro acumulado se ha reducido notablemente, lo que limita las decisiones de consumo de bienes duraderos e inversión por parte de las familias.

El principal riesgo es que la inflación acabe siendo aún más persistente (la inflación subyacente se sitúa en febrero en el 7,6%, punto y medio por encima de la inflación general), debido al dinamismo de los mercados laborales, los efectos de segunda ronda, la recuperación de la demanda en China, las nuevas disrupciones creadas por la guerra, etc., desencadenando un mayor endurecimiento monetario y, potencialmente, una recesión, estanflación o, incluso, inestabilidad financiera.

Perspectivas para el comercio minorista de la Comunidad Valenciana

El comercio minorista valenciano se enfrenta a un ejercicio, marcado por la incertidumbre y la inflación.

Algunos de los factores que ralentizaran el gasto de compra, tanto en la Comunidad Valenciana como en España son:

- El **descenso de la capacidad de compra y la riqueza del consumidor**, debido a la elevada y persistente inflación. La riqueza financiera neta de los hogares españoles en términos reales habría descendido un 9% en 2022.

Este deterioro del poder de compra lo sufrirán en mayor grado la población de rentas bajas, dado que son las que más se ven afectadas por el aumento del precio de los alimentos, cuyo peso en la cesta de la compra es mayor.

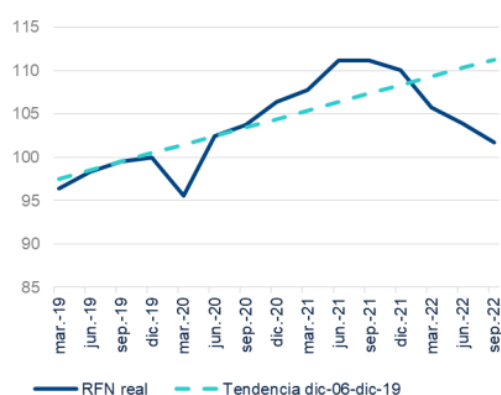
- Los **tipos de interés seguirán al alza** a lo largo del presente año, pudiendo situarse en niveles cercanos al 4% si las tasas de inflación en la Zona Euro no consolidan su senda descendente. Ello supone mayores gastos financieros, tanto para las empresas como para los consumidores (con préstamos e hipotecas), y, por tanto, un a menor propensión de gasto.

Ambos factores incidirán sobre todo en las decisiones de compra de bienes duraderos o que impliquen mayor esfuerzo o financiación adicional (automóvil, reformas integrales, etc.) que pueden verse demoradas.

Sin embargo, los expertos apuntan que también existen **factores favorables para que el consumo siga creciendo**, aunque a menor ritmo moderado:

- El mercado laboral, y por tanto, la masa salarial, mantendrá un comportamiento estable, lo que favorecerá la confianza de los consumidores.
- La recuperación del turismo internacional se mantendrá en 2023, aunque se alarga en el tiempo el alcanzar los niveles previos a la pandemia, dado que el encarecimiento de bienes y servicios y la incertidumbre de la situación geopolítica minará el gasto en turismo. El turismo nacional mantendrá un notable dinamismo, tal y como han reflejado los datos de Semana Santa en abril, incluso a pesar del aumento de los precios hoteleros.

RIQUEZA FINANCIERA NETA REAL*
(DATOS CVEC, MILES DE MILLONES DE EUROS DE 2015)

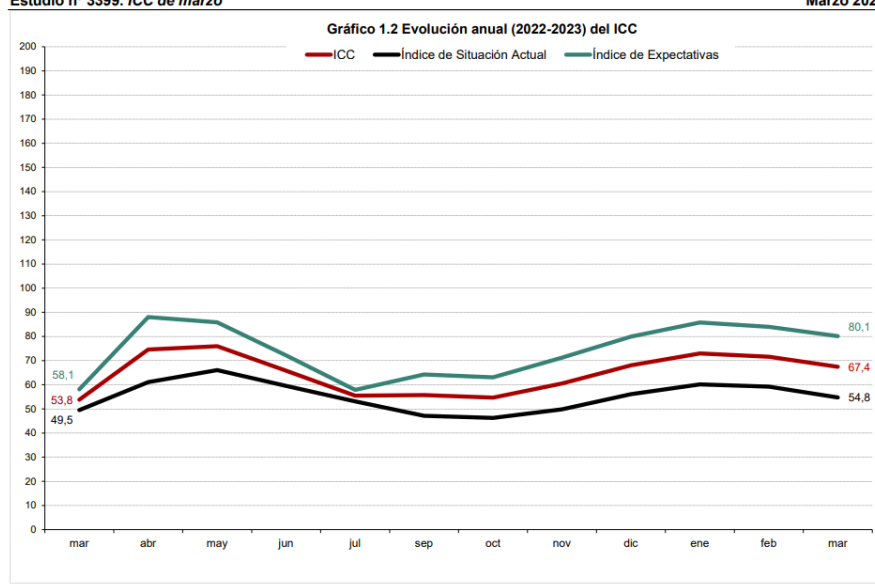


*RFN nominal deflactada con el deflactor del consumo privado.
Fuente: BBVA Research a partir de Bde e INE.

Índice de confianza del consumidor

Estudio nº 3399. ICC de marzo

Marzo 2023



Fuente: CIS

Ante un dinamismo muy moderado de la demanda de consumo, una inflación al alza, mayores costes de financiación y/o laborales, **el comercio minorista deberá apostar por incrementar la eficiencia y productividad que le permita mantener o ampliar los márgenes comerciales.** Aspectos como la digitalización, ahorro energético, la sostenibilidad, multicanalidad, etc... son imprescindibles con independencia del tamaño y la actividad comercial.