INFORME TRIMESTRAL

Evolución del sector del comercio minorista de Navarra

Tercer trimestre de 2015

Elaborado por:
Cámara Navarra de Comercio, Industria y Servicios

Cámara Navarra

ÍNDICE

Introducción y objetivos 3
Metodología 5
Resultados 7
1. Índice de actividad 8
2. Indicadores de empleo 13
3. Indicadores de expectativas 27
Conclusiones 30
ANEXO I 32

Introducción y objetivos

El III Plan de Impulso del Comercio Minorista de Navarra 2012-2015 incluye seis programas y 18 líneas de actuación para impulsar el comercio minorista en Navarra en los años establecidos.

Una de las líneas de actuación (Línea 6.1) previstas en el Plan es la elaboración y seguimiento de información para el sector. El objetivo de esta línea de actuación es doble:

- Elaborar indicadores que posibiliten valorar y analizar la coyuntura y evolución del sector.
- Sistematizar el seguimiento de los indicadores creados.

La Cámara Navarra analiza desde 2014 trimestral y anualmente la evolución del sector a través del análisis de indicadores de actividad, empleo y expectativas.

Este informe recoge la evolución del comercio minorista en Navarra en el tercer trimestre de 2015.

Metodología

La evolución del sector minorista en el segundo trimestre de 2015 se analiza a través de los siguientes indicadores referidos al comercio minorista en Navarra:

1. **Indicadores de actividad**
   1.1. Índice Comercio al por menor1 (evolución de las ventas)

2. **Indicadores de empleo**
   2.1. Índice de ocupación
   2.2. Número de personas ocupadas (de acuerdo a la EPA)
   2.3. Número de contratos en el sector (de acuerdo al SEPE)
   2.4. Número de personas afiliadas a la Seguridad Social
   2.5. Número de personas desempleadas en el sector (de acuerdo al SEPE)

3. **Indicadores de expectativas**
   3.1. Índice de sentimiento del consumidor
   3.2. Índice de expectativas económicas
   3.3. Índice de confianza del consumidor
   3.4. Índice de probabilidad de compra
   3.5. Índice de situación económica familiar

[1] Hay que tener en cuenta que aunque el Índice de comercio al por menor se publica con carácter mensual, estos se publican con un mes de retraso y por tanto, la presentación del informe se realizará alrededor de un mes, pasado el trimestre de referencia.

Resultados

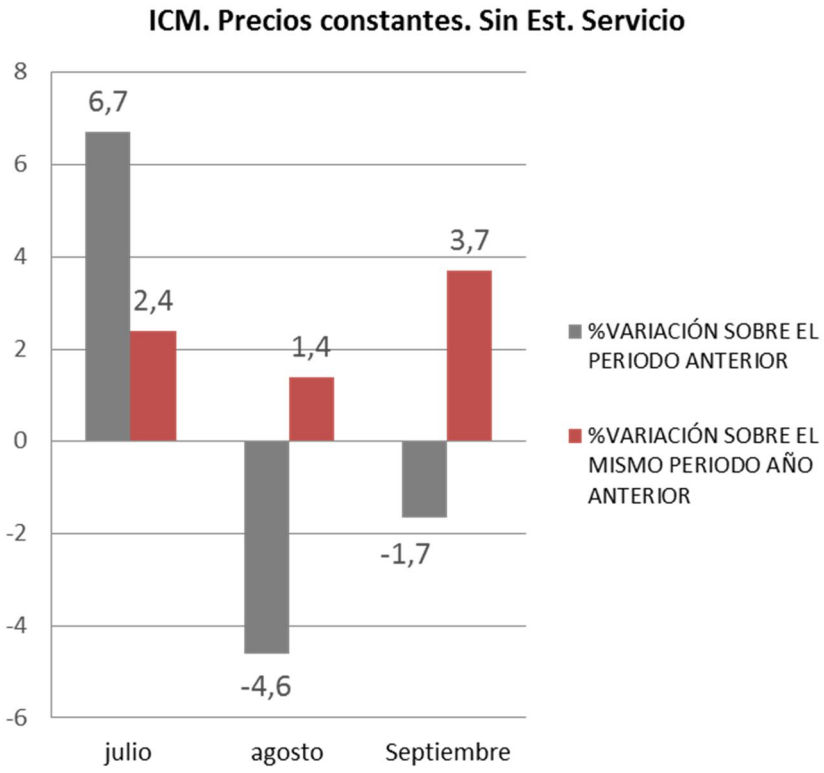
1. Índice de actividad

1.1. El Índice de Comercio al por menor (ICM)

El ICM recoge la evolución mensual de las ventas del comercio minorista[2].

De acuerdo al ICM, el tercer trimestre fue positivo para el comercio minorista en Navarra. En el tercer trimestre de 2015 las ventas del comercio minorista aumentaron, en término medio, un 4,3% con respecto al trimestre anterior, y un 2,5% con respecto al tercer trimestre del 2014 (Tabla 1). Por tanto, los resultados para el sector fueron más positivos que en el segundo trimestre. No obstante, como se aprecia en el Gráfico 1, en términos mensuales las ventas aumentaron un 6,7% en julio pero descendieron en agosto y septiembre. Con respecto al año anterior, las ventas aumentaron todos los meses, siendo septiembre el mes más favorable.

Gráfico 1



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

[2] En el análisis del ICM, se considera el indicador sin incluir las estaciones de servicio, ya que este tipo de establecimientos no se ajusta al tipo de comercio objeto de este informe.

Tabla 1. Evolución del Índice del Comercio al por menor. Navarra

	Valor medio ICM	Crec. Intertrimestral (%)	Crec interanual (%)
Trim I 2014	83,9	-8,7	1,9
Trim II 2014	88,4	5,4	2,2
Trim III 2014	89,8	1,5	-0,8
Trim IV 2014	94,4	5,2	7,5
Trim I 2015	86,6	-8,3	3,2
Trim II 2015	88,2	1,9	-0,3
Trim III 2015	**92,0**	**4,3**	**2,5**

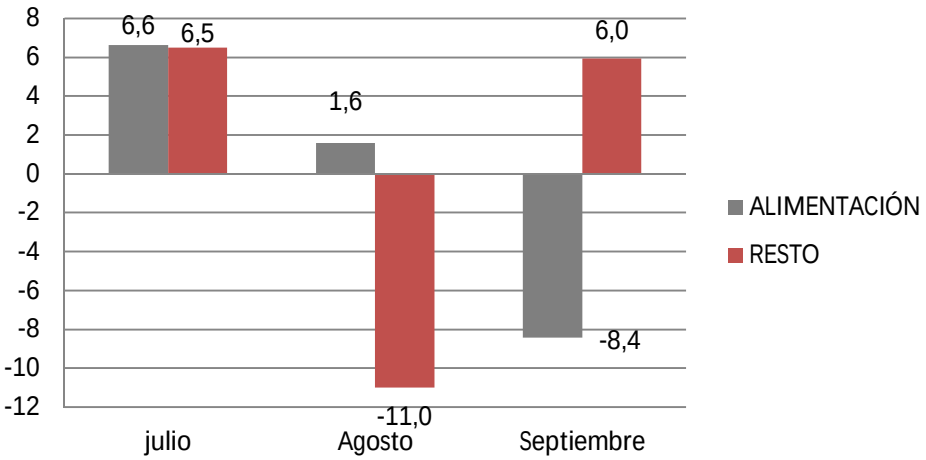
Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

A continuación, se desglosa la evolución de las ventas de acuerdo al tipo de bien y el tamaño comercial.

Se aprecian diferencias entre las ventas de bienes de alimentación y el resto. Las ventas en la alimentación aumentaron en julio (6,6%) y agosto (1,6%) y cayeron un 8,4% en septiembre. En términos acumulados, esto supone un ligero descenso de las ventas de alimentación del -0,2%. Las ventas del resto de bienes aumentaron también (6,5%) en julio, cayeron mucho más (un 11%) en agosto y volvieron a aumentar (un 6%) en septiembre. Esta variación intermensual muestra una evolución acorde a los meses de verano, ya que las ventas caen en agosto, debido al periodo vacacional pero aumentan tras su finalización en septiembre.

Gráfico 2

ICM. Alimentación y resto. Var. Intermensual

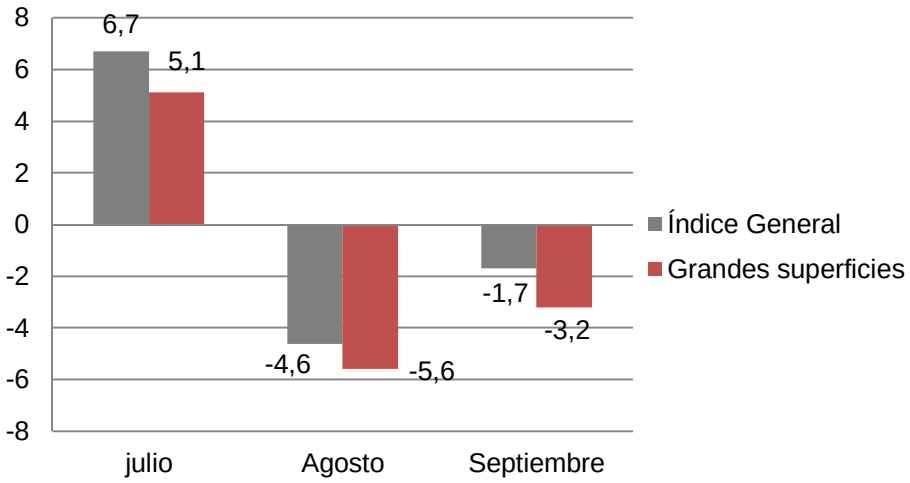


Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

La evolución mensual de las ventas no fue positiva para las grandes superficies (Gráfico 3). Tras el incremento de sus ventas en julio del 5,1% con respecto a junio, cayeron en agosto (-5,6%) y septiembre (-3,2%). La tendencia fue similar a la del índice general, si bien el incremento en julio fue menor y los descensos en agosto y septiembre mayores.

Gráfico 3

ICM. Navarra. Modos de distribución. Variación intermensual

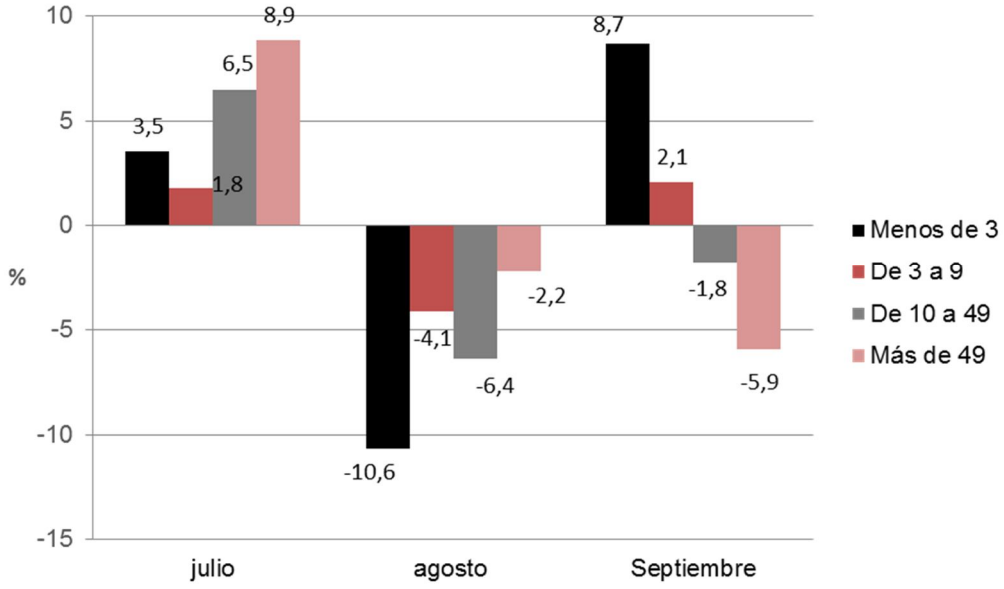


Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

No se aprecian diferencias claras en la evolución de las ventas mes a mes en función del tamaño del comercio (Gráfico 4). El mes de julio fue el mejor, especialmente para los comercios más grandes, de más de 49 trabajadores y las ventas cayeron en agosto, aunque como se ha mencionado, este dato tiene un claro componente estacional. Las ventas se recuperaron en septiembre para los comercios más pequeños, con menos de 9 trabajadores, y de manera más significativa para el pequeño comercio con menos de tres empleados, cuyas ventas aumentaron un 8,7% en septiembre.

Gráfico 4

ICM según nº de trabajadores. Evolución intermensual

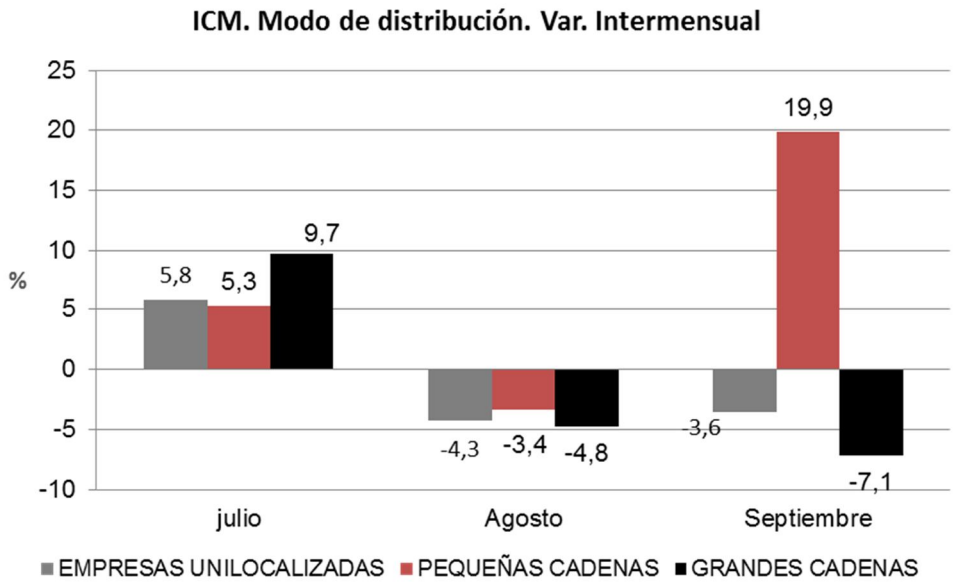


Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

De acuerdo al modo de distribución[3] (Gráfico 5), todos los formatos aumentaron sus ventas en julio con respecto a junio, entre los que destaca las grandes cadenas que incrementaron sus ventas casi un 10%. Como es esperable, las ventas cayeron en agosto. En septiembre sólo las pequeñas cadenas aumentaron sus ventas (un 20%).

[3] En el Anexo I se recoge las definiciones de los diferentes tipos de establecimiento comercial analizado en el informe.

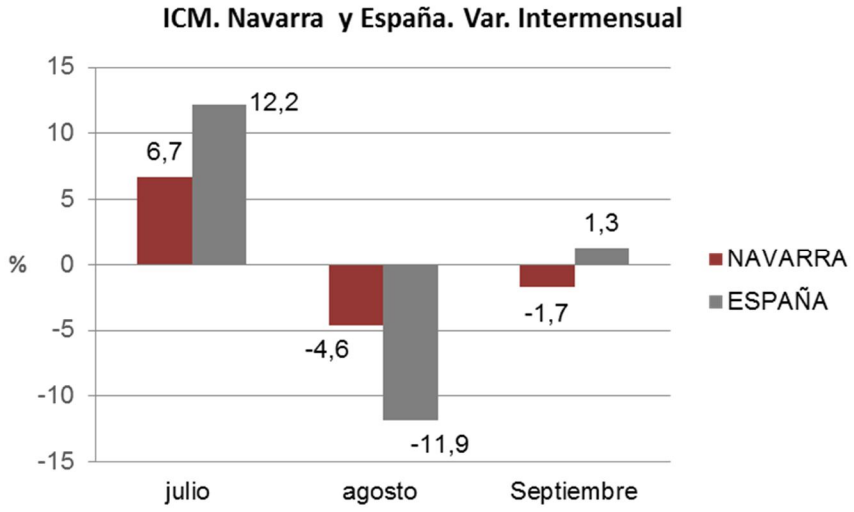
Gráfico 5



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

Las ventas del pequeño comercio en Navarra evolucionaron de manera similar al conjunto nacional. Las ventas minoristas aumentaron más en España en julio (un 12,2%) pero cayeron también en mayor medida en agosto, un 11,9% frente al 4,6% en Navarra. Las ventas en España en septiembre se recuperaron un 1,3% mientras que en la Comunidad Foral volvieron a descender aunque en menor medida (-1,7%).

Gráfico 6



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

2. Indicadores de empleo

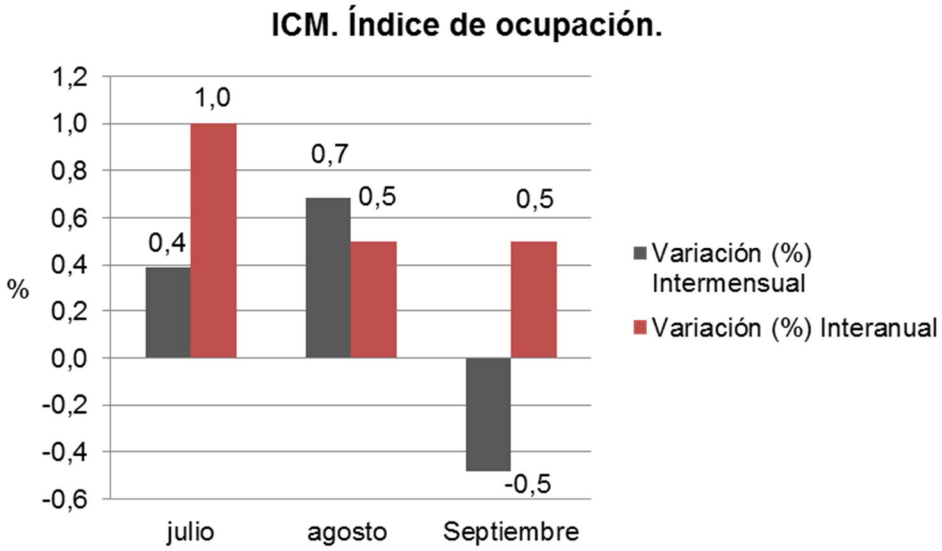
A continuación se analiza el empleo en el comercio minorista en el tercer trimestre de 2015 a través de cinco indicadores.

2.1. El índice de ocupación según el ICM

De acuerdo a este indicador, la ocupación en el sector en el tercer trimestre fue mayor que el segundo. En término medio, la ocupación en el comercio minorista aumentó un 0,2% con respecto al segundo trimestre del 2015 y un 0,7% con respecto al tercer trimestre de 2014 y por tanto, se mantiene la tendencia positiva de la ocupación desde el segundo trimestre del año pasado (Tabla 2).

En términos intermensuales, cayó en septiembre tras incrementos en julio (0,4%) y agosto (0,7%) (Gráfico 7).

Gráfico 7



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

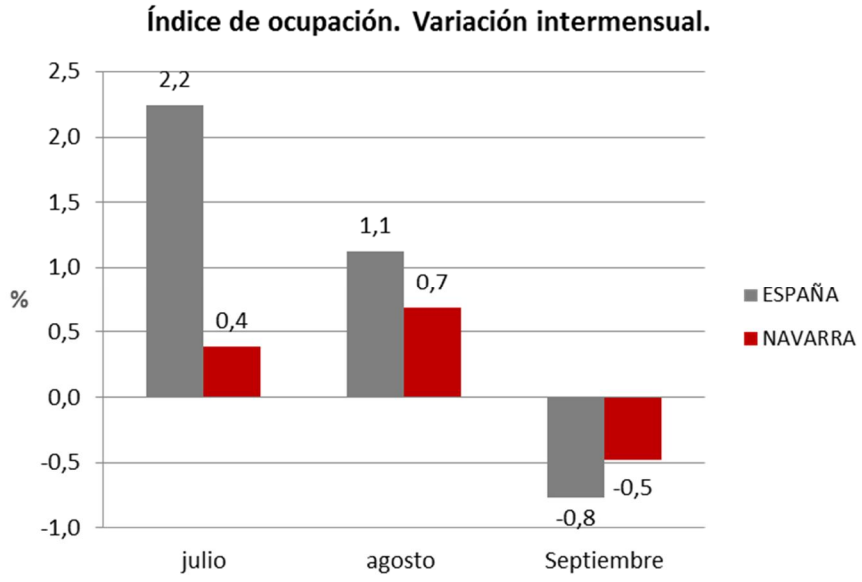
Tabla 2. Indicador de ocupación del comercio minorista. Navarra

	Valor medio IOCM	Crec. intertrimestral	Crec interanual
TRIM I 2014	93,5	-1,2	-0,7
TRIM II 2014	94,6	1,1	-0,2
TRIM III 2014	95,2	0,7	0,1
TRIM IV 2014	95,6	0,4	1,0
TRIM I 2015	94,8	-0,6	1,5
TRIM II 2015	95,5	0,8	1,2
TRIM III 2015	**95,7**	**0,2**	**0,7**

Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

En comparación a España la evolución de la ocupación fue similar, con mayores incrementos en julio y agosto si bien en Navarra no aumentó tanto como en España.

Gráfico 8



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

2.2. Ocupación de acuerdo a la Encuesta de Población Activa (EPA)

De acuerdo a la Encuesta de Población Activa (EPA), el número de personas ocupadas en el comercio minorista en Navarra fue de 25.010, lo cual supone un descenso con respecto a la primera mitad del año, si bien la comparación interanual es muy positiva (Tabla 3). Con respecto al mismo trimestre del 2014, la ocupación en el sector aumentó un 17,8%.

Tabla 3. Ocupación en el comercio minorista. Navarra

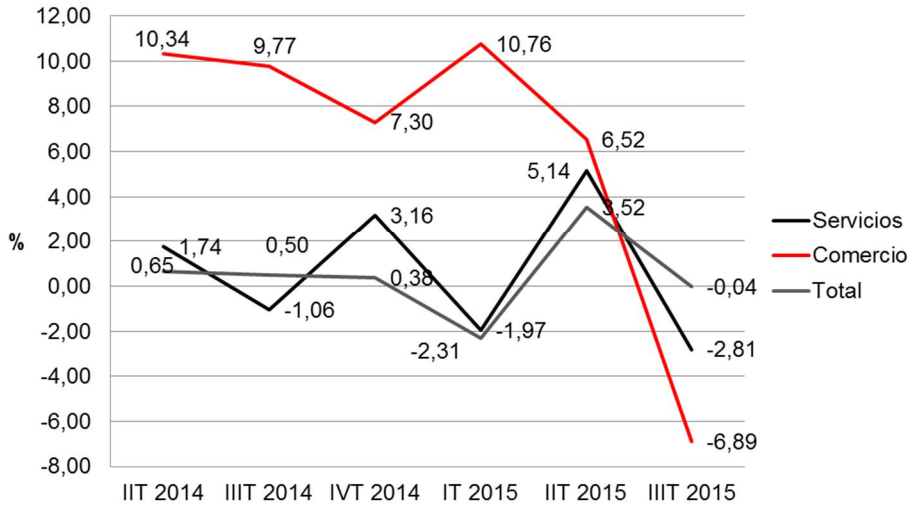
Año	Trimestre	Ocupados	Variación intertrimestral	Variación Interanual
2013	1	20.443	-	-
	2	19.918	-2,57	-
	3	18.485	-7,19	-
	4	18.675	1,03	-
2014	1	17.519	-6,19	-14,30
	2	19.330	10,34	-2,95
	3	21.219	9,77	14,79
	4	22.768	7,30	21,92
2015	1	25.217	10,76	43,94
	2	26.861	6,52	38,96
	3	**25.010**	**-6,89**	**17,87**

Fuente: Instituto de Estadística de Navarra. Encuesta de Población Activa (EPA).

Entre el segundo trimestre de 2014 y 2015, la ocupación en el comercio minorista creció a tasas claramente superiores a la del conjunto de la economía y también del sector servicios (Gráfico 9). Sin embargo, se observa un cambio en el tercer trimestre de 2015. La ocupación ha descendido en Navarra (-0,04%) y el sector servicios (-2,81%) pero el descenso ha sido mayor en el comercio minorista (-6,89%).

Gráfico 9

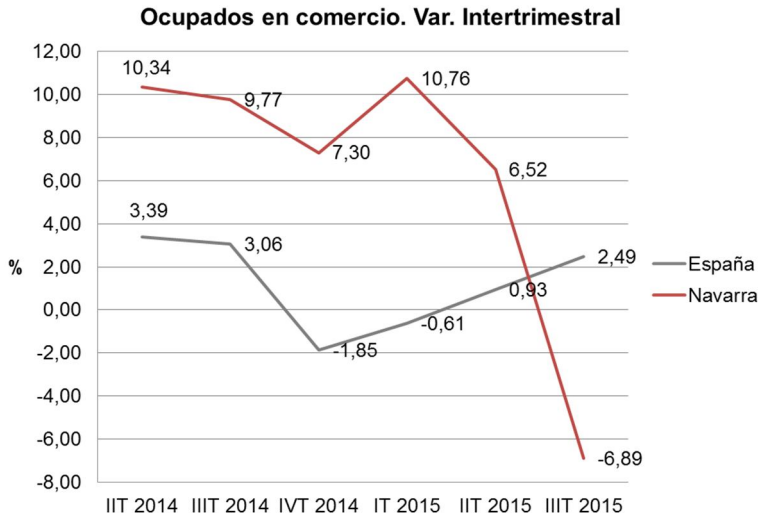
Ocupados. Variación intertrimestral



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

El descenso de la ocupación en el comercio minorista en Navarra también contrasta con la evolución observada en el conjunto nacional. Frente a la caída del 6,89% en Navarra, la ocupación en España creció un 2,49%. Además, este dato confirma una tendencia de crecimiento observada desde el cuarto trimestre del 2014.

Gráfico 10



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

2.3. Número de contratos

El comercio minorista en Navarra en el tercer trimestre de 2015 realizó una media de 1.687 contratos al mes, 231 más que en el segundo trimestre, lo cual supone un incremento del 15,8% con respecto al trimestre anterior y del 1,7% con respecto al tercer trimestre del 2014. De acuerdo a los resultados de actividad, el incremento medio de la contratación viene dado por los aumentos de julio (23,8%) y septiembre (18,9%) ya que la contratación cayó un 34,2% en agosto (Tabla 4 y 5). Esta elevada variación en la contratación en estos meses refleja que se trata de contratos de corta duración y ligados a variaciones estacionales de actividad.

Tabla 4. Contratación en el comercio minorista. Navarra

		Nº de contratos	Var. mensual	Var. anual
2014	Enero	1.053	-4,01	8,33
	Febrero	1.037	-1,52	6,69
	Marzo	1.138	9,74	49,54
	Abril	1.253	10,11	46,21
	Mayo	1.334	6,46	33,40
	Junio	1.452	8,85	43,20
	Julio	2.056	41,60	90,90
	Agosto	1.376	-33,07	-17,95
	Septiembre	1.540	11,92	33,33
	Octubre	1.637	6,30	36,99
	Noviembre	1.680	2,63	34,83
	Diciembre	1.340	-20,24	6,60
2015	Enero	1.341	0,07	22,24
	Febrero	1.179	-12,08	11,97
	Marzo	1.255	6,45	21,02
	Abril	1.303	3,82	3,99
	Mayo	1.391	6,75	4,27
	Junio	1.675	20,42	15,36
	Julio	**2.075**	**23,88**	**0,92**
	Agosto	**1.364**	**-34,27**	**-0,87**
	Septiembre	**1.622**	**18,91**	**5,32**

Fuente: Servicio Navarro de Empleo

Tabla 5. Contratación media. Comercio minorista. (Número de contratos)

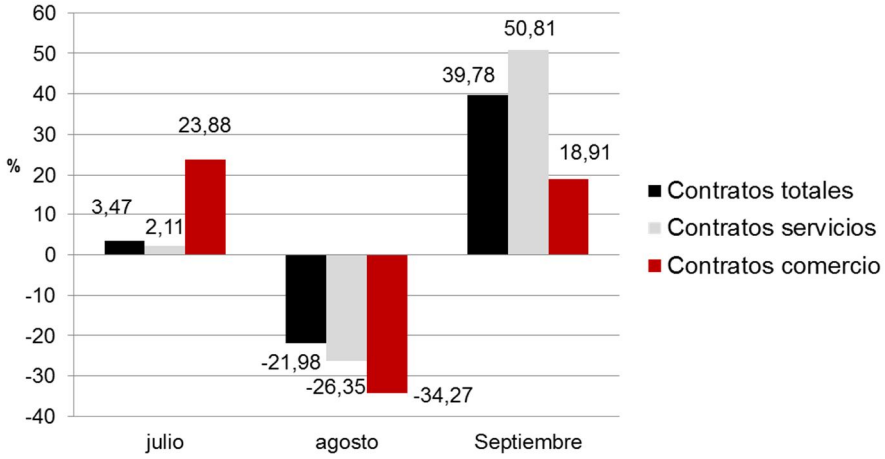
Año	**2014**				**2015**		
Trimestre	I	II	III	IV	I	II	III
Media	1.076	1.346	1.657	1.552	1.258	1.456	**1.687**

Fuente: Servicio Navarro de Empleo

En comparación al sector servicios o el total de la economía, la contratación en el comercio minorista, mes a mes, evolucionó de manera similar en el tercer trimestre. La contratación cayó en agosto y se recuperó en septiembre. La contratación en los servicios creció un 50,8% debido a la contratación en sectores y actividades ligadas al final del periodo vacacional y el inicio del curso escolar, como el caso del profesorado. La contratación en el comercio minorista aumentó más en julio pero menos en septiembre.

Gráfico 11

Contratos. Variación mensual

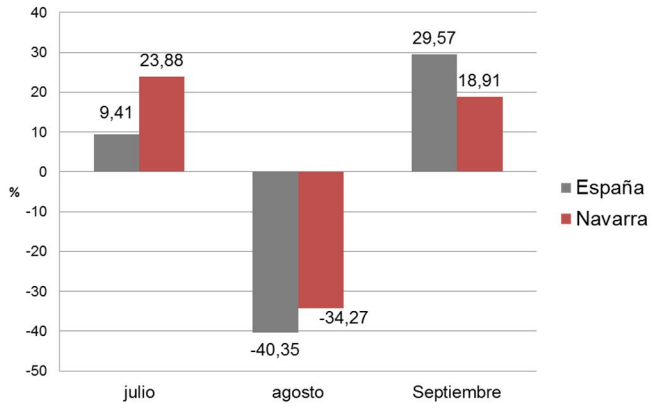


Fuente: Servicio Navarro de Empleo

En comparación a España, la contratación en el comercio minorista en Navarra se comportó de manera muy similar. No obstante, el incremento acumulado de la contratación en el trimestre fue superior en Navarra, del 8,52% frente a una caída del 1,37% en España.

Gráfico 12

Contratación en el comercio minorista. Variación mensual



Fuente: Servicio Navarro de Empleo

2.4. Afiliación a la Seguridad Social

El número medio de afiliados a la Seguridad Social en el comercio minorista en Navarra en el tercer trimestre de 2015 fue de 22.246 personas, un 1,69% más que en el segundo trimestre del 2015 y un 1,54% más que en el tercer trimestre de 2014 (Tabla 7).

Por meses, la afiliación aumentó en julio pero descendió en agosto y septiembre tanto en el régimen general como de autónomos. No obstante, el número de afiliados totales en el comercio minorista fue superior al del año pasado en todos los meses del tercer trimestre.

Tabla 6. Afiliación en el comercio minorista. Navarra

		Régimen general	Régimen autónomos	Afiliación total	Var. mensual	Var. anual
2014	Enero	13.940	7.095	21.035	-2,98	0,01
	Febrero	13.943	7.081	21.024	-0,05	0,47
	Marzo	13.934	7.113	21.047	0,11	0,37
	Abril	14.006	7.165	21.171	0,59	0,62
	Mayo	14.345	7.205	21.550	1,79	1,79
	Junio	14.492	7.218	21.710	0,74	0,96
	Julio	14.769	7.256	22.025	1,45	2,28
	Agosto	14.913	7.262	22.175	0,68	2,18
	Septiembre	14.279	7.250	21.529	-2,91	2,07
	Octubre	14.433	7.254	21.687	0,06	2,33
	Noviembre	14.608	7.272	21.880	0,25	1,90
	Diciembre	14.849	7.289	22.138	0,23	2,11
2015	Enero	14.350	7.230	21.580	-2,52	2,59
	Febrero	14.371	7.215	21.586	0,03	2,67
	Marzo	14.284	7.244	21.528	-0,27	2,29
	Abril	14.351	7.263	21.614	0,40	2,09
	Mayo	14.641	7.283	21.924	1,43	1,74
	Junio	14.786	7.304	22.090	0,76	1,75
	Julio	**15.067**	**7.347**	**22.414**	**1,47**	**1,77**
	Agosto	**15.016**	**7.336**	**22.352**	**-0,28**	**0,80**
	Septiembre	**14.667**	**7.306**	**21.973**	**-1,70**	**2,06**

Fuente: Tesorería general de la Seguridad Social. Delegación de Navarra

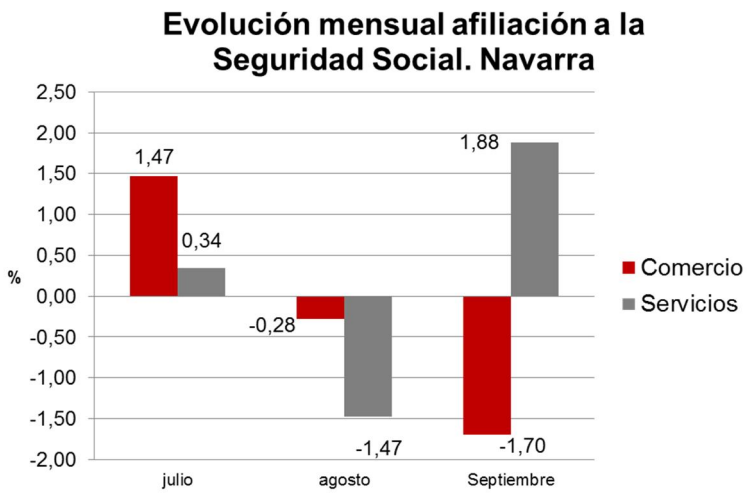
Tabla 7. Afiliación media a la Seguridad Social. Comercio minorista. Navarra

Año	2014				2015		
Trimestre	I	II	III	IV	I	II	**III**
Afiliados	21.035	21.477	21.910	21.902	21.565	21.876	**22.246**

Fuente: Tesorería general de la Seguridad Social. Delegación de Navarra

En el Gráfico 13 se aprecia que al igual que en el caso de la contratación, la diferencia en la afiliación a la Seguridad Social en el comercio minorista y el sector servicios se aprecia en el mes de septiembre. Mientras que en el comercio minorista cayó un 1,7% en el sector servicios aumentó un 1,8%. En julio y agosto, no obstante, la afiliación en el comercio minorista fue mejor, aumentó mas en julio (un 1,4% frente al 0,34%) y cayó menos en agosto (un -0,28% frente al -1,4% en el sector servicios).

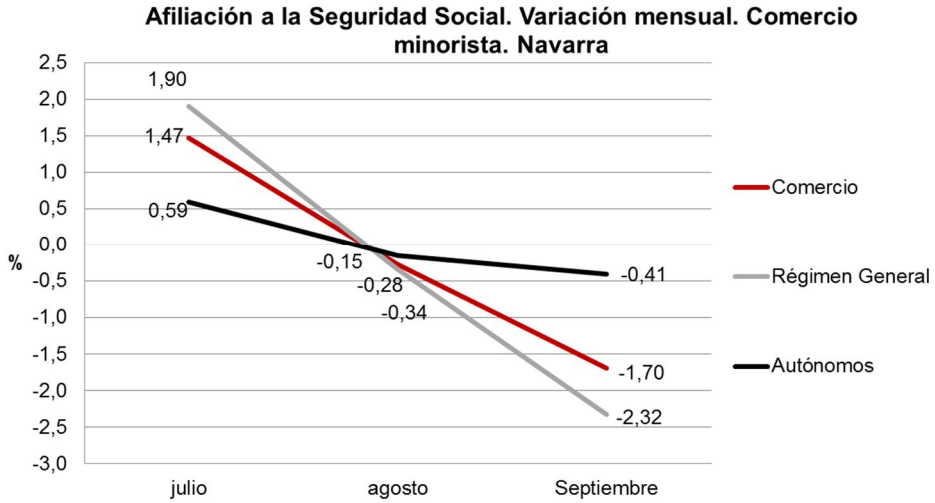
Gráfico 13



Fuente: Tesorería general de la Seguridad Social. Delegación de Navarra

La afiliación en el régimen de autónomos sigue siendo más estable y varía menos que en el régimen general (Gráfico 14). Pese al descenso observado a lo largo del trimestre, el número medio de autónomos en el comercio minorista en el tercer trimestre fue de 7.330 personas y de 14.917 en el régimen general, un 0,64% y un 2,22% más que en el segundo trimestre respectivamente.

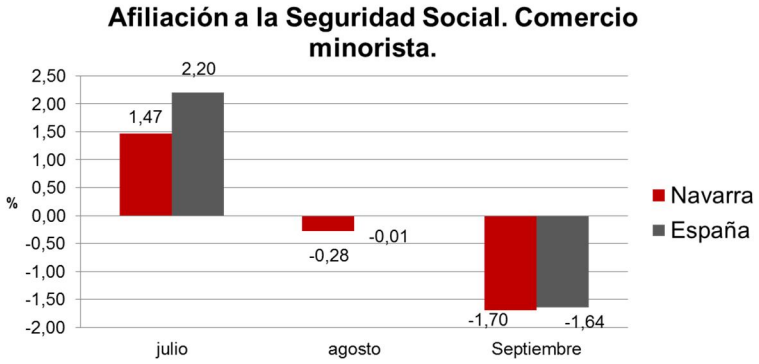
Gráfico 14



Fuente: Tesorería general de la Seguridad Social. Delegación de Navarra

La evolución de la afiliación en el comercio minorista en Navarra fue similar a la del conjunto nacional. Se constata la incidencia del periodo vacacional en las cifras de afiliación en Navarra. No obstante, en términos acumulados, la afiliación en Navarra cayó un -0,51% mientras que en España aumentó un 0,55%.

Gráfico 15



Fuente: Tesorería general de la Seguridad Social. Delegación de Navarra

2.5. El desempleo en el comercio minorista

El paro en el comercio minorista cayó en Navarra en el tercer trimestre de 2015. El número medio de parados fue de 3.658 (Tabla 9), un 7,5% inferior al del segundo trimestre y un 13,7% inferior al del mismo trimestre del 2014.

En términos mensuales, descendió en julio (-3,34%) y agosto (-1,12%) y aumentó en septiembre (0,8%).

En comparación al año anterior descendió todos los meses del tercer trimestre en torno al 7% (Tabla 9).

Tabla 8. Paro en el comercio minorista. Navarra

		Parados	Var. mensual	Var. Anual
2014	Enero	4.517	5,02	-2,23
	Febrero	4.554	0,82	-3,41
	Marzo	4.451	-2,26	-6,96
	Abril	4.378	-1,64	-5,44
	Mayo	4.253	-2,86	-6,42
	Junio	4.098	-3,64	-6,99
	Julio	3.950	-3,61	-8,99
	Agosto	3.914	-0,91	-10,13
	Septiembre	3.961	1,20	-10,18
	Octubre	3.948	-0,33	-11,40
	Noviembre	4.095	3,72	-6,57
	Diciembre	3.975	-2,93	-7,58
2015	Enero	4.137	4,08	-8,41
	Febrero	4.201	1,55	-7,75
	Marzo	4.168	-0,79	-6,36
	Abril	4.066	-2,45	-7,13
	Mayo	4.001	-1,60	-5,93
	Junio	3.803	-4,95	-7,20
	Julio	**3.676**	**-3,34**	**-6,94**
	Agosto	**3.635**	**-1,12**	**-7,13**
	Septiembre	**3.664**	**0,80**	**-7,50**

Fuente: Servicio Navarro de Empleo

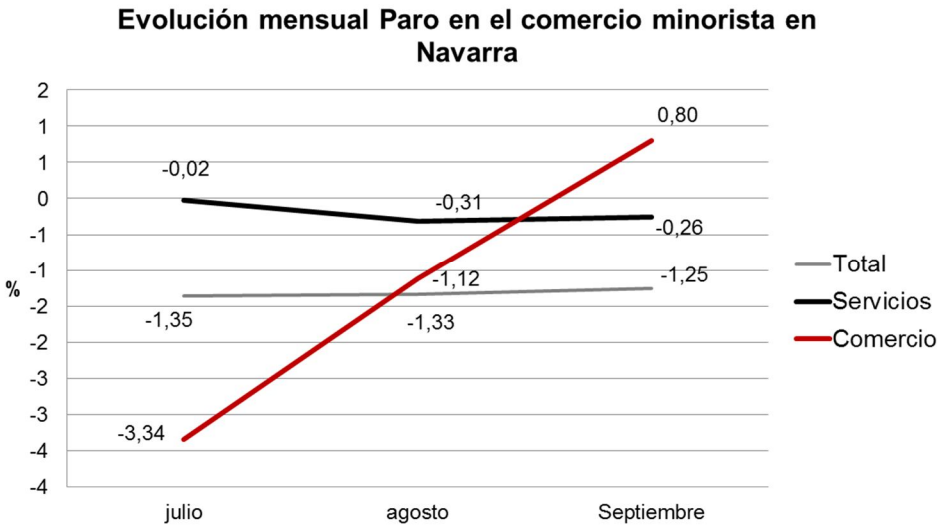
Tabla 9. Número de parados (media).Comercio minorista. Navarra

Año	2014				2015		
Trimestre	I	II	III	IV	I	II	**III**
Parados	4.507	4.243	3.942	4.006	4.169	3.957	**3.658**

Fuente: Servicio Navarro de Empleo

Como se aprecia en el Gráfico 16, el paro en el comercio minorista ha evolucionado de manera diferente al sector servicios y el conjunto de la economía. En Navarra y el sector servicios el paro disminuyó en los tres meses del tercer trimestre y a tasas relativamente estables. Por el contrario, el paro en el comercio minorista disminuyó más en julio y agosto, pero aumentó en septiembre (0,8%).

Gráfico 16



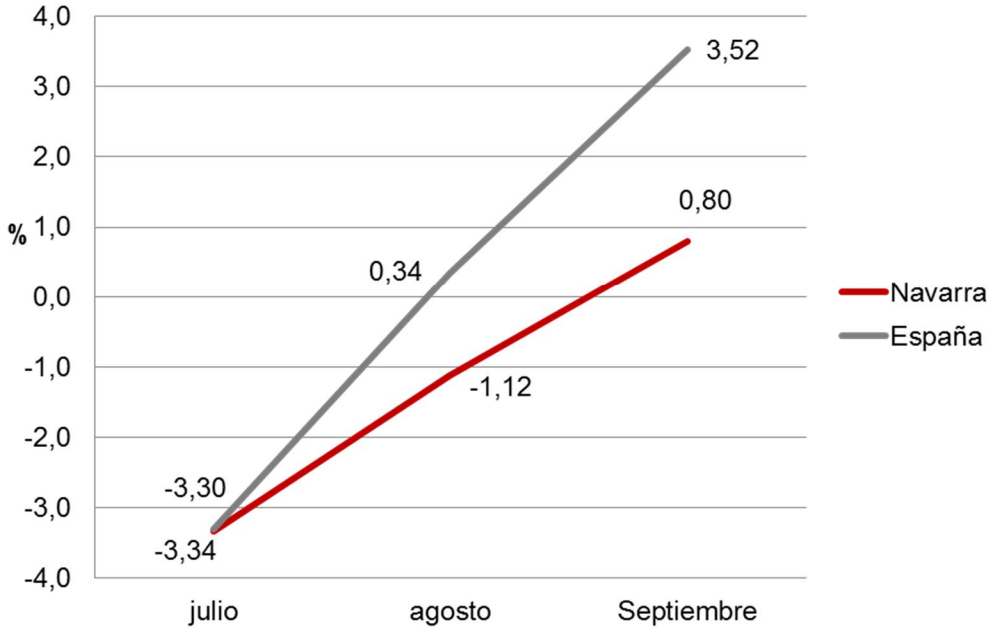
Fuente: Servicio Navarro de Empleo

Al comparar la evolución del paro en el comercio minorista en Navarra con el caso de España se observa que ésta responde a factores estacionales relacionados con el sector que explica la diferencia observada con el conjunto de la economía y el sector servicios.

En comparación al comercio minorista en España, el descenso del paro en Navarra fue similar en julio, del 3,3%, descendió más en agosto y subió menos en septiembre.

Gráfico 17

Paro en el comercio minorista. Variación mensual



Fuente: Servicio Navarro de Empleo y SEPE

Resumen valoración indicadores de empleo

El empleo en el comercio minorista en el tercer trimestre de 2015 estuvo condicionado por la estacionalidad, principalmente en el mes de agosto, en el que la actividad del sector disminuye. No obstante, la comparativa interanual, que elimina dicho efecto estacional, es favorable, dado que todos los indicadores de empleo analizados son mejores que hace un año.

Por ello, en la Tabla 10 se ha valorado positivamente todos los indicadores si bien en algunos casos la evolución intermensual fue desafavorable o como en el caso de la ocupación de acuerdo a la EPA, fue menor que en el segundo trimestre.

Tabla 10. Indicadores de empleo en el comercio minorista. 3º trimestre 2015

	Resultado en el 2º trimestre
Índice de ocupación (IOCM)	MEJORA
Número de personas ocupadas (EPA)	MEJORA (interanual)
Número de contratos en el sector (SEPE)	MEJORA
Número de personas afiliadas a la Seguridad Social	MEJORA
Número de personas desempleadas en el sector (SEPE)	MEJORA

3. Indicadores de expectativas

De los cinco indicadores de expectativas del consumidor, dos empeoran con respecto al trimestre anterior.

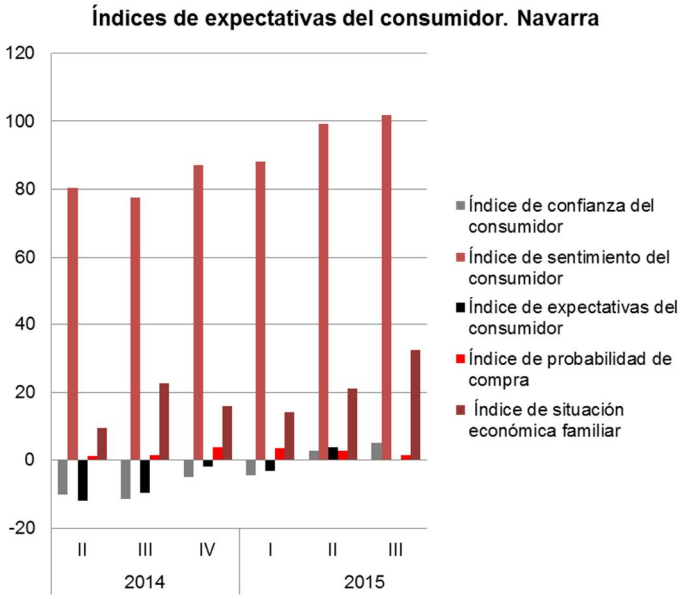
El índice de confianza del consumidor, el más utilizado para valorar el "tono" del consumo, aumentó con respecto al segundo trimestre. El índice de sentimiento del consumidor también aumentó, mostrando una tendencia claramente creciente a lo largo del año. Otro indicador que muestra una tendencia de mejoría a lo largo de todo el 2015 es el índice de situación económica familiar.

Pese a la mejora de estos indicadores, el índice de expectativas económicas del consumidor y el de probabilidad de compra cayeron con respecto al trimestre anterior. Esto refleja cierta contradicción dado que a priori, cabe pensar que una mejoría de la confianza y la situación de la economía familiar, se debería traducir en una mayor probabilidad de compra.

Resulta también llamativo que en un entorno de mejora de la economía navarra, los consumidores valoren negativamente sus expectativas económicas y que el componente del índice que más empeora sea la expectativa de precios, dado que la inflación es negativa y la inflación subyacente no ha superado el 1% en ningún momento en 2015.

Además, el empeoramiento de esos dos índices se debe a un descenso de todos sus componentes (Tabla 11).

Gráfico 18



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

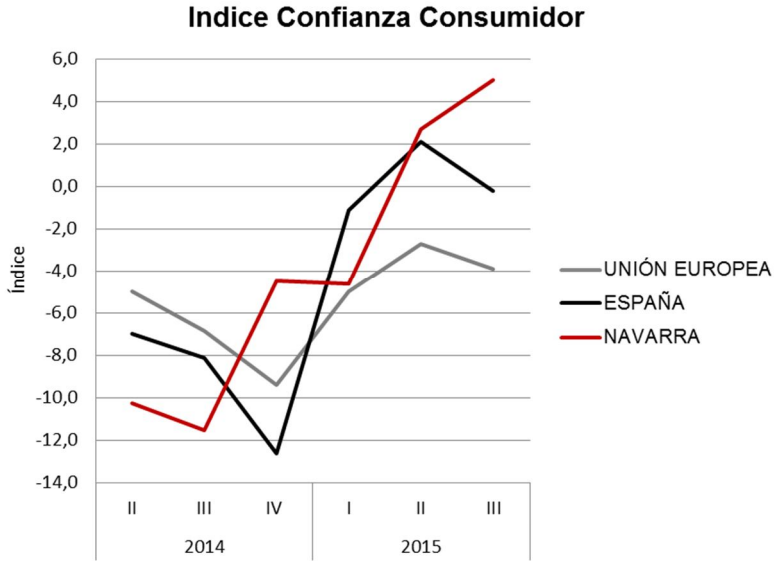
Tabla 11. Índices de expectativas de consumo. III trimestre de 2015. Navarra

	Resultado en el trimestre	Nº componentes que mejoran(1)	Mejoría*	Deterioro*
Índice de confianza del consumidor	MEJORA (+)	4(3)	Expectativas de ahorro	Expectativas de paro
Índice de sentimiento del consumidor	MEJORA (+)	5(5)	Situación económica general actual	Momento de compra
Índice de expectativas económicas del consumidor	EMPEORA (-)	4(0)	-	Expectativas de precios
Índice de probabilidad de compra	EMPEORA (+)	7(0)	-	Compra de telefonía móvil
Índice de situación económica familiar	MEJORA (+)	3(3)	Valoración del ahorro	-

* Se refiere al indicador que más mejora (o empeora) con respecto al trimestre anterior. Para ello se tiene en cuenta la variación en términos absolutos.
(1) El primer número hace referencia al número de componentes del índice. El número entre paréntesis indica el número de componentes que mejoran. Se entiende por mejoría un incremento en positivo o una disminución en negativo.
**MEJORA (+): El índice aumenta de negativo a positivo o de positivo a positivo
MEJORA (-): El índice aumenta de negativo a (menos) negativo
EMPEORA (+): El índice disminuye de positivo a (menos) positivo
EMPEORA (-): El índice disminuye de negativo a (más) negativo

Por otra parte, la mejoría del índice de confianza del consumidor en Navarra en el tercer trimestre contrasta con su evolución en España y Europa (Gráfico 19). En Navarra el índice aumentó en el tercer trimestre pero no así en España y Europa.

Gráfico 19



Fuente: Instituto de Estadística de Navarra

En definitiva, se puede concluir que la confianza del consumidor mejoró en el tercer trimestre pero dos indicadoes empeoran y hay que prestar atención al cambio observado en España y Europa. A raíz de estos resultados no se espera un cambio importante, pero sí denota que las dudas y la incertidumbre sigue latente en el consumo.

Conclusiones

En conjunto, la actividad, el empleo y las expectativas en el comercio minorista en Navarra volvieron a mejorar en el tercer trimestre de 2015. Como se ha apuntado en el informe, hay que tener en cuenta que el periodo vacacional del tercer trimestre incide en la actividad del comercio minorista por lo que algunos indicadores han sido negativos en el trimestre. no obstante, la comparación con respecto al año anterior indica que la situación del comercio minorista, desde el punto de vista de los indicadores analizados, es mejor que la de hace un año.

Tabla 12. Resumen de los indicadores del comercio minorista.

INDICADOR	RESULTADO EN EL TRIMESTRE
Actividad	MEJORA
Empleo	MEJORA
Expectativas	MEJORA

ANEXO I

Definiciones de tipo de comercio

- **Locales**

Todo recito separado e independiente en el que no estando exclusivamente destinado a vivienda familiar se realizan o se puede realizar actividades económicas dependientes de una empresa y en el que trabajan al menos una persona de la empresa.

- **Gran superficie**

Una gran superficie es aquel establecimiento que tiene una superficie de venta y exposición mayor o igual a 2500 metros cuadrados. Entendiendo por superficie de venta la que es accesible al público y donde se realizan operaciones de venta.

- **Gran cadena**

Se considera Gran Cadena a toda empresa que cuenta con 25 locales o más y tiene 50 o más asalariados.

- **Pequeña cadena**

Pequeña Cadena es toda empresa de más de un local excepto las que tienen 25 locales o más y 50 o más asalariados.

- **Empresas unilocalizadas**

Se considera Empresa Unilocalizada aquella que realiza su actividad comercial a través de un solo local.

- **Comercio especializado**

Es el realizado por las empresas en las que el volumen de facturación de un solo producto (un solo código de CNAE) supera el 50% y en la que la empresa comercializa un máximo de cinco tipos de productos.

- **Comercio no especializado**

Es aquel que realizan las empresas que venden más de cinco productos distintos y que ninguno de ellos supone más del 50% de su facturación.