



MERKATARITZA

Septiembre 2004

OBSERVATORIO LOCAL DEL COMERCIO

INTRODUCCIÓN

1. VENTAS	PAG. 2
2. CONSUMO	PAG. 7
3. EMPLEO	PAG. 9
4. ACTIVIDADES COMERCIALES	PAG. 12

INTRODUCCIÓN

El presente informe de coyuntura del comercio de Vitoria-Gasteiz, correspondiente al segundo trimestre de 2004, pretende dar cuenta de la evolución de las variables fundamentales para el comercio local.

A lo largo de los cuatro capítulos que componen el informe abordamos la evolución reciente de las ventas del comercio minorista; el tono general de la demanda; la dinámica del empleo; y la transformación de la dotación comercial en función de las especialidades y de las zonas comerciales.

Los resultados de ventas del último trimestre apuntan hacia cierta recuperación aunque sin alcanzar los ritmos de crecimiento de los años anteriores. Este resultado positivo se sustenta en el comportamiento de las ventas en comercios tradicionales mientras las grandes superficies se mantienen en crecimientos muy modestos.

El comportamiento aceptable de las ventas no se ve reforzado por una demanda que, por el contrario, muestra signos de debilidad.

La apreciable pérdida de peso del comercio en el conjunto de actividades económicas de la ciudad contrasta con la fuerte expansión del empleo. Estas transformaciones conducen progresivamente a un comercio de mayor tamaño medio –en términos de número de empleados/as–.

Analizando la dotación por zona comercial –en este informe iniciamos el análisis de las zonas comerciales establecidas por la Comisión de Observatorio del Consejo Local de Comercio–, se observa el retroceso en las zonas comerciales tradicionales en beneficio de nuevas zonas: centros comerciales, barrios de nueva planta y polígonos industriales.

1. VENTAS

Las ventas del comercio minorista alavés prosiguen su trayectoria de crecimiento continuado que ya se prolonga de forma ininterrumpida desde 1998. Lo que sí varía de forma ostensible es el ritmo de crecimiento de las ventas a lo largo del tiempo. 2002 fue un año de fuertes crecimientos que se saldaron con más del 8% al final del ejercicio; en 2003 el ritmo de crecimiento fue menor –próximo al 5%– pero con una gran regularidad. En lo que va de año 2004, el ritmo de crecimiento está por debajo del nivel del mismo periodo del pasado año. En cualquier caso, en el segundo trimestre asistimos a cierta aceleración que nos sitúa a siete décimas del nivel del pasado año.

En el segundo trimestre de 2004 las ventas minoristas aceleran su crecimiento, aunque sin alcanzar los ritmos de años anteriores

2004ko bigarren hiruhilekoan txikizkako salmentak bizkorrago handitu dira, aurreko urteetako erritmora iritsi gabe, hala ere



ÍNDICE DE VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA POR TERRITORIO HISTÓRICO. PRECIOS CORRIENTES TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN SALMENTA-INDIZEA LURRALDE HISTORIKOKA. UNEKO PREZIOAK

	CAPV / EAE		Alava / Araba	
	Indice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Indice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)
2003				
II trim. / hiruhil.	112,5	5,3	111,7	4,5
III trim. / hiruhil.	109,2	4,9	109,1	4,7
IV trim. / hiruhil.	134,5	4,9	131,1	4,8
2004(a)				
I trim. / hiruhil.	119,5	2,5	114,5	2,5
II trim. / hiruhil.	118,3	3,8	117,3	3,8
2000	100,0	3,8	100,0	2,8
2001	104,0	4,0	102,1	2,1
2002	112,7	8,4	110,6	8,3
2003	118,2	4,9	115,9	4,8

(a) Datos provisionales / Behin-behineko datuak.

(1) TIPAA = Tasa de incremento acumulado sobre el mismo periodo del año anterior

(1) AUEBT = Gehikuntza-tasa pilatua aurreko urteko aldi beraren aldean

Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Interior (ICI)

Iturria: EUSTAT. Barne Merkataritzaren Indizea (BMI)

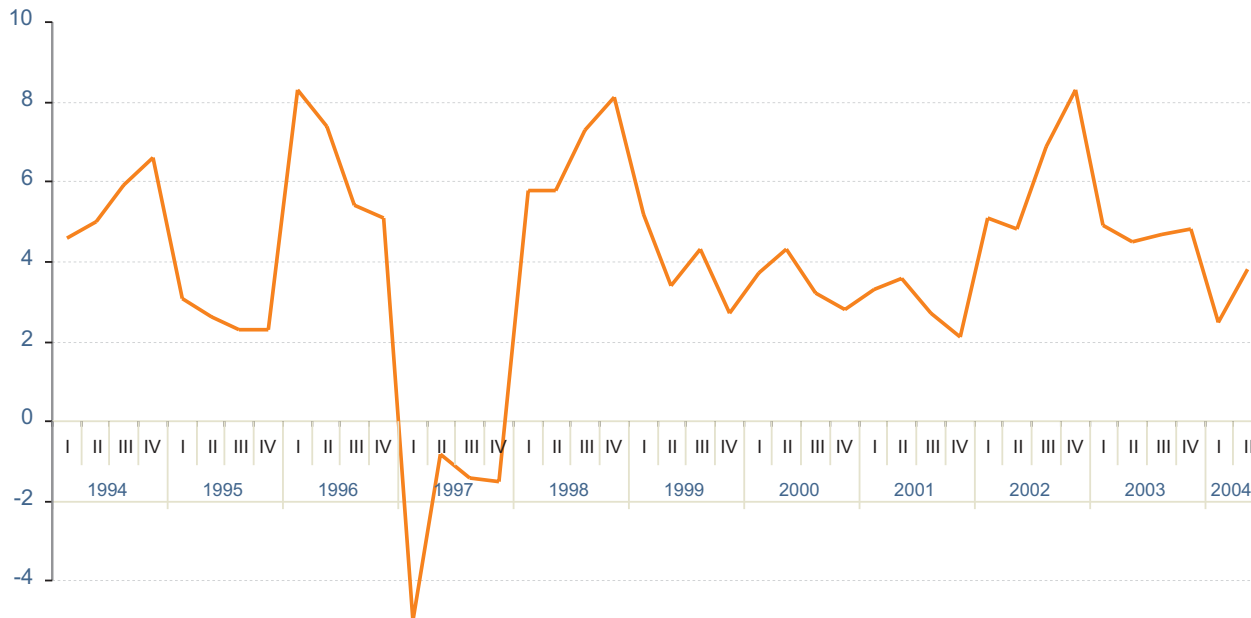
La tendencia del índice de ventas se venía situando en los últimos años por debajo del nivel medio de la CAPV. A partir de 2003, el territorio alavés se aproxima claramente a la media vasca obteniendo resultados idénticos en los dos últimos trimestres. Con todo, el índice de ventas del comercio minorista de Alava se sitúa en la actualidad en los 117,3 puntos –tomando como base 100 el año 2000– a uno de la media de la CAPV.

El índice de ventas de Alava se aproxima progresivamente a la media de la CAPV

Arabako salmenta-indizea EAEko batez bestekora hurbiltzen ari da apurka



ÍNDICE DE VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA EN ÁLAVA (TIPAA)
 TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN SALMENTA-INDIZEA ARABAN (AUEBT)



En estos momentos el comercio minorista especializado alavés muestra una mayor pujanza que el de las medianas y grandes superficies: mientras el índice del comercio tradicional ha crecido un 5,1%, el de las medianas y grandes superficies lo ha hecho en tan solo un 1,6%.

Además, en el índice con base en el año 2000, el comercio tradicional alcanza un nivel de 122,3, muy por encima de la evolución del comercio no especializado que queda en el 109.

La comparación por Territorios Históricos pone de manifiesto cierta especificidad del comercio alavés frente a una realidad opuesta de Gipuzkoa donde el subsector que más crece es el de las grandes y medianas superficies y Bizkaia, donde existe un mayor equilibrio.

El comercio minorista especializado muestra una mayor pujanza que el de las medianas y grandes superficies

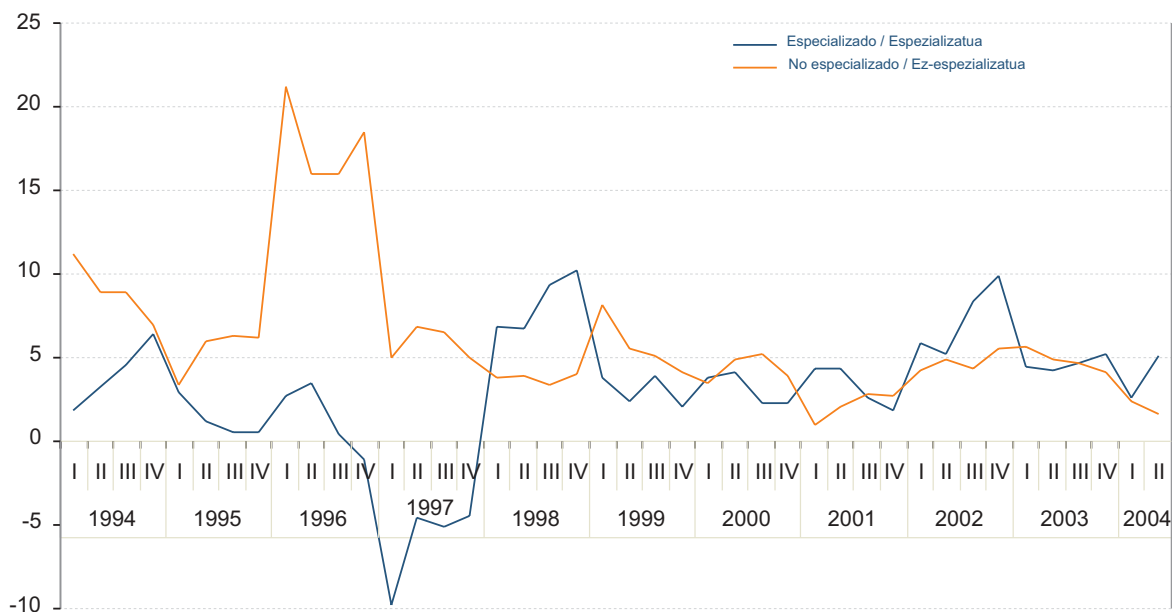
Txikizkako merkataritza espezializatua azalera ertain eta handiak baino biziago dabil gaur egun

ÍNDICE DE VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA/SECTORES Y TERRITORIOS. PRECIOS CORRIENTES. ÁLAVA
TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN SALMENTA-INDIZEA SEKTOREKA ETA LURRALDEKA. UNEKO PREZIOAK. ARABA

	Comercio al por menor especializado (tradicional)		Comercio al por menor especializado (tradicional)		
	Txikizkako merkataritza espezializatua (ohikoa)		Txikizkako merkataritza espezializatua (ohikoa)		
	Indice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Indice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	
2003					
II trim. / hiruhil.	113,8	4,2	108,1	4,9	(a) Datos provisionales / Behin-behineko datuak.
III trim. / hiruhil.	109,0	4,7	109,3	4,7	
IV trim. / hiruhil.	134,8	5,2	124,9	4,1	(1) TIPAA = Tasa de incremento acumulado sobre el mismo periodo del año anterior
2004(a)					
I trim. / hiruhil.	116,3	2,6	111,4	2,4	(1) AUEBT = gehikuntza-tasa pilotua aurreko urteko aldi beraren aldean
II trim. / hiruhil.	122,3	5,1	109,0	1,6	
2000	100,0	2,3	100,0	3,9	Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Interior (ICI)
2001	101,9	1,9	102,7	2,7	
2002	111,9	9,9	108,3	5,5	
2003	117,8	5,2	112,8	4,1	Iturria: EUSTAT. Barne Merkataritzaren Indizea (BMI)



ÍNDICE DE VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA POR SECTORES EN ÁLAVA (TIPAA)
TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN SALMENTA-INDIZEA SEKTOREKA, ARABAN (AUEBT)



El índice de comercio en grandes superficies lleva, en lo que va de año, una trayectoria descendente que conduce a crecimientos muy modestos a partir de febrero (por debajo del 3%). El capítulo de alimentación del índice de grandes superficies muestra un comportamiento muy expansivo en lo que llevamos de año con incrementos entre el 5 y el 11%, en contraste con las ventas de productos no alimenticios cuyas ventas descienden respecto del mismo periodo del año anterior.

Las ventas en grandes superficies pierden fuerza y se sitúan en crecimientos muy modestos

Azalera handietako salmentak moteldu egin dira eta hazkunde-tasa txikietan mantentzen dira

ÍNDICE DE COMERCIO EN GRANDES SUPERFICIES DE ÁLAVA POR MESES. PRECIOS CORRIENTES. 2004
 ARABAKO AZALERA HANDIETAKO MERKATARITZAREN INDIZEA, HILABETEA. UNEKO PREZIOAK. 2004

	General / Orokorra		Alimentación / Janariak		Resto de productos / Bestelako produktuak	
	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)
2003						
Julio / Uztaila	112,5	5,2	103,7	4,5	123,9	6,1
Agosto / Abuztua	93,3	4,7	95,8	4,1	89,9	5,4
Septiembre / Iraila	100,6	5,2	102,3	4,6	98,3	5,9
Octubre / Urria	109,5	5,5	111,0	4,9	107,4	6,3
Noviembre / Azaroa	101,8	4,8	106,1	4,4	96,2	5,4
Diciembre / Abendua	141,6	4,7	144,2	4,9	138,1	4,5
2004(a)						
Enero / Urtarrila	116,9	5,4	106,6	11,1	130,3	-0,1
Febrero / Otsaila	90,8	2,8	95,5	7,2	84,7	-2,2
Marzo / Martxo	100,2	2,8	110,6	7,2	86,6	-2,6
Abril / Apirila	97,5	2,9	106,0	7,3	86,4	-2,6
Mayo / Maiatza	100,1	1,3	104,6	5,4	94,2	-4,0
Junio / Ekaina	103,5	2,0	107,2	5,9	98,7	-3,2
Julio / Uztaila	117,0	2,3	113,8	6,5	121,2	-3,0
2002	100,0	-	100,0	-	100,0	-
2003	104,7	4,7	104,9	4,9	104,5	4,5

(a) Datos provisionales / Behin-behineko datuak.

(1) TIPAA = Tasa de incremento acumulado sobre el mismo periodo del año anterior

(1) AUEBT = gehikuntza-tasa pilatua aurreko urteko aldi beraren aldean

Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Interior (ICI)

Iturria: EUSTAT. Barne Merkataritzaren Indizea (BMI)

2. CONSUMO

De acuerdo con los datos facilitados por la Encuesta continua de presupuestos familiares elaborada por el INE, el gasto medio por persona en la CAPV registra, en el primer trimestre de 2004 una ligera reducción (-0,4%) en relación con el último trimestre de 2003. Este ligerísimo descenso medio se compone, por tipo de gasto, en un pequeño aumento del gasto en alimentación (1,7%) frente a una ligera pérdida en el resto de productos (-0,9%).

En términos interanuales, la evolución negativa es más acusada ya que se produce una caída del 5% en el gasto medio por persona. El gasto en alimentación desciende, respecto del año anterior, en un 4,2%, frente a un retroceso del 5,3% en el resto de productos.

Los distintos indicadores de demanda –gasto medio por persona, familias con dificultades económicas, capacidad de ahorro o valoración de la coyuntura de cara al consumo– apuntan hacia un moderado deterioro

Eskariaren adierazleek –pertsoneko batez besteko gastua, zailtasun ekonomikoak dituzten familiak, aurrezteko ahalmena edo erosteari begira koiunturaren balorazioa– atzerako joera adierazten dute

Paralelamente al descenso del gasto, se produce un incremento apreciable del número de familias que declara tener algún tipo de dificultad para llegar a fin de mes. Así, si en el segundo trimestre de 2003 apenas llegaban al 40%, en el primero de 2004, la proporción ha ascendido hasta el 41,3%. Este deterioro se produce tras un cuarto trimestre de 2003 en el que la proporción de familias con dificultades había descendido hasta el 36,9%. Además, los datos apuntan a un mayor incremento en las situaciones más extremas, es decir, entre aquellas familias que declaran llegar a final de mes con dificultad o con mucha dificultad.

En el primer trimestre de 2004 también se observa un retroceso (-6,2%) de las familias que pueden ahorrar, si bien en términos interanuales la evolución es todavía positiva, pasándose del 38,5 al 41,2% del total de familias.

Existe aún otro elemento negativo en percepción de la capacidad de consumo de las familias: aumenta –tanto en relación con el segundo trimestre de 2003 como respecto del trimestre anterior– la proporción de familias que consideran el momento actual como inadecuado para la realización de compras importantes. El número de familias que, por el contrario, considera éste un momento adecuado para realizar compras importantes también aumenta si bien su peso en el conjunto se limita a aproximadamente un 20%.


GASTO DE CONSUMO EN LOS HOGARES DE LA CAPV
KONTSUMO-GASTUA EAEKO ETXEGUNEETAN

	2004		2003	
	1.trimestre / 1.hirulekoa	4.trimestre / 4.hirulekoa	3.trimestre / 3.hirulekoa	2.trimestre / 2.hirulekoa
Gasto medio por persona (euros)				
Total	2.045,2	2.053,2	1.994,9	2.153,5
Alimentos, bebida y tabaco	419,1	412,2	417,4	437,4
Resto	1.626,0	1.641,0	1.577,5	1.716,1
% de hogares según el grado de dificultad de llegar a fin de mes				
Con mucha dificultad	4,1	4,1	2,1	3,1
Con dificultad	11,9	6,8	8,3	9,9
Con cierta dificultad	25,3	26,0	30,9	26,8
Con cierta facilidad	40	43,5	41,6	40,7
Con facilidad	17	19,2	16,5	18,1
Con mucha facilidad	1,8	0,4	0,7	1,2
% de hogares que pueden dedicar algún dinero al ahorro				
Pueden dedicar dinero al ahorro	41,2	43,9	42,8	38,5
No pueden dedicar dinero al ahorro o muy poco	58,8	56,1	57,2	61,5
% de hogares que consideran el momento actual como un momento adecuado para realizar compras importantes				
Momento adecuado	20,8	18,5	18,2	19,3
No adecuado pero tampoco malo	28,1	34,8	34,9	32,4
Momento inadecuado	51,2	46,7	46,9	48,3

Fuente / Iturria: INE. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares



3. EMPLEO

El comercio minorista acapara cerca del 9% del empleo de la provincia

Txikizkako merkataritzak Arabako enpleguaren ia %9a osatzen du

El comercio minorista además emplea en la actualidad a unas 12.000 personas, algo más del 8% del total. En esta cifra no está incluidas las personas que trabajan en el comercio minorista de automóviles, recambios y combustibles, por lo que el peso total del comercio minorista se acercaría al 9%.

La rama de comercio minorista es una de las más dinámicas en cuanto a creación de empleo en los últimos años. En los últimos tres años, el comercio minorista ha visto crecer su empleo en casi un 12%, por encima de la media del resto del sector servicios (+10,5%), tres puntos más que la construcción (+8,7%) y cinco veces más que la industria (+2,4%).

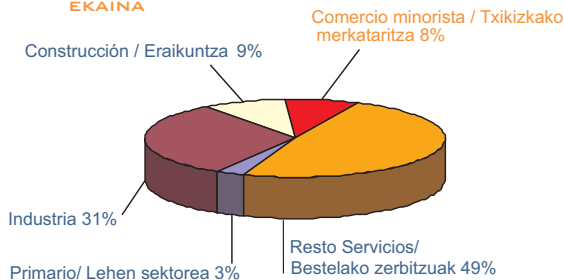
El comercio minorista es una de las ramas que más ha aumentado su empleo

Txikizkako merkataritza gehien hazi diren adarretako bat da



DISTRIBUCIÓN DE LA AFILIACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL EN ÁLAVA GIZARTE SEGURANTZAKO AFILIAZIOAREN BANAKETA ARABAN

JUNIO 2004
 EKAINA



	Junio 2001 ekaina		Junio 2004 ekaina	
	Numero	%	Numero	%
Primario / Lehen sektorea	4.046	3,0	4.509	3,1
Industria	45.223	33,1	46.305	31,5
Construcción/ eraikuntza	11.751	8,6	12.777	8,7
Comercio minorista / Txikizkako merkataritza	10.646	7,8	11.888	8,1
Resto servicios / Gainerako zerbitzuak	64.853	47,5	71.652	48,7
Total / Guztira	136.519	100	147.131	100

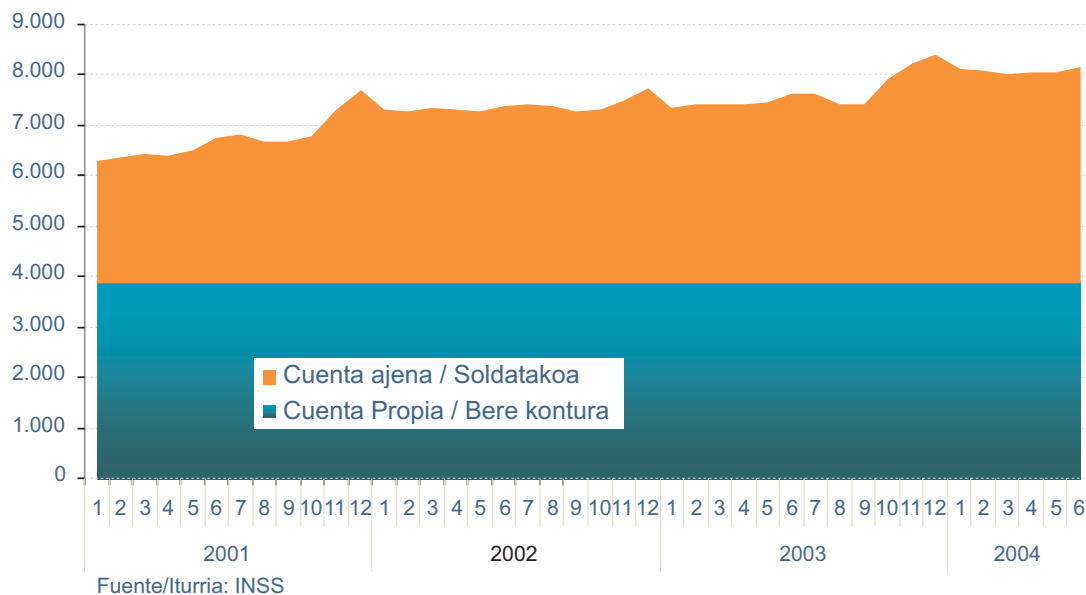
Este incremento del empleo en el comercio minorista se produce exclusivamente entre los/as trabajadores/as por cuenta ajena ya que el número de autónomos/as sufre un ligero recorte. Por otro lado, tal como veremos en el capítulo correspondiente, el incremento del número de establecimientos se produce a un ritmo mucho menor por lo que podemos concluir que la tendencia de las nuevas actividades comerciales es hacia un establecimiento de mayor tamaño en términos de empleo.

El aumento del tamaño medio del establecimiento comercial y la asalarización del sector son algunas de las tendencias actuales del comercio alavés

Saltokiko batez besteko enplegu kopuruaren handitzea eta adarraren asalarizazioa Arabako merkataritzaren egungo ezaugarrietako batzuk dira



AFILIACIÓN A LA S. SOCIAL EN EL COMERCIO MINORISTA. ÁLAVA
 TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN AFILIAZIOA ARABAN



La información que proporciona el Índice de personal ocupado del comercio minorista de Alava apunta la misma tendencia con un incremento sostenido a lo largo de los últimos dos años que rompe con la tendencia negativa del bienio anterior. Es el

comercio especializado el que está tirando del empleo ya que las medianas y grandes superficies y, en general, el comercio no especializado muestran una evolución mucho más suave que apenas le permite recuperar el nivel de empleo que tenía en el año 2000.

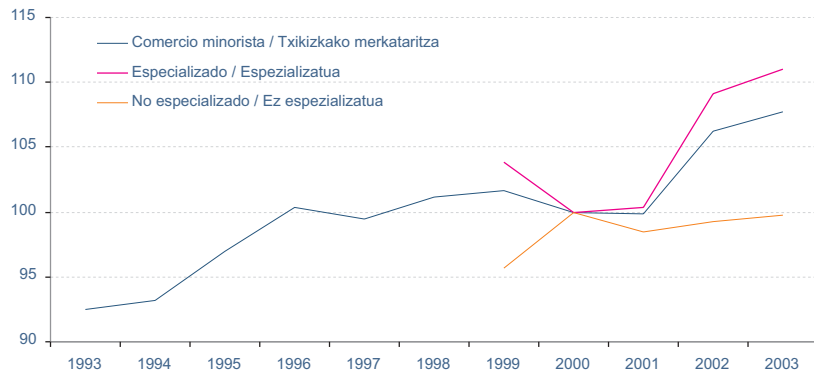


ÍNDICE DE PERSONAL OCUPADO POR TERRITORIO HISTÓRICO. COMERCIO MINORISTA LANDUN-KOPURUAREN INDIZEA, LURRALDE HISTORIKOA. TXIKIZKAKO MERKATARITZA

	CAPV / EAE		Alava / Araba		(a) Datos provisionales / Behin-behineko datuak.
	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	
2003					
II trim. / hiruhil.	105,8	1,5	108,5	1,4	
III trim. / hiruhil.	106,2	1,9	108,3	1,5	(1) TIPAA = Tasa de incremento acumulado sobre el mismo periodo del año anterior
IV trim. / hiruhil.	109,1	2,2	109,1	1,3	
2004(a)					(1) AUEBT = gehikuntza-tasa pilatua aurreko urteko aldi beraren aldean
I trim. / hiruhil.	106,1	1,8	109,0	4,0	
II trim. / hiruhil.	108,4	2,1	110,3	2,8	
2000	100,0	1,9	100,0	-1,7	Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Interior (ICI)
2001	101,9	1,9	99,9	-0,1	
2002	104,1	2,2	106,2	6,4	Iturria: EUSTAT. Barne Merkataritzaren Indizea (BMI)
2003	106,3	2,2	107,7	1,3	



ÍNDICE DE COMERCIO MINORISTA. PERSONAL OCUPADO EN ÁLAVA TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN INDIZEA. LANDU-KOPURUA ARABAN



Base: año 2000 / Oinarria, 2000 urtea

4. ACTIVIDADES COMERCIALES

En los últimos años, el comercio minorista pierde peso en el conjunto de actividades económicas de Vitoria-Gasteiz

Azken urte hauetan txikizkako merkataritzak pisua galdu du Vitoria-Gasteizko jarduera ekonomikoen artean

En junio de 2004, Vitoria-Gasteiz contaba con 3.202 actividades económicas dedicadas al comercio minorista, esto es, el 19% del total de actividades económicas de la ciudad. El leve retroceso del número de actividades comerciales –con un saldo negativo de 54 actividades desde diciembre de 1999 que equivalen a un descenso del 1,7%– unido al importante incremento de las actividades no comerciales –con un saldo de unas 1500 actividades que equivalen a un incremento del 12,5%– han provocado una sensible pérdida de peso del comercio minorista en el conjunto de actividades económicas de la ciudad, pasando del 21% de 1999 al 19% actual.

Alimentación, bebidas y tabaco es la especialidad más numerosa entre los comercios de la capital alavesa con 914 actividades. Le siguen el comercio textil, confección, calzado y piel, con 743; el epígrafe de otro comercio, con 540 actividades; y el equipamiento del hogar, con 510.

En el último semestre, la evolución del comercio minorista en cuanto a número de actividades ha sido muy pequeña, con un retroceso de 18 actividades. Alimentación aporta las mayores pérdidas (-13), seguida por comercio textil (-5) y otro comercio (-5). Sólo la venta de vehículos, accesorios y carburantes aporta algún crecimiento (+3) al saldo total ya que el saldo del semestre es de tan sólo 15 nuevas actividades registradas.



NÚMERO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS POR RAMA DEL COMERCIO MINORISTA JARDUERA EKONOMIKOEN KOPURUA TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN ADARRAREN ARABERA

	diciembre 1999 abendua	junio 2004 ekaina	
Alimentación, bebida y tabaco	1.028	914	Elikagaiak, edariak eta tabakoak
Textil, confección, calzado y piel	745	743	Ehungintza, jantzigintza, oinetakoak eta larrua
Droguerías, farmacias	181	198	Drogeriak, farmaziak
Equipamiento hogar	491	510	Etzerako gaiak
Vehículos y accesorios	174	178	Ibilgailuak eta osagarriak
Carburantes, lubricantes	30	28	Erregaiak eta lubrifikatzaileak
Otro Comercio	542	540	Bestelakoak
Comercio mixto	65	91	Merkataritza mistoa
Comercio minorista	3.256	3.202	Txikizkako merkataritza
Total actividades económicas	15.367	16.827	Jarduera ekonomiko guztiak

Fuente: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, Impuesto de Actividades Económicas
 Iturria: Vitoria-Gasteizko Udala: Jarduera Ekonomikoen gaineko Zerga

VARIACIÓN DEL NÚMERO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS POR RAMA DEL COMERCIO MINORISTA
 JARDUERA EKONOMIKOEN KOPURUAREN BILAKAERA TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN ADARRAREN ARABERA

	XII 2003 - VI 2004		VI 2003 - XII 2003		VI 2003 - VI 2004		XII 1999 - VI 2004		
	Nº / zk	%	Nº / zk	%	Nº / zk	%	Nº / zk	%	
Alimentación, bebida y tabaco	-13	-1,4	16	1,8	3	0,3	-114	-11,1	Elikagaiak, edariak eta tabakoak
Textil, confección, calzado y piel	-5	-0,7	54	7,8	49	7,1	-2	-0,3	Ehungintza, jantzigintza, larrua
Droguerías, farmacias	3	1,5	9	4,8	12	6,5	17	9,4	Drogeriak, farmaziak
Equipamiento hogar	-1	-0,2	20	4,1	19	3,9	19	3,9	Etterako gaiak
Vehículos y accesorios	1	0,6	4	2,3	5	2,9	4	2,3	Ibilgailuak eta osagarriak
Carburantes, lubricantes	2	7,7	-3	-10,3	-1	-3,4	-2	-6,7	Erregaiak eta lubrifikatzaileak
Otro comercio	-5	-0,9	24	4,6	19	3,6	-2	-0,4	Bestelakoak
Comercio mixto	0	0	12	15,2	12	15,2	26	40	Merkataritza mistoa
Total comercio	-18	-0,6	118	4,4	118	3,8	-54	-1,7	Guztira

Fuente: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, Impuesto de Actividades Económicas
 Iturria: Vitoria-Gasteizko Udala: Jarduera Ekonomikoen gaineko Zerga

El crecimiento de las especialidades de droguerías y farmacias, equipamiento del hogar y comercio mixto no alcanza a compensar la pérdida del sector de alimentación

Drogerien, farmazien, etxerako gaien eta bestelako saltokien hazkundeak ez du berdindu elikagaien merkataritzak sortutako galera

Con una perspectiva más larga, –tomando diciembre de 1999 como punto de partida– la evolución del comercio vitoriano es también negativa, con un saldo de -54 actividades. La gran caída se produce en la especialidad de alimentación (-114 actividades) mientras droguerías y farmacias (+17); equipamiento del hogar (+19); y comercio mixto (+26) empujan hacia arriba.

Dentro de este periodo, el gran hito para el comercio vitoriano se produce con la apertura del centro comercial Boulevard. Dicha apertura tiene reflejo en el gran saldo positivo del segundo semestre de 2003, con 136 nuevas actividades de comercio minorista. Las especialidades más beneficiadas son textil, confección, calzado y piel; otro comercio; y equipamiento del hogar que concentran más del 70% del saldo de actividades generado en el semestre.

La abundancia de establecimientos comerciales está fuertemente asociada a la centralidad de las zonas comerciales

Saltokien kopuruak zerikusi handia dauka zonaldeen zentraltasunarekin

Utilizando el concepto de zona comercial y la distribución de zonas comerciales de Vitoria-Gasteiz elaborada por la Comisión de Observatorio del Consejo local de comercio, podemos observar algunas características destacables en la distribución espacial de la actividad comercial.

En primer lugar, destaca que la cantidad de comercios está fuertemente asociada a la centralidad de las zonas comerciales así como a la tipología de edificación. Gorbea y Ensanche son las zonas con mayor número de comercios, a mucha distancia del resto. En su entorno, Segundo ensanche, Avenida, Zaramaga, Este y Casco Viejo tienen una presencia importante con una cifra entre 200 y 300 comercios. El resto de la ciudad –zonas más alejadas del espacio central de la ciudad y, en algunas de ellas, con predominio del modelo de manzana abierta con menor dotación de espacios comerciales– cuenta con un volumen muy limitado de actividades comerciales.



Nº ACTIVIDADES ECONÓMICAS/ZONA COMERCIAL
 JARDUERA EKON. KOP./MEREKATARITZA-ZONA

	diciembre 1999 abendua	junio 2004 ekaina
Casco Medieval	256	220
Ensanche	516	498
Segundo Ensanche	298	275
Zaramaga	246	216
El Pilar	107	94
Gorbea	660	600
Judimendi	77	71
Este	246	210
Aranbizkarra	38	31
Avenida	240	237
Noroeste	83	73
Mendizorrotza	17	16
Adurza	142	122
Boulevard	0	114
Arriaga-Abetxuko	89	80
Lakua	47	113
Ali-Sansomendi	48	47
Resto municipio	146	185
Vitoria-Gasteiz	3.256	3.202

Fuente: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, Impuesto de Actividades económicas
 Iturria: Vitoria-Gasteizko Udala: Jarduera Ekonomikoen gaineko Zerga



Por otro lado, existe una clara relación entre centralidad, volumen de actividades comerciales y especialidades comerciales. Las zonas periféricas, con escasa presencia de comercios, cuentan además con una limitada gama de actividades las cuales se centran, fundamentalmente en el comercio de alimentación. En términos generales, se puede describir este tipo de implantación como comercio de barrio.

En el extremo opuesto, las zonas centrales cuentan con un gran volumen y con una amplia gama de especialidades entre las que destaca sobre todo el comercio textil y de calzado.

Una mirada a la evolución a medio plazo –desde diciembre de 1999 hasta junio de 2004– nos permite extraer algunas conclusiones significativas:

- En estos tres años y medio, la evolución del número de actividades del comercio minorista ha sido levemente negativa, con un saldo negativo de -54 actividades que, en el conjunto del comercio minorista representa un descenso del 1,7%.

- Las zonas comerciales tradicionales –las que corresponden a zonas residenciales consolidadas– pierden dotación comercial. Este retroceso se deja sentir especialmente en las zonas Este, Zaramaga, El Pilar y Casco Medieval con descensos importantes en números absolutos y que, en términos porcentuales, representan entre el 10 y el 15% de la dotación comercial inicial. Destaca, así mismo, el fuerte saldo negativo de Gorbea, como hemos dicho, una de las principales zonas comerciales de la ciudad, que pierde 60

Este retroceso de la dotación comercial se ve parcialmente compensado por el desarrollo de nuevas zonas comerciales: la irrupción de Boulevard con 114 actividades; el desarrollo comercial del barrio de Lakua, con un aporte de 66 nuevas

En estos años, las zonas comerciales tradicionales han perdido dotación comercial en beneficio de nuevas zonas comerciales: centros comerciales, nuevas áreas residenciales y polígonos industriales

Azken urteotan, ohizko merkataritza guneeek saltokiak galdu dituzte, zona berrien mesederako: merkataritza zentroak, auzune berriak eta industrialdeak


VALORACIÓN DEL NÚMERO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL COMERCIO MINORISTA POR ZONA COMERCIAL
JARDUERA EKON. KOP. BILAKAERA TXIKIKAZKO MERKATARITZAN/MERKATARITZA-ZONAREN ARABERA

	XII 2003 - VI 2004		VI 2003 - XII 2003		VI 2003 - VI 2004		XII 1999 - VI 2004		
	Nº / zk	%	Nº / zk	%	Nº / zk	%	Nº / zk	%	
Casco Medieval	3	1,4	-1	-0,5	2	0,9	-36	-14,1	Alde Zaharra
Ensanche	-3	-0,6	13	2,7	10	2	-18	-3,5	Zabalgunea
Segundo ensanche	-3	-1,1	-5	-1,8	-8	-2,8	-23	-7,7	Bigarren zabalgunea
Zaramaga	-7	-3,1	3	1,4	-4	-1,8	-30	-12,2	Zaramaga
El Pilar	1	1,1	-1	-1,1	0	0	-13	-12,1	Pilar
Gorbea	-15	-2,4	-2	-0,3	-17	-2,8	-60	-9,1	Gorbea
Judimendi	-1	-1,4	0	0	-1	-1,4	-6	-7,8	Judimendi
Este	-1	-0,5	3	1,4	2	1	-36	-14,6	Ekialdea
Aranbizkarra	0	0	1	3,3	1	3,3	-7	-18,4	Aranbizkarra
Avenida	-3	-1,3	4	1,7	1	0,4	-3	-1,3	Hiribidea
Noroeste	0	0	2	2,8	2	2,8	-10	-12	Ipar-mendebaldea
Mendizorrotza	1	6,7	-1	-6,3	0	0	-1	-5,9	Mendizorrotza
Adurza	-3	-2,4	2	1,6	-1	-0,8	-20	-14,1	Adurtza
Boulevard	8	7,5	106	100	114	100	114	100	Boulevard
Arriaga-Abetxuko	2	2,6	-3	-3,7	-1	-1,2	-9	-10,1	Arriaga-Abetxuko
Lakua	1	0,9	14	14,3	15	15,3	66	140,4	Lakua
Ali-Sansomendi	-1	-2,1	2	4,3	1	2,2	-1	-2,1	Ali-sansomendi
Resto municipio	3	1,6	-1	-0,5	2	1,1	39	26,7	Udalerriko gainerakoa
Vitoria-Gasteiz	-18	-0,6	136	4,4	118	3,8	-54	-1,7	Vitoria-Gasteiz

Fuente: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, Impuesto de Actividades Económicas
 Iturria: Vitoria-Gasteizko Udala: Jarduera Ekonomikoen gaineko Zerga

El centro comercial Boulevard ha generado el mayor movimiento de actividades comerciales de los últimos años. En cualquier caso, no es posible afirmar que su apertura haya incidido directamente en la pérdida de dotación de otras zonas

Boulevard merkataritza zentroak eragin du azken urte hauetako merkataritza jardueren mugimendurik handiena. Dena dela, ezin dugu esan horrek eragin zuzena izan duenik beste zonen atzerakadan

Hay que destacar que la mayor parte del movimiento de saldos comerciales en las diferentes zonas de la ciudad corresponde a la apertura del centro comercial Boulevard y, en consecuencia, obedece a una evolución más reciente dentro del periodo analizado.

El desarrollo comercial de Lakua tiene su hito en la apertura del centro comercial instalado en el barrio pero el goteo de nuevas actividades sigue paralelo a su desarrollo urbano.

La zona de Gorbea, como hemos dicho, ha sufrido una pérdida importante de dotación comercial que, en el último semestre parece acentuarse con un saldo negativo de -15, que equivale a la cuarta parte de lo perdido desde 1999.

En el caso del Casco Viejo, parece apreciarse la contención del proceso de pérdida de actividades comerciales. Así, en el último semestre el saldo es de 3 nuevas actividades y en el segundo semestre de 2003, de tan sólo -1 mientras en los anteriores dos años y medio se pierden 38 comercios.

Zaramaga tiene un saldo negativo de -7 actividades en el primer semestre de 2004. Sin embargo, observando la trayectoria que ha seguido la dotación comercial de esta zona, sería muy arriesgado atribuir directamente este retroceso a la apertura del centro comercial. En efecto, la tendencia hacia la pérdida moderada de dotación comercial es anterior tanto en el conjunto de la ciudad como en zonas que, como es el caso de Zaramaga se encuentran muy próximas al nuevo centro comercial. Evidentemente, nos estamos refiriendo al posible efecto sobre la dotación de establecimientos comerciales, cuestión diferente a la incidencia que haya podido tener sobre otras cuestiones como ventas, empleo, reorganización de la actividad comercial, etc.

