



MERKATARITZA

Enero 2005

OBSERVATORIO LOCAL DEL COMERCIO

INTRODUCCIÓN

1. VENTAS	PAG. 2
2. CONSUMO	PAG. 7
3. ACTIVIDADES COMERCIALES	PAG. 9

INTRODUCCIÓN

El presente informe de coyuntura del comercio de Vitoria-Gasteiz pretende dar cuenta de la evolución de las variables fundamentales para el comercio local en la segunda mitad de 2004.

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

Los resultados de ventas del tercer trimestre parecen augurar que 2004 podrá considerarse un buen año para el comercio minorista incluso superando los resultados aceptables de 2003, aunque sin alcanzar los ritmos de crecimiento de años anteriores. El comercio tradicional sigue siendo en Alava el pilar fundamental del incremento de las ventas mientras las grandes superficies se mantienen en crecimientos muy modestos.

Desde el punto de vista de la demanda, destaca que todos los indicadores analizados apuntan a su recuperación.

En el último semestre se ha producido un leve aumento del número de actividades comerciales rompiendo así con la tendencia de retroceso existente hasta el momento. Por especialidades, son aquellas que ya mostraban una tendencia expansiva las que más han crecido en cuanto a número de actividades. Destaca el importante retroceso del comercio textil mientras el de alimentación modera el declive continuado de los últimos años.

La evolución del número de actividades comerciales según zona comercial resulta heterogénea: las áreas periféricas de la ciudad y otras como Lakua, Avenida y Noroeste son las más favorecidas en el último semestre; mientras tanto, zona Este, Boulevard, Arriaga-Abetxuko, Ensanche, Zaramaga y Adurza pierden dotación comercial.

1. VENTAS

En los nueve primeros meses de 2004, el crecimiento acumulado de las ventas del comercio minorista alavés ha sido un 4,7% superior al del mismo periodo de 2003, en términos nominales, según datos facilitados por el Eustat. Este ritmo de crecimiento queda aún lejos del de 2002 pero, en términos generales, puede calificarse de positivo.

El ritmo más acelerado de las ventas del Territorio Histórico de Bizkaia es la causa del despegue del índice de ventas medio de la CAPV respecto del de Álava.

Los datos del índice de comercio minorista auguran un 2004 positivo que podría superar los resultados de 2003, aunque sin alcanzar los ritmos de crecimiento de los años anteriores

Txikizkako merkataritzaren indizearen datuek 2004 urtea oparoa izango dela iragartzen dute. Urte osoko emaitza 2003koa baino hobea izan liteke aurreko urteetako hazkunde erritmora iritsi gabe



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

	CAPV / EAE		Álava / Araba	
	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)
2003				
III trim. / hiruhil.	109,2	3,9	109,1	4,9
IV trim. / hiruhil.	134,5	4,8	131,1	4,9
2004(a)				
I trim. / hiruhil.	119,5	2,5	114,5	2,5
II trim. / hiruhil.	118,5	5,3	117,3	3,9
III trim. / hiruhil.	116,3	6,6	114,6	4,7
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 Merkataritza Indizea (BMI)

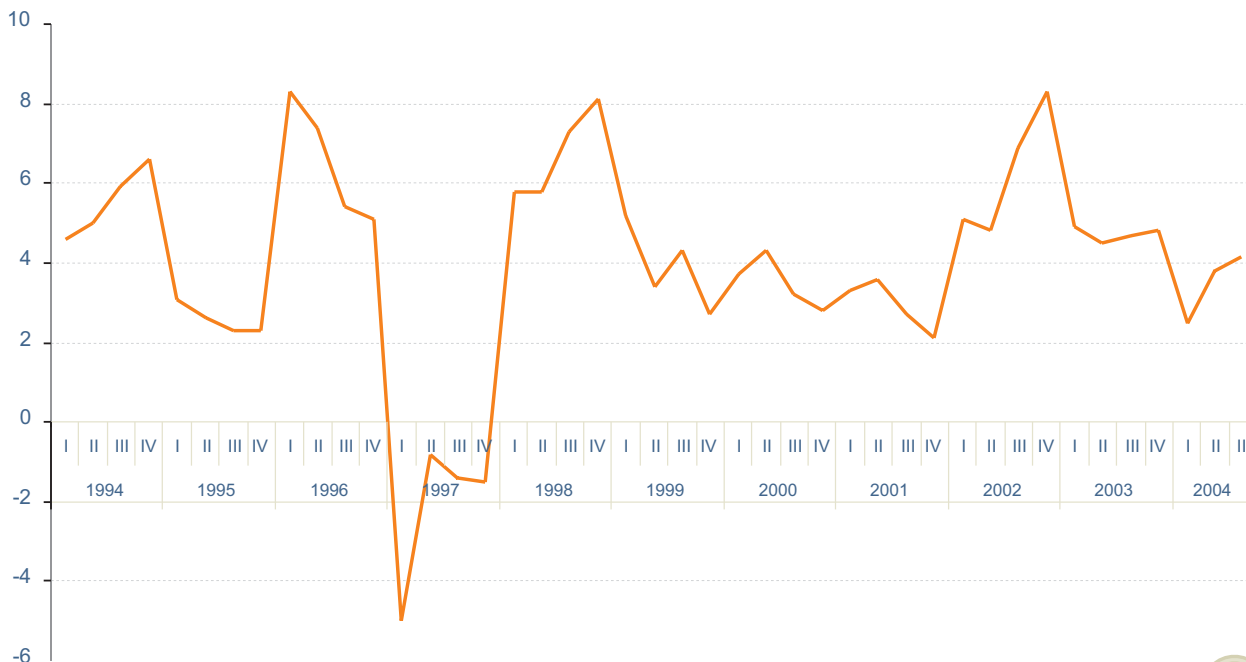
Una comparación a más largo plazo apunta a que 2004 –a expensas de lo que suceda en el último trimestre– genere unos resultados intermedios, por encima del periodo 1999-2001 e incluso de 2003 pero lejos de años extraordinarios en que, como en 1998 o 2002, a final de año se ha alcanzado un crecimiento superior al 8%.

Las ventas en comercios tradicionales alcanzan en el tercer trimestre de 2004 un crecimiento acumulado del 5,7% frente al 1,6 de las medianas y grandes superficies

Ohiko saltokien salmentek %5,7ko hazkunde pilatua izan dute 2004ko 3.hiruhilekoan; merkatalgune ertain eta handiak ordea, %1,6 baino ez dira igo



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



Los datos del tercer trimestre de 2004 siguen reflejando unos mejores resultados del comercio especializado respecto del de medianas y grandes superficies: el primero crece hasta el 5,7% mientras las ventas de las medianas y grandes superficies se estancan en el 1,6%.



ÍNDICE DE VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA POR SECTORES. PRECIOS CORRIENTES. ÁLAVA
TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN SALMENTA-INDIZEA SEKTOREKA. UNEKO PREZIOAK. ARABA

	Comercio al por menor especializado (tradicional)		Comercio al por menor especializado (tradicional)	
	Txikizkako merkataritza espezializatua (ohikoa)		Txikizkako merkataritza espezializatua (ohikoa)	
	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)
2003				
III trim. / hiruhil.	109,0	4,7	109,3	4,7
IV trim. / hiruhil.	134,8	5,2	124,9	4,1
2004(a)				
I trim. / hiruhil.	116,3	2,6	111,4	2,4
II trim. / hiruhil.	122,3	5,1	109,0	1,6
III trim. / hiruhil.	116,8	5,7	111,0	1,6
2000	100,0	2,3	100,0	3,9
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

(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)

El índice de comercio en grandes superficies mantiene un tono realmente bajo y, a medida que discurre el año, el crecimiento acumulado respecto del mismo periodo del año anterior no hace sino descender hasta situarse en el 1,3% de noviembre. Por tipo de producto, son los productos no alimenticios los que provocan el recorte; en noviembre, el descenso acumulado de las ventas de productos no alimenticios alcanza el 3,4%. Las ventas de productos de alimentación se mantienen en valores positivos aunque con niveles progresivamente menores.

El índice de ventas en grandes superficies se ha ido reduciendo a lo largo del año de forma que el crecimiento acumulado en noviembre es de tan sólo el 1,3%

Urtea aurrera joan ahala merkatalgune handien salmenta-indizea gutxitu egin da azaroko gehikuntza-tasa pilatua %1,3ra jaitsiz



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 produktiak	
	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)	Índice / Indizea	TIPAA / AUEBT(1)
2003						
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
Agosto / Abuztua	91,1	1,8	96,7	5,8	83,7	-3,4
Septiembre / Iraila	99,9	1,5	104,6	5,4	93,9	-3,5
Octubre / Urria	107,1	1,1	113,0	5,0	99,4	-4,0
Noviembre / Azaroa	105,0	1,3	109,8	4,9	98,6	-3,4
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 aldi beraren aldean

Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Interior (ICI)

Iturria: EUSTAT. Barne Merkataritza Indizea (BMI)

Como muestra la siguiente tabla, Alava muestra un perfil diferenciado respecto del resto de Territorios Históricos en cuanto a ventas en grandes superficies, al menos en la actual coyuntura. Su índice general se encuentra muy por debajo de la media e incluso registra un retroceso en cuanto a venta de productos no alimenticios. En el extremo contrario, Gipuzkoa destaca por un incremento más acusado fundamentado, además, por la venta de productos no alimenticios.



ÍNDICE DE COMERCIO EN GRANDES SUPERFICIES. TASA DE INCREMENTO ACUMULADO (1) POR TERRITORIO HISTÓRICO Y TIPO DE PRODUCTO. NOVIEMBRE DE 2004. PRECIOS CORRIENTES

ARABAKO MERKATALGUNE HANDIEN MERKATARITZA INDIZEA. GEHINKUNTZA TASA PILATUA (1) LURRALDE HISTORIKOKA ETA PRODUKTU-MOTAREN ARABERA. 2004KO AZAROA. UNEKO PREZIOAK

	General/Orokorra	Alimentación /Jangaiak	Resto de productos / Bestelako produktuak
Álava / Araba	1,3	4,9	-3,4
Bizkaia	4,5	5,3	3,7
Gipuzkoa	6,8	5,0	10,3
CAPV / EAE	4,7	5,1	4,1

(a) Datos provisionales / Behin-behineko datuak.

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

(1) AUEBT = Iazko garai berarekin alderatuz gehikuntza-tasa pilatua

Fuente/Iurria: EUSTAT. Índice de comercio en grandes superficies (ICGS)

Iurria: EUSTAT. Merkkatalgune handien Merkataritza Indizea (AHMI)

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 una importante recuperación a partir del segundo trimestre de 2004, después de periodos de debilidad. En concreto, el incremento respecto del primer trimestre del año roza el 12% en el segundo y se consolida en cifras ligeramente superiores en el tercero. El gasto en

alimentación crece en un 13,4% del primero al segundo trimestre para retroceder casi un 6% del segundo al tercero. En cuanto al resto de productos, en el segundo semestre se produce el gran salto con un incremento del 11,4% que se ve reforzado con una subida más modesta –el 2,1%– en el tercero.



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

	2004 3. trimestre / 3. hirulekoa	2004 2. trimestre / 2. hirulekoa	2003 1. trimestre / 1. hirulekoa	2003 4. trimestre / 4. hirulekoa	
Gasto medio por persona (euros)					PERTSONAKO BATEZ BESTEKO GASTUA (Euro)
Total	2.296,7	2.286,6	2.045,2	2.053,2	Guztira
Alimentos, bebida y tabaco	447,4	475,3	419,1	412,2	Jangaiak, edariak eta tabakoa
Resto	1.849,2	1.811,4	1.626,0	1.641,0	Gainerakoa
% de hogares según el grado de dificultad de llegar a fin de mes (%) Familiek hil amaierara iristeko duten zailtasun mailaren arabera					
Con mucha dificultad	5,2	4,1	4,1	4,1	Zailtasun handiz
Con dificultad	10,6	10,5	11,9	6,8	Zailtasunez
Con cierta dificultad	22,1	24,4	25,3	26,0	Nolabiteko zailtasunez
Con cierta facilidad	43,7	42,4	40	43,5	Nolabaiteko erraztasunez
Con facilidad	16,8	16,7	17	19,2	Erraztasunez
Con mucha facilidad	1,7	2,1	1,8	0,4	Erraztasun handiz
% de hogares que pueden dedicarte el dinero al ahorro					(%) Dirua aurrez dezaketen familiak
Pueden dedicar dinero al ahorro	58,6	52,1	41,2	43,9	Dirua aurrez dezakete
No pueden dedicar dinero al ahorro o dedican muy poco	41,4	47,9	58,8	56,1	Ezin dezakete aurrez edo oso gutxi aurrezten dute
% de hogares que consideran el momento actual como un momento adecuado para realizar compras importantes					(%) Oraingo unea erosketara garrantzitsuak egiteko garai egokia dela uste duten familiak
Momento adecuado	22,1	20,6	20,8	18,5	Une egokia
No adecuado pero tampoco malo	33,1	33,6	28,1	34,8	Ez da egokia, baina ezta txarra ere
Momento inadecuado	44,8	45,8	51,2	46,7	Une desagokoa

En el tercer trimestre del año, los distintos indicadores apuntan a una recuperación de la demanda

En términos interanuales, el gasto personal alcanza un crecimiento superior al 15%, que se reduce a poco más del 7% en el caso de los productos de alimentación mientras el gasto en otro tipo de productos crece por encima del 17%.

Esta mejoría en el tono de la demanda tiene su reflejo en un descenso del número de familias que declara tener dificultades para llegar a fin de mes. Tras haber superado el 41% en el primer trimestre de 2004, en el tercero la proporción de familias con dificultades económicas desciende por debajo del 38% aunque aumenta ligeramente el peso de las que tienen dificultades económicas más severas. El descenso de las familias con dificultades económicas redonda, en esta ocasión, en un aumento de las familias con una posición moderadamente favorable mientras permanece estable el de las más favorecidas.

La percepción de capacidad de ahorro mejora de forma ostensible en el periodo analizado ya que la proporción de familias que consideran que pueden ahorrar ha pasado del 43% del tercer trimestre de 2003 al 58,6% de un año después.

Por último, la proporción de familias que consideran el momento actual adecuado para acometer compras importantes se ha incrementado de forma perceptible pasando de ser el 18,2% en el tercer trimestre de 2003 al 22,1% en mismo trimestre de 2004. Quienes consideran el momento actual como inadecuado para realizar compras de cierta envergadura pasan del 46,9% al 44,8% en el mismo periodo.

Urteko hirugarren hiruhilekoan, erabilitako adierazleek eskaera errekuperatu egin dela adierazten dute



3. ACTIVIDADES COMERCIALES

En el último semestre se ha producido una tímida recuperación del número de actividades comerciales rompiendo así con la anterior tendencia de retroceso

A lo largo del segundo semestre de 2004, el comercio minorista de Vitoria-Gasteiz ha experimentado una tímida recuperación. En estos seis meses el saldo de actividades comerciales arroja un balance positivo con una docena de nuevos comercios. Ello parece indicar un cambio en la tendencia de reducción observada en los últimos años. En cualquier caso, la variación es mínima, con un incremento porcentual de tan sólo el 0,4% y el saldo interanual es todavía ligeramente negativo –con un saldo negativo de 6 actividades que equivale al -0,2%–.

El contexto general indica que el conjunto de actividades económicas de la ciudad experimenta una expansión mucho

Azken sei hilekoan saltokien kopurua pixka bat handitu egin da aurreko joerari buelta emanaz

mayor con una tendencia de aceleración. En el segundo semestre de 2004 el saldo de actividades económicas es de casi 300 lo que equivale al 1,8% de incremento, frente al 1,1% del semestre anterior.

El diferencial de incrementos entre el conjunto de actividades y el de los comercios minoristas tiene como consecuencia una pérdida de peso relativo del comercio minorista respecto de la actividad económica de Vitoria-Gasteiz. En cualquier caso, el comercio minorista sigue teniendo un peso específico fundamental en la economía de la ciudad ya que uno de cada cuatro establecimientos es un comercio minorista.



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

	diciembre 1999 abendua	diciembre 2004 abendua	
Alimentación, bebida y tabaco	1.028	911	Elikagaiak, edariak eta tabakoak
Textil, confección, calzado y piel	745	729	Ehungintza, jantzigintza, oinetakoak eta larrua
Droguerías, farmacias	181	197	Drogeriak, farmaziak
Equipamiento hogar	491	512	Etterako gaiak
Vehículos y accesorios	174	184	Ibilgailuak eta osagarriak
Carburantes, lubricantes	30	27	Erregaiak eta lubrifikatzaileak
Otro Comercio	542	556	Bestelakoak
Comercio mixto	65	98	Merkataritza mistoa
Comercio minorista	3.256	3.214	Txikizkako merkataritza
Total actividades económicas	15.355	16.535	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

	VI 2004 - XII 200		XII 2003 - VI 2004		XII 2003 - XII 2004		XII 1999 - XII 2004		
	Nº / zk	%	Nº / zk	%	Nº / zk	%	Nº / zk	%	
Alimentación, bebida y tabaco	-3	-0,3	-13	-1,4	-16	-1,7	-117	-11,4	Elikagaiak, edariak eta tabakoak
Textil, confección, calzado y piel	-14	-1,9	-5	-0,7	-19	-2,5	-16	-2,1	Ehungintza, jantzigintza, larrua
Droguerías, farmacias	-1	-0,5	3	1,5	2	1,0	16	8,8	Drogeriak, farmaziak
Equipamiento hogar	2	-0,4	-1	-0,2	1	0,2	21	4,3	Etzerako gaiak
Vehículos y accesorios	6	3,4	1	0,6	7	4,0	10	5,7	Ibilgailuak eta osagarriak
Carburantes, lubricantes	-1	-3,6	2	7,7	1	3,8	-3	-10,0	Erregaiak eta lubrifikatzaileak
Otro comercio	16	3,0	-5	-0,9	11	2,0	14	2,6	Bestelakoak
Comercio mixto	7	7,7	0	0,0	7	7,7	33	50,8	Merkataritza mistoa
Total comercio	12	0,4	-18	-0,6	-6	-0,2	-42	-1,3	Txikizkako merkataritza
Total actividades economicas	295	1,8	179	1,1	474	3,0	1.180	7,7	Guztira

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

*Las ramas que más han crecido son aquellas que
 ya mostraban una tendencia expansiva*

*Aurretik goranzko joera zeukaten adarrak dira azken
 sei hilekoan gehien hazi direnak*

Otro comercio, comercio mixto y venta de vehículos y accesorios son las especialidades que más han aportado al saldo positivo del semestre. Estas ramas se encuentran, además, entre las que mantienen una tendencia expansiva a largo plazo.

La rama que más actividades ha perdido en estos seis meses ha sido la del comercio textil, con un saldo negativo de 14 establecimientos (19 si contamos todo 2004). En términos relativos, esto supone un retroceso importante (el 2,5% del totalde actividades de la rama textil habría cerrado en el último año) en un periodo de tiempo reducido que rompe con una tendencia de estabilidad del periodo anterior.

Otro elemento destacado en cuanto a saldos de actividades comerciales en el último semestre es el comportamiento del sector de alimentación. Dicho especialidad comercial ha perdido tan sólo 3 establecimientos lo que podría interpretarse –a expensas de que pueda o no confirmarse en el futuro– como el inicio de un cambio de tendencia, o al menos estabilización, tras un largo periodo de continua pérdida de establecimientos.

*Destaca el importante retroceso del comercio textil
 mientras el de alimentación modera el declive
 continuado de los últimos años*

*Aipatzekoa da ehunki saltokien atzerakada
 nabarmena jangai saltokien gainbehera moteltzen
 hasi den bitartean*


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

	diciembre 1999 abendua	diciembre 2004 abendua
Casco Medieval	256	221
Ensanche	516	495
Segundo Ensanche	298	275
Zaramaga	246	214
El Pilar	107	93
Gorbea	660	604
Judimendi	77	71
Este	246	204
Aranbizkarra	38	30
Avenida	240	241
Noroeste	83	76
Mendizorrotza	17	15
Adurza	142	120
Boulevard	0	110
Arriaga-Abetxuko	89	76
Lakua	47	119
Ali-Sansomendi	48	47
Resto municipio	146	203
Vitoria-Gasteiz	3.256	3.214

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

Las áreas periféricas de la ciudad y otras como Lakua, Avenida y Noroeste son las más favorecidas en el último semestre; mientras tanto, zona Este, Boulevard, Arriaga-Abetxuko, Ensanche, Zaramaga y Adurza pierden dotación comercial

En función de las zonas comerciales de la ciudad, el mayor aporte de nuevas actividades de comercio minorista se produce en las zonas periféricas de la ciudad –en la tabla, Resto municipio–. Lakua, Gorbea, Avenida y Noroeste son otras zonas que, a lo largo del último semestre, han contribuido positivamente al tímido crecimiento del comercio vitoriano. Porel contrario, zona Este, Boulevard, Arriaga-Abetxuko, Ensanche, Zaramaga, Adurza, etc., han sufrido algún retroceso.

A lo largo del último semestre, las zonas comerciales de Adurza, Arriaga-Abetxuko, Aranbizkarra, Zona Este, Mendizorrotza, Zaramaga y Ensanche han profundizado, en mayor o menor medida, la tendencia de retroceso observable a largo plazo. Debemos matizar que, en algunos de estos casos, el resultado del último semestre es negativo pero menos desfavorable que en el semestre anterior: es lo que sucede en Zaramaga que pierde dos establecimientos frente a los siete de la primera mitad del año; o de Adurza que pierde dos establecimientos en la segunda mitad frente a los tres de la primera. Por el contrario, en la zona Este o en Arriaga-Abetxuko, el segundo semestre de 2004 ha sido mucho más negativo que el primero.

Hiri-inguruetako eremuak, Lakua, Hiribidea edota Ipar-mendebaldeko zonaldeak dira azken sei hilabeteetan gehien hazi direnak; Ekialdea, Boulevard, Arriaga-Abetxuko, Zabalgunea, Zaramaga eta Adurtzak saltokiak galdu dituzte


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

	VI 2004 - XII 2004		XII 2003 - VI 2004		XII 2003 - XII 2004		XII 1999 - XII 2004		
	Nº / zk	%	Nº / zk	%	Nº / zk	%	Nº / zk	%	
Casco Medieval	1	0,5	3	1,4	4	1,8	-35	-13,7	Alde Zaharra
Ensanche	-3	-0,6	-3	-0,6	-6	-1,2	-21	-4,1	Zabalgunea
Segundo ensanche	0	0,0	-3	-1,1	-3	-1,1	-23	-7,7	Bigarren zabalgunea
Zaramaga	-2	-0,9	-7	-3,1	-9	-4,0	-32	-13,0	Zaramaga
El Pilar	-1	-1,1	1	1,1	0	0,0	-14	-13,1	Pilar
Gorbea	4	0,7	-15	-2,4	-11	-1,8	-56	-8,5	Gorbea
Judimendi	0	0,0	-1	-1,4	-1	-1,4	-6	-7,8	Judimendi
Este	-6	-2,9	-1	-0,5	-7	-3,3	-42	-17,1	Ekialdea
Aranbizkarra	-1	-3,2	0	0,0	-1	-3,2	-8	-21,1	Aranbizkarra
Avenida	4	1,7	-3	-1,3	1	0,4	1	0,4	Hiribidea
Noroeste	3	4,1	0	0,0	3	4,1	-7	-8,4	Ipar-mendebaldea
Mendizorrotza	-1	-6,3	1	6,7	0	0,0	-2	-11,8	Mendizorrotza
Adurza	-2	-1,6	-3	-2,4	-5	-4,0	-22	-15,5	Adurtza
Boulevard	-4	-3,5	8	7,5	4	3,8	110	100,0	Boulevard
Arriaga-Abetxuko	-4	-5,0	2	2,6	-2	-2,6	-13	-14,6	Arriaga-Abetxuko
Lakua	6	5,3	1	0,9	7	6,3	72	153,2	Lakua
Ali-Sansomendi	0	0,0	-1	-2,1	-1	-2,1	-1	-2,1	Ali-sansomendi
Resto municipio	18	9,7	3	1,6	21	11,5	57	39,0	Udalerriko gainerakoa
Vitoria-Gasteiz	12	0,4	-18	-0,6	-6	-0,2	-42	-1,3	Vitoria-Gasteiz

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

Resulta interesante destacar, por último, el comportamiento de algunas zonas comerciales que venían perdiendo dotación comercial y que en el últimos semestre obtienen resultados positivos que contribuyen a compensar, o al menos frenar, el declive comercial: nos referimos zonas como el Casco Medieval que, al menos se mantienen en saldos positivos en el último año; Noroeste y Gorbea que rompen con la tendencia regresiva anterior; y Avenida cuyo saldo positivo del último semestre compensa totalmente la pérdida del periodo anterior.