



Ayuntamiento  
de Vitoria-Gasteiz  
Vitoria-Gasteizko  
Udala

# Comisión “Información y conocimiento en la era de la IA y la tecnología”:

## Conclusiones

# ENCUADRE DE LA COMISIÓN:

Teniendo en cuenta

- **El Objetivo de la Comisión:** *“Poner el foco en el tipo de información y conocimiento de que disponemos, cómo está evolucionando la necesidad de información, las posibles fuentes, el acceso a las mismas... ante una situación de “Cambio de Era” y los retos que esto supone tanto a las empresas de comercio como a los diferentes agentes sectoriales en su “gestión del día a día”*
- **su enfoque de trabajo** centrado en:
  - **Fuentes:** *¿Qué información tenemos? ¿De dónde procede? ¿Cómo nos llega?*
  - **Uso y utilidad:** *En qué medida la información que obtenemos es adecuada, está actualizada, es accesible, comprensible..*
  - **Nivel de cobertura:** *¿Es suficiente la información de la que disponemos? ¿Qué tipo de información necesitamos pero no disponemos de ella? En esta situación de “cambio de era” que vive el sector y de revolución tecnológica y digital, en la que la IA ha irrumpido con fuerza ¿Podemos contar con otras fuentes? ¿Qué tipo de información puede aportarnos? ¿Cómo accedemos a ella?*

bajo la doble perspectiva de las empresas de comercio y hostelería de Vitoria - Gasteiz por un lado y entidad pública o privada que trabaja con el sector por otro.

- **las intervenciones de**
  - > Miriam Santos de Cámara de Comercio sobre el funcionamiento de Enfokamer, Observatorio vasco de Comercio
  - > Gemma Moriel de la Oficina Municipal del Dato.
- **y las aportaciones de los asistentes** que remiten por escrito

se identifican algunas posibles líneas de trabajo y conclusiones que se recogen en el siguiente apartado.

# CONCLUSIONES GENERALES

De las aportaciones e información recogidas se pueden inferir cuatro líneas de posible trabajo

## 1. Complementar los informes ya existentes:

Desde el Observatorio de Comercio del Ayuntamiento de Vitoria – Gasteiz, se elaboran diferentes tipos de informes,

- De coyuntura (semestral)
- De estructura (evolución más a largo plazo)
- De análisis comercial, sobre temáticas de interés comercial. Algunos ejemplos como: Hábitos de compra; consumo digital, transacciones con tarjeta en el comercio...

A este respecto se han recogido propuestas orientadas a completar o complementar el contenido de estos informes, en concreto con la incorporación de:

- ✓ La evolución y contribución del PIB de comercio y el PIB de hostelería en Vitoria – Gasteiz y en Alava.
- ✓ Desglose por barrios y por subsectores (también dentro de esos barrios) de datos como: nº de establecimientos, altas y bajas, movilidad, etc...
- ✓ Información sobre hábitos de consumo y comportamiento del cliente (Ver punto 1 del Anexo 1)
- ✓ Indicadores sobre digitalización, innovación y sostenibilidad tanto del comercio como de la hostelería local (Ver punto 2 de Anexo 1)
- ✓ Datos económicos locales más detallados, como puede ser: niveles de facturación, márgenes o precios de alquiler de los locales (ver punto 6 Anexo 1)
- ✓ Datos de empleo: Además de recoger los datos de afiliación, se plantea incorporar datos como edad y género del personal, tipo de jornada, nivel formativo, capacidades digitales.... (Ver punto 4. Anexo1)
- ✓ Datos sobre el tejido asociativo: Asociaciones existentes, nº de establecimientos asociados, evolución de los mismos....
- ✓ Datos comparativos con el resto del territorio de Alava, así como de las otras dos capitales.

## **2. Mejorar su comprensión, comunicación y difusión**

En este sentido se señala que los actuales formatos utilizados, pdf y “Tableu Public” no permiten la interacción y tienen un perfil muy técnico.

Se plantea la creación de un portal de datos interactivo sobre comercio local, con mapas por barrio, tipo de comercio, evolución histórica y filtros por sector o tamaño.

También, acompañar cada informe semestral con un resumen ejecutivo e infografías divulgativas. (Ver punto 5. Anexo I)

## **3. Ampliar los focos objeto de seguimiento y análisis**

Ligado a la importancia que para el sector comercial y hostelero tienen elementos que configuran el entorno urbano y las posibilidades que la tecnología ofrece en la obtención y tratamiento de datos, se plantea incorporar al seguimiento y análisis aspectos relacionados con la movilidad, ZBE, tránsitos comerciales, afluencias, turismo de compras...

Para facilitar el seguimiento de estos datos, se propone utilizar tecnologías como sensores, cámaras, datos móviles,... además de optimizar la herramienta PICKGEO que ya dispone el Ayuntamiento.

En concreto se plantea, también, la creación y seguimiento de un “Índice de Vitalidad Comercial” que permita la combinación, con respecto a unas áreas previamente determinadas, de diferentes parámetros de forma simultánea como pueden ser: nº locales activos y rotación de negocios + Flujo de personas visitantes + Evolución de ventas + Diversidad comercial. (Ver Punto 3. Anexo I)

## **4. Apertura y/o refuerzo de los ámbitos de colaboración**

Dada la diversidad, amplitud y profundización de datos e información a tener en cuenta, se plantea la optimización de los recursos existentes a través de la colaboración entre diferentes entidades, así como el aprovechamiento de la tecnología y las herramientas disponibles.

En este sentido, la propia comisión ha permitido el contacto entre dos de las principales fuentes de información disponibles a nivel local y del País Vasco como es la Oficina Municipal del Dato y Enfokamer.

Desde la Diputación Foral de Álava se facilita el enlace de su "Open Data":

<https://irekia.araba.eus/es/catalogo-de-datos-abiertos>

Se pone en valor la colaboración con la entidad financiera "la Caixa" que facilita la explotación de datos de consumo en relación a los pagos por tarjeta a través de sus datáfonos; no obstante se plantea la posibilidad de establecer acuerdos de colaboración similares con entidades más representativas a nivel local como puede ser Kutxabank.

Se apunta también el potencial que Pickgeo supone no sólo en la obtención y explotación de datos sobre flujos, locales inactivos, mix comercial, alquileres, etc... si no también en la visualización y comprensión más intuitiva y práctica de la información.

# **ANEXO I: Documento de aportaciones Arabadendak**

# PROPUESTAS DE MEJORA

## 1. Incorporar información sobre hábitos de consumo y comportamiento del cliente

### Situación actual:

Los informes municipales analizan con gran detalle la oferta comercial (altas y bajas de IAE, superficie, ramas y empleo) y las características demográficas de la ciudad, pero no recogen información directa sobre el comportamiento de la clientela local (frecuencia de compra, medios de pago, gasto medio o percepción del comercio de proximidad).

### Qué podría hacerse:

- Añadir un bloque específico dentro del apartado “Demanda” con indicadores sobre hábitos de consumo locales, inspirados en la *Encuesta de Hábitos de Consumo* de Enfokamer.
- Variables posibles: gasto medio mensual o anual por hogar y categoría, frecuencia y canal de compra (presencial / online), uso de medios de pago, sensibilidad a precios y valoración del comercio local.
- Recoger esta información mediante encuestas municipales breves o en colaboración con Cámara de Comercio u otros agentes del sector.

### Resultado:

Permitiría interpretar la evolución del comercio local desde la demanda real, no solo desde la estructura empresarial.

## 2. Incorporar indicadores sobre digitalización, innovación y sostenibilidad del comercio local

### Situación actual:

No se dispone de datos sobre el grado de digitalización o innovación del comercio (presencia online, redes sociales, uso de e-commerce, inversión tecnológica o sostenibilidad).

### Qué podría hacerse:

- Añadir un módulo inspirado en el *Monitor de Inteligencia Comercial (MICE)* del Observatorio Enfokamer:
  - % de comercios con tienda online o redes sociales.
  - % que ofrecen venta por WhatsApp, Bizum o click & collect.
  - Inversión en modernización o eficiencia energética.
  - Acciones de sostenibilidad (reciclaje, iluminación LED, economía circular).
- Recoger los datos mediante una encuesta anual a comercios o integrando información de los programas municipales de ayudas.

### Resultado:

Facilitaría el diseño de políticas de apoyo a la modernización, digitalización y sostenibilidad del comercio local.

### **3. Incorporar un análisis de afluencia, movilidad y vitalidad comercial**

#### **Situación actual:**

El informe municipal ya analiza la “movilidad comercial” (altas y bajas de IAE por rama), pero no evalúa los flujos reales de personas ni la vitalidad de las zonas comerciales.

#### **Qué podría hacerse:**

- Medir la afluencia peatonal o de visitantes mediante sensores, cámaras o datos móviles.
- Analizar el peso del turismo en las ventas o en la afluencia comercial (cruce con datos de pernoctaciones).
- Elaborar un *Índice de Vitalidad Comercial (IVC)* que combine varias dimensiones:
  - o Número de locales activos y rotación de negocios.
  - o Flujo de personas o visitantes por zona.
  - o Evolución de ventas o actividad económica local.
  - o Diversidad comercial por sector.

El IVC permitiría asignar un valor único a cada zona comercial, reflejando su dinamismo y salud económica, y se podría visualizar mediante mapas interactivos para identificar áreas dinámicas, en declive o con potencial de regeneración. Aunque no existe actualmente un IVC oficial en Vitoria-Gasteiz, este indicador es una buena práctica adoptada en otros observatorios urbanos y comerciales.

#### **Resultado:**

Facilitaría la detección de zonas con mayor o menor vitalidad, orientando las decisiones de reactivación, apoyo a negocios y planificación urbana.

### **4. Incluir información sobre perfiles de las personas trabajadoras y responsables de los comercios**

#### **Situación actual:**

Los informes actuales recogen afiliaciones y paro, pero no describen las características del personal o de quienes gestionan los negocios.

#### **Qué podría hacerse:**

- Incorporar indicadores básicos sobre edad y género del personal, antigüedad, tipo de jornada, nivel de formación y competencias digitales.
- Analizar las dificultades de relevo generacional o de incorporación de nuevos profesionales.

#### **Resultado:**

Serviría para orientar acciones formativas, programas de relevo empresarial y políticas de igualdad.

## 5. Mejorar la visualización y difusión de la información

### Situación actual:

El Ayuntamiento publica información en formato PDF y a través de Tableau Public, pero las visualizaciones actuales son principalmente técnicas y poco interactivas para el público general.

### Qué podría hacerse:

- Crear un portal de datos interactivo sobre comercio local, con mapas por barrio y tipo de comercio, evolución histórica y filtros por sector o tamaño.
- Acompañar cada informe semestral con un resumen ejecutivo e infografías divulgativas.

### Resultado:

Aumentaría la transparencia, la comprensión ciudadana y la utilidad práctica de los datos.

## 6. Ampliar los indicadores económicos locales

### Situación actual:

Los informes incluyen los índices de ventas y empleo de EUSTAT, pero no estimaciones locales de facturación, márgenes ni precios de alquiler de locales.

### Qué podría hacerse:

- Estimar el volumen de ventas por sector usando datos forales de recaudación (IVA comercio minorista) o extrapolaciones del Índice de Comercio Minorista ajustado al peso de Vitoria-Gasteiz.
- Añadir indicadores de rentabilidad y precios medios de alquiler de locales.

### Resultado:

Ofrecería una visión económica más completa del tejido comercial local.

## 7. Mejorar la desagregación y publicación de las altas y bajas del IAE por sectores

### Situación actual:

El informe de Coyuntura ya recoge la movilidad comercial mediante altas y bajas del IAE por ramas de actividad, pero la clasificación es muy general.

### Qué podría hacerse:

- Desagregar también por grandes sectores económicos (comercio, hostelería, servicios personales, etc.).
- Publicar los resultados agregados en el portal de transparencia o en el cuadro de mando público de Tableau.

### Resultado:

Mejoraría el seguimiento del tejido económico local y la transparencia de la información municipal.

## **8. Incorporar indicadores de actividad económica en tiempo casi real**

### **Situación actual:**

La información disponible es semestral o anual, lo que limita la capacidad de detectar cambios rápidos en la actividad comercial.

### **Qué podría hacerse:**

- Integrar datos agregados y anónimos de pagos con tarjeta (en colaboración con entidades financieras).
- Cruzar con datos de movilidad o sensores urbanos para crear un *Indicador mensual de actividad comercial local*.

### **Resultado:**

Aumentaría la capacidad de respuesta ante cambios coyunturales y mejoraría la planificación de campañas o ayudas.

## **9. Crear un mapa interactivo de locales disponibles**

### **Situación actual:**

Aunque se dispone de información sobre locales y superficie, no existe una herramienta pública para conocer los locales disponibles o vacantes.

### **Qué podría hacerse:**

- Publicar un mapa actualizado con locales comerciales vacíos o disponibles, incluyendo datos de superficie, ubicación y rango de renta estimada.
- Integrarlo con la información del IAE y otros indicadores municipales (afluencia, vitalidad, barrios) para detectar zonas de alta rotación o vaciado comercial.
- Esta herramienta complementaría PickGeo, ofreciendo información pública y agregada que facilita la planificación urbana, el apoyo a nuevos negocios y la regeneración de ejes comerciales.

### **Resultado:**

Facilitaría la implantación de nuevos negocios y la regeneración de ejes comerciales, proporcionando una herramienta accesible tanto para la administración como para comerciantes y ciudadanía.

## **10. Incorporar un módulo de sostenibilidad y economía circular**

### **Situación actual:**

No se dispone de indicadores sobre prácticas sostenibles en el comercio local.

### **Qué podría hacerse:**

- Integrar información de los programas de ayudas municipales en eficiencia energética, gestión de residuos y economía circular.
- Crear un *Índice de sostenibilidad comercial* con variables sobre iluminación eficiente, reciclaje, reducción de residuos o consumo responsable.

**Resultado:**

Reforzaría la imagen de Vitoria-Gasteiz como ciudad verde y comprometida con la sostenibilidad también en el ámbito económico.

**Conclusión general**

El Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz cuenta con una base estadística sólida sobre la **estructura del comercio minorista**, sustentada en el análisis del IAE, la superficie comercial, el empleo y la demografía. Sin embargo, **faltan indicadores cualitativos y de comportamiento** —los que permiten comprender cómo compra, se mueve y valora la ciudadanía el comercio local.

Incorporar gradualmente estos nuevos indicadores (hábitos de consumo, digitalización, vitalidad urbana, sostenibilidad, perfiles laborales y disponibilidad de locales) **no requeriría un cambio estructural**, sino ampliar las fuentes de información y reforzar la colaboración con los agentes económicos y sociales del sector.

El resultado sería una visión más completa, útil y humana del comercio de Vitoria-Gasteiz, al servicio tanto de la gestión pública como del propio tejido comercial.