

Ayuntamiento  
de Vitoria-Gasteiz  
Vitoria-Gasteizko  
Udala

Ekonomia Sustapen eta Estrategia Plangintzaren Saila  
Departamento de Promoción Económica y Planificación Estratégica

# VITORIA-GASTEIZKO TXIKIZKAKO MERKATARITZA

EGOERA TXOSTENA  
2010eko 1. seiuhilekoa

## COMERCIO MINORISTA DE VITORIA-GASTEIZ

INFORME DE COYUNTURA  
1er semestre 2010

EUROPAR BATASUNA  
Europako Gizarte Funtsa  
Inbertitu zure etorkizunean



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Social Europeo  
Invierte en tu futuro

empresalocal10

finantziazioa 50% financiación

## Aurkibidea / Índice

---

	<b>Sarrera / Introducción</b> .....	<b>3</b>
<b>1</b>	<b>Salmentak / Ventas</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Enplegua / Empleo</b> .....	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>Merkataritza jarduerak / Actividades comerciales</b> .....	<b>10</b>
<b>4</b>	<b>Kontsumoa / Consumo</b> .....	<b>21</b>
<b>5</b>	<b>Prezioak / Precios</b> .....	<b>26</b>

## Sarrera / Introducción

<p><b>2010eko lehenengo sei hilekoan, merkataritzaren salmenta kopuruak ikusita ezin da segurutzat eman berpizkundera gertu dagoenik. Lehenengo hiruhilekoan salmenta hazkundera izan da baina galerak itzuli dira bigarrean</b></p>	<p>En la primera mitad de 2010, las ventas siguen una trayectoria vacilante que cuestionan la recuperación: en el primer trimestre se produjo un incremento pero en el segundo se aprecia una caída</p>
<p><b>Azalera handiko saltokietako emaitzak, txikiak baino okerragoak izan dira</b></p>	<p>Las ventas en medianas y grandes superficies muestran una evolución peor que la del comercio tradicional</p>
<p><b>Enplegu galera aurrera jarraitu du Arabako merkataritzan, erritmo gero eta txikiagoz izan bada ere. Badirudi laster enplegu sorrerak gerta daitekeela</b></p>	<p>En el primer semestre de 2010 se ha seguido destruyendo empleo en el comercio pero a ritmos menores, lo que nos parece aproximar al inicio de una recuperación</p>
<p><b>Kontsumo adierazleak ez dira aurreko epean bezain txarrak</b></p>	<p>Los indicadores de consumo son menos malos que en periodos anteriores</p>
<p><b>Zerga-bilketaren joera oso ona dirudi, baina berpizkundera hasi dela esateko urte osoko datuak ezagutu beharko ditugu</b></p>	<p>Los datos de recaudación muestran incrementos importantes que debieran consolidarse para poder hablar de recuperación</p>
<p><b>Gorantz hasi dira prezioak apurka-apurka. Hala eta guztiz ere, merkataritzako zenbait adarretan jaitsiz jarraitzen dute</b></p>	<p>Los precios inician una suave recuperación pero en algunas ramas del comercio se mantienen valores negativos</p>

### 1. Adierazleen lapurpen-taula

#### Cuadro resumen de indicadores

Indicadores	2.008	2.009				2.010		Tendencia		
	IV	I	II	III	IV	I	II	↘	→	↗
<b>Oferta</b>										
Índice de ventas (% interanual)	-10,4	-8,1	-5,2	-6,3	-1,4	0,1	-3,0	↘		
Ventas comercio tradicional (%)	-8,6	-12,9	-6,8	-4,4	-3,1	2,3	-0,8		→	
Ventas grandes superficies (%)	-8,1	-4,7	-3,2	-6,0	-2,2	-1,7	-4,6	↘		
Empleo (% interanual)	-3,3	-3,3	-6,1	-5,5	-5,6	-4,1	-1,1			↗
Variación nº comercios		0,7		-0,6		-0,8		↘		
<b>Demanda</b>										
AFILIADOS S.S. ALAVA (% interanual)	-1,7	-4,9	-6,4	-5,2	-3,3	-1,2	0,4			↗
IPC (%)	4,4	0,0				1,6				↗
REVISIÓN SALARIAL CONVENIOS (%)	4,1	2,9				2,0		↘		
RECAUDACIÓN IRPF (% interanual)	0,8	-8,2				5,7				↗
RECAUDACION IVA (% interanual)	-13,0	-13,3				56,0				↗

## 1 Salmentak / Ventas

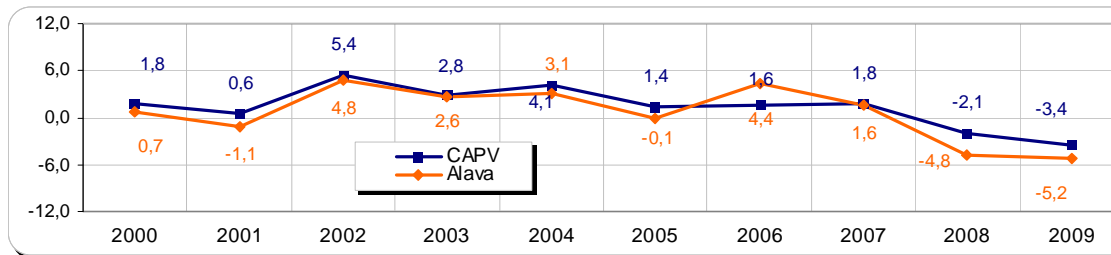
### 1.1. Txikizkako merkataritza. Salmenten indize orokorra. Comercio minorista. Índice General de Ventas.

**2010eko lehenengo seihilekoan salmenten joera ez da oso garbia izan: lehenengo hiruhilekoan hazi ondoren, berriro jaitsi dira bigarrean**

2010 se inicia con una evolución vacilante de las ventas: crecen en el primer trimestre pero se contraen en el segundo.

El Índice de las Ventas Anuales del Comercio Minorista en Álava cerró el ejercicio 2009 con el peor resultado de toda la década, una caída interanual del 5,2% de la cifra de ventas. Este retroceso es cuatro décimas mayor que el de 2008, el cuál, a su vez fue tres veces mayor que el de 2007. Esta secuencia permite augurar la proximidad del punto de inflexión que dé inicio a resultados progresivamente menos malos. El retrocesos de las ventas en Alava sigue siendo superior a la media de la CAPV pero el diferencial entre ambas se ha reducido algunas décimas respecto de 2008.

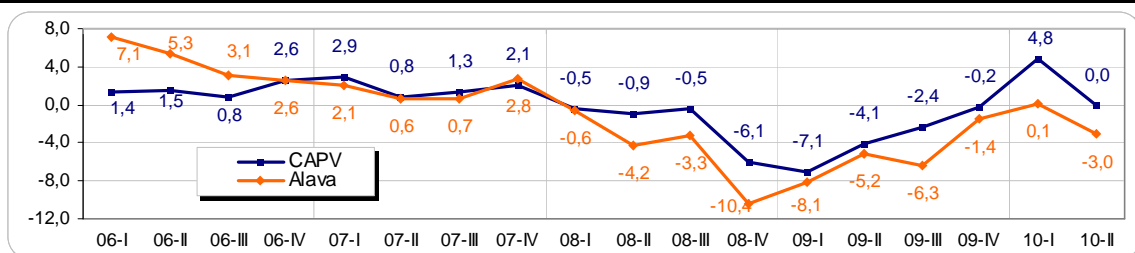
#### 2. Txikizkako merkataritzako salmenten indizea Urte arteko hazkunde-tasa erreala Índice de ventas del comercio minorista Tasa de incremento interanual real



Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista sin estaciones de servicio. Datos corregidos, precios constantes

Una aproximación a los resultados trimestrales de ventas en el comercio minorista alavés permite observar que ya a lo largo de 2009 se ha ido generando una dinámica de desaceleración del ritmo de caída del volumen de ventas, llegándose a recuperar en el primer trimestre de 2010 un nivel de ventas equivalente al del mismo periodo de 2008 (en concreto con un avance de sólo una décima). Sin embargo, esta trayectoria positiva se ha visto interrumpida en el segundo trimestre volviéndose a registrar una caída interanual bastante importante, del 3%. El comportamiento de las ventas en el conjunto de la Comunidad Autónoma ha seguido una trayectoria paralela pero con mejores resultados, llegando a rozarse un incremento de cinco puntos en el primer trimestre de 2010 para, en el segundo, bajar al nivel de crecimiento cero.

#### 3. Txikizkako merkataritzako salmenten hiruhilekoko indizea Aurreko urteko aldi berdinarekiko hazkunde-tasa erreala Índice trimestral de ventas del comercio minorista Tasa de incremento real sobre mismo periodo del año anterior

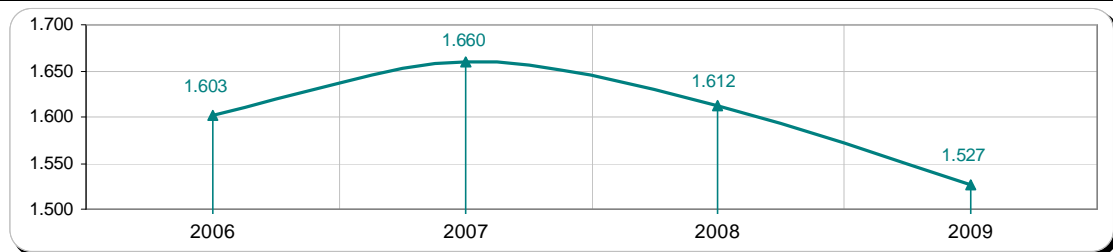


Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista sin estaciones de servicio. Datos corregidos, precios constantes

## 1.2. Txikizkako salmenten kopuruaren bilakaera Araban. Evolución de la cifra de ventas minoristas en Álava.

La cifra Anual de Ventas Minoristas en Álava estimada para 2009 alcanzó los 1.527 millones de euros, cifra que en términos corrientes es similar a la de 2005 y supone una cifra de negocio 133 millones menor (-8%) que la de 2007, ejercicio en el que se alcanzó el máximo histórico de ventas en nuestra provincia.

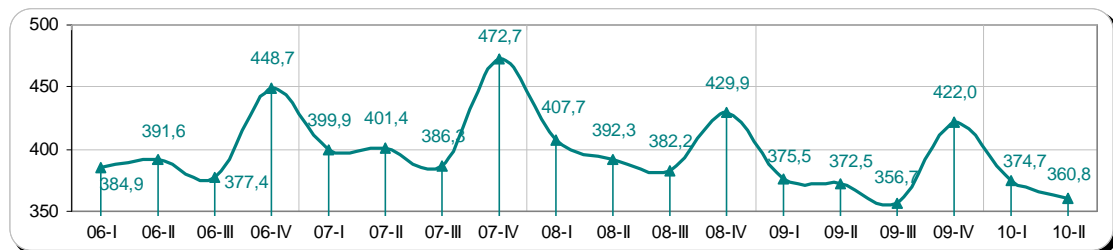
### 4. Arabako txikizkako merkataritzako urteko salmenta kopuruaren bilakaera Miloi euro korrante Evolución de la cifra anual de ventas del comercio minorista alavés Millones de euros corrientes



Fuente: Elaboración propia con datos del EUSTAT. CNAE 52.

Las cifras de ventas del último trimestre de 2009 y la del primero de 2010 se aproximaron a las de los trimestres equivalentes del ejercicio anterior. Sin embargo, en el segundo trimestre de 2010 se vuelve a producir un pequeño retroceso interanual.

### 5. Arabako txikizkako merkataritzako hiruhilekoko salmenta kopuruaren bilakaera Miloi euro korrante Evolución de la cifra trimestral de ventas del comercio minorista alavés Millones de euros corrientes



Fuente: Elaboración propia con datos del EUSTAT. CNAE 52.

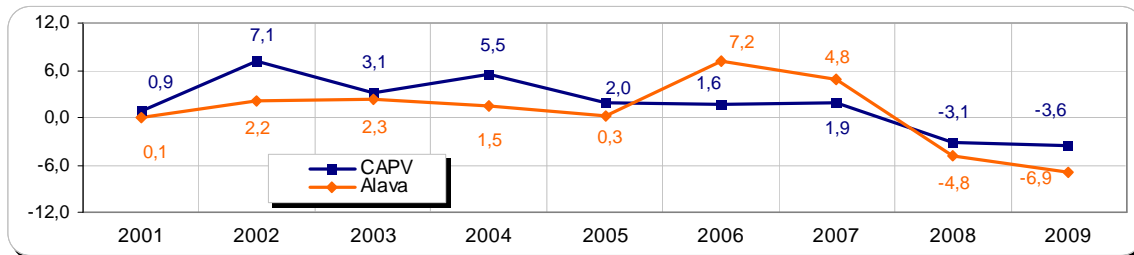
### 1.3. Merkataritza tradizionala. Salmenta indizea. Comercio tradicional. Índice de ventas.

#### Galerak itzuli dira saltoki txikietara, irabaziak izan ondoren lehenengo hiruhilekoan

En el comercio tradicional se produce una ligera caída de ventas en el segundo trimestre tras un comienzo de año esperanzador

El Índice Anual de Ventas del Comercio Minorista Tradicional en Álava registró en 2009 el mayor descenso de la década, con una caída del -6,9%. La trayectoria de esta modalidad comercial es similar a la media general del Índice de Comercio Minorista pero la caída ha sido más intensa, de la misma forma que en los periodos de expansión los incrementos de ventas suelen ser también más intensos que la media. En comparación con la media vasca, Alava ha experimentado en 2008 y 2009 caídas de ventas mucho más intensas que siguen a los incrementos también más intensos del bienio 2006-2007.

#### 6. Txikizkako merkataritza tradizionalaren salmenten indizea Urte arteko hazkunde-tasa erreala Índice de ventas del comercio minorista tradicional Tasa de incremento interanual real

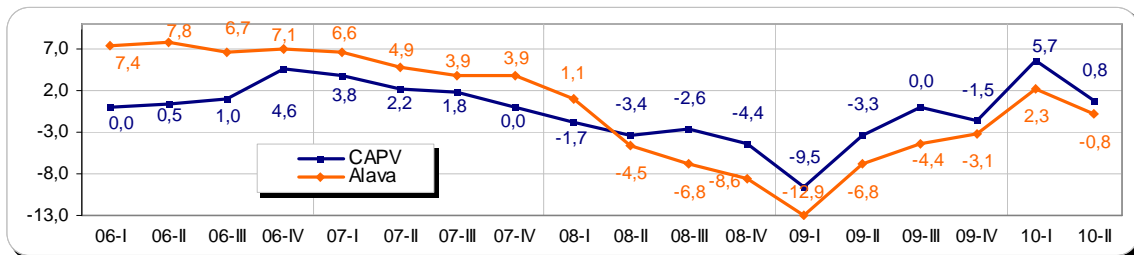


Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista. Datos corregidos, precios constantes

La evolución trimestral indica que el ritmo de deterioro tuvo su momento más duro en el primer trimestre de 2009 con un descenso interanual de casi el 13%. En los trimestres posteriores de 2009 se han sucedido las caídas pero a ritmos progresivamente menores. Esta trayectoria positiva culmina en el primer trimestre con un incremento del 2,3% pero la tendencia alcista se rompe en el segundo con un nuevo descenso aunque de pequeña intensidad (-0,8%).

#### 7. Txikizkako merkataritza tradizionalaren salmenten hiruhilekoko indizea Aurreko urteko aldi berdinarekiko hazkunde-tasa erreala

Índice trimestral de ventas del comercio minorista tradicional Tasa de incremento real sobre mismo periodo del año anterior



Fuente: EUSTAT. Datos corregidos, precios constantes

### 1.4. Azalera handiak. Salmenta indizea.

## Grandes Superficies. Índice de Ventas.

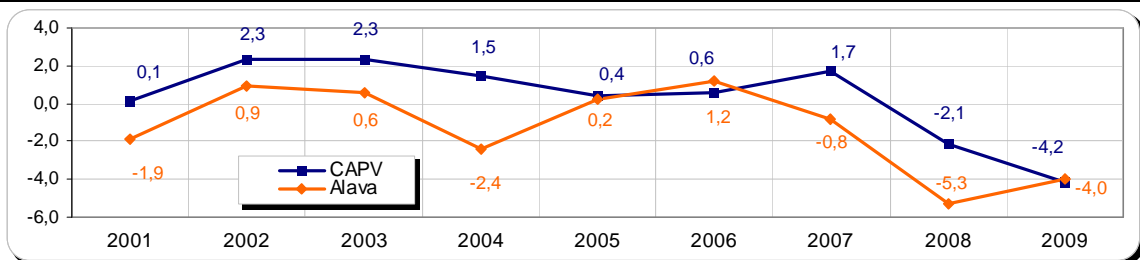
### Azalera handiko saltokietan beherantz darraie salmentek, nahiz eta bigarren hiruhilekoan zertxobait gutxiago jaitsi

En las grandes superficies, no se observan signos de recuperación aunque aquí el segundo trimestre ha sido menos malo que el primero

Las ventas en comercios de formato mediano y grande han tenido una evolución similar al resto, aunque siempre con tasas de variación de menor magnitud que las del comercio tradicional. En el caso de las medianas y grandes superficies alavesas, el resultado interanual más negativo se produjo en 2008 (-5,3) y, aunque en 2009 siguió cayendo, lo hizo a un ritmo menor (-4%). Otra diferencia con el comportamiento del comercio tradicional es que en las medianas y grandes superficies, la crisis de ventas llegó antes a nuestra provincia puesto que ya en 2007 hubo un retroceso de ocho décimas. Los datos comparados muestran que en 2007 y 2008 la crisis golpea con más intensidad a las medianas y grandes superficies alavesas, pero en 2009 confluyen las trayectorias vasca y alavesa en torno al -4%.

#### 8. Azalera ertain eta handietako salmenten indizea Urte arteko hazkunde-tasa erreala

Índice de ventas en medianas y grandes superficies Tasa de incremento interanual real

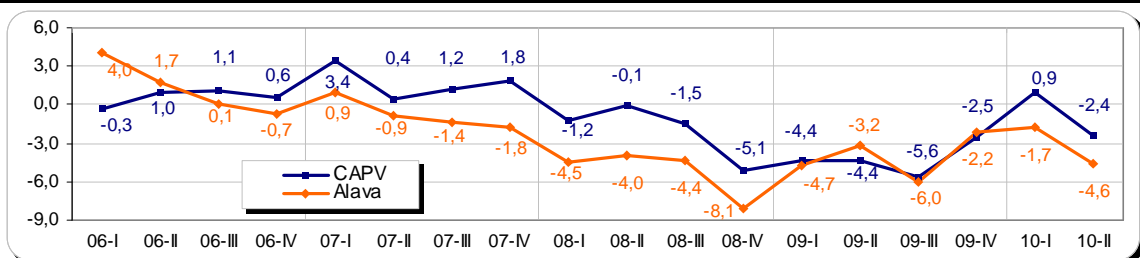


Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista. Datos corregidos, precios constantes

La evolución trimestral de las medianas y grandes superficies de nuestra provincia registra la máxima caída de ventas en el último trimestre de 2008. A partir de ese momento, la tendencia puede calificarse de positiva en la medida en que se ha ido moderando el ritmo de retroceso, aunque en este caso, de forma vacilante y sin alcanzar en ningún momento tasas de crecimiento interanual positivas. De hecho, al igual que en el comercio tradicional, el segundo trimestre de 2010 marca una recaída que en el caso de las medianas y grandes superficies es bastante severa (-4,6%).

#### 9. Azalera ertain eta handietako salmenten hiruhilekoko indizea Aurreko urteko aldi berdinarekiko hazkunde-tasa erreala

Índice trimestral de ventas en medianas y grandes superficies Tasa de incremento real sobre mismo periodo del año anterior



Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista. Datos corregidos, precios constantes

## 2 Empleo / Empleo

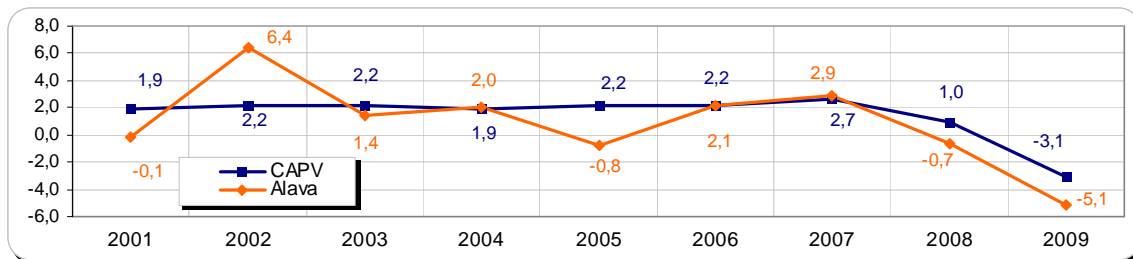
### 2.1. Txikizkako merkataritzaren okupazio-indizea Araban. Índice de ocupación del comercio minorista en Álava.

**Merkataritzan motelduz doa enplegu galeren erritmoa eta badirudi laster, sortzen ere has daitekeela**

El ritmo de destrucción de empleo en el comercio alavés va moderándose y ya se vislumbra el inicio de su recuperación

El índice de personal ocupado del Comercio Minorista en Álava refleja los malos resultados de ventas provocados por la crisis. El ajuste de empleo es tardío respecto del comportamiento de las ventas ya que en 2008 las ventas cayeron un 4,8% y el empleo solo lo hizo en un 0,7%. Sin embargo, en 2009 se registra un nivel de destrucción de empleo perfectamente ajustado a la caída de las ventas (-5,1% frente al -5,2%, de las ventas). También en este caso se aprecia una mayor sensibilidad a la crisis de la realidad alavesa respecto de la media vasca, de forma que en el último bienio, el ritmo de caída del empleo minorista ha sido prácticamente dos puntos mayor en Alava.

#### 10. Txikizkako merkataritzako landunen indizea Urte arteko hazkunde-tasa Índice de ocupación del comercio minorista Tasa de incremento interanual



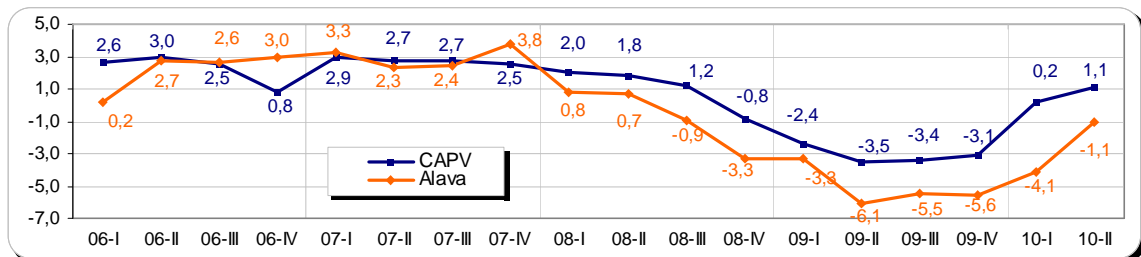
Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista

La evolución trimestral del empleo en el sector minorista de Álava en 2008, de acuerdo con los datos recogidos por el índice de ocupación minorista, refleja una evolución similar a la de las ventas: asistimos a retrocesos acumulados desde mediados de 2008 con el punto más bajo en el segundo trimestre de 2009. A partir de este momento, desciende el ritmo de destrucción de empleo hasta un -1,1% en el segundo trimestre de 2010. Debemos destacar el hecho de que, en el caso del empleo, no se observa recaída alguna en el citado segundo trimestre de 2010; más aún, precisamente en este último trimestre se aprecia un claro descenso de ritmo de pérdida de empleo al pasar del -4,1 al -1,1%.



**11. Txikizkako merkataritzako landunen hiruhilekoko indizea** Aurreko urteko aldi berdinarekiko hazkunde-tasa

**Índice trimestral de ocupación del comercio minorista** Tasa de incremento sobre mismo periodo del año anterior



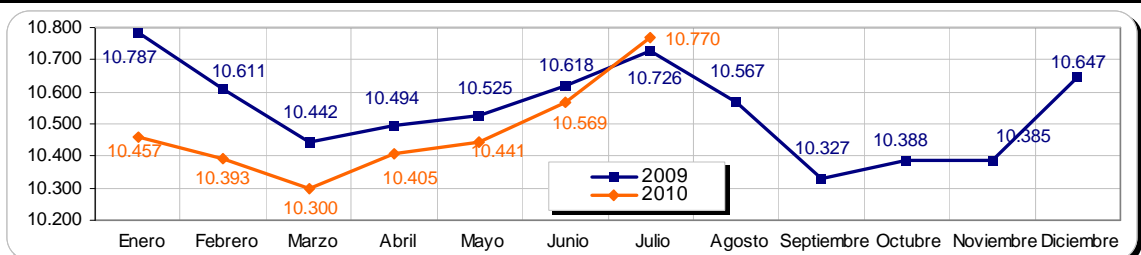
Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista

## 2.2. Gizarte Segurantzaren afiliatutako enplegua Arabako txikizkako merkataritzan. Empleo afiliado a la Seguridad Social en el comercio minorista en Álava.

Los datos de afiliación a la Seguridad Social en el comercio minorista alavés (sección 47 de la CNAE 2009) permiten corroborar la tendencia comentada en el apartado anterior e incluso, dado que contamos con el dato de julio, constatar por primera vez en un largo periodo una tímida pero positiva cifra de creación de empleo neto en términos interanuales.

Es aún pronto para valorar la solidez del proceso de recuperación del empleo del sector. La evolución última de las ventas no parece el mejor soporte para ello, pero el hecho es que desde marzo se viene produciendo una creación de empleo neto mes a mes y a un ritmo superior a los de los meses equivalentes de 2009.

**12. Arabako Gizarte Segurantzaren afiliazioa txikizkako merkataritzan**  
**Afiliación a la Seguridad Social en el comercio minorista alavés**



Fuente: INSS. Sección 47 (CNAE 2009)

### 3 Merkataritzaz jarduerak / Actividades comerciales

#### 3.1. Txikizkako merkataritzaren egitura.

##### Estructura minorista.

El número de establecimientos comerciales minoristas en Vitoria-Gasteiz alcanza a finales de junio de 2010 la cifra de 2.935, con una superficie comercial de 374.449 m<sup>2</sup>.

La rama de alimentación concentra el 26,9% de la dotación comercial con 789 establecimientos. Otro comercio, equipamiento personal y equipamiento del hogar aportan cada una de ellas cerca del 20% de los establecimientos minoristas, con cifras que oscilan entre los 550 y los 600 locales comerciales. Vehículos, accesorios y combustibles, droguerías y farmacias, y comercio mixto son las actividades con menor número de establecimientos (en conjunto, apenas un 15% del total).

La distribución de la superficie comercial total por rama comercial es muy diferente a la de la dotación comercial entendida como número de establecimientos. El comercio mixto, con tan sólo 70 establecimientos aporta cerca de 95.000 metros cuadrados, más de la cuarta parte de la superficie comercial de la ciudad. Equipamiento del hogar aporta el 22,2%; equipamiento de la persona un 15,7%, otro comercio el 13,7% y alimentación el 12,5%.

13. Txikizkako merkataritzaren oinarrizko ezaugarriak, adarka				
Características básicas del comercio minorista por rama				
Rama	Nº	%	M <sup>2</sup>	%
Alimentación, bebida y tabaco	789	26,9	46.848	12,5
Textil, confección, calzado y piel	561	19,1	58.736	15,7
Droguerías, farmacias	192	6,5	16.342	4,4
Equipamiento del hogar	551	18,8	82.955	22,2
Vehículos y accesorios, carburantes	175	6,0	22.718	6,1
Otro Comercio	597	20,3	51.166	13,7
Comercio mixto	70	2,4	95.734	25,6
<b>Total comercio minorista</b>	<b>2.935</b>	<b>100,0</b>	<b>374.499</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Gabinete de Estudios y Estadística. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. Datos a 30 de junio de 2010

## 3.2. Txikizkako merkataritzaren egitura. Bilakaera. Estructura minorista. Evolución.

### a) Establezimendu kop. / N<sup>o</sup> de establecimientos.

En los dos últimos semestres, asistimos a un cambio en la tendencia de crecimiento suave pero constante que había sido la tónica general en los últimos años. En los primeros seis meses de 2010 tenemos un saldo negativo de 23 establecimientos que unido al del segundo semestre de 2009, acumula un retroceso de 41 establecimientos en doce meses. En términos relativos, la caída en la dotación comercial es muy pequeña, con tan sólo ocho décimas en el último semestre, proporción que sube hasta el 1,4% en términos interanuales. Equipamiento de la persona es la rama responsable de las mayores pérdidas de dotación en el último semestre, con un saldo de -10 establecimientos (-23 contando los últimos doce meses). Equipamiento del hogar pierde 6; otro comercio, 7; y droguerías y farmacias, 4. Alimentación gana dos establecimientos, y el comercio relacionado con el automóvil y el mixto, ganan uno cada una. En términos interanuales, las aportaciones son muy diferentes, con pérdidas entre 10 y 12 establecimientos en alimentación, equipamiento personal, vehículos y otro comercio. Equipamiento del hogar mantiene un saldo interanual de 9 establecimientos a pesar del retroceso del último semestre.

14. Saltokien kopuruaren bilakaera, adarka						
Evolución de los establecimientos por rama						
Rama	31/12/2008	30/6/2009	31/12/2009	30/6/2010	Saldo semestre	Saldo interanual
Alimentación, bebida y tabaco	780	801	787	789	2	-12
Textil, confección, calzado y piel	592	584	571	561	-10	-23
Droguerías, farmacias	194	198	196	192	-4	-6
Equipamiento del hogar	542	542	557	551	-6	9
Vehículos y accesorios, carburantes	171	174	174	175	1	1
Otro Comercio	606	608	604	597	-7	-11
Comercio mixto	69	69	69	70	1	1
<b>Total comercio minorista</b>	<b>2.954</b>	<b>2.976</b>	<b>2.958</b>	<b>2.935</b>	<b>-23</b>	<b>-41</b>

Fuente: Gabinete de Estudios y Estadística. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

### b) Azalera / Superficie.

Si la variación en número de establecimientos ha sido muy limitada, la de la superficie comercial ha sido mínima: el saldo del primer semestre ha sido de -233 m<sup>2</sup>, cifra que, en términos relativos supone apenas 6 centésimas. Debido a la diferente dimensión de establecimientos abiertos y cerrados, la variación interanual ha sido pequeña pero positiva (1.030 m<sup>2</sup>).

Por ramas comerciales sólo se han producido pérdidas significativas en las ramas de otro comercio y alimentación. Las variaciones positivas más importantes se ha producido en equipamiento del hogar y comercio relacionado con el automóvil.

<b>15. Saltokien azaleraren bilakaera, adarka (m<sup>2</sup>)</b>						
<b>Evolución de la superficie minorista por rama (m<sup>2</sup>)</b>						
Rama	31/12/2008	30/6/2009	31/12/2009	30/6/2010	Saldo semestre	Saldo interanual
Alimentación, bebida y tabaco	48.249	50.802	48.560	46.848	-1.712	-3.954
Textil, confección, calzado y piel	60.444	60.190	58.402	58.736	334	-1.454
Droguerías, farmacias	16.637	16.775	16.518	16.342	-176	-433
Equipamiento del hogar	77.604	76.369	79.986	82.955	2.969	6.586
Vehículos y accesorios, carburantes	18.907	19.214	22.380	22.718	338	3.504
Otro Comercio	55.051	54.678	54.511	51.166	-3.345	-3.512
Comercio mixto	96.099	95.441	94.375	95.734	1.359	293
<b>Total comercio minorista</b>	<b>372.991</b>	<b>373.469</b>	<b>374.732</b>	<b>374.499</b>	<b>-233</b>	<b>1.030</b>

Fuente: Gabinete de Estudios y Estadística. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

### 3.3. Batez besteko tamaina. Bilakaera eta banaketa adarren arabera

#### Dimensión media. Evolución y distribución por rama.

La dimensión media de los establecimientos comerciales de Vitoria-Gasteiz se sitúa en los 127,6 m<sup>2</sup>, 0,9 m<sup>2</sup> más que a finales de 2009.

Comercio mixto por secciones es, lógicamente, la rama con una mayor dimensión media (1.367 m<sup>2</sup>), a gran distancia de cualquiera de las demás. En el extremo opuesto se sitúa la rama de alimentación con una dimensión media que roza los 60 m<sup>2</sup>.

En los últimos seis meses, la dimensión media de los establecimientos comerciales experimentó una ligera variación a la baja en alimentación y otro comercio, estabilidad en el comercio mixto por secciones y ligeros aumentos en el resto de actividades comerciales.

<b>16. Saltokien batez besteko azalera, adarka (m<sup>2</sup>/saltokiko)</b>		
<b>Dimensión media del comercio minorista por rama (m<sup>2</sup>/establecimiento)</b>		
Rama	31/12/2009	30/6/2010
Alimentación, bebida y tabaco	61,7	59,4
Textil, confección, calzado y piel	102,3	104,7
Droguerías, farmacias	84,3	85,1
Equipamiento del hogar	143,6	150,6
Vehículos y accesorios, carburantes	128,6	129,8
Otro Comercio	90,3	85,7
Comercio mixto	1.367,8	1367,6
<b>Total comercio minorista</b>	<b>126,7</b>	<b>127,6</b>

Fuente: Gabinete de Estudios y Estadística. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

### 3.4. Merkataritzea-dentsitatea adarraren arabera

#### Densidad comercial por rama

La densidad comercial media estimada para nuestra ciudad alcanza 1,56 m<sup>2</sup> por habitante, con un descenso apenas apreciable en el último semestre analizado. Comercio mixto por secciones, equipamiento del hogar y equipamiento de la persona son las actividades que más aportan a la densidad comercial de la ciudad. En el extremo opuesto, droguería y farmacias, y vehículos, accesorios y combustibles son las que menos aportan a la densidad comercial de la ciudad.

<b>17. Txikizkako merkataritzaren batez besteko dentsitatea adarka (m<sup>2</sup>/biztanleko)</b>		
<b>Densidad media del comercio minorista por rama comercial (m<sup>2</sup>/habitante)</b>		
<b>Rama</b>	<b>31/12/2009</b>	<b>30/6/2010</b>
<b>Alimentación, bebida y tabaco</b>	0,20	0,20
<b>Textil, confección, calzado y piel</b>	0,24	0,25
<b>Droguerías, farmacias</b>	0,07	0,07
<b>Equipamiento del hogar</b>	0,33	0,35
<b>Vehículos y accesorios, carburantes</b>	0,09	0,09
<b>Otro Comercio</b>	0,23	0,21
<b>Comercio mixto</b>	0,39	0,40
<b>Total comercio minorista</b>	<b>1,57</b>	<b>1,56</b>

Fuente: Gabinete de Estudios y Estadística. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

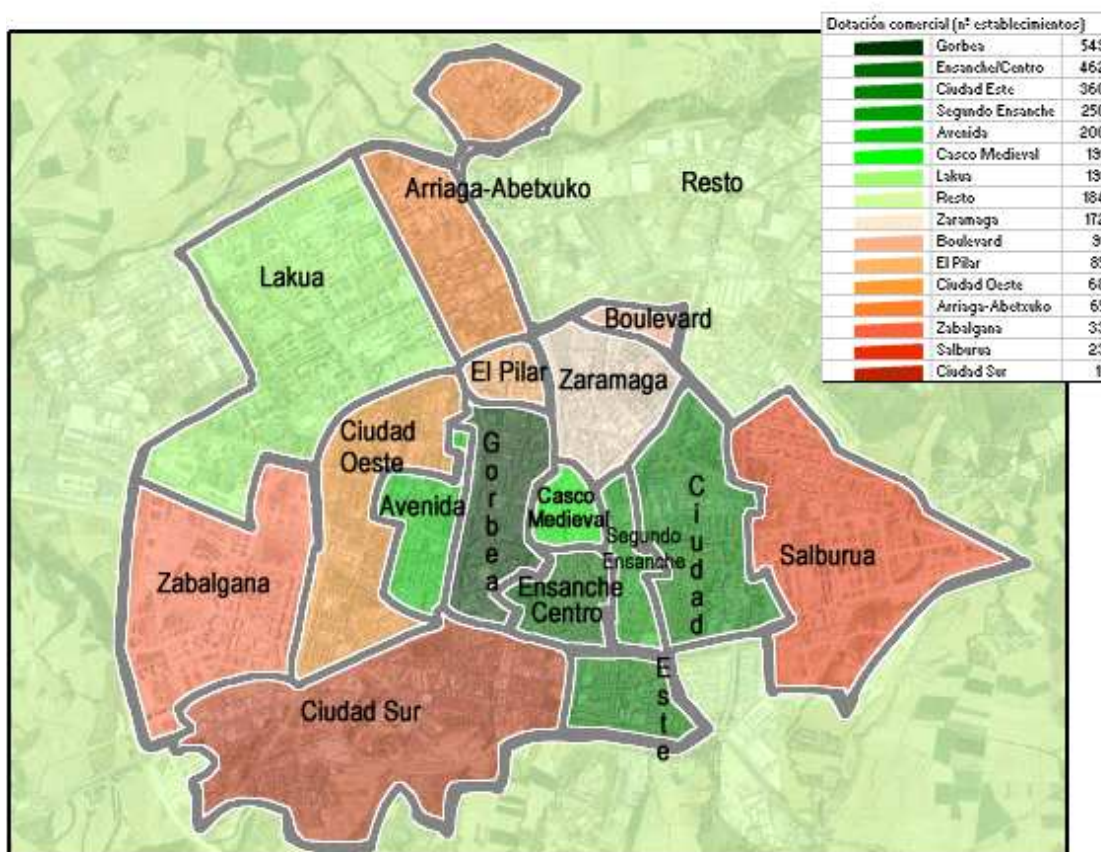
### 3.5. Txikizkako merkataritzaren lurralde-banaketa

#### Distribución territorial del comercio minorista

En términos absolutos, los espacios centrales de la ciudad constituyen el ámbito funcional preferente de la actividad comercial de la ciudad, lo que hace que destaquen respecto de las zonas más periféricas en cuanto a la dotación comercial. Así, las zonas de Gorbea, Ensanche, Ciudad Este y Segundo ensanche alojan el 55% de los establecimientos comerciales de la ciudad. Si añadimos a este núcleo central las zonas de Avenida y Casco Viejo, habremos acumulado casi el 70% de la dotación comercial de Vitoria-Gasteiz.

#### 18. Saltoki kopurua zonaldeka (2010/6/30)

Nº de establecimientos minoristas por zonas comerciales (30/6/2009)



Teniendo en cuenta la distribución desigual de la dimensión media de los establecimientos de una y otras zonas, podemos comprender que la distribución territorial de la superficie comercial sigue un esquema totalmente diferente: para empezar, el centro comercial Boulevard es la primera zona por superficie comercial, con un 14,5% de los cerca de 375.000 m<sup>2</sup> disponibles; Gorbea y Ensanche aportan una superficie comercial muy significativa, acorde con su papel central en el comercio de la ciudad, pero tal aportación se encuentra por debajo de su peso en cuanto a número de establecimientos. El caso del Segundo ensanche es especial: aloja el 8,5% de los establecimientos pero concentra el 13,1% de la superficie comercial de la ciudad merced a la ubicación en esta zona de un único establecimiento del tipo

Grandes Almacenes. La zona periurbana (zona Resto) aloja una dotación comercial muy importante de características muy específicas, tanto por su ubicación y distribución de especialidades comerciales como por su formato de gran superficie. Contiene el 6,3% de los establecimientos y el 11,4% de la superficie minorista.

<b>19. Txikizkako merkataritzaren oinarritzko ezaugarriak, zonaldeka</b>						
<b>Características básicas del comercio minorista por zona</b>						
Zona Comercial	30/6/2010				Dimensión Media	Densidad Media
	Nº	%	M <sup>2</sup>	%	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup> / Hab.
Arriaga-Abetxuko	65	2,2	5.066	1,4	77,9	0,28
Avenida	200	6,8	20.009	5,3	100,0	1,34
Boulevard	91	3,1	54.401	14,5	597,8	
Casco Medieval	191	6,5	13.937	3,7	73,0	1,41
Ciudad Este	360	12,3	26.077	7,0	72,4	0,54
Ciudad Oeste	68	2,3	2.627	0,7	38,6	0,15
Ciudad Sur	11	0,4	536	0,1	48,7	0,11
El Pilar	85	2,9	7.615	2,0	89,6	1,00
Ensanche/Centro	462	15,7	45.335	12,1	98,1	5,08
Gorbea	549	18,7	49.464	13,2	90,1	2,05
Lakua	191	6,5	21.811	5,8	114,2	0,61
Resto	184	6,3	42.587	11,4	231,5	8,06
Salburua	23	0,8	10.152	2,7	441,4	1,26
Segundo Ensanche	250	8,5	48.988	13,1	196,0	5,26
Zabalzana	33	1,1	8.484	2,3	257,1	0,87
Zaramaga	172	5,9	17.410	4,6	101,2	1,03
<b>Total Vitoria-Gasteiz</b>	<b>2.935</b>	<b>100,0</b>	<b>374.499</b>	<b>100,0</b>	<b>127,6</b>	<b>1,56</b>

Fuente: Gabinete de Estudios y Estadística. Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz

### 3.6. Txikizkako merkataritzaren bilakaera merkataritza-zonaren arabera Evolución del comercio minorista por zona comercial.

Ciudad Este, Gorbea, Zaramaga y Arriaga-Abetxuko han sido las zonas con peor evolución en cuanto a dotación comercial en el primer semestre de 2010 y, por extensión en los últimos doce meses. Sólo las zonas Resto y Casco Viejo y, en menor medida, Zabalzana registran crecimientos consolidados de su dotación comercial, con crecimientos no demasiado destacados pero al menos sostenidos en el horizonte de los últimos doce meses.

El resto de zonas comerciales se debate entre retrocesos y crecimientos mínimos e inconsistentes en las diferentes perspectivas temporales.

20. Saltokien kopuruaren bilakaera, zonaldeka						
Evolución del comercio minorista por zona						
Zona Comercial	31/12/2008	30/6/2009	31/12/2009	30/6/2010	Saldo semestre	Saldo interanual
Arriaga-Abetxuko	73	73	69	65	-4	-8
Avenida	201	203	198	200	2	-3
Boulevard	96	93	89	91	2	-2
Casco Medieval	193	187	186	191	5	4
Ciudad Este	368	377	371	360	-11	-17
Ciudad Oeste	70	68	67	68	1	0
Ciudad Sur	9	9	11	11	0	2
El Pilar	86	89	87	85	-2	-4
Ensanche/Centro	469	465	465	462	-3	-3
Gorbea	559	566	557	549	-8	-17
Lakua	182	188	194	191	-3	3
Resto	167	171	179	184	5	13
Salburua	23	25	24	23	-1	-2
Segundo Ensanche	255	253	251	250	-1	-3
Zabalzana	25	29	32	33	1	4
Zaramaga	178	180	178	172	-6	-8
<b>Total Vitoria-Gasteiz</b>	<b>2.954</b>	<b>2.976</b>	<b>2.958</b>	<b>2.935</b>	<b>-23</b>	<b>-41</b>

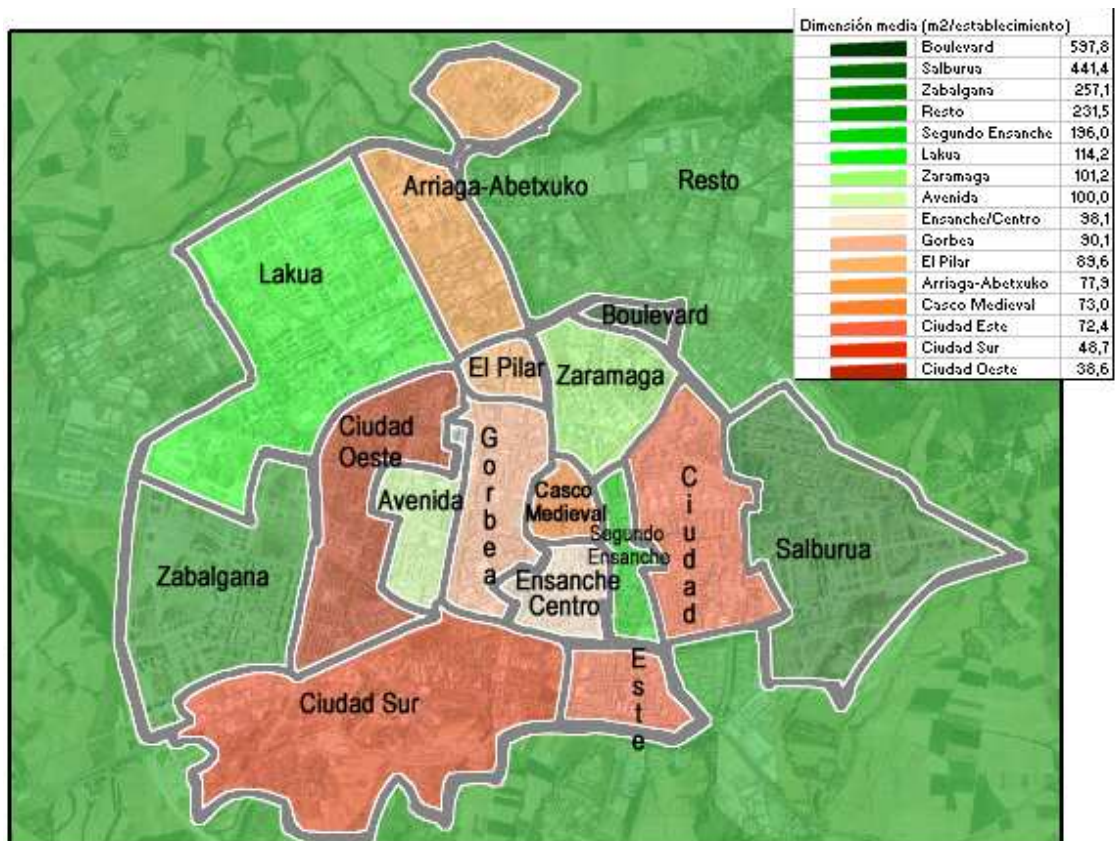


### 3.7. Txikizkako merkataritzaren batez besteko tamaina zonaren arabera Dimensión media del comercio minorista por zona comercial

En términos generales, la distribución zonal de la dimensión media de los establecimientos comerciales es una imagen en negativo del mapa de distribución de la dotación comercial. Las zonas centrales, aquellas con mayor número de comercios son las que presentan una dimensión media menor. Por el contrario, las zonas con destacada presencia de formatos grandes (Resto, Boulevard y Segundo ensanche) cuentan con un número importante de comercios con una dimensión media elevada. En las zonas periféricas de desarrollo urbano reciente, la dotación comercial crece a medida que los barrios se pueblan y consolidan. En estas zonas, caso de Lakua, Salburua y Zabalzana, el establecimiento típico es de mayor tamaño que en las zonas centrales y a ello se une la implantación de algún tipo de mediana y/o gran superficie que incide en el aumento de la superficie comercial promedio.

#### 21. Saltokien batez besteko azalera (m<sup>2</sup>) zonaldeka (2010/6/30)

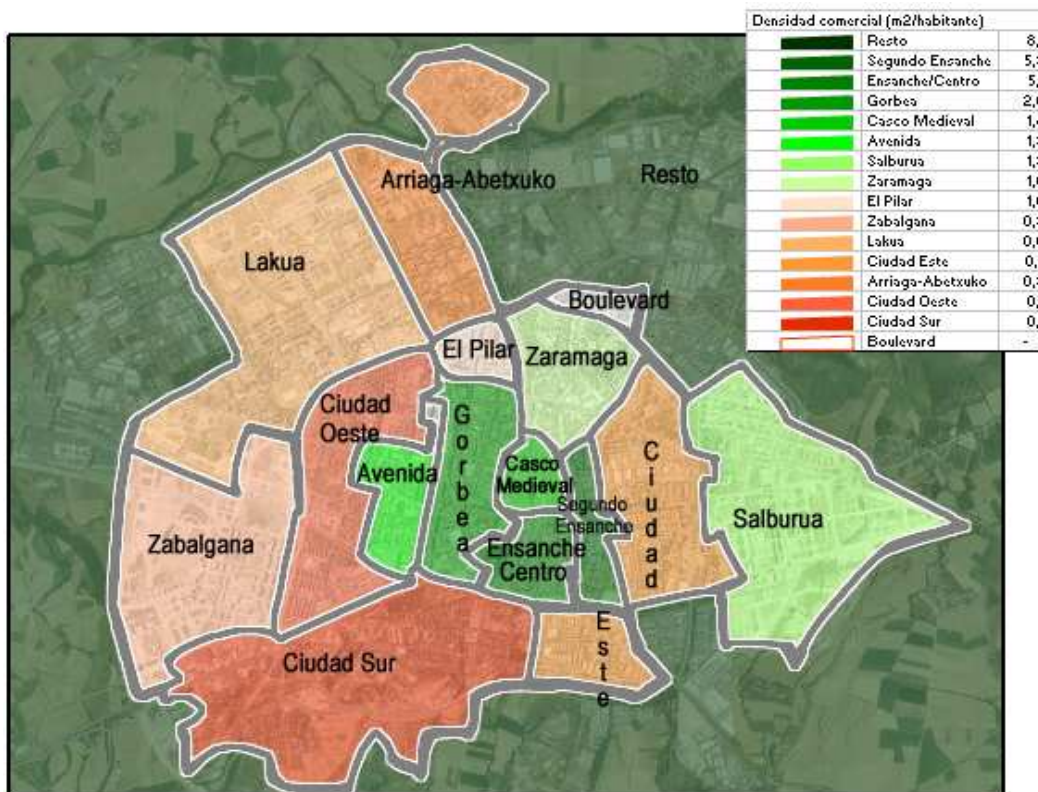
Dimensión media (m<sup>2</sup>) de los establecimientos minoristas por zonas (30/6/2010)



### 3.8. Batez besteko merkataritza-dentsitatea zonaren arabera Densidad Comercial media por zona comercial

El análisis de la densidad comercial por habitante confirma un modelo de reparto de función comercial que adjudica el papel central a unas zonas frente a otras en las que prima la función residencial. Las zonas centrales de la ciudad tienen una densidad de población importante pero su dotación comercial es proporcionalmente muy superior lo que hace que su densidad comercial por habitante las sitúen entre las primeras posiciones. Evidentemente, la función tractora del área central de la ciudad no solo obedece a una mayor dotación sino a un “mix comercial” compuesto por una variedad y calidad especiales de oferta comercial y de servicios. A estas zonas habría que unir Boulevard (sin población, con función exclusivamente comercial y de ocio) y las áreas periféricas incluidas en la zona Resto en las que la función residencial es residual o está segregada de zonas productivas en las que los establecimientos comerciales tienen también una vocación tractora basada en estrategias específicas distintas de las del centro comercial urbano. En el resto de las zonas, el comercio tiene un carácter de servicio de proximidad primando la función residencial. A este respecto, llama la atención la elevada dotación de superficie comercial por habitante en el barrio de Salburua. Esta elevada superficie comercial parece obedecer a la elevada dimensión de algunos establecimientos del nuevo centro comercial (cuya apertura no esperó a la consolidación del barrio) y no a una auténtica sobredotación comercial.

#### 22. Merkataritza dentsitatea (m<sup>2</sup> biztanleko) zonaldeka (2010/6/30) Densidad comercial (m<sup>2</sup>/hab.) por zona (30/6/2010)



### 3.9. Merkataritzako higikortasun demografikoa

#### Movilidad demográfica comercial.

Como se ha expuesto con anterioridad, la dinámica de cierre y apertura de establecimientos a lo largo del primer semestre de 2010 ha dado como resultado un pequeño saldo negativo de 23 comercios. Tanto el número de aperturas como el de cierres ha sufrido una apreciable disminución respecto del semestre anterior, en el cual se observaba una tendencia expansiva de la movilidad demográfica comercial. En concreto, la tasa de movilidad demográfica comercial semestral para el conjunto de la ciudad ha descendido hasta el 9,6% después de haber alcanzado un 12,5% en el segundo semestre de 2009. Este descenso de las tasas de dinamismo y cierre ha sido generalizado en prácticamente todas las ramas comerciales pero en la mayor parte de los casos, el nivel de movilidad sigue siendo superior al del primer semestre de 2009. Los descensos más acusados se produjeron en las ramas de equipamiento del hogar y de vehículos, accesorios y carburantes, ámbitos en los que la tasa de movilidad queda también muy por debajo de los niveles del primer semestre de 2009.

<b>23. Merkataritzaren higikortasun tasa demografikoa adarka</b>			
<b>Tasa de movilidad demográfica comercial* por rama</b>			
<b>Rama</b>	<b>2009-I</b>	<b>2009-II</b>	<b>2010-I</b>
<b>Alimentación, bebida y tabaco</b>	10,4	12,5	10,7
<b>Textil, confección, calzado y piel</b>	6,8	13,5	11,2
<b>Droguerías, farmacias</b>	8,2	8,1	8,2
<b>Equipamiento del hogar</b>	11,4	13,5	6,5
<b>Vehículos y accesorios, carburantes</b>	13,5	11,5	5,2
<b>Otro Comercio</b>	8,3	12,8	11,8
<b>Comercio mixto</b>	2,9	8,7	7,2
<b>Total comercio minorista</b>	<b>9,3</b>	<b>12,5</b>	<b>9,6</b>

Fuente: Gabinete de Estudios y Estadística. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

\* Tasa de movilidad demográfica comercial =  $\frac{\text{Altas} + \text{Bajas del semestre}}{\text{N}^{\circ} \text{ establecimientos al inicio del semestre}}$ (%)

Por ramas, destacan otro comercio, alimentación y equipamiento de la persona como las actividades con mayor tasa de movilidad. En un análisis por zonas comerciales, descubrimos que Salburua, Casco Viejo, Zaramaga, Arriaga-Abetxuko, Lakua y Resto presentan niveles de movilidad superiores a la media de la ciudad.

El Pilar, Avenida, Boulevard y Ciudad Oeste y Gorbea presentan tasas de movilidad menores después de haberse recortado respecto del semestre anterior.

<b>24. Merkataritzaren higikortasun tasa demografikoa zonaldeka</b>			
<b>Tasa de movilidad demográfica comercial* por zona</b>			
<b>Zona Comercial</b>	<b>2009-I</b>	<b>2009-II</b>	<b>2010-I</b>
<b>Arriaga-Abetxuko</b>	8,2	16,4	11,6
<b>Avenida</b>	9,0	11,3	5,1
<b>Boulevard</b>	3,1	10,8	6,7
<b>Casco Medieval</b>	11,4	18,7	16,7
<b>Ciudad Este</b>	9,5	9,0	9,4
<b>Ciudad Oeste</b>	17,1	10,3	7,5
<b>Ciudad Sur</b>	0,0	44,4	0,0
<b>El Pilar</b>	12,8	11,2	4,6
<b>Ensanche/Centro</b>	7,7	11,2	9,2
<b>Gorbea</b>	9,1	14,3	8,3
<b>Lakua</b>	7,7	14,9	11,9
<b>Resto</b>	9,6	11,7	10,6
<b>Salburua</b>	8,7	20,0	20,8
<b>Segundo Ensanche</b>	7,8	8,7	9,2
<b>Zabalgana</b>	16,0	24,1	9,4
<b>Zaramaga</b>	13,5	12,2	13,5
<b>Vitoria-Gasteiz</b>	<b>9,3</b>	<b>12,5</b>	<b>9,6</b>

Fuente: Gabinete de Estudios y Estadística. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

\* Tasa de movilidad demográfica comercial = Altas +Bajas del semestre/Nº establecimientos al inicio del semestre(%)

## 4 Kontsumoa / Consumo

### 4.1. Arabako merkatu potentziala / Mercado potencial de Alava

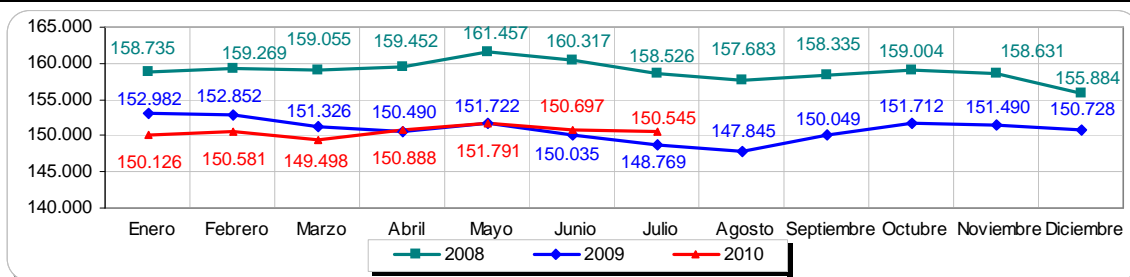
**Gaur egun, bada merkatu potentziala zabaltzeko oinarririk; eskari potentzialaren datuak ez dira txarrak dira baina ez berpizkundera datorrela ziurtatzeko bezain onak**

Siguen existiendo bases adecuadas para el incremento del mercado potencial y los indicadores de demanda potencial muestran signos de recuperación; sin embargo, estos no son aún suficientemente claros para asegurar la expansión

#### → Gizarte Segurantzaren afiliatuen bilakaera / Evolución del Empleo Afiliado a la Seguridad Social.

En junio de 2010, el volumen de afiliación a la Seguridad Social en nuestra provincia era de 150.697 empleos, esto es, aproximadamente 650 más que un año antes y casi 10.000 menos que en junio de 2008. Esta cifras dan cuenta de dos ideas que expresan perfectamente el comportamiento de la demanda de consumo y su repercusión en el descenso de ventas en el comercio minorista alavés: la enorme cifra de destrucción de empleo explica en gran parte la contracción del consumo y, por tanto, de las ventas; el modesto incremento en los últimos doce meses indica que podemos estar iniciando, lentamente, la salida del periodo de recesión. Desde este punto de vista, las expectativas son moderadamente positivas aunque como veremos, persisten indicadores que reflejan incertidumbres y aconsejan una actitud de prudencia.

#### 25. Arabako Gizarte Segurantzako afiliazioa Afiliación a la Seguridad Social en Alava

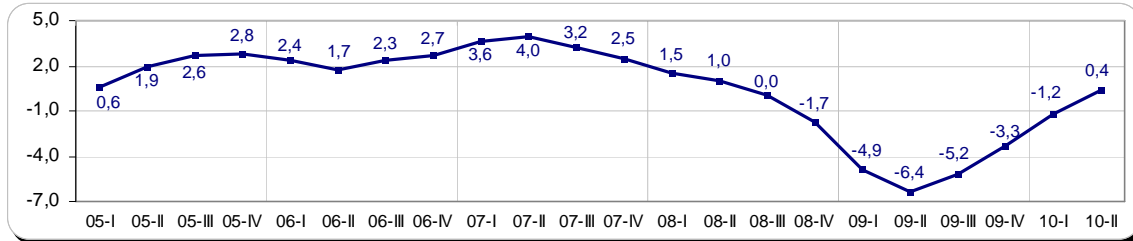


Fuente: INSS.

La evolución de las tasas inter trimestrales de variación del empleo repiten, con cierto retraso la trayectoria de las ventas minoristas: destrucción acelerada del empleo entre mediados de 2008 y mediados de 2009; moderación progresiva del ritmo de descenso de la afiliación hasta el inicio de 2010 y entrada en ganancias en el segundo trimestre de dicho ejercicio.

**26. Arabako Gizarte Segurantzaren afiliazioa** Hiruhilekoen arteko hazkunde tasa

**Afiliación a la Seguridad Social en Alava** Tasa de variación inter trimestral



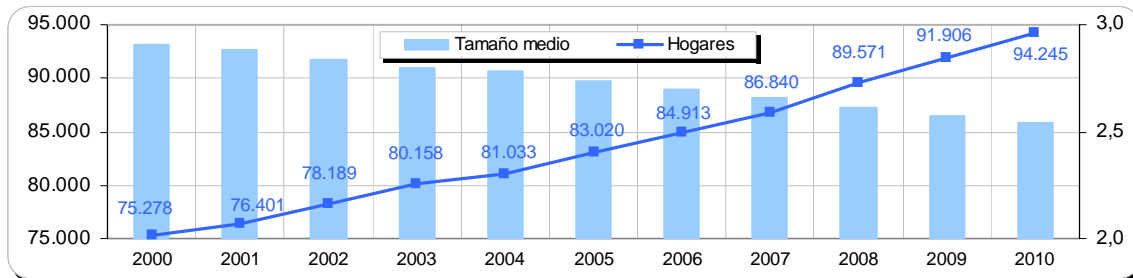
Fuente: INSS. Datos a final de cada trimestre

**→ Etxe kopuruaren bilakaera / Evolución del número de hogares**

En el último año, el ritmo de incremento del número de hogares en nuestra ciudad se ha mantenido estable, con una cifra de 2.339 nuevos hogares que suponen un aumento del 2,5% en el último año. Sin embargo, el ritmo de crecimiento de la población de la ciudad ha sido tan sólo del 1,2%, ambas cifras, sostenidas de una forma regular a lo largo de toda la década, implican un aumento moderado pero constante de la demanda de consumo potencial de personas y hogares, demanda modulada evidentemente por la situación económica, las expectativas futuras y la propia evolución de necesidades y hábitos de los consumidores y consumidoras.

**27. Vitoria-Gasteizko etxeen kopurua eta batez besteko tamaina**

**Número de hogares y tamaño medio del hogar en Vitoria-Gasteiz**

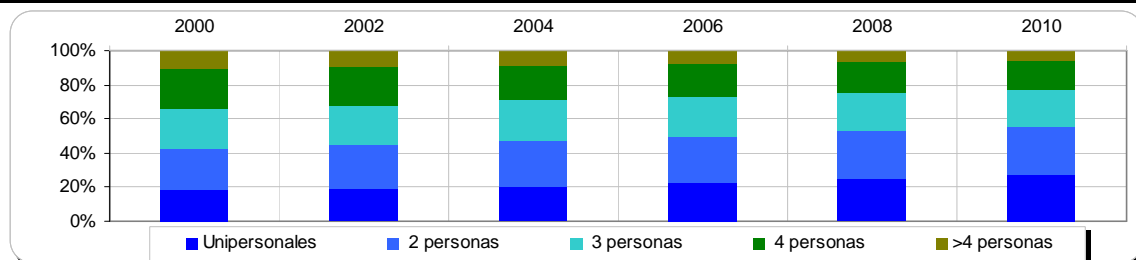


Fuente: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. Padrón municipal de habitantes

Dado que la evolución del número de hogares es superior a la del número de habitantes, esta dinámica se está produciendo a expensas de un descenso del tamaño medio de los hogares, elemento que también tiene su influencia en las pautas de consumo. Así, entre 2000 y 2010, el número de hogares unipersonales se ha incrementado en un 84,7%, pasando de ser el 18,2 al 26,9% del total. El segundo tipo de hogar que más ha crecido a lo largo de la década ha sido el formado por dos personas, con un incremento acumulado del 47,6% que le ha conducido del 24,4 al 28,7% del total de hogares. Obsérvese, por tanto, que los hogares compuestos por una o dos personas suponen el 55,6% del total y presentan una evolución claramente al alza.

## 28. Vitoria-Gasteizko etxeen eraketa bizikideen kopuruaren arabera

### Composición de los hogares de Vitoria-Gasteiz según número de componentes



Fuente: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. Padrón municipal de habitantes

Los hogares compuestos por tres personas han crecido por debajo de la media (un 14,9%) pero pierden peso, desde el 23,4 hasta el 21,5% del total de hogares. Los formados por cuatro personas cayeron un 11,3% y los de más de cuatro miembros descendieron un 25,3%, de forma que entre ambos grupos alcanzan el 22,9% del total de hogares.

## 29. Etxearen tamainaren araberako Vitoria-Gasteizko biztanleriaren konposaketa eta bilakaera

### Estructura y composición de la población de Vitoria-Gasteiz según tamaño del hogar

	Hogares					Personas				
	Nº		Peso (%)		Variación	Nº		Peso (%)		Variación
	2000	2010	2000	2010	2000-2010	2000	2010	2000	2010	2000-2010
Total	75.278	94.245	100,0	100,0	25,2	218.950	239.361	100,0	100,0	9,3
Unipersonal	13.713	25.329	18,2	26,9	84,7	13.713	25.329	6,3	10,6	84,7
2 personas	18.344	27.081	24,4	28,7	47,6	36.688	54.162	16,8	22,6	47,6
3 personas	17.595	20.222	23,4	21,5	14,9	52.785	60.666	24,1	25,3	14,9
4 personas	17.686	15.685	23,5	16,6	-11,3	70.744	62.740	32,3	26,2	-11,3
>4 personas	7.940	5.928	10,5	6,3	-25,3	45.020	36.464	20,6	15,2	-19,0

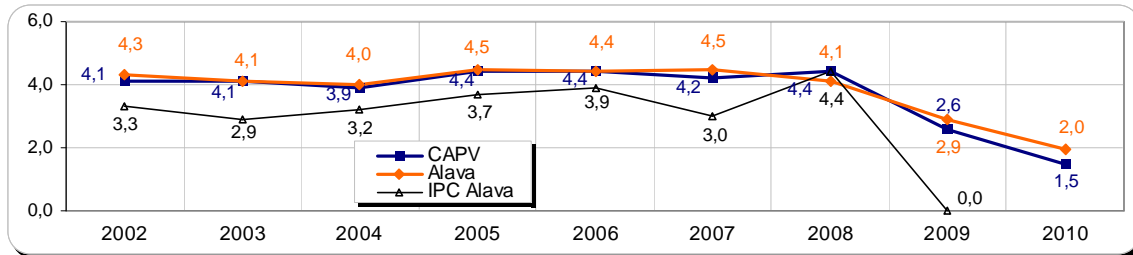
El cuadro anterior presenta también la evolución de la población vitoriana (número de personas) en función del tamaño del hogar en que residen. Esta información difiere y complementa a la visión por número de hogares. Resulta relevante en la medida en que una parte del consumo, asociada preferentemente a determinadas ramas (equipamiento de la persona, numerosas actividades de otro comercio, etc.), se fundamenta y depende de decisiones de compra individuales y no familiares. Así, si bien es cierto que el descenso del tamaño medio de los hogares lleva a que el 56% de estos esté compuesto por una o dos personas, no debemos de olvidar que todavía dos de cada tres vitorianos y vitorianas viven en hogares formados por más de dos personas.

## → Soldata itunduaren hazkundearen bilakaera / Evolución del Incremento del Salario Pactado

La trayectoria del incremento salarial pactado en convenios en las empresas de Álava ha mantenido una evolución anual estable y sostenida hasta 2008, con crecimientos anuales en la banda del 4%. A partir de ese momento, el incremento salarial medio pactado ha caído de forma ostensible, hasta el 2,9% en 2009 y hasta el 2,0% en 2010. En principio, esta evolución no permite mantener el aumento de la demanda de

consumo que se daba en periodos anteriores. Desde el punto de vista de la evolución de la capacidad adquisitiva de los salarios, el diferencial respecto de la tasa de inflación ha aumentado en 2009 pero, dada la evolución del IPC en los primeros meses de 2010, es posible que también se resienta la capacidad de compra de los salarios actualizados de acuerdo con los niveles pactados en convenio.

### 30. Hitzartutako soldata hazkundera Incremento salarial pactado



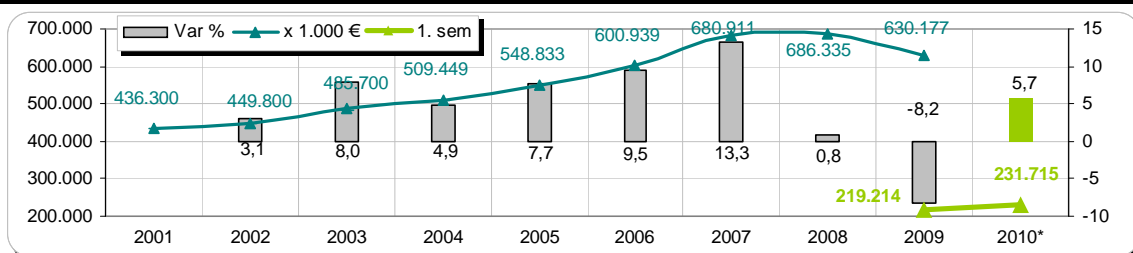
Fuente: Consejo Vasco de Relaciones Laborales

### → FEZen zerga-bilketaren bilakaera / Evolución de la Recaudación del IRPF

Uno de los indicadores que reflejan el comportamiento del nivel de renta de Álava es la trayectoria de la recaudación anual del IRPF por la Diputación Foral de Álava. La evolución histórica siempre ha mostrado un crecimiento en todos y cada uno de los años precedentes, reflejo de la mejora de la Renta agregada de los alaveses. Los últimos datos anuales disponibles correspondientes al ejercicio 2.009 muestran una caída del 8,2% que se sucede a un escasísimo aumento de ocho décimas en 2008. El impacto de la crisis económica se ha dejado sentir, por lo tanto, en la renta de los y las alavesas y, en consecuencia en su capacidad de consumo, aspecto que, como se aprecia en otros indicadores ha tenido su impacto en un descenso real del consumo en el comercio local.

La comparación de los datos de recaudación del IRPF en los primeros semestres de 2009 y 2010 indica una recuperación significativa (con un aumento del 5,7%) que deberá ser confirmada en el resto del ejercicio, dado que en los análisis económicos generales persisten elementos de incertidumbre.

### 31. PFEZen zerga-bilketa Araban Recaudación de IRPF en Alava



Fuente: Diputación Foral de Alava / Consejo Vasco de Finanzas



## 4.2. Arabako kontsumo erreala / Consumo real de Álava

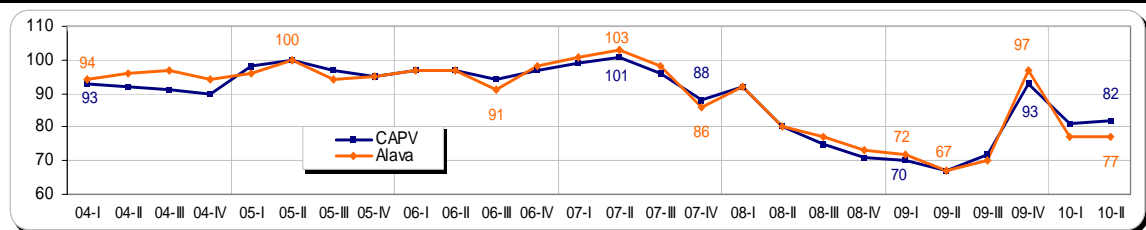
### BEZaren zerga-bilketa nabarmenki hazi da ez-ohiko diru-sarrererei esker; kontsumitzailearen konfiantza ez dabil tinko

La recaudación de IVA crece de forma espectacular impulsada por ingresos extraordinarios; sin embargo, la confianza del consumidor muestra una trayectoria vacilante.

### → Kontsumitzailearen konfiantza-indizea Araban / Índice de confianza del consumidor en Álava

La evolución del Índice de Confianza del Consumidor en Álava y en la CAPV resulta coherente con la marcha real del consumo efectuado en los establecimientos minoristas, incluyendo la ruptura de tendencia positiva que se observa en las ventas minoristas en el segundo trimestre de 2010 y, un trimestre antes, en el Índice de Confianza del Consumidor.

#### 32. Kontsumitzailearen konfiantza-indizea Índice de confianza del consumidor



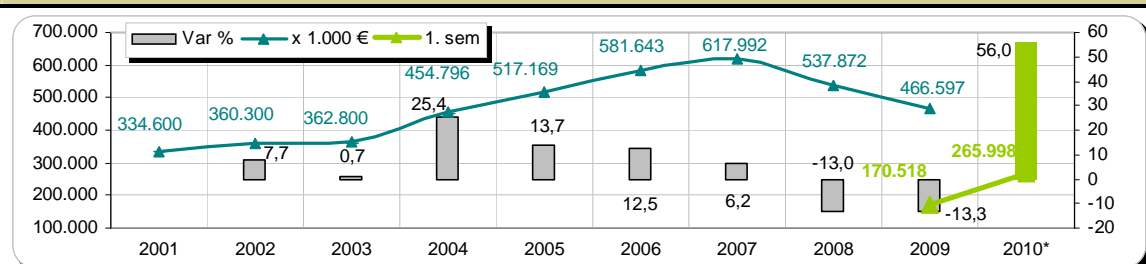
Fuente: Federación de Cajas de Ahorro Vasco-Navarras

### → BEZaren zerga-bilketaren bilakaera / Evolución de la recaudación del IVA

Otro de los indicadores fiscales de interés, en relación con situación de la demanda de consumo en Álava, es la recaudación del IVA, recogida a través de la recaudación fiscal realizada por la Hacienda Foral.

Hasta 2007, la trayectoria de la recaudación del IVA en Álava venía creciendo aunque a ritmos progresivamente menores. En cualquier caso, 2007 fue el momento álgido con casi 618 millones recaudados. En 2008 y 2009 se produjeron recortes muy intensos, de aproximadamente un 13% en cada ejercicio. Esta tendencia contractiva parece haberse invertido en el primer semestre de 2010 ya que el IVA recaudado entre enero y junio se ha incrementado en un 56% respecto de la cifra del mismo periodo de 2009. En cualquier caso, dado que buena parte del incremento corresponde a liquidaciones de carácter extraordinario, el dato debe ser analizado con la debida cautela, pendientes de que la tendencia alcista se confirme en el segundo semestre.

#### 33. BEZen zerga-bilketa Araban Recaudación de IVA en Álava



Fuente: Diputación Foral de Álava / Consejo Vasco de Finanzas

## 5 Prezioak / Precios

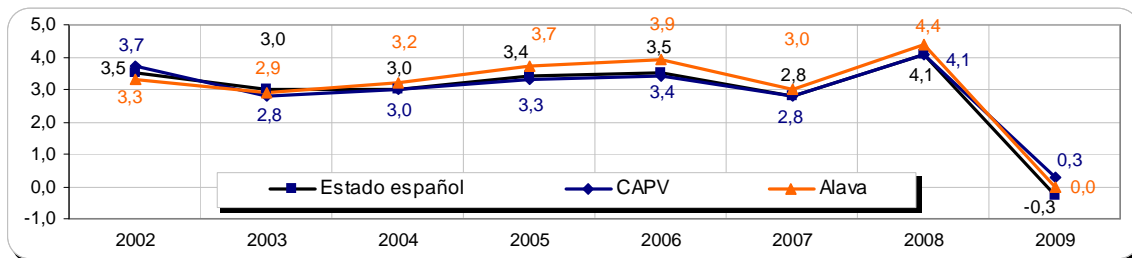
**2009an gelditu ostean, prezioak gorantz hasi dira apurka. Hala ere, merkataritzako prezioek beherantz darraie, zenbait adarretan, batez ere.**

Los precios se recuperan suavemente tras el estancamiento de 2009. Sin embargo los precios del comercio retroceden, especialmente en algunas ramas.

### → KPI orokorraren bilakaera / Evolución del IPC general

En 2009 se produjo una brusca ruptura con la evolución precedente de los precios. Entre 2002 y 2007, se venían produciendo incrementos sostenidos en una horquilla entre el 3 y el 4% que se vio rebasada precisamente en 2008, momento en el que los precios parecen descontrolarse al alza, justo antes de desplomarse hasta niveles de estancamiento.

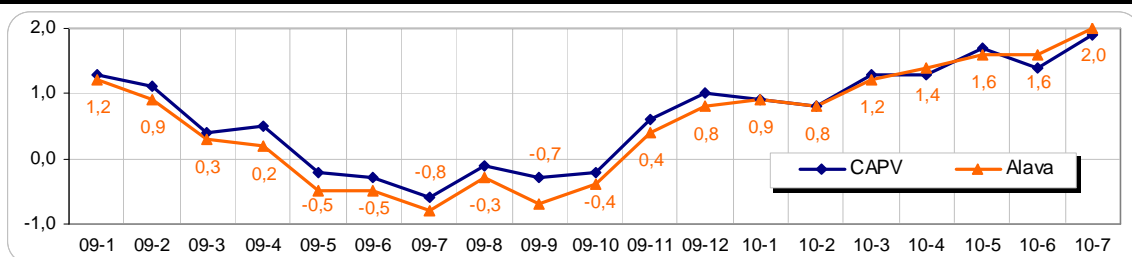
#### 34. Urtez-urteko KPIren bilakaera Evolución del IPC anual



Fuente: INE. Variación interanual entre medias anuales

La media de 2009 resume una evolución mensual en forma de U con valor mínimo en julio (-0,8%). En los últimos meses de 2009 se recuperaron valores positivos y progresivamente crecientes hasta el 1,6% de junio de 2010 (y 2% en julio).

#### 35. Hilez-hileko KPIren bilakaera Evolución mensual del IPC

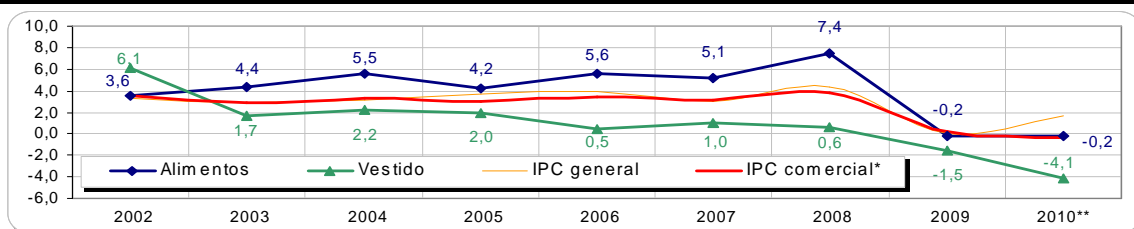


Fuente: INE. Tasas de variación respecto del mismo periodo del año anterior

## → KPI komertzialaren bilakaera / Evolución del IPC comercial

Los datos disponibles de evolución de precios por subgrupos de compra (ponderados con el peso de cada subgrupo en la cesta de la compra) permite elaborar un índice de precios de los productos comercializados preferentemente por el sector de comercio minorista, índice que denominamos IPC comercial. Los datos de los datos disponibles desde 2002 permiten apreciar cómo el IPC comercial se ajusta en líneas generales a la evolución media del IPC general. Los datos disponibles del primer semestre de 2010 indican una modificación respecto de dicha pauta ya que mientras el IPC general evoluciona al alza, el IPC comercial cae cuatro décimas reflejo del esfuerzo del sector por facilitar un aumento del consumo a expensas de una contención de precios por debajo del IPC general.

### 36. KPI komertziala IPC comercial



Fuente: INE. Variación interanual entre medias anuales

\* Media ponderada de subgrupos asociados a la compra en establecimientos minoristas

\*\*Datos del primer semestre

Destaca a este respecto el importante descenso de precios registrado en algunos subgrupos de compra, representativo de los cuales es el de vestido, cuyos precios caen hasta el -4,1% en el primer semestre de 2010. Por su parte, los precios de alimentación, el subgrupo con más peso en la cesta de la compra, también bajan, aunque tan sólo dos décimas.

### 37. KPI komertziala Araba Urteko batez bestekoen arteko aldakuntza tasa

#### IPC comercial por subgrupos de compra. Alava. Tasa de variación entre medias anuales

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010**
Alimentos	3,6	4,4	5,5	4,2	5,6	5,1	7,4	-0,2	-0,2
Bebidas no alcohólicas	-0,8	2,1	-0,2	3,0	4,8	4,8	4,5	2,5	-0,1
Bebidas alcohólicas	-1,7	-1,3	-0,6	0,4	2,9	2,8	5,1	2,5	1,5
Tabaco	7,5	3,8	5,4	6,7	1,5	9,1	3,5	11,9	11,4
Vestido	6,1	1,7	2,2	2,0	0,5	1,0	0,6	-1,5	-4,1
Calzado y sus reparaciones	8,5	6,2	5,3	3,3	2,1	1,2	2,6	-0,4	-1,3
Muebles y otros enseres	2,2	2,8	2,5	4,0	5,1	3,5	3,8	0,0	1,8
Artículos textiles para el hogar	-1,5	1,5	1,8	4,3	1,2	-0,2	0,5	0,7	-0,5
Electrodomésticos y reparaciones	0,0	-0,9	-1,3	0,3	-2,5	-1,5	-1,6	0,9	-1,8
Utensilios de cocina y menaje	-2,2	3,9	0,2	-1,2	3,8	0,9	3,8	2,9	2,5
Herramientas y accesorios para casa y jardín	2,1	2,9	-1,0	2,3	1,5	1,7	3,0	2,2	-1,8
Otros bienes y servicios para el hogar	4,6	1,5	1,2	3,0	4,5	4,9	3,6	2,1	-0,1
Medicamentos, otros pto. farmacéuticos y terapéuticos	1,6	1,1	-0,9	0,6	0,1	-3,7	-2,2	-2,4	-1,4
Equipos y soportes audiovisuales, fotográficos, informáticos	-8,1	-9,8	-9,3	-11,0	-7,8	-12,4	-14,7	-11,4	-4,4
Artículos recreativos y deportivos; floristería y mascotas	1,2	0,6	0,4	-1,1	1,2	3,1	2,3	-1,0	-0,6
Libros, prensa y papelería	3,3	3,3	3,9	1,8	1,3	1,8	2,8	4,3	1,1
Artículos de uso personal	4,2	-0,1	2,7	0,6	9,1	5,2	4,9	6,7	2,2
<b>IPC general</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>3,2</b>	<b>3,7</b>	<b>3,9</b>	<b>3,0</b>	<b>4,4</b>	<b>0,0</b>	<b>1,6</b>
<b>IPC comercial*</b>	<b>3,6</b>	<b>2,8</b>	<b>3,3</b>	<b>3,0</b>	<b>3,4</b>	<b>3,1</b>	<b>3,8</b>	<b>0,2</b>	<b>-0,4</b>

\* IPC medio ponderado de los subgrupos marcados en negrita

\*\* Datos del primer semestre