

10 de marzo de 2005

Indices de comercio al por menor. Base 2001
Enero 2005. Datos provisionales

Las ventas del comercio al por menor a precios constantes aumentan en enero un 0,6% respecto al mismo mes de 2004

Eliminado el efecto calendario la subida alcanza el 2,1%

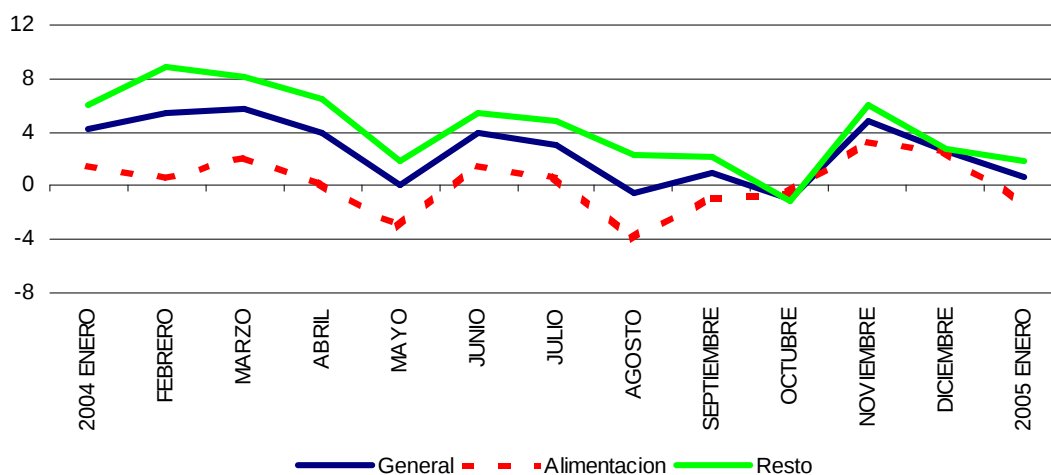
El Índice general de comercio al por menor en términos constantes (es decir, eliminando el efecto precios) registra un aumento interanual del 0,6% en el mes de enero. Los productos de alimentación disminuyen un 1,5% mientras que los no alimenticios aumentan un 1,9%. Si se desglosan estos últimos por tipo de producto se observan incrementos del 3,1% en Equipo Personal, del 0,9% en Equipo del Hogar y del 2,3% en Otros Bienes.

Si se elimina el efecto calendario (esto es, la diferencia del número de días hábiles que presenta un mes en los distintos años) el índice de comercio al por menor a precios constantes registra una subida del 2,1% en enero.

Indices nacionales: general y de grupos

	Indice	% de variación Mismo mes año anterior	Indice deflactado	% de variación Mismo mes año anterior
1. Alimentación	108,3	2,0	93,8	-1,5
2. Resto	131,9	4,1	126,0	1,9
2.1 Equipo Personal	141,8	4,8	134,7	3,1
2.2 Equipo del Hogar	124,6	2,8	117,0	0,9
2.3 Otros Bienes	130,3	4,5	124,5	2,3
Indice general	122,4	3,4	112,5	0,6
Indice general: Corregido efecto calendario	125,9	4,6	111,8	2,1

Tasas anuales (precios constantes)



Las ventas de las grandes superficies aumentan un 3,0% en tasa interanual

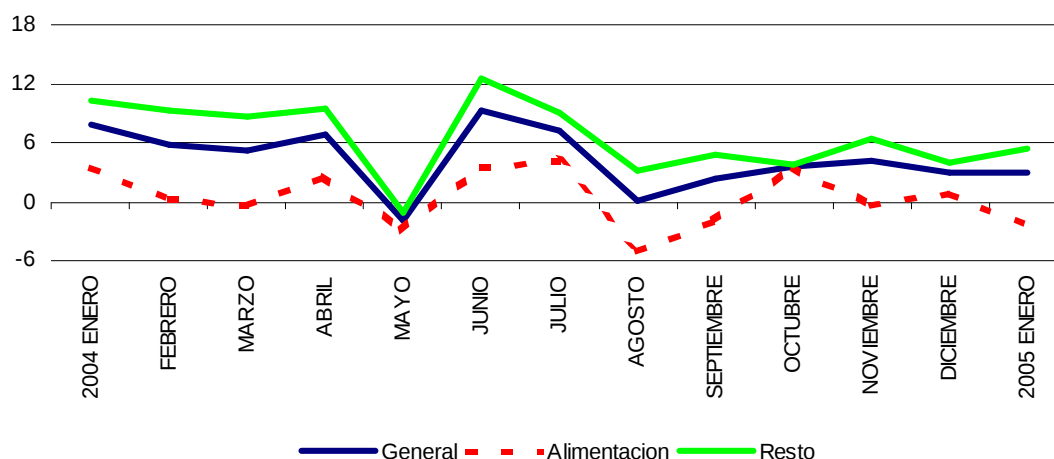
El índice general de grandes superficies, que estudia la evolución de las ventas en locales con más de 2.500 metros cuadrados, presenta en enero de 2005 un incremento interanual del 3,0% a precios constantes. Los productos de alimentación muestran una bajada del 2,3%, mientras que los no alimenticios aumentan un 5,3%.

Si se elimina el efecto calendario, el índice de grandes superficies registra un incremento del 4,1% a precios constantes.

Indices de grandes superficies: general y de grupos

	Índice	% de variación Mismo mes año anterior	Índice deflactado	% de variación Mismo mes año anterior
1. Alimentación	105,0	1,2	90,9	-2,3
2. Resto	166,8	7,5	159,4	5,3
Índice general	144,0	5,8	132,4	3,0
Índice general: Corregido efecto calendario	147,6	6,9	135,8	4,1

Tasas anuales Grandes Superficies (precios constantes)



Región de Murcia y Galicia son las comunidades autónomas con mayor incremento interanual de sus ventas

Por comunidades autónomas, los mayores incrementos en el índice de comercio al por menor a precios constantes en el mes de enero se registran en Región de Murcia (4,9%), Galicia (4,2%) y Comunidad de Madrid (2,9%).

Por el contrario, los mayores descensos se producen en Canarias (-3,9%), la Comunidad Foral de Navarra (-2,8%) y en la ciudad autónoma de Ceuta (-5,5%).

Índices de Comunidades Autónomas

	Índice	% de variación		Índice deflactado	% de variación
		Mismo mes año anterior			Mismo mes año anterior
Total nacional	122,4	3,4	112,5	0,6	
Andalucía	118,0	5,0	108,9	2,3	
Aragón	118,0	4,7	109,2	2,0	
Asturias (Principado de)	129,4	3,7	119,0	1,3	
Baleares (Illes)	96,0	2,1	88,6	-0,5	
Canarias	129,4	-1,9	121,7	-3,9	
Cantabria	117,9	2,4	108,7	-0,1	
Castilla y León	115,5	0,7	106,3	-2,1	
Castilla - La Mancha	130,3	5,5	119,6	2,4	
Cataluña	122,8	0,8	111,5	-2,4	
Comunidad Valenciana	122,3	5,0	112,8	2,0	
Extremadura	131,9	4,4	123,1	2,0	
Galicia	126,9	7,0	116,1	4,2	
Madrid (Comunidad de)	126,2	5,2	116,0	2,9	
Murcia (Región de)	133,8	7,5	122,5	4,9	
Navarra (Comunidad Foral de)	119,3	-0,1	109,7	-2,8	
País Vasco	123,9	0,5	114,6	-1,8	
Rioja (La)	128,0	3,1	117,1	0,0	
Ceuta	110,7	-2,4	100,6	-5,5	
Melilla	114,6	4,3	104,1	1,0	

El empleo en el sector minorista aumenta un 1,8% en enero de 2005 respecto al mismo mes del año anterior

El índice de ocupación en el sector del comercio minorista (que muestra la evolución del empleo, tanto asalariado como no asalariado) registra en enero de 2005 una tasa de variación interanual para la totalidad del sector del 1,8%. Para el conjunto de grandes superficies el empleo aumenta un 3,8%.

Respecto a diciembre de 2004, el índice de ocupación presenta una tasa del -1,4% para el total de empresas de comercio al por menor y un -8,4% para las grandes superficies.

Índices nacionales de ocupación

	Índice	% de variación sobre	
		Mes anterior	Mismo mes año anterior
Índice general	109,9	-1,4	1,8
Grandes superficies	118,5	-8,4	3,8

Castilla La Mancha, Región de Murcia y País Vasco presentan el mayor aumento del empleo respecto al mismo mes del año anterior

El empleo presenta los mayores incrementos en enero de 2005 respecto al mismo mes del año anterior en las comunidades autónomas de Castilla La Mancha (3,2%), Región de Murcia (3,0%) y País Vasco (3,0%).

Por el contrario, se registran tasas interanuales negativas en Asturias (-1,5%), Castilla y León (-0,4%) y las ciudades autónomas de Ceuta (-3,0%) y Melilla (-0,9%).

Indices de ocupación de Comunidades Autónomas

	Índice	% de variación sobre	
		Mes anterior	Mismo mes año anterior
Total nacional	109,9	-1,4	1,8
Andalucía	112,5	-1,3	2,3
Aragón	106,8	-1,3	1,0
Asturias (Principado de)	101,1	-1,9	-1,5
Baleares (Illes)	98,4	-2,3	0,9
Canarias	109,1	-2,0	0,4
Cantabria	108,9	0,0	0,4
Castilla y León	104,6	-2,5	-0,4
Castilla - La Mancha	110,6	0,3	3,2
Cataluña	109,0	-1,6	1,9
Comunidad Valenciana	108,2	-1,4	2,2
Extremadura	106,5	-1,2	1,8
Galicia	109,3	-0,6	2,3
Madrid (Comunidad de)	115,9	-1,7	1,8
Murcia (Región de)	113,8	-1,1	3,0
Navarra (Comunidad Foral de)	109,7	-1,1	2,7
País Vasco	109,6	-0,1	3,0
Rioja (La)	111,9	-1,0	0,2
Ceuta	105,8	-0,5	-3,0
Melilla	99,1	-2,2	-0,9

Más información en **INEbase** – www.ine.es Todas las notas de prensa en: www.ine.es/prensa/prensa.htm

Gabinete de prensa: Teléfonos: 91 583 93 63 / 94 08 – Fax: 91 583 90 87 - gprensa@ine.es

Área de información: Teléfono: 91 583 91 00 – Fax: 91 583 91 58 – www.ine.es/infoine

NOTA METODOLOGICA

Indices corregidos efecto calendario

El efecto calendario determina las diferencias que se producen en una variable debidas a la diferente estructura que presentan los meses (tanto en numero de días como en composición de días laborables frente a días festivos) si se mantienen constantes el resto de los factores que influyen sobre dicha variable.

Con el objeto de armonizar todos los indicadores elaborados por los diferentes países de la Unión Europea y conseguir que gocen de la mayor comparabilidad posible, EUROSTAT ha solicitado que se faciliten los índices en términos netos, es decir, eliminando entre otros efectos, el de calendario.

El método utilizado está basado en modelos de regresión. Se ha utilizado el programa TRAMO-SEATS siguiendo las recomendaciones de EUROSTAT.

Los índices de comercio al por menor se han corregido de este efecto considerando los siguientes regresores:

1. Días Hábiles.

En la elaboración de este regresor se han contemplado tanto los festivos nacionales como los festivos de Comunidad Autónoma, incluyendo estos últimos según el peso que cada comunidad tiene sobre el índice nacional.

2. Efecto Semana Santa.

Este efecto tiene repercusión sobre los meses de marzo o abril. Se ha tenido en cuenta la diferente celebración de la Semana Santa en las diferentes comunidades.

3. Año Bisiesto

Los índices que se publican corregidos por el efecto calendario son los índices General y General Grandes Superficies a nivel nacional, tanto a precios corrientes como a precios constantes.