

*Una gran herramienta para conocer mercados y clientelas*

# La Caixa edita el Anuario comercial de España 1997

**L**a Caixa ha editado el "Anuario Comercial de España 1997", en el que se recogen los datos estadísticos socioeconómicos más relevantes de los municipios españoles de más de 1.000 habitantes.

Con este trabajo, realizado por el Instituto Lawrence R. Klein, de la Universidad Autónoma de Madrid, La Caixa desea aportar un documento de gran utilidad para el mundo empresarial español, que en la actualidad no disponía de ninguna publicación similar.

La existencia de un estudio que reúne datos estadísticos de alcance local y la posibilidad de realizar acotaciones municipales, provinciales y autonómicas, hacen del "Anuario Comercial de España" una herramienta de gran utilidad para el conocimiento de los mercados y de la clientela.

El trabajo ha sido dirigido por el catedrático de econometría Antonio Pulido San Román, quien ha coordinado la creación de una base de datos de los municipios españoles, integrada por cerca de cien variables y más de 140.000 entradas que combinan indicadores demográficos y de actividad económica, con otros de naturaleza comercial.

## **Apartados**

El contenido del "Anuario comercial de España" está estructurado en tres apartados. El primero recoge los datos básicos representativos de la actividad económica de cada uno de los municipios españoles: extensión, densidad, teléfonos, oficinas de bancos y cajas de ahorros, automóviles, camiones y actividades comerciales, se suman a los valores estimados de población, nivel de renta familiar dis-

● El catedrático de econometría Antonio Pulido ha coordinado la creación de una base de datos



ponible por habitante, capacidad de consumo e importancia turística.

El segundo bloque, partiendo de la distribución geográfica de los flujos comerciales de los consumidores, lleva a cabo la división del territorio español en 73 áreas y 206 subáreas comerciales, que se definen como los espacios geográficos cuya población se siente atraída comercialmente por el municipio de mayor equipamiento comercial de la zona.

El último bloque del trabajo incluye una exposición pormenorizada de la metodología seguida en la elaboración de los datos.

## **Variables estudiadas**

Las principales variables que son analizadas en este "Anuario Comer-

cial de España" son:

- Población de hecho: cifra estimada a 1 de julio de 1995 de los residentes presentes y de los transeúntes. La población de hecho a nivel nacional es de 41.250.479 habitantes, de los que un 96,14% se concentra en los municipios de más de 1.000 habitantes.

- Extensión: superficie de un municipio en kilómetros cuadrados en 1995.

- Densidad: número de habitantes por kilómetro cuadrado. La media nacional es de 82, inferior al promedio de los municipios de más de 100.000 habitantes, que es de 126.

- Nivel económico: índice de la renta familiar disponible por habitante estimada por áreas geográficas para 1994.

- Cuota de mercado: índice que expresa la capacidad de consumo de los municipios, referido a 1995. Indica la participación que corresponde a cada municipio sobre una base nacional de 100.000 unidades.

- Índice turístico: índice explicativo de la importancia turística de cada municipio, referido a 1995. Indica la participación correspondiente a cada municipio sobre una base nacional de 100.000 unidades.

- Actividades comerciales: número de actividades del comercio detallista que están sujetas al impuesto sobre actividades económicas.

## **Albacete y provincia**

En cifras, la capital albaceteña tiene una población de 151.650 habitantes, con una densidad de 122 por kilómetro cuadrado. El nivel económico se sitúa entre las 900.000 y el millón de pesetas de renta familiar disponible por habitante. La cuota de mercado es de 342 y el índice turístico de 188.