

# estudio de locales vacíos casco histórico de valladolid 2020



# presentación



El estudio de los locales vacíos de Valladolid es un trabajo realizado por la Agrupación Vallisoletana de Comercio (Avadeco). Su origen se remonta al año 2009 y surgió de la necesidad de realizar un diagnóstico de la situación real del comercio de la ciudad de Valladolid como paso previo para la elaboración de propuestas que contribuyan a la defensa del sector y a la demanda de apoyo en las administraciones públicas, ante el azote de la crisis económica que vivía el país en ese momento.

Fruto de ese primer estudio, la Junta Directiva de Avadeco consideró oportuno repetir este tipo de análisis con cierta periodicidad, de modo que se pudiera analizar no solo la foto fija de la situación de un preciso momento, sino también comprobar la evolución en un periodo de tiempo, y que sirva como termómetro de la salud del comercio de proximidad de Valladolid.

Más de una década después de ese primer estudio, la Agrupación Vallisoletana de Comercio presenta la edición 2020, que permite ver con perspectiva la evolución del sector durante este tiempo en el que el comercio ha experimentado una profunda transformación, con la irrupción de nuevas dinámicas de consumo en la sociedad.

El trabajo de campo se ha realizado durante los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2020, en plena pandemia de coronavirus tras un periodo de estado de alarma de más de dos meses que supuso el cierre de toda actividad considerada no esencial (desde el 13 de marzo hasta el 25 de mayo), tras el cual se inició un proceso de desescalada hasta recuperar lo que se denominó como “nueva normalidad”.

El análisis de los datos recabado se realiza en medio de lo que una segunda ola de agravamiento de la pandemia que ha llevado al cierre de la hostelería y gimnasios en Castilla y León, cuyos efectos en el comercio son difícilmente predecibles.

Una circunstancia que no resta valor al trabajo sino pues se trata del estudio más completo sobre la situación real del sector en el que se preciben ciertas tendencias generalizadas sobre las que consideramos que es necesario trabajar junto al resto de actores económicos y sociales, así como administraciones públicas con el fin de fortalecer al sector del comercio, que es uno de los motores económicos más importantes de Valladolid y uno de los grandes generadores de empleo estable y de calidad.



**ámbito de estudio**

## **listado de calles**

**Angustias**

**Bajada de la Libertad**

**Claudio Moyano**

**Doctrinos**

**Duque de la Victoria**

**Héroes de Alcántara**

**Labradores**

**López Gómez**

**Mantería**

**María de Molina**

**Miguel Íscar**

**Montero Calvo**

**Panaderos**

**Pasión**

**Platerías**

**Regalado**

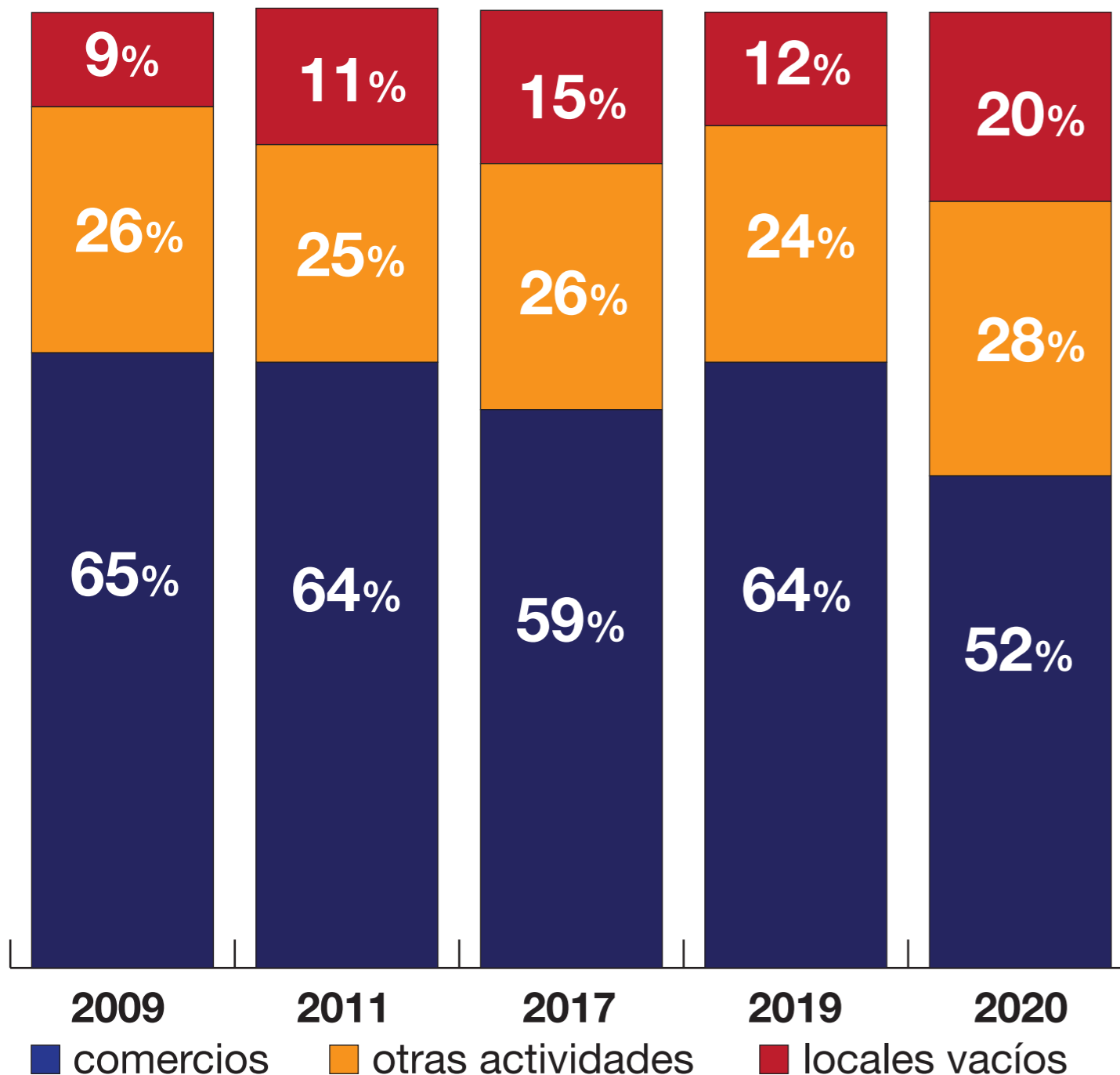
**Santiago**

**Santa María**

**Teresa Gil**

**Zorrilla (paseo)**

\* 20 calles del casco histórico de la ciudad con más de 10 locales comerciales.



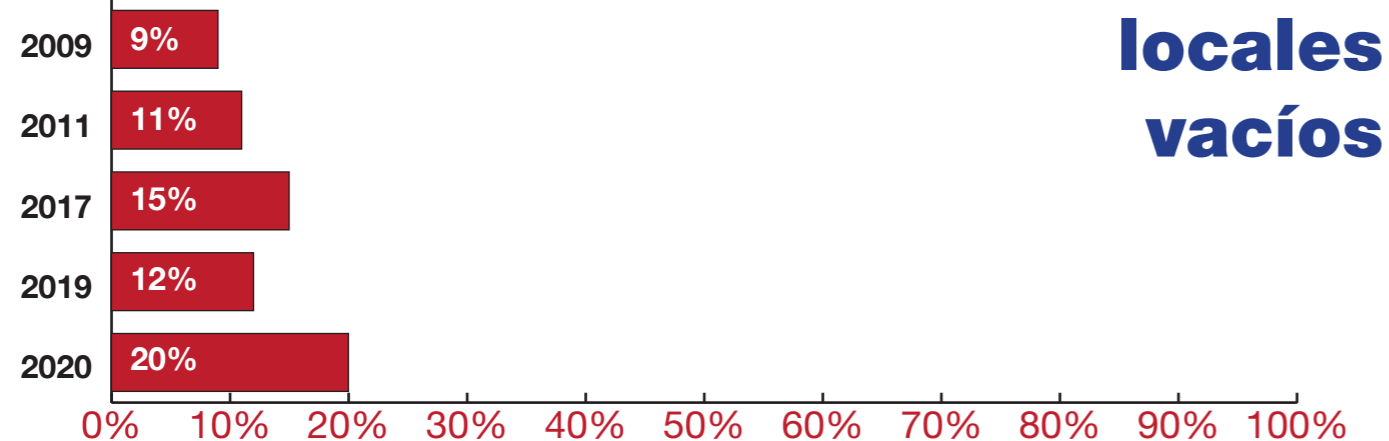
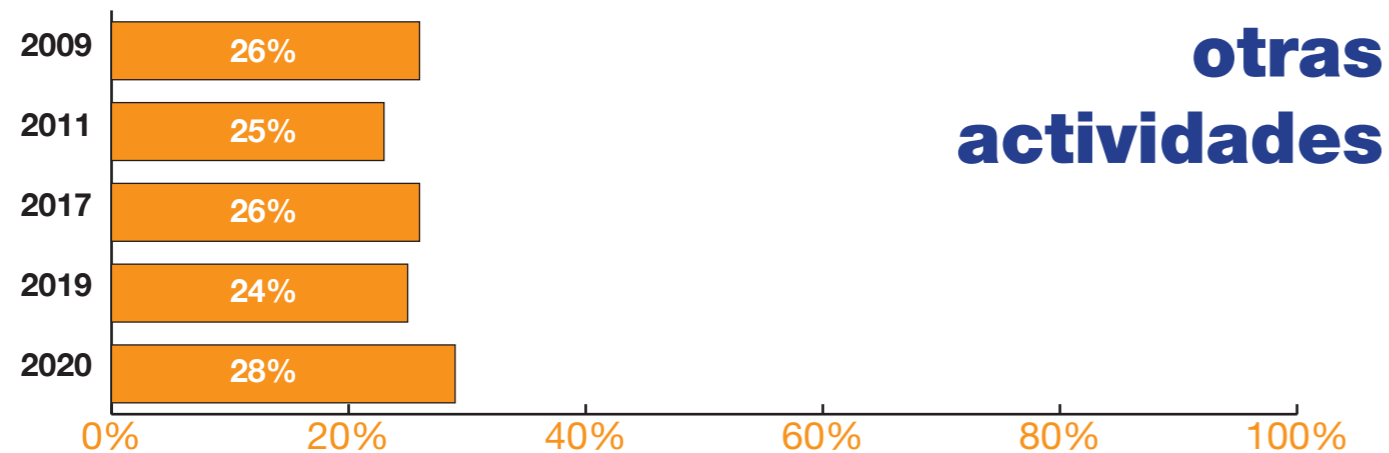
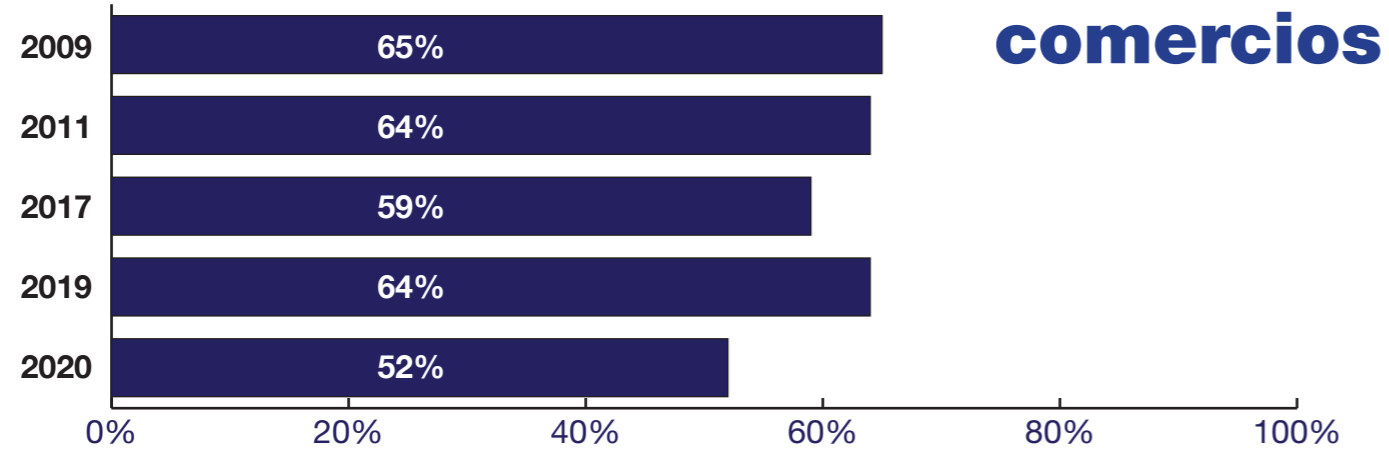
## análisis

La transformación del espacio urbano central de Valladolid, se observa con toda claridad si analizamos la evolución reciente de las actividades y ocupación de los locales situados en el área central urbana de Valladolid, donde se constata cómo desde 2009, no tan solo por el inicio del impacto de la crisis financiera y de globalización de la economía, sino también de las consecuencias de un desarrollo urbano que en el caso de Valladolid ha primado los crecimientos periféricos y la apertura de una serie de grandes centros comerciales.

Sin olvidar el imparable ascenso del comercio digital, cuya incidencia en el año 2009 ya se empezó a notar de forma clara en reducción de cuota de mercado del comercio tradicional con una tendencia que no para de crecer y cuyo impacto también se puede calibrar en los espacios urbanos centrales de las ciudades.

Todo ello ha generado que se siga produciendo una disminución del número de establecimientos comerciales tradicionales abiertos al público en el centro urbano de Valladolid, lo que hace necesario para proponer nuevas formas de actividad comercial, ocio y cultura, ligados a espacios con un valor patrimonial, histórico y sentimental como el que ofrece el centro urbano de Valladolid. Y tanto en relación con los propios residentes de la Ciudad como de sus potenciales visitantes.

La evolución del número de establecimientos comerciales, servicios y locales vacíos, entre 2009 y 2020, evidencia claramente la transformación que está sufriendo el Área Urbana Central de Valladolid. Y esto teniendo en cuenta que por su condición de espacio urbano central y capacidad de atracción de visitantes, el área analizada cuenta también con un mayor potencial de atracción, rotación y sustitución de actividades, frente a otros espacios más periféricos como los situados en barrios residenciales menos centrales y con menor capacidad de atracción comercial, en los que la evolución aún es más desfavorable.



**Las tiendas apenas ocupan ya la mitad de los locales en las principales calles comerciales de Valladolid, frente al 64% que representaban hace solo un año**

El notable incremento en el tanto por ciento de locales vacíos a lo largo de la última década; del 9% de 2009, duplicándose, alcanzando el 20% en 2020, suponen un evidente termómetro del proceso de transformación del centro urbano de Valladolid y los peligros que de ello se pueden derivar en términos de pérdida de capacidad de atracción de visitantes y mantenimiento del atractivo comercial, por la aparición de procesos de degradación urbana o descenso de los niveles de seguridad de algunas zonas, ejes o calles centrales de Valladolid.

Es un porcentaje que analizado por calles, tal como se puede ver en las columnas de las tablas que se ofrecen a continuación, oscila entre porcentajes tan relevantes como el 37% en el caso de la calle Santa María, el 36% en López Gómez o del 29% en Panaderos, calles que en el año 2009 no llegaban al 10% de locales vacíos, como López Gómez (4%), 11 de las 20 principales comerciales analizadas superan la media del 20% de locales vacíos en 2020, y todas, excepto la calle Santiago, tienen más del 10% de sus locales cerrados.

Hay que destacar que en todas las calles analizadas se ha incrementado el número de locales vacíos en el último año, pasando de suponer un 12% en 2019 al 20% en 2020, lo que supone un incremento cercano al 70% de locales vacíos en solo un año.

# evolución locales vacíos por calles

	2009	2011	2017	2019	2020
Angustias	9%	6%	4%	3%	10%
Bajada de la Libertad	10%	14%	21%	22%	25%
Claudio Moyano	0%	9%	9%	15%	26%
Doctrinos	3%	4%	22%	24%	26%
Duque de la Victoria	8%	5%	13%	16%	29%
Héroes de Alcántara	0%	0%	15%	16%	20%
Labradores	6%	14%	19%	13%	19%
López Gómez	4%	20%	15%	13%	36%
Mantería	3%	4%	9%	7%	10%
María de Molina	5%	13%	11%	14%	22%
Miguel Íscar	6%	9%	12%	11%	17%
Montero Calvo	6%	11%	8%	14%	27%
Panaderos	10%	12%	16%	7%	29%
Pasión	9%	9%	22%	7%	23%
Platerías	27%	32%	22%	17%	26%
Regalado	12%	13%	24%	10%	14%
Santiago	15%	2%	6%	5%	7%
Santa María	15%	12%	26%	30%	37%
Teresa Gil	13%	10%	3%	5%	14%
Zorrilla (paseo)	19%	23%	25%	7%	12%
<b>MEDIA</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>	<b>15%</b>	<b>12%</b>	<b>20%</b>

La tasa de locales vacíos ya alcanza el **20** por ciento en el epicentro comercial de Valladolid, frente al **12%** registrado el año pasado o el **9%** que había en 2009

más del doble

De igual forma es relevante observar la paulatina pérdida de peso comercial de los locales existentes en el espacio urbano central de Valladolid, a lo largo de estos años. En un proceso que no se ha visto compensado por su sustitución con otros establecimientos comerciales, provocando una pérdida de 7 puntos porcentuales en solo un año, pasando de una intensidad comercial en 2009 del 64% al 58% en 2020, lo que ha supuesto el cierre de casi 100 comercio solo en la zona analizada.

Calles que hace una década era principalmente comerciales, como C/ Montero con una intensidad comercial en 2009 del 75% ha pasado al 43%, lo mismo sucede con Santa María, del 65% al 33%, o con Pasión, del 57% al 35% en 2020.

Más de la mitad de las calles analizadas han reducido su intensidad comercial perdiendo más del 20% de sus locales anteriormente comerciales.

Podemos observar, que en la primera década, los locales destinados a otro tipo de actividades no comerciales se ha mantenido en torno al 25%, como si la capacidad de sustitución de actividades hubiera limitado su capacidad de regeneración, subiendo al 29% en el año 2020, lo que repercute sin duda a esa reducción de la intensidad comercial en el último año, con el cierre de establecimientos comerciales y la apertura de establecimientos dedicados otro tipo de actividad.

# intensidad comercial por calles

	2009	2011	2017	2019	2020
Angustias	46%	54%	51%	73%	49%
Bajada de la Libertad	70%	76%	64%	57%	50%
Claudio Moyano	59%	56%	56%	52%	44%
Doctrinos	69%	63%	56%	32%	44%
Duque de la Victoria	61%	61%	58%	53%	40%
Héroes de Alcántara	88%	88%	67%	68%	56%
Labradores	68%	63%	65%	67%	61%
López Gómez	67%	65%	39%	44%	45%
Mantería	84%	84%	76%	81%	75%
María de Molina	66%	63%	64%	62%	41%
Miguel Íscar	24%	26%	26%	29%	17%
Montero Calvo	75%	73%	61%	61%	43%
Panaderos	78%	70%	61%	52%	39%
Pasión	56%	50%	39%	67%	35%
Platerías	59%	50%	59%	72%	56%
Regalado	71%	80%	59%	73%	48%
Santiago	55%	81%	77%	82%	77%
Santa María	65%	72%	57%	56%	33%
Teresa Gil	75%	72%	75%	83%	62%
Zorrilla (paseo)	53%	57%	55%	71%	62%
<b>MEDIA</b>	<b>65%</b>	<b>64%</b>	<b>59%</b>	<b>64%</b>	<b>52%</b>

## LOS COMERCIOS QUE CIERRAN NO VUELVEN A ABRIR

En lo que respecta a la distribución de los locales vacíos por calles, la información obtenida mediante el trabajo de campo en las 20 calles, se puede establecer que en todas ellas hay más de 25 locales de diferentes usos. Las calles con más de 25 establecimientos, son, en general, las que presentan un mayor ratio de comercios por número total de establecimientos, muy por encima de la media para el conjunto de resto de zonas comerciales de la ciudad. Evidenciándose de esta manera que el comercio necesita posicionarse en ejes urbanos con la capacidad de atracción que resulta de grandes concentraciones de establecimientos.

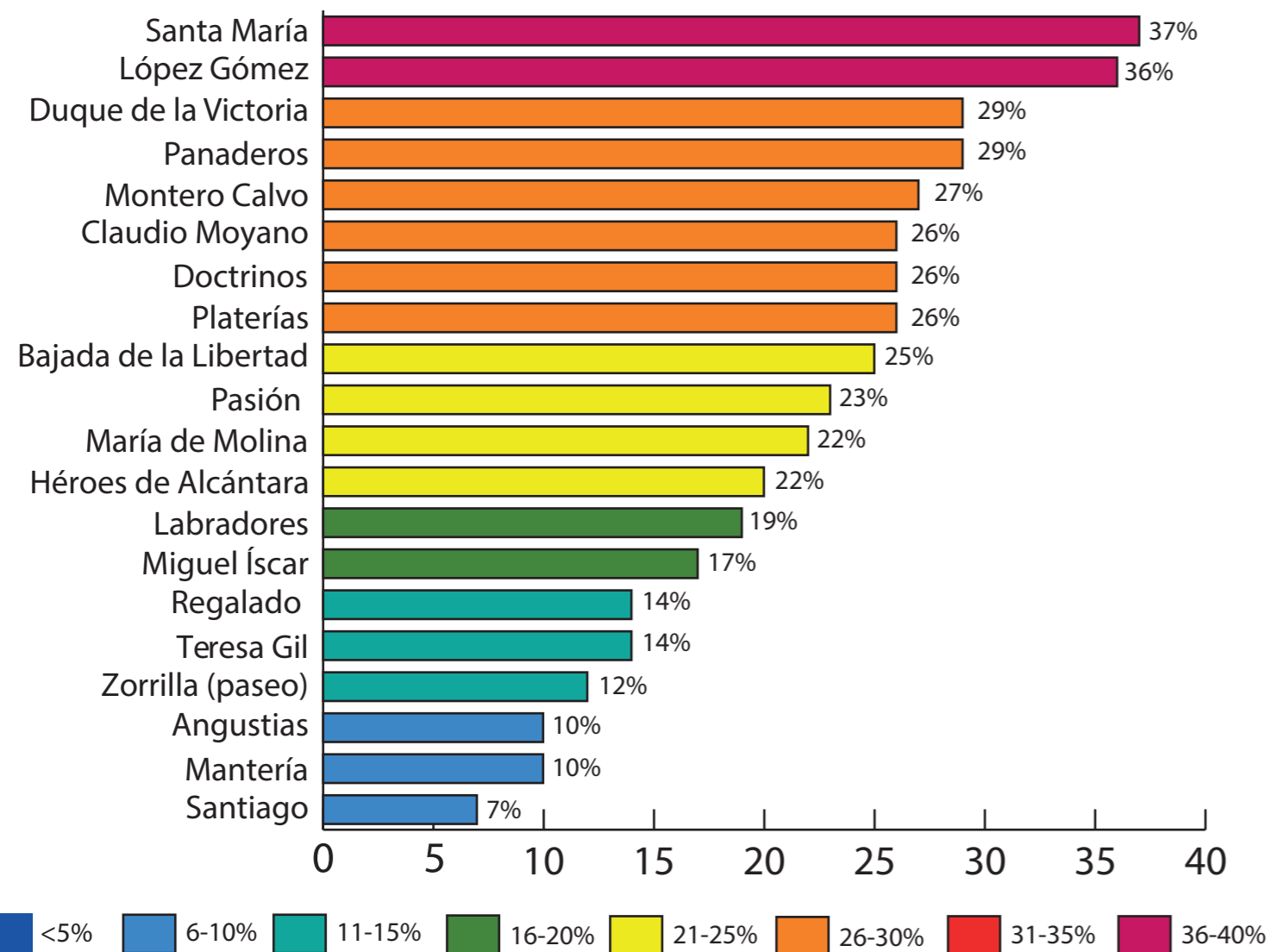
El análisis de los datos a nivel de calle evidencia también que las calles con un mayor índice de actividad comercial, —teniendo en cuenta el número de comercios en relación al total de establecimientos— se obtiene en calles como, Santiago (77%), Mantería (75%), Teresa Gil (62%), y evidencia la pérdida de atractivo comercial, de calles que superaban esa media en 2019, como Montero Calvo pasando del 61% al 43%, Santa María del 56% al 33% o María de Molina del 62% al 41%, vías que hace unos años eran ejes comerciales de gran reclamo.

Se detecta un incremento progresivo de locales vacíos en todas ellas, de las 20 calles en estudio ninguna refleja disminución en la proporción de locales vacíos en relación al año 2019, lo que implica por tanto una importante reducción de su intensidad comercial, pasando del 64% en 2019, al 52% en 2020, lo que supone la pérdida de 100 comercios en solo 1 año, y pasa de un 12% de locales cerrados en 2019 al 20% en 2020, más de 60 locales cerrados.



# ranking

## calles con más % locales vacíos



## CALLES QUE HAN PERDIDO MÁS COMERCIOS

### en el último año

**Pasión**  
**Regalado**  
**Angustias**  
**Santa María**  
**María de Molina**  
**Teresa Gil**

### en la última década

<b>Panaderos</b>	<b>Regalado</b>
<b>Héroes de Alcántara</b>	<b>López Gómez</b>
<b>Montero Calvo</b>	<b>Duque de la Victoria</b>
<b>Santa María</b>	<b>Pasión</b>
<b>Doctrinos</b>	<b>Bajada de la Libertad</b>
<b>María de Molina</b>	

Por tanto, es además muy significativo el cambio de uso de los locales que anteriormente se destinaban a uso comercial y en la actualidad continúan abiertos desarrollando otro tipo de actividad, ya que como podemos ver esa pérdida de comercios no solo es debida al cierre de locales sino también a su cambio de uso, en el que detectamos un incremento en solo un año del 15% en los locales destinados a hostelería y duplicándose en solo un año el incremento en el cambio de uso a otro tipo de actividades, fundamentalmente servicios, tendencia que ya veníamos viendo desde el año 2009.

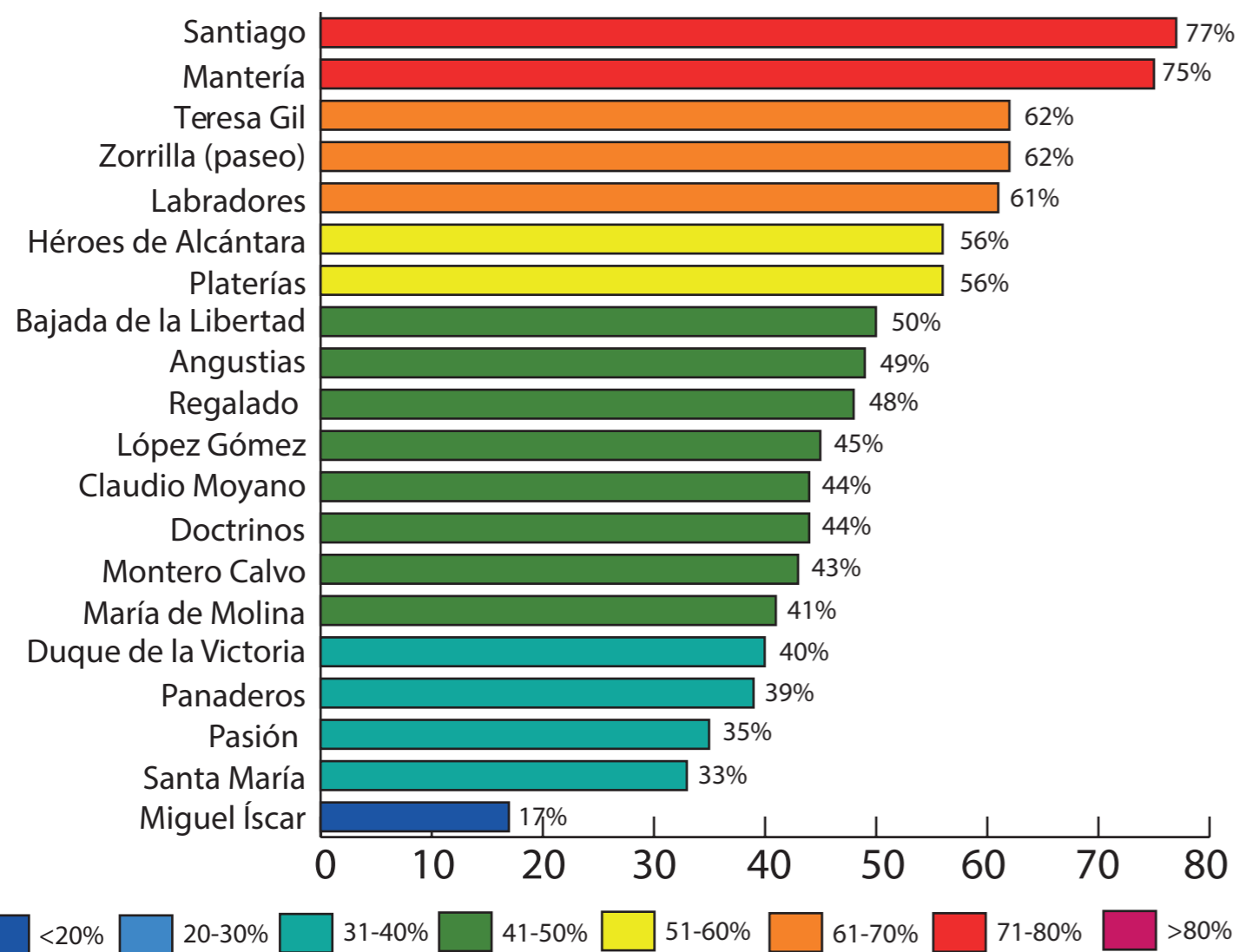
De la distribución por calles del número de locales vacíos en este año, se obtiene que 4 calles tienen más de 10 locales vacíos, dos menos de cinco, y el resto entre 5 y 9 de sus locales cerrados

Los datos sobre locales vacíos en el centro comercial tradicional de Valladolid, han de analizarse en el marco de la información generada por AVADECO a lo largo de los últimos años y el avance de los mismos desde un 9% en 2009, al 15% en 2017, para llegar en 2020 al 20%. Unos porcentajes que obligan a considerar la necesidad de establecer políticas proactivas que eviten el inicio de situaciones de degradación de los centros urbanos de nuestras ciudades.



# ranking

## calles con mayor intensidad comercial



El importante proceso de transformación al que se ha visto sometido el comercio tradicional vallisoletano a lo largo de la última década resulta de un triple impacto en el que inciden a diferentes niveles:

- La profunda crisis económica que ha afectado al conjunto de la economía española. El proceso de globalización que ha deslocalizado, destruido o reestructurado numerosas empresas locales. Y, los importantes y abruptos recortes en el gasto de las administraciones públicas. Como resultado de todo ello y de forma muy rápida y virulenta, se generaron unos niveles de paro desconocidos en la historia económica reciente, así como un clima de incertidumbre económica que han restringido la capacidad gasto y consumo de la economía local.
- La aparición de una nueva competencia comercial asociada a las nuevas tecnologías, que han generado un nuevo comercio virtual y globalizado que se desarrolla en internet. Es un nuevo modelo comercial muy agresivo, tanto en precios como en lo novedoso del marketing utilizado -altamente personalizado-, que ha crecido de forma significativa. Siendo además un comercio que no necesita contar con otros espacios físicos, más que los referidos a las empresas logísticas que realizan la entrega final.
- Y finalmente, el modelo urbano propuesto para Valladolid y su Alfoz que ha generado una importante oferta periurbana de nuevos suelos, locales y centros comerciales que han incrementado de forma sustancial la oferta comercial existente, justo en un momento tan delicado como el que se ha vivido en los últimos años, en el que la capacidad de gasto y la demanda comercial se ha reducido de forma significativa.

En este contexto de cambios, el centro comercial tradicional de Valladolid, ha visto como se incrementaba el número de establecimientos cerrados.

De los datos recogidos por calles se evidencia el carácter generalizado de este fenómeno, es relevante destacar como en determinadas calles las encontramos unos porcentajes de locales vacíos por encima del 30%, lo que se convierte en unas cifras preocupantes en la medida que se trata de umbrales que comprometen el atractivo comercial de las zonas más empicadas por esos altos porcentajes de locales vacíos.

Por la evolución de los estudios de los últimos años, la Zona Centro ha sido la que ha mantenido unos porcentajes de locales vacíos más bajos en relación con el conjunto del Comercial Tradicional de Valladolid, lo que nos hace presagiar, que en el resto de zonas comerciales la evolución sea aún más negativa.



# conclusiones

# El número de locales vacíos **crece un 67%** en el último año en las principales calles comerciales de Valladolid

En lo que se refiere a la evolución específica del número de establecimientos comerciales, servicios y locales vacíos, entre 2009 y 2020, se evidencia claramente la transformación que está sufriendo el Área Urbana Central de Valladolid.

Del análisis de una amplia y representativa zona del Centro Comercial Tradicional de Valladolid, los datos recogidos detectan una tendencia negativa a lo largo del periodo analizado, en la medida que se han perdido casi una centena de comercios en la zona analizada y más de 60 locales cerrados.

- Reducción del índice de intensidad comercial –relación entre el número de comercio y locales existentes- que ha pasado del 65% en 2009, hasta situarse en el 52% en 2020.
- Notable incremento del número de locales vacíos que suponían un 9% del total de los locales en 2009 , hasta alcanzar un 20% del total en 2020.
- A esto tenemos que unir el cambio de uso de los locales en detrimento del comercio de proximidad, los negocios que se han abierto a lo largo del último año han sido principalmente de hostelería o servicios ligados al cuidado personal, no llegan ni a un 2% las aperturas de comercios nuevos.

Son cifras, como ya veníamos anunciando, que en el caso de los locales vacíos encendían señales de alarma desde el año 2009, considerando que a partir de un 6% o un 10%, según sea la tipología de calles o barrios, hay que empezar a tomar medidas para evitar su degradación urbana y comercial. El comercio viene arrastrando una crisis desde entonces, que no ha mejorado porque no se han adoptando ningún cambio estructural para solventar la situación, ni políticas comerciales que solucionaran sus problemas, haciendo peligrar el futuro del comercio tradicional

El impacto de la crisis económica, en un contexto económico local bastante plano. La aparición de nueva competencia comercio electrónico e internet, que representa un importante desafío para el comercio local. La preponderancia de los centros comerciales periféricos, apoyados en un marketing muy agresivo, su fácil accesibilidad y aparcamiento gratuito. Así como el vaciamiento administrativo del centro urbano (Sanidad, Hacienda, Seguridad Social, ADE...) y el desplazamiento de la población joven al Alfoz -con mayor propensión a consumir-, con el envejecimiento de la población del centro y barrios próximos que ello conlleva. Así como los problemas de accesibilidad y aparcamiento (caro) de los consumidores al centro urbano. O también la uniformidad de la oferta, las principales locomotoras comerciales del centro urbano tienen presencia en los centros comerciales, no a la inversa (Apple, Primark, Media Markt, Ikea, H&M, Decathlon...). Todos estos aspectos han acabado por generar un declive estructural del carácter comercial del centro urbano y un empobrecimiento de la oferta.

# ¿Por qué?

- **La crisis sanitaria**
- **La consolidación de los gigantes de comercio online**
- **La constante salida de población del centro de la ciudad al alfoz**
- **Nuevas dificultades de movilidad para acceder al casco histórico**

La situación del sector es crítica, ahora mismo se pueden encontrar locales disponibles en cualquier calle, hay locales vacíos en calles que durante muchos años era imposible encontrar espacio para montar un negocio, calles como Santiago, Héroes de Alcántara,

Este último año ha sido especialmente duro para el comercio, como se desprende de los datos obtenidos en octubre de 2020, a todas las causas anteriormente descritas debemos sumar el efecto que la Pandemia COVID ha generado a corto plazo, adelantando el cierre de negocios que no tenían prevista una continuidad a largo plazo, adelanto de jubilaciones, cambios de ubicación de negocios, buscando alquileres más bajos, alquileres que en la mayoría de los casos no han disminuido y que van a imposibilitar la continuidad de muchos negocios, cierre de sucursales de firmas comerciales que cuentan con más de una tienda en la ciudad, ..

Por eso vemos muchos locales con el cartel de se alquila en las principales calles comerciales de la ciudad...muchos comercios no van a poder cubrir ni los gastos, con bajadas de ventas de más del 30%, y arrastrando situaciones de disminuciones de ingresos de años anteriores

Por desgracia el efecto covid no se va a notar hasta 2021, cuando finalicen los ERTES y los periodos de carencia de los préstamos, y las empresas no puedan hacer frente a sus gastos sin contar con ningún tipo de ayuda.

El covid ha disminuido la clientela, por la reducción de los aforos y también el poder adquisitivo de muchos trabajadores que aún continúan en ERTE o han perdido su puesto de trabajo, a lo que hay que unir la tendencia alcista del teletrabajo, todo ello está suponiendo una pérdida continua de clientes.

A todo esto tenemos que añadir otro problema del centro de ciudad, con una población cada vez más envejecida, con la dificultad para los jóvenes de costearse un alquiler o compra de vivienda en la ciudad, obligando en muchos casos a vivir en el extrarradio y a utilizar el coche para acceder a la ciudad, las restricciones al tráfico del nuevo Plan de Movilidad han agravado esta situación, siendo cada vez más inaccesible, pero para el comercio cada vez es más necesario contar con clientela que vive en otras zonas de la ciudad, del alfoz o de otras provincias, clientela que no puede utilizar ni el transporte público, ni la bicicleta para realizar sus compras en la ciudad.

Como resultado de las tendencias que se evidencian, se hace necesaria la implementación de políticas más eficaces de desarrollo comercial del centro urbano, ante la crisis del comercio, que involucren a los comerciantes y otros agentes locales del mundo de la hostelería, ocio y actividades culturales, además del propio Ayuntamiento; gestionando de forma unitaria y planificada el espacio comercial afectado. Lo que hace necesario dedicar presupuestos suficientes que permitan abordar políticas contundentes para reconvertir la situación. Todo ello obligará a repensar y generar estrategias de dinamización urbana que den nuevos contenidos y preserven los centros históricos de nuestras ciudades.

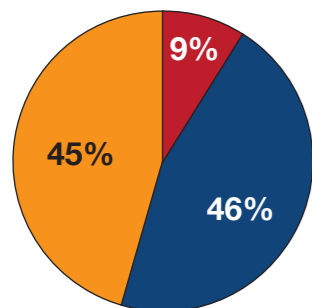
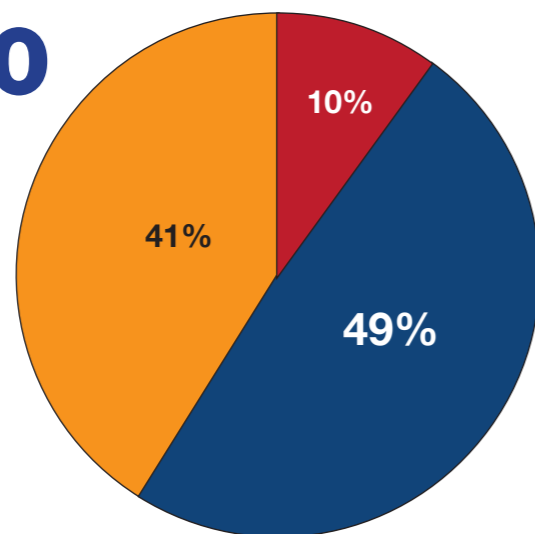


anexo

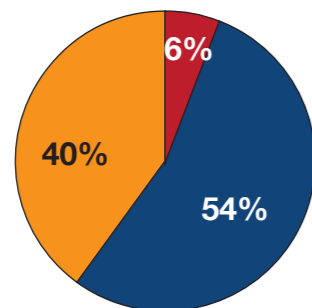
# análisis calle a calle

# Angustias

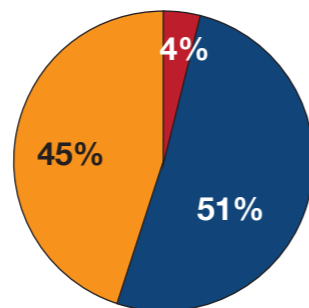
2020



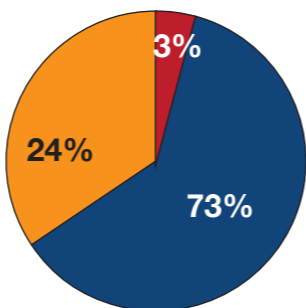
2009



2011

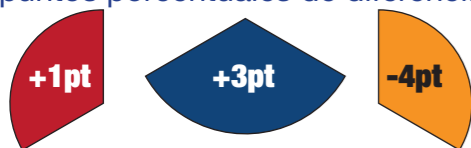


2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

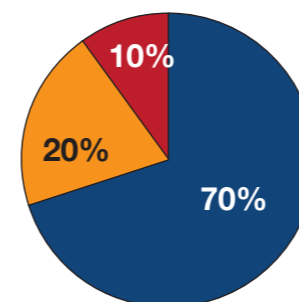
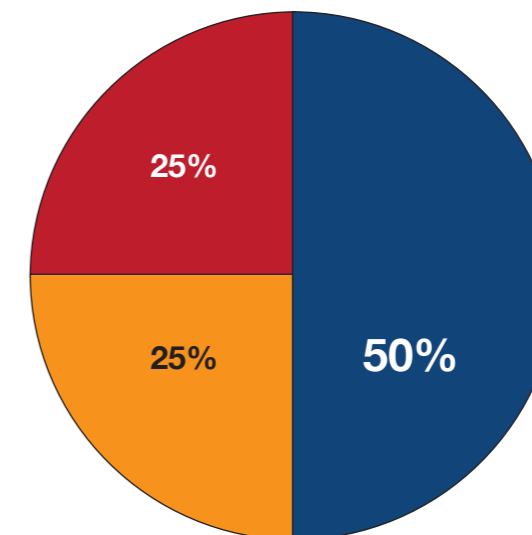


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

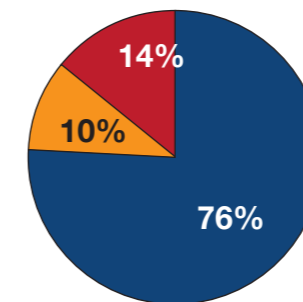


# Bajada de la Libertad

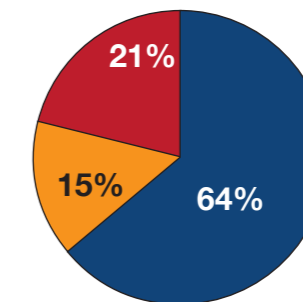
2020



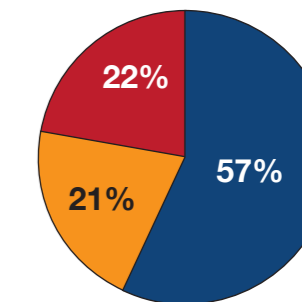
2009



2011



2017

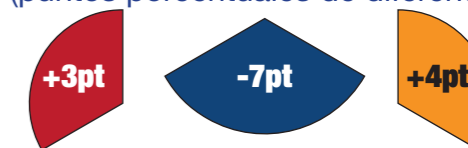


2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

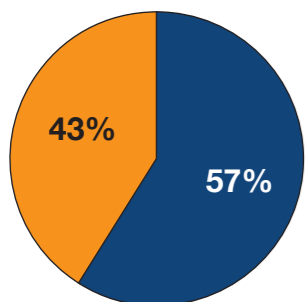
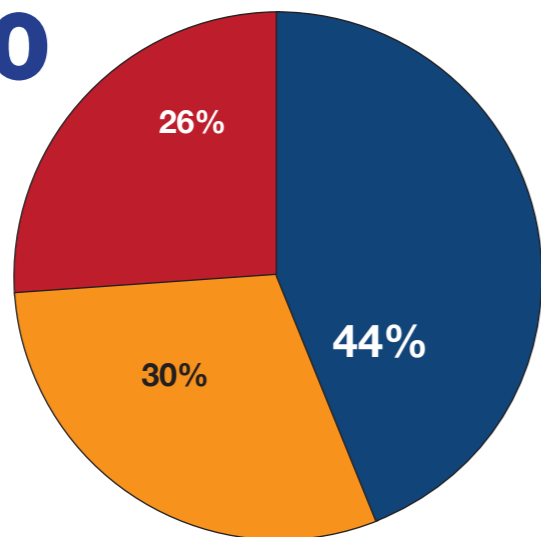


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

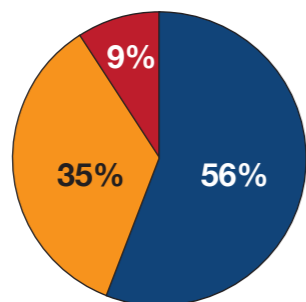


# Claudio Moyano

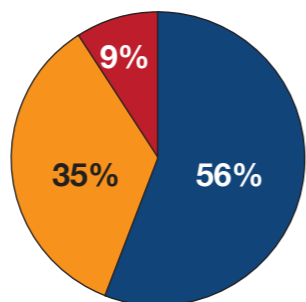
2020



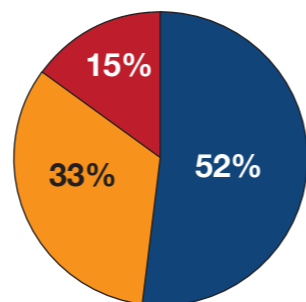
2009



2011



2017

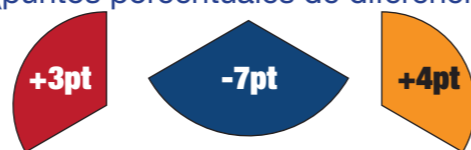


2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

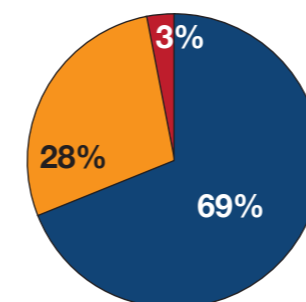
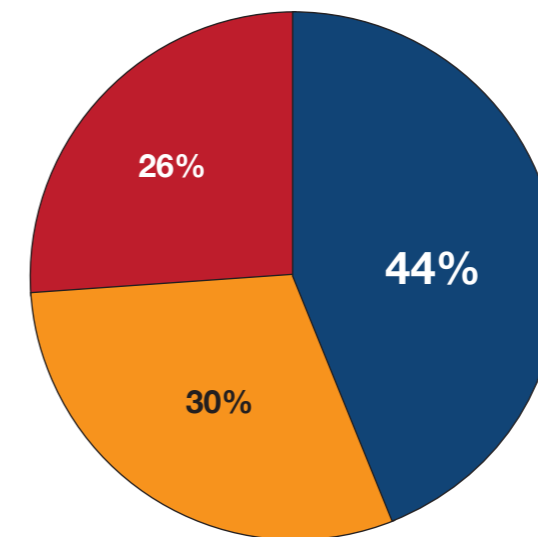


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

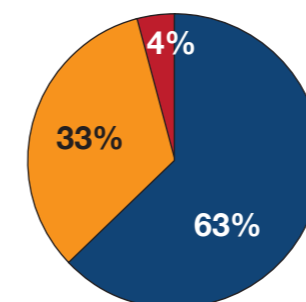


# Doctrinos

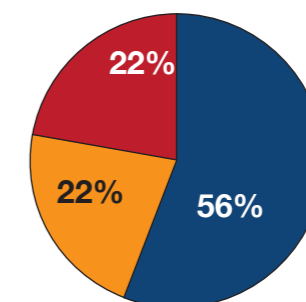
2020



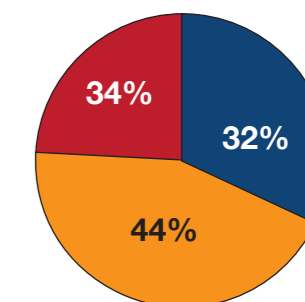
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)



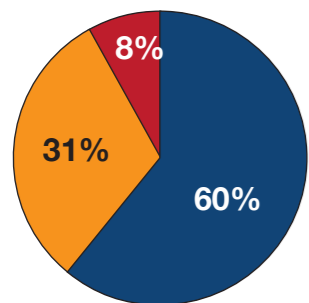
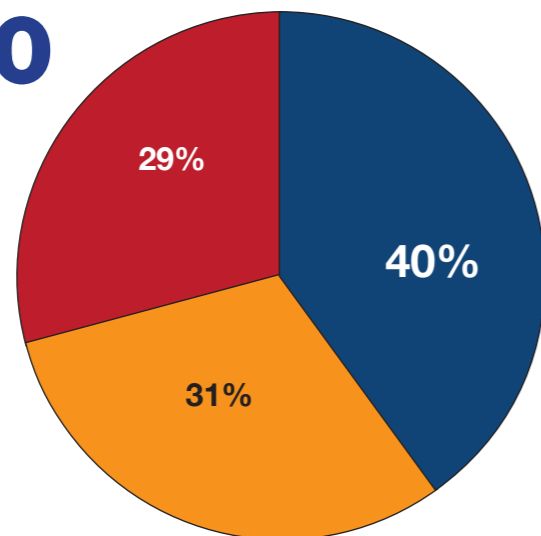
**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)



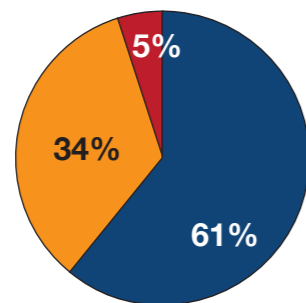


# Duque de la Victoria

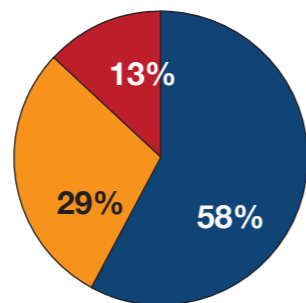
2020



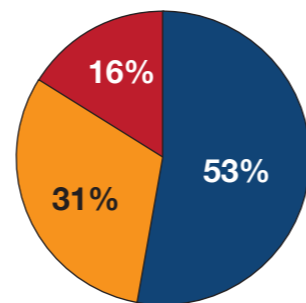
2009



2011

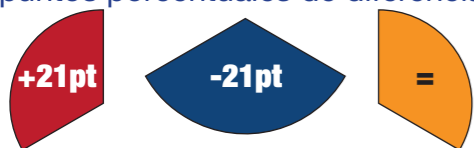


2017

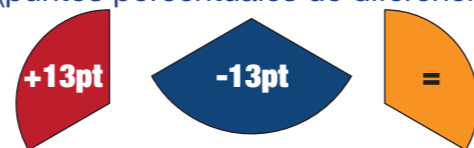


2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

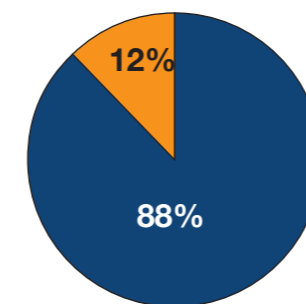
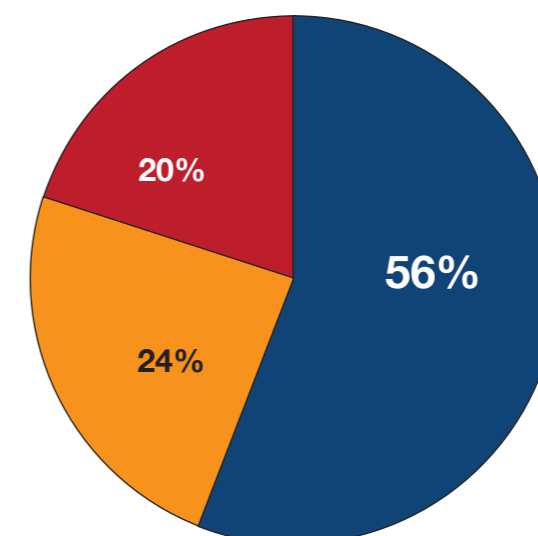


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

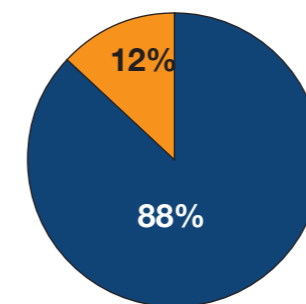


# Héroes de Alcántara

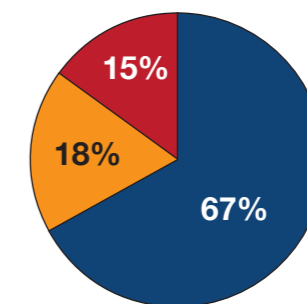
2020



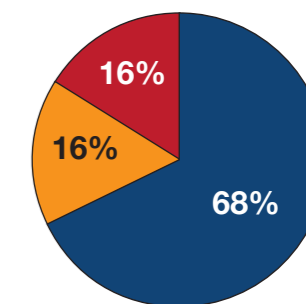
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

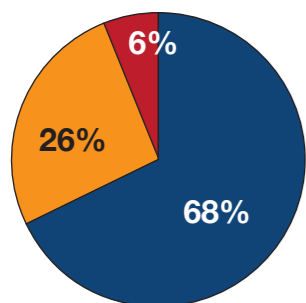
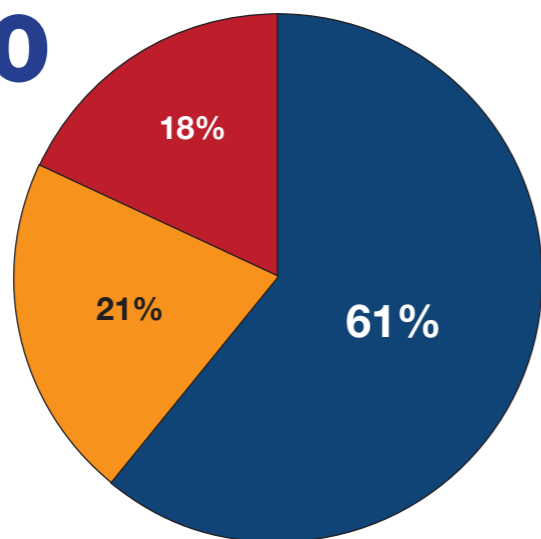


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

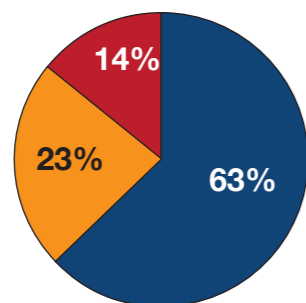


# Labradores

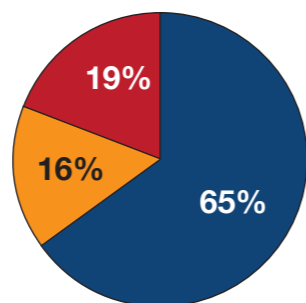
2020



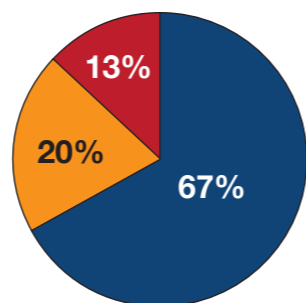
2009



2011

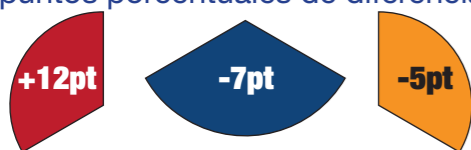


2017

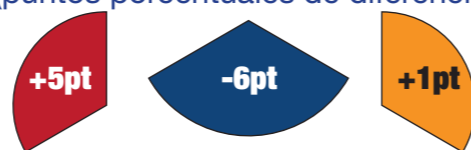


2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

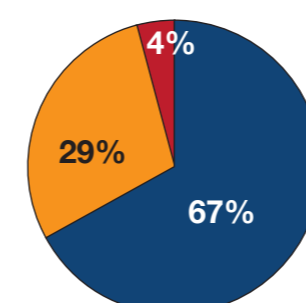
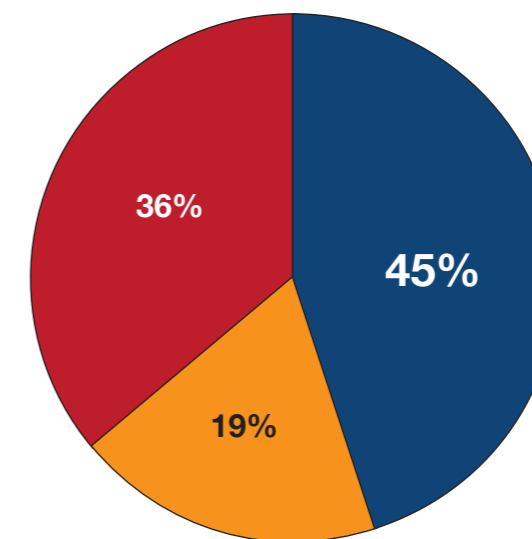


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

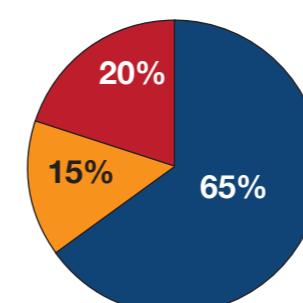


# López Gómez

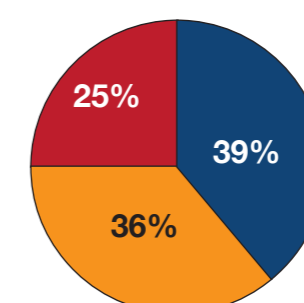
2020



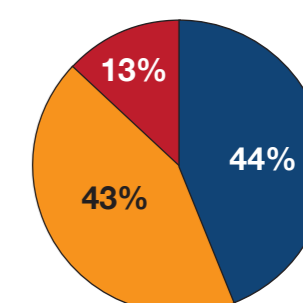
2009



2011

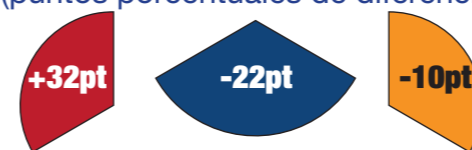


2017

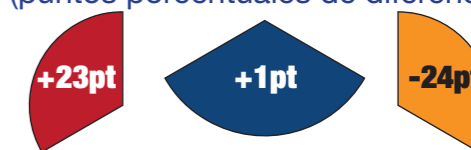


2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

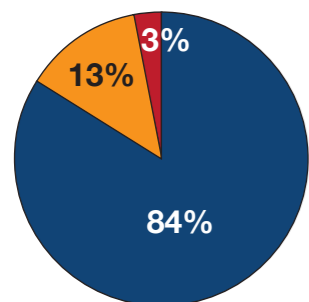
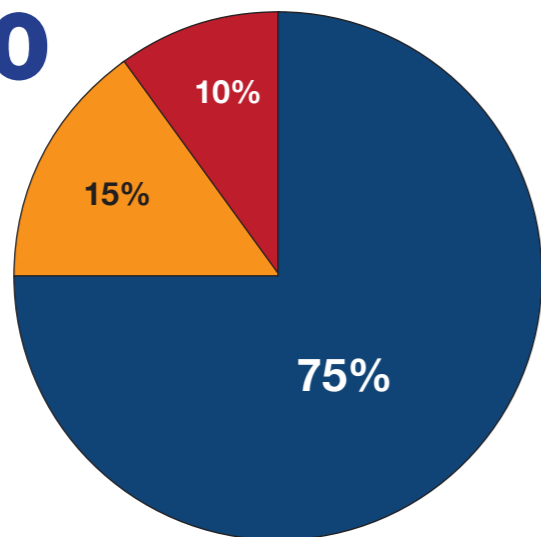


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

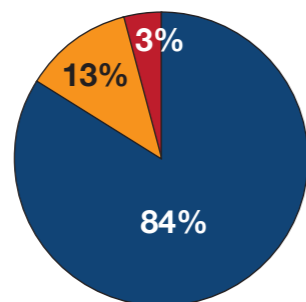


# Mantería

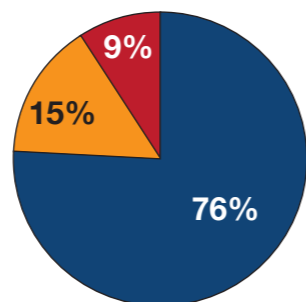
2020



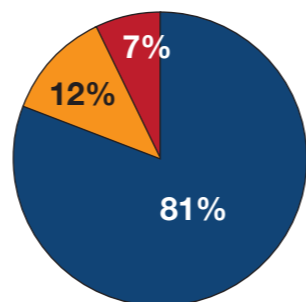
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

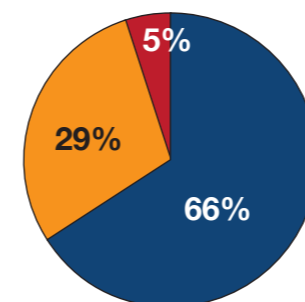
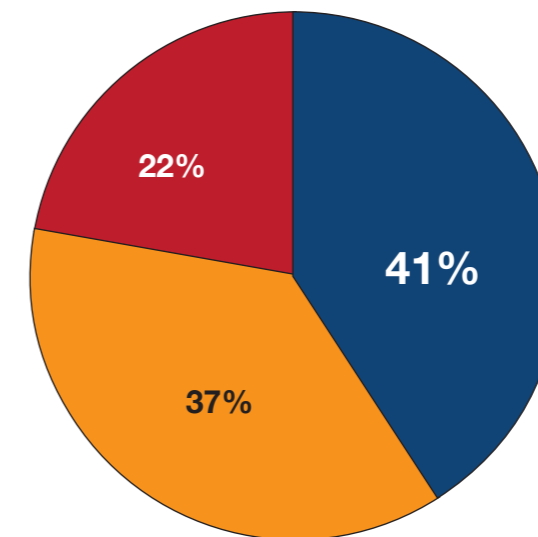


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

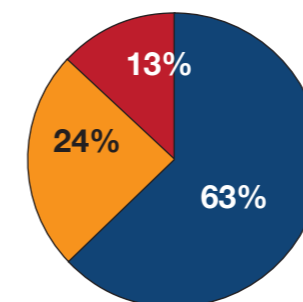


# María de Molina

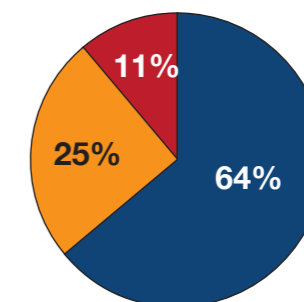
2020



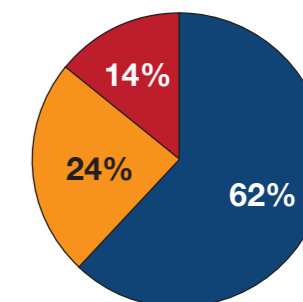
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

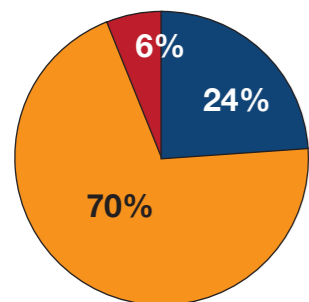
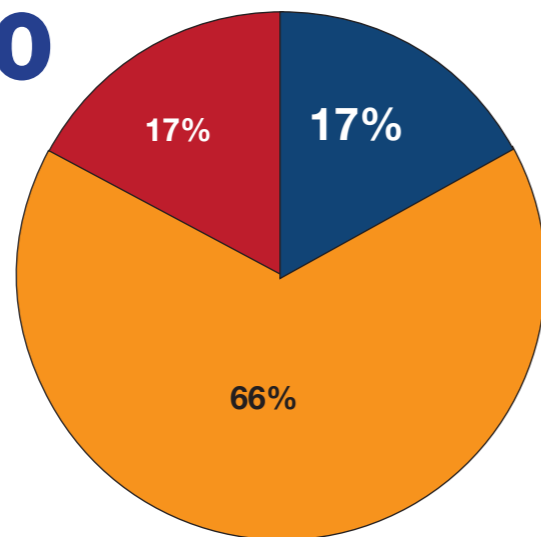


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

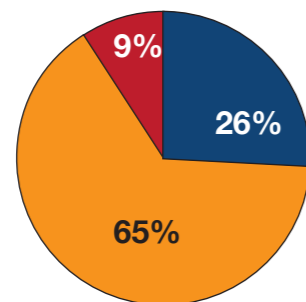


# Miguel Íscar

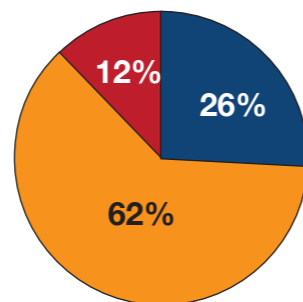
2020



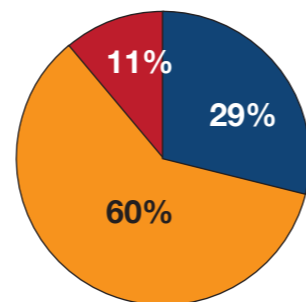
2009



2011



2017

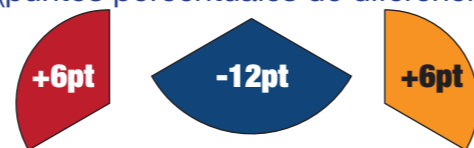


2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

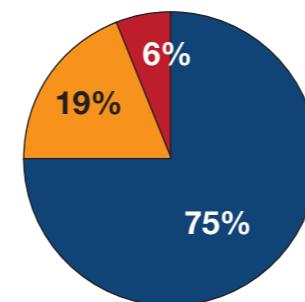
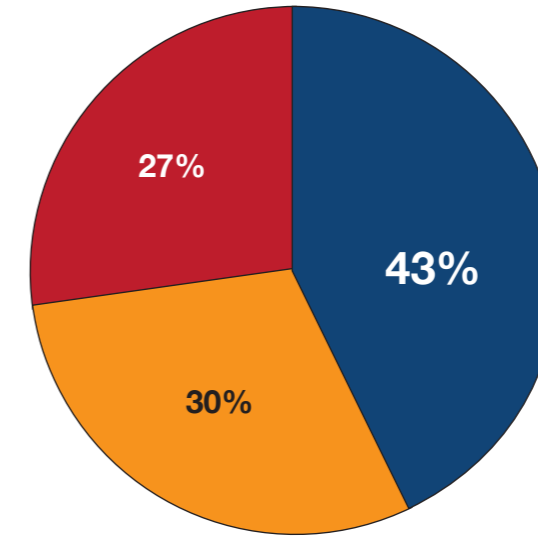


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

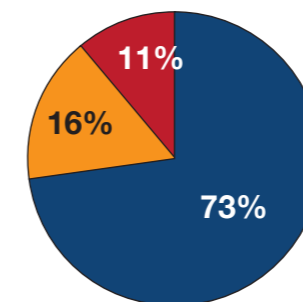


# Montero Calvo

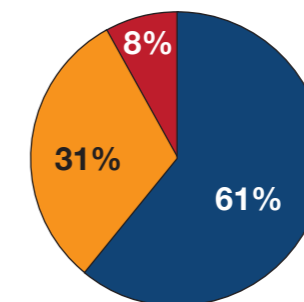
2020



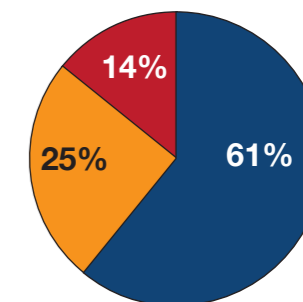
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

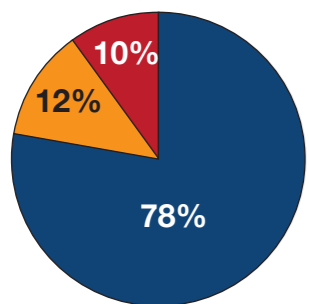
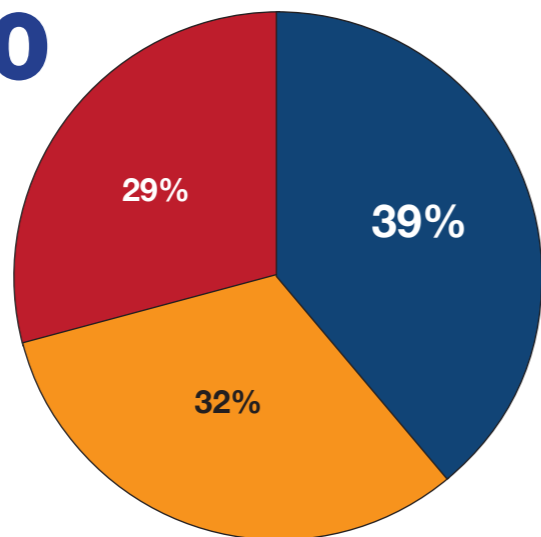


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

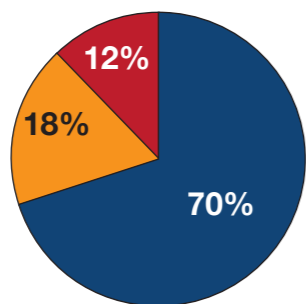


# Panaderos

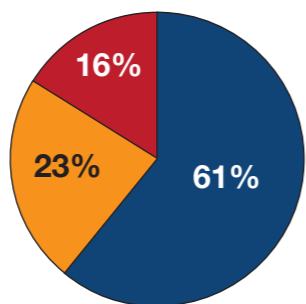
2020



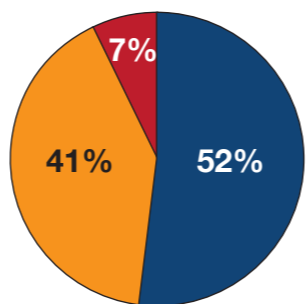
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

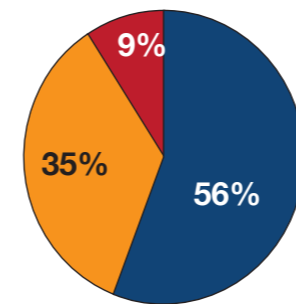
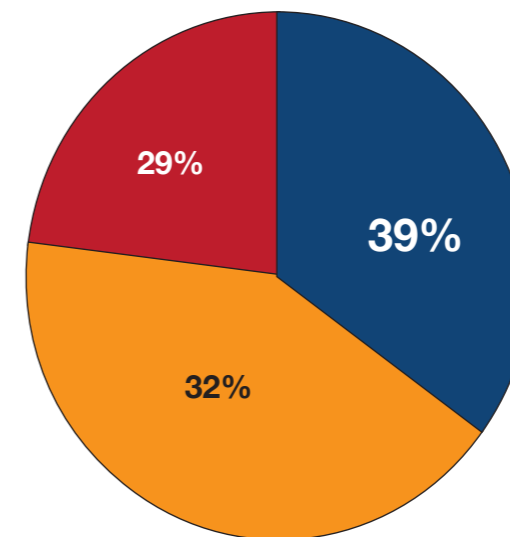


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

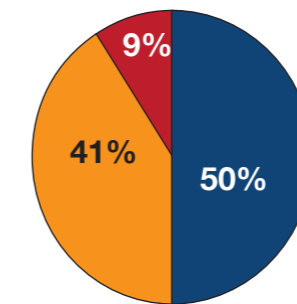


# Pasión

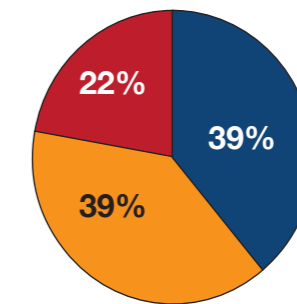
2020



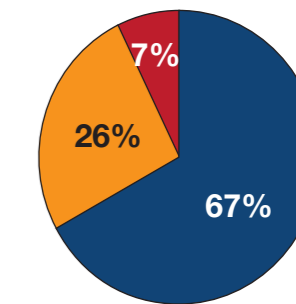
2009



2011

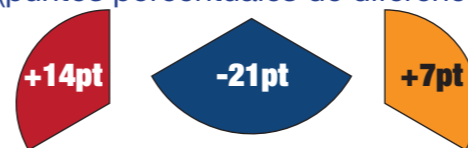


2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

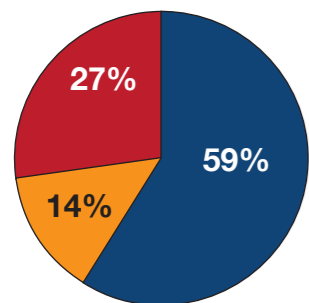
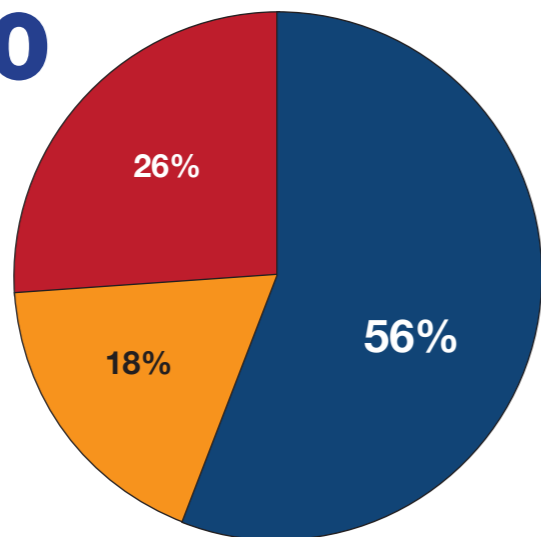


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

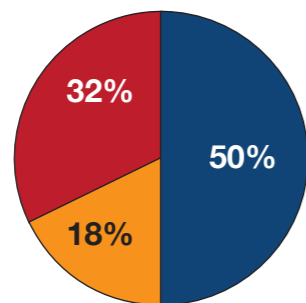


# Platerías

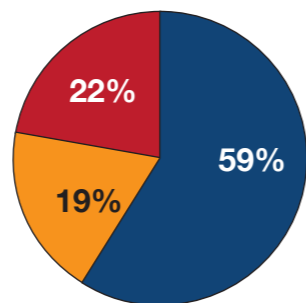
2020



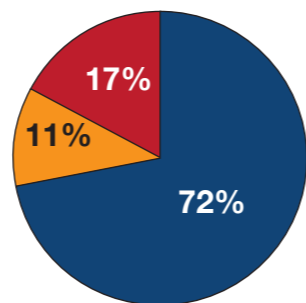
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

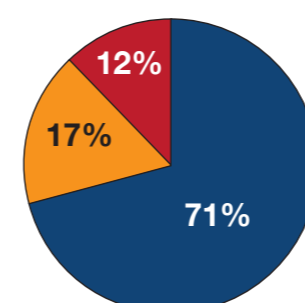
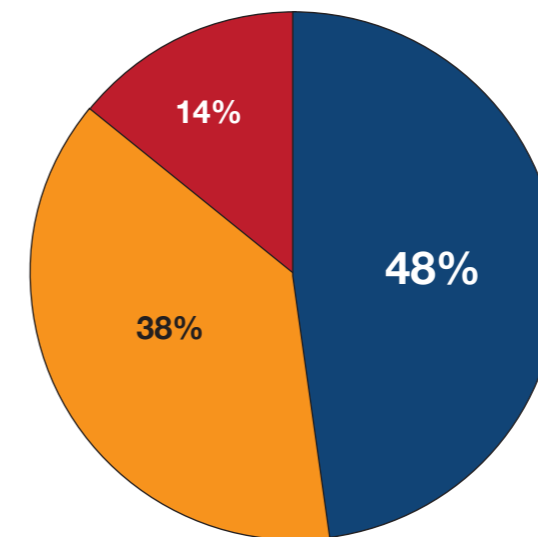


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

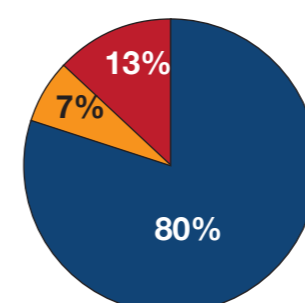


# Regalado

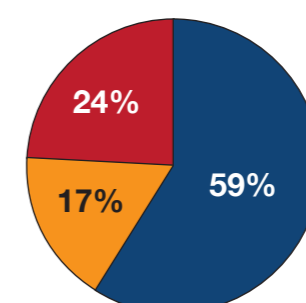
2020



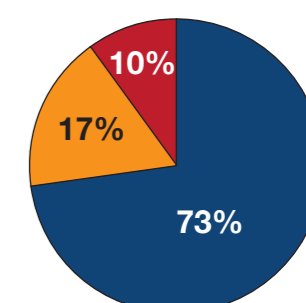
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

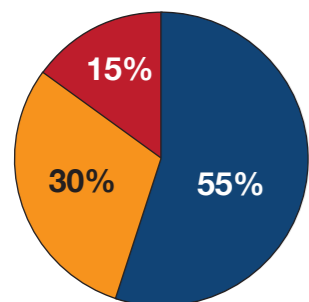
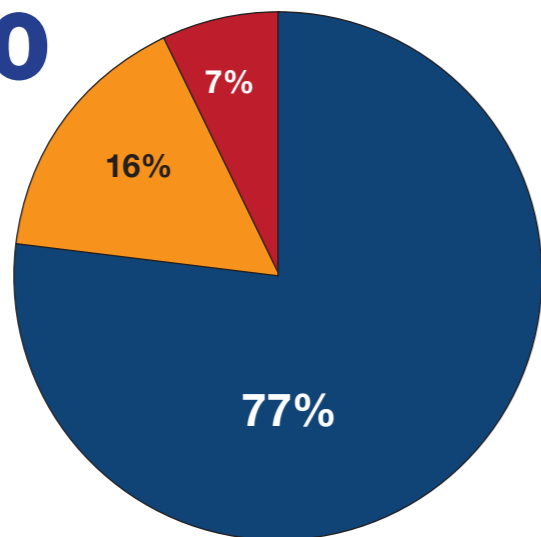


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

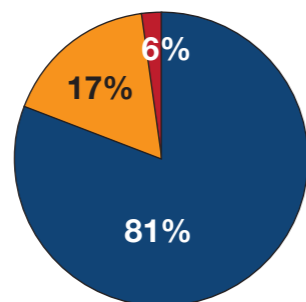


# Santiago

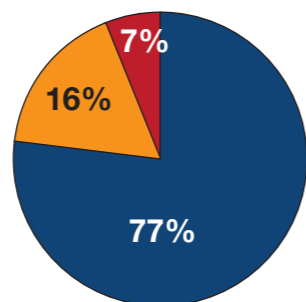
2020



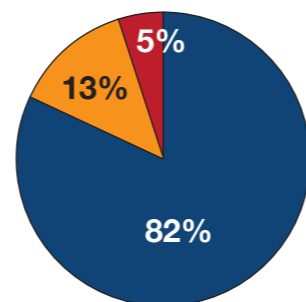
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

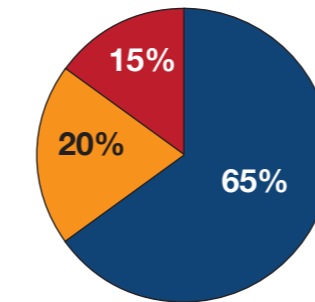
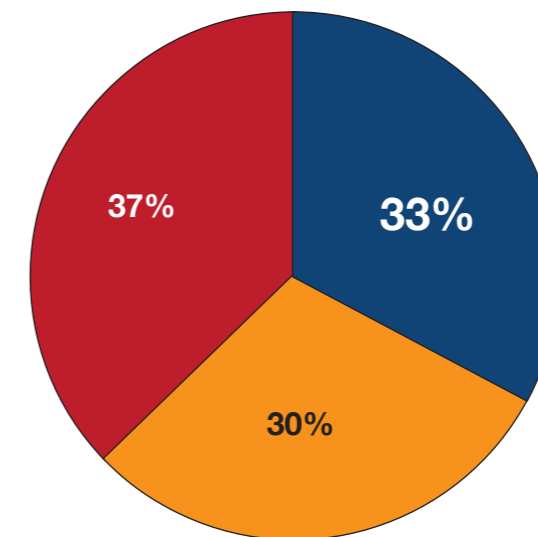


**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

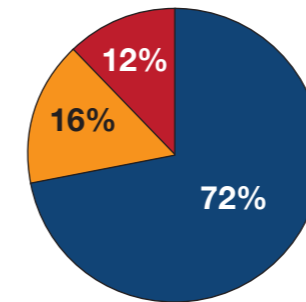


# Santa María

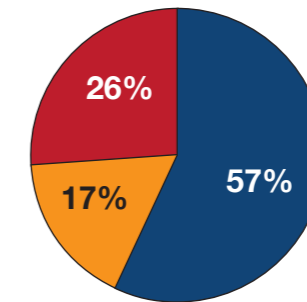
2020



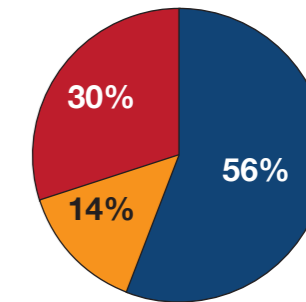
2009



2011



2017



2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)



**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)



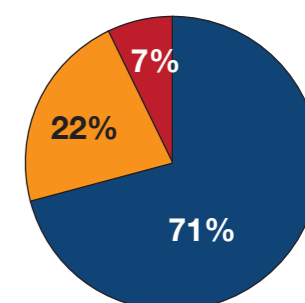
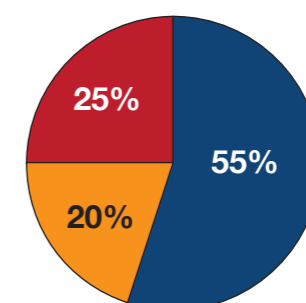
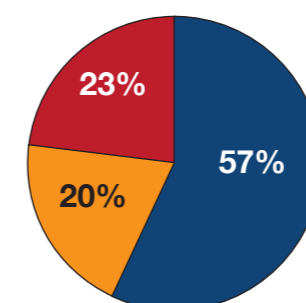
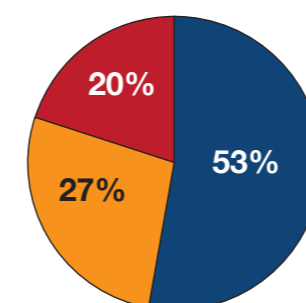
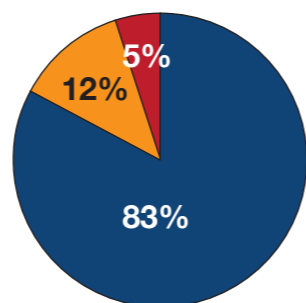
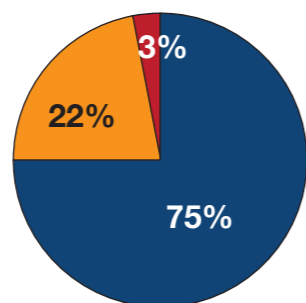
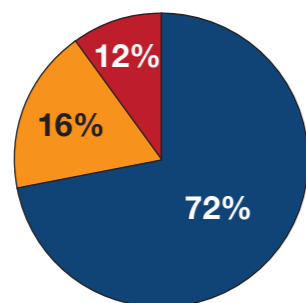
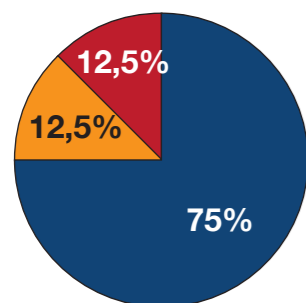
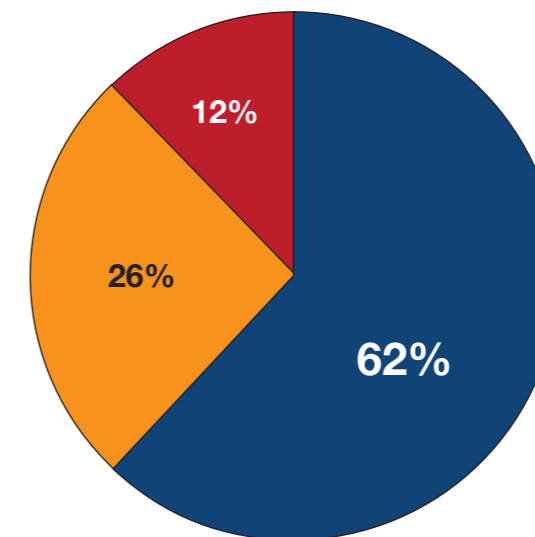
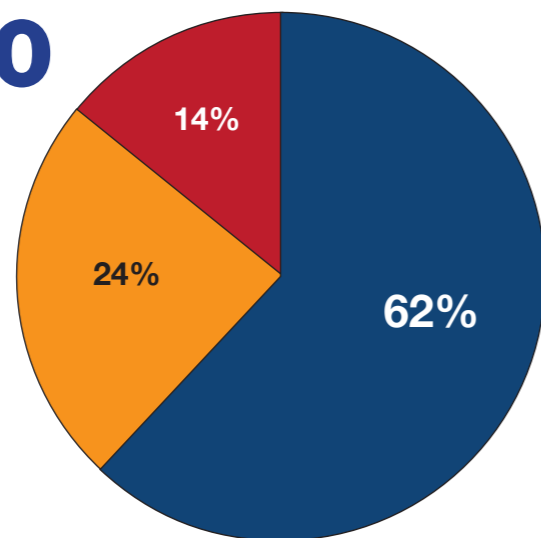


# Teresa Gil

# Zorrilla (paseo)

2020

2020



2009

2011

2017

2019

2009

2011

2017

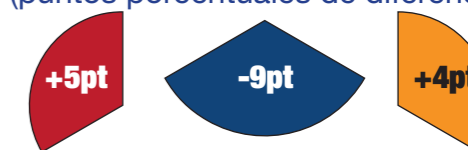
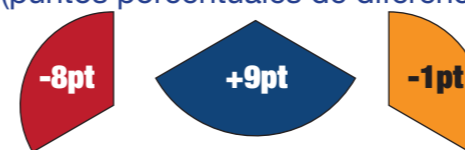
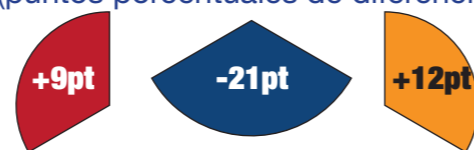
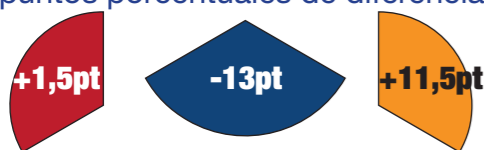
2019

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

**VARIACIÓN 2009-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)

**VARIACIÓN 2019-2020**  
(puntos porcentuales de diferencia)



comerciodeValladolid



**Yo compro**  
**en Valladolid**