

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 2. seiuhilekoa

COMERCIO MINORISTA DE VITORIA-GASTEIZ

INFORME DE COYUNTURA
2º semestre de 2010

Aurkibidea / Índice

	Sarrera / Introducción
1	Salmentak / Ventas
2	Enplegua / Empleo
3	Merkataritza jarduerak / Actividades comerciales
4	Kontsumoa / Consumo
5	Prezioak / Precios

EL INFORME EN TITULARES TXOSTENA TITULARRETAN			
VENTAS	MEJORES RESULTADOS DE LAS VENTAS MINORISTAS AUNQUE AÚN NEGATIVOS	SALMENTAK	ARABAN SALMENTAK HOBEAK IZAN DIRA ORAINDIK BEHERANTZ DOAZ
EMPLEO	EL EMPLEO COMERCIAL MEJORA	ENPLEGUA	MERKATAL ENPLEGUA HOBETUZ DOA
COMERCIOS	LIGERO ASCENSO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES		MERKATAL ESTABLEZIMENDUEN KOPURUA APUR BAT IGO DA
CONSUMO	INDICADORES DE CONSUMO PRESENTAN LOS PRIMEROS SINTOMAS DE RECUPERACIÓN	KONTSUMOA	KONTSUMOAREN ADIERAZLEAK BERPIZTEN HASI DIRA
PRECIOS	LOS PRECIOS REPUNTAN SUAVEMENTE	PREZIOAK	PREZIOEK ZERTXOBAIT GORA EGIN DUTE

Los datos de Ventas de Comercio Minorista en Álava en 2010 se redujeron un 2,2% pero son los mejores resultados de los últimos 3 años. Esta situación se refleja en el empleo comercial, con signos de recuperación, al crecer los afiliados a la Seguridad Social en comercio minorista un 2,5%.

El escenario comercial se mantiene estable, con un ligero saldo positivo en el número de establecimientos.

En relación con la demanda comercial el clima económico refleja síntomas más optimistas ya que crece la afiliación a la Seguridad Social, mejora el Índice de confianza del consumidor, crece la recaudación del IRPF y la recaudación de IVA.

Tendremos que esperar a conocer la evolución de los indicadores económicos de este primer semestre del año para ver si la recuperación se va consolidando.

Indicadores	2.009				2.010				Tendencia
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
OFERTA									
Índice de ventas (% interanual)	-8,1	-5,2	-6,3	-1,4	0,1	-2,8	-3,6	-3,0	→
Ventas comercio pequeña superficie (%)	-12,9	-6,8	-4,4	-3,1	2,3	-0,8	-4,8	-3,0	↓
Ventas comercio de medianas y grandes superficies (%)	-4,7	-3,2	-6,0	-2,2	-1,7	-4,6	-2,6	-1,7	↗
Empleo (% interanual)	-3,3	-6,1	-5,5	-5,6	-4,1	-1,1	-3,4	-1,4	↗
Variación nº comercios	0,7		-0,6		-0,8		0,9		↗
DEMANDA									
AFILIADOS S.S. ÁLAVA (% interanual)	-4,9	-6,4	-5,2	-3,3	-1,2	0,4	-0,2	0,00	↗
AFILIADOS ÁLAVA COMERCIO (12/09-12-10)	-7,9				2,5				↗
IPC (%)	0,0				1,8				↗
IPC COMERCIAL (%)	0,2				0,5				↗
REVISIÓN SALARIAL CONVENIOS (%)	2,9				2,7				→
RECAUDACIÓN IRPF (% interanual)	-8,2				4,6				↗
RECAUDACION IVA (% interanual)	-13,3				26,1				↗
Nº DE HOGARES	94.245				97.443				↗
Nº DE PERSONAS	239.361				240.580				↗

1 Salmentak / Ventas

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

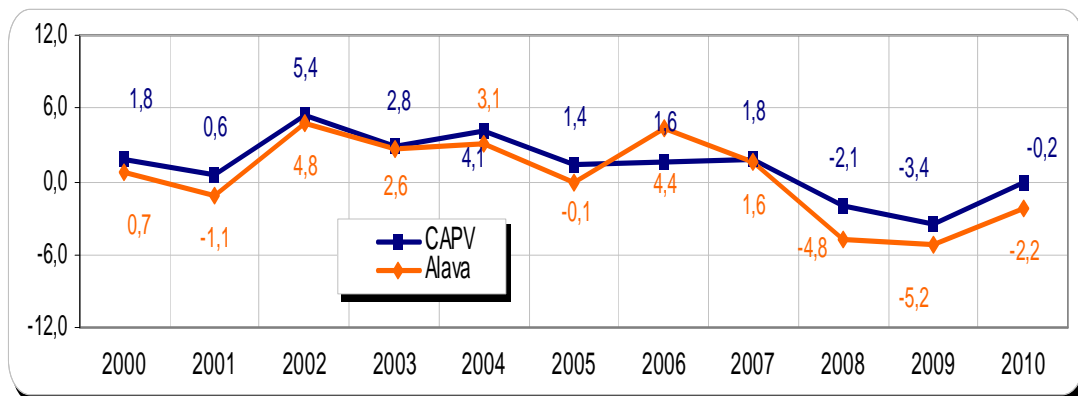
Arabán, 2010eko txikizkako merkataritzaren salmenten joera gora doa, aurreko bi urteetan jaitsi ondoren

Las ventas en el comercio minorista alavés se recuperan de las caídas de los dos años anteriores

El Índice de las ventas anuales del Comercio Minorista en Álava cerró el ejercicio 2010 con una moderación de la caída iniciada en 2007 y que alcanzó su punto más bajo en el cierre de 2009. De tal manera, que la tasa de variación interanual de la cifra de ventas desciende un 2,2% en 2010. No obstante, da la impresión de que estamos al principio de una recuperación, ya que este descenso se ha recuperado en 3 puntos, lo que permite augurar la proximidad de alcanzar valores positivos. El retroceso de las ventas en Álava sigue siendo superior a la media de la CAPV (-0,2%) y el diferencial sigue estando en valores cercanos a 2 puntos.

2. Txikizkako merkataritzako salmenten indizea Urte arteko hazkunde-tasa erreala

Índice de ventas del comercio minorista Tasa de incremento interanual real¹



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

¹ 2010. Dato provisional

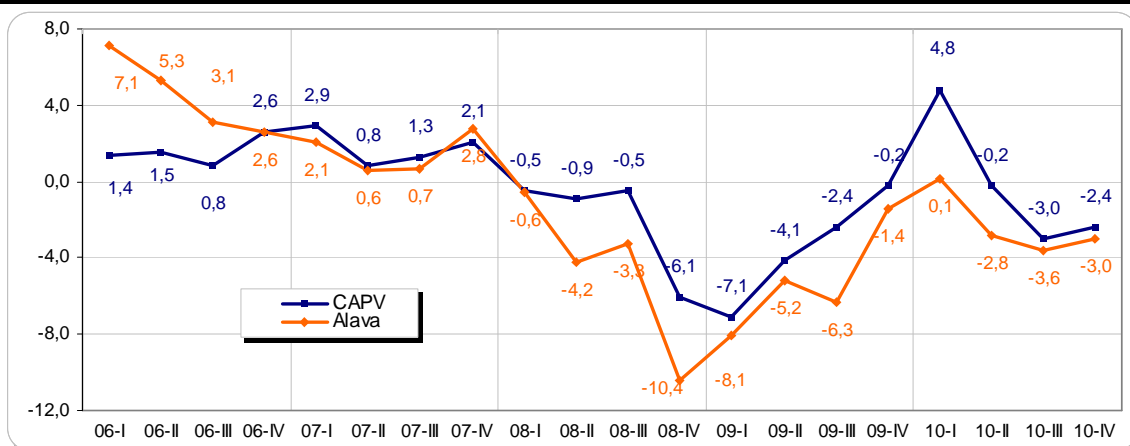
Si analizamos la evolución trimestral de las ventas en Álava y en la CAPV podemos observar que en este último trimestre del año ha vuelto a descender el nivel de ventas en la provincia hasta alcanzar una tasa de descenso de 3% en el caso de Álava y de 2,4% en el caso de la CAPV. En el trimestre anterior en Álava el descenso fue de 3,6% y en la CAPV de 3%.

En el último trimestre de 2008 se inició una trayectoria de recuperación de las ventas del comercio minorista en Álava, que ha sido interrumpida en el tercer trimestre de 2009 y en el segundo trimestre de 2010.

Una aproximación a los resultados trimestrales de ventas en el comercio minorista vasco 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. Sin embargo, esta trayectoria positiva se ha visto interrumpida en el tercer trimestre volviéndose a registrar una caída interanual bastante importante, del 3%, en el último trimestre del año.

Pero, en cualquier caso, tanto en Álava como en la CAPV en los dos últimos años se está recuperando el descenso sufrido en todo el 2008.

3. Txikizkako merkataritzako salmenten hiruhilekoko indizea Aurreko urteko aldi berdinarekiko hazkundera
Índice trimestral de ventas del comercio minorista Tasa de incremento real interanual



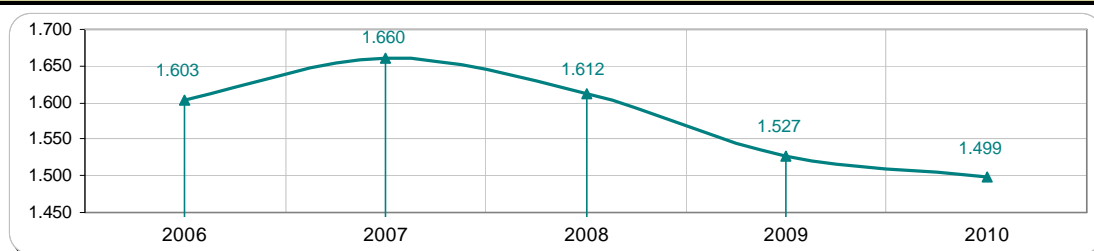
Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista sin estaciones de servicio. Datos corregidos, precios constantes

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

En 2010 la cifra de ventas estimada es de 1.499 millones de euros corrientes. Ello supone un descenso de un 1,86%, con respecto al año pasado.

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



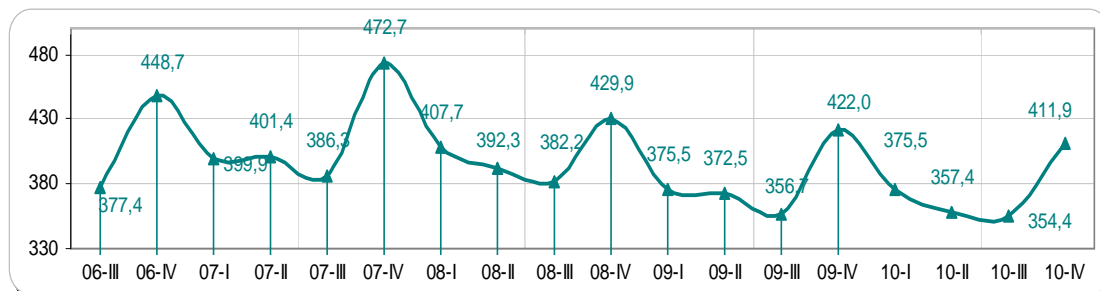
Fuente: Elaboración propia con datos del EUSTAT. CNAE 52.

En el último trimestre del año las ventas ascienden a 412 millones de euros en precios corrientes. En todos los últimos trimestres de los años analizados se experimenta un crecimiento de las ventas, pero este año es el más bajo de los últimos años. De todas maneras, el descenso es solamente de un 1,68%, con respecto al año pasado, mejor resultado si lo comparamos con el año 2008 en el que el descenso de las ventas en el tercer trimestre fue de un 9%.

En el tercer trimestre la cifra de ventas que se alcanzó fue 354 millones de euros, que es también la cifra más baja de los últimos años pero el descenso no ha sido tan acusado como en el año anterior ya que mientras este último trimestre solamente ha descendido un 3% con respecto al año 2009, en el año 2009 con respecto al 2008 descendió casi un 7%.

El momento más álgido de las ventas de los últimos cuatro años se produjo en torno al cierre de 2007.

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. Txikizkako Merkataritza azalera txikia. Salmenta indizea. Comercio minorista pequeña superficie. Índice de ventas.

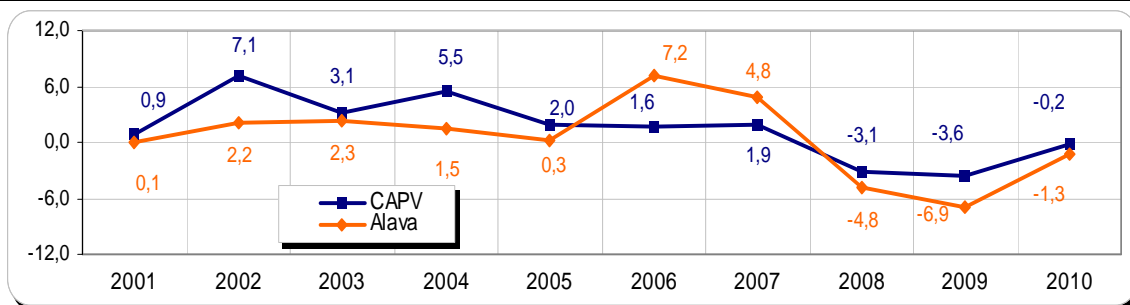
Saltoki txikietan, hirugarren eta laugarren hiruhilekoak ez dira onak izan; dena dela, urteko batez bestekoa ona izan da, bi aurreko urteekin konparatuz gero
Las ventas al final del año en los comercios minoristas de pequeña superficie no han sido muy buenas; de todas maneras, la media del año ha sido mejor que la de los dos años anteriores

En 2010, en Álava, las ventas en el comercio minorista pequeña superficie parecen haber tomado la senda ascendente, con un descenso moderado de 1,3%, después de haber llegado en 2009 a un punto de inflexión, en el que se alcanzó una caída de un 6,9%. En 2010, en la CAPV, el Índice de ventas se ha recuperado de los descensos de dos años consecutivos y alcanzó un valor cercano a 0.

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, Álava 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 txikien salmenten indizea Urte arteko hazkunde-tasa erreala

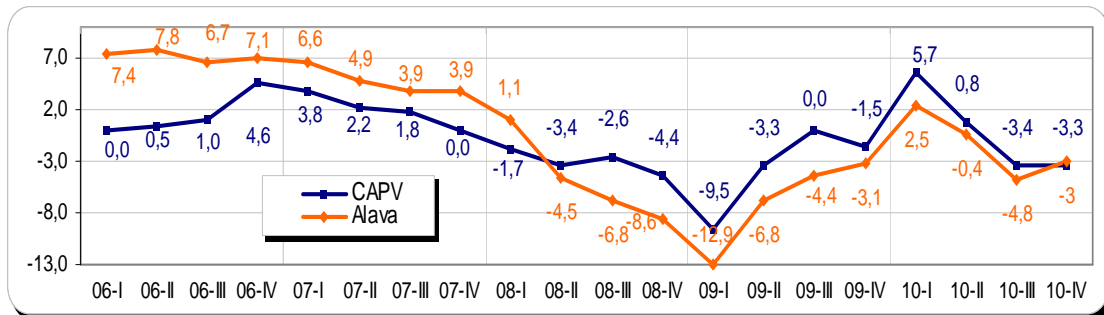
Índice de ventas del comercio minorista pequeña superficie Tasa de incremento interanual real



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

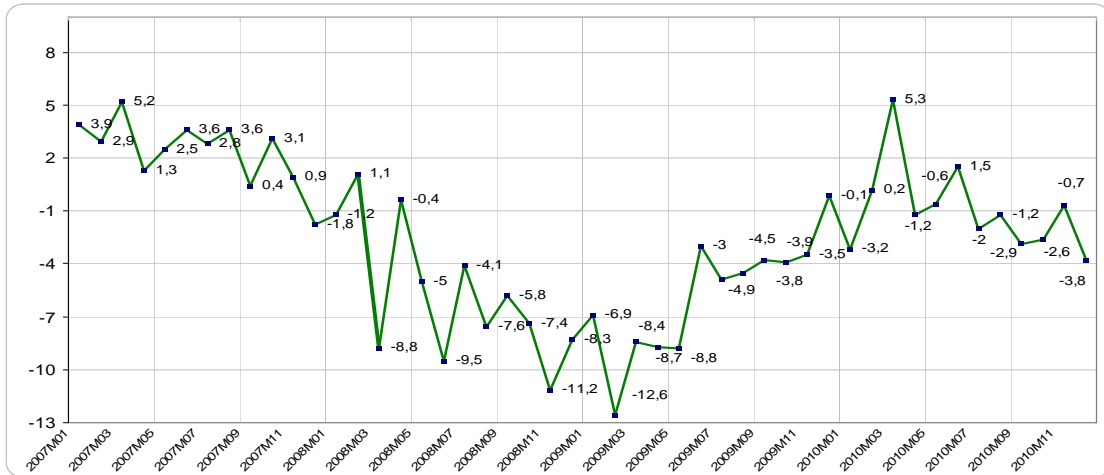
En el tercer trimestre de 2010 las ventas del comercio minorista de pequeña superficie descendieron casi un 5% y en el cuarto trimestre descendieron un 3% sobre el mismo período del año anterior. Por lo tanto, ha sido el primer semestre el único en el que se ha producido un incremento de las ventas en el territorio de Álava. En el caso de la CAPV, la tendencia ha sido muy similar a la de Álava con un punto máximo de las ventas en el primer trimestre del año y un descenso de 3,4%, valor que se mantiene en el último trimestre del año.

7. Txikizkako merkataritza txikien salmenten hiruhilekoko indizea Aurreko urteko aldi berdinarekiko hazkunde-tasa erreala
Índice trimestral de ventas del comercio minorista de pequeña superficie Tasa de incremento real sobre mismo periodo del año anterior



En España la variación interanual más negativa se produjo en marzo de 2009, cuando el descenso de las ventas alcanzó casi un 13%. A partir de ese momento, se inicia una senda ascendente hasta marzo de 2010, momento en el que descienden las ventas pero de manera muy moderada.

8. Espainiako Txikizkako merkataritzaren salmenten hiruhilekoko indizea. Indize orokorra, gasolindegirik gabekoa
Índice trimestral de ventas del comercio minorista en España. Índice general sin estaciones de servicio



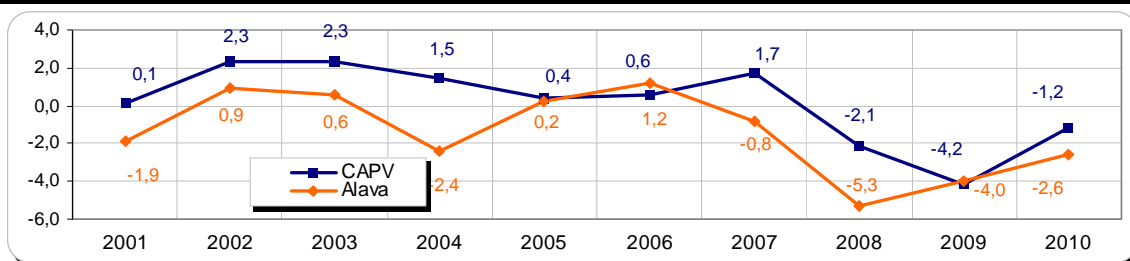
Fuente: INE

1.4. Txikizkakoan merkataritza azalera handietako eta ertainetako salmentak. Comercio en medianas y grandes superficies. Índice de Ventas.

Salmentak urtearen amaieran askoz hobekak dira, aurreko urteekin konparatuz gero
Las ventas en el final del año marcan descensos moderados pero con mucho, mejores que los trimestres de años anteriores

En Álava el Índice de ventas en comercio de medianas y grandes superficies se ha recuperado al marcar el mejor resultado en los dos últimos años, aunque se mantiene todavía en valores negativos ya que las ventas han descendido un 2,6 % con respecto al año pasado. En el caso de la CAPV, la tasa de incremento interanual real se mantiene en valores negativos muy moderados, ya que alcanza un descenso de un 1,2%, recuperándose, por lo tanto del descenso acaecido en 2009 con respecto a 2008, que fue de un 4,2%.

9. Txikizkakoan merkataritza azalera handietako eta ertainetako salmentak . Arteko hazkunde-tasa erreala Índice de ventas en comercio de medianas y grandes superficies. Tasa de incremento interanual real

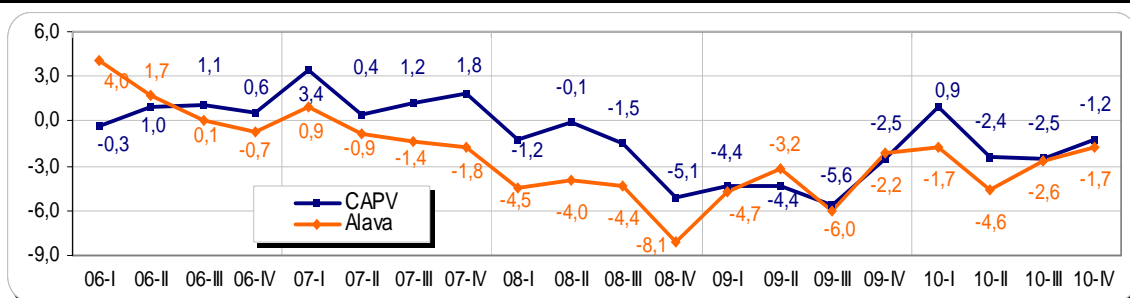


Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista. Datos corregidos, precios constantes. Medianas y grandes superficies

El final del año registra la misma tasa de descenso que el inicio de año, un 1,7%. No obstante, parece difícil que se puedan alcanzar los valores negativos que se consiguieron en el cuarto trimestre del año 2008, donde el descenso supuso un 8%. A partir de ese momento las ventas han seguido una trayectoria vacilante de ascensos y descensos pero más moderada. El tercer trimestre del año muestra un descenso de un 2,6% en la tasa de incremento real sobre el mismo período del año anterior, lo cual supone una moderación en el ritmo de descenso que se alcanzó en el segundo trimestre del año, donde se alcanzó un 4,6%.

En la CAPV, la trayectoria se ha mantenido muy similar en los últimos trimestres del año. Contrariamente, por lo tanto al segundo semestre del año en el que las ventas descendieron en Álava dos puntos más que en la CAPV.

10. Txikizkakoan merkataritza azalera handietako eta ertainetako salmenten hiruhilekoko indizea Aurreko urteko aldi berdinarekiko hazkunde-tasa erreala Índice trimestral de ventas en medianas y grandes superficies Tasa de incremento real interanual



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

2 Enplegua / Empleo

2.1. Txikizkako merkataritzaren okupazio-indizea. Índice de ocupación del comercio minorista.

Txikizkako merkataritza sektoreko enpleguak izan zuen jaitsiera %2,4koa izan zen, baina aurrekoa baino hobea

El empleo comercial se recupera, aunque se mantiene en leve descenso de un 2,4%

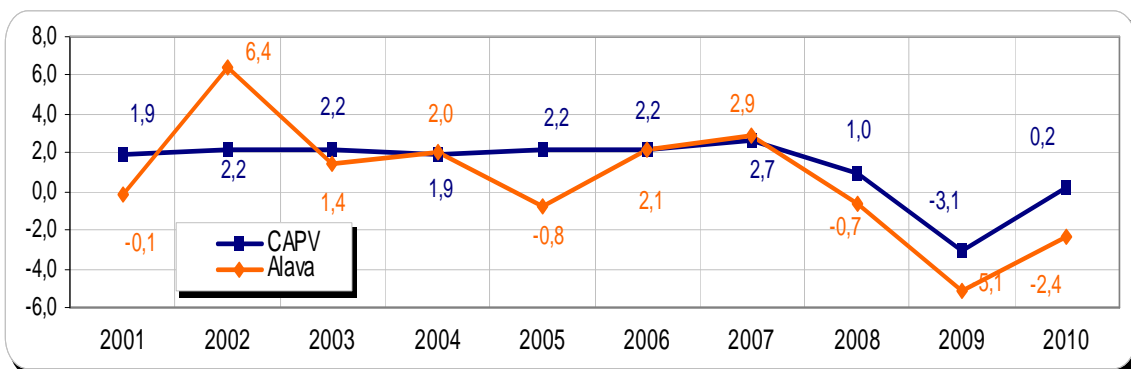
El índice de personal ocupado del Comercio Minorista en Álava ha moderado considerablemente su tendencia bajista de este último año con respecto al año anterior, puesto que así como en 2009 sufrió un retroceso de un 5% la ocupación en Álava y un 3% la ocupación en la CAPV, en 2010 este retroceso se ha moderado hasta un 2% en Álava y en la CAPV se ha mantenido el nivel de ocupación.

El índice de personal ocupado del Comercio Minorista en Álava puede explicar 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%. 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). Y por último, en 2010 las ventas cayeron un 2,2% y el empleo un 2,4%, lo que refleja trayectorias ligeramente diferentes, quizás motivadas por otras dimensiones como el pesimismo, la crisis de confianza, diferentes pautas de ahorro o el cambio en la carga financiera que suponen préstamos hipotecarios u otro tipo de préstamos.

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 Álava.

11. Txikizkako merkataritzako landunen indizea Urte arteko hazkunde-tasa

Índice de ocupación del comercio minorista Tasa de incremento interanual



Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista

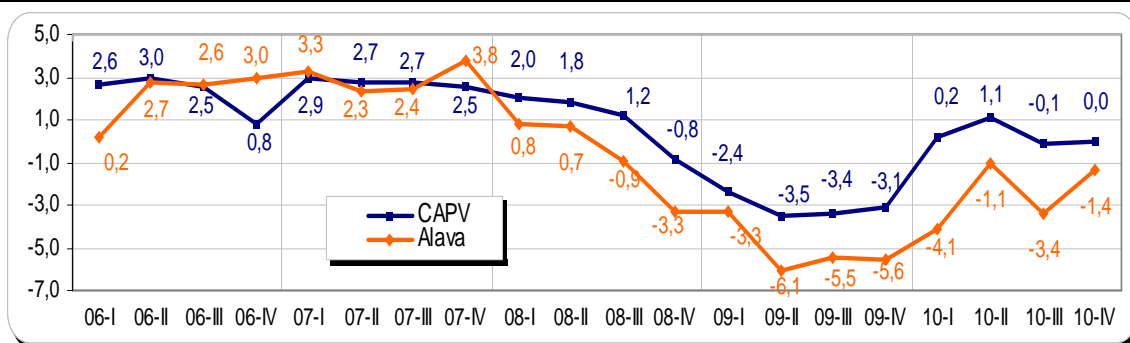
La evolución trimestral del empleo en el sector minorista de Álava, de acuerdo con los datos recogidos por el índice de ocupación minorista, refleja una evolución similar a la de las ventas: asistimos a retrocesos acumulados desde mediados de 2008 con el punto más bajo en el segundo trimestre de 2009, a partir de cuya fecha se empieza a recuperar, inicialmente de una manera más pausada y desde el inicio del año 2010 a un ritmo más rápido.

El personal ocupado en el sector comercial minorista para Álava en el tercer trimestre descendió un 3,4% con respecto al segundo trimestre. En el caso de la CAPV en este mismo trimestre el personal ocupado descendió un 0,1%.

El personal ocupado en el sector minorista alavés en el cuarto trimestre descendió un 1,4% y en la CAPV se mantuvo en los niveles del año anterior.

12. 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

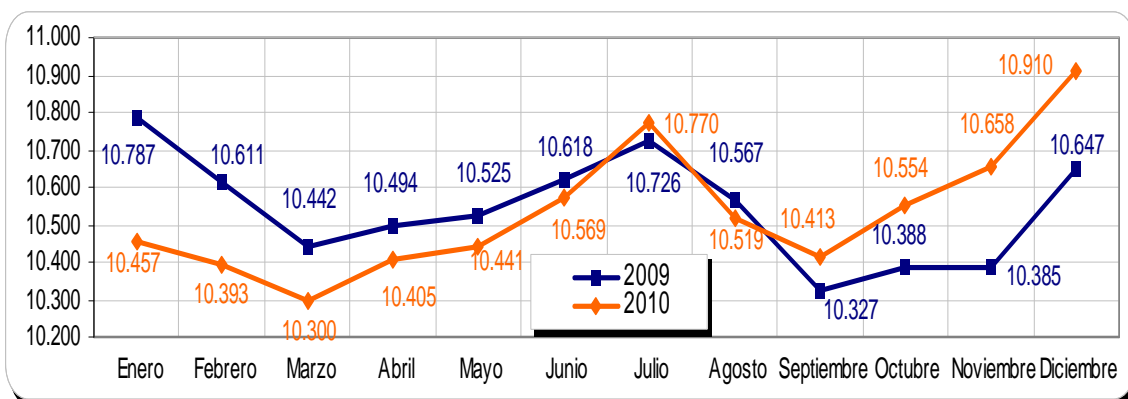


Fuente: EUSTAT. Índice de Comercio Minorista

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 muestran cómo en la primera parte del año 2010 todos los meses el número de afiliados y afiliadas es más bajo que en los mismos meses del año anterior. Tanto en julio como en agosto de 2010 convergieron las cifras de los dos años y a partir de septiembre cada uno de los últimos meses de 2010 registra cifras más positivas que el año anterior. El año finaliza con 10.910 personas trabajando en el sector minorista alavés, un 2,47% más que en el año anterior.

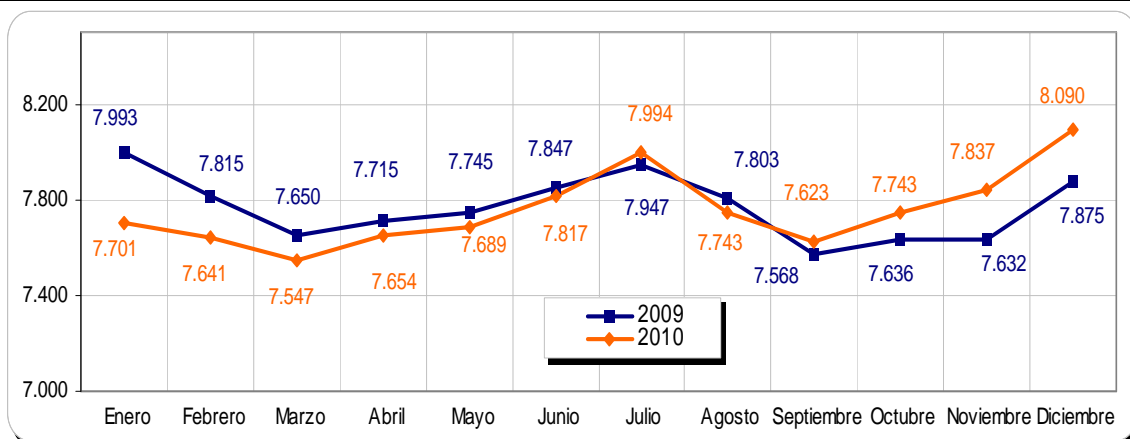
13. Arabako Gizarte Segurantzaren afiliazioa txikizkako merkataritzan Afiliación a la Seguridad Social en el comercio minorista alavés



Fuente: INSS. Sección 47 (CNAE 2009)

El análisis más detallado del número de trabajadores y trabajadoras afiliadas a la Seguridad Social por cuenta ajena muestra una recuperación de la actividad desde el mes de julio, aunque de manera más notable a partir del mes de octubre, con crecimientos que van desde un 1,4% hasta un 2,7% en el último trimestre en la comparativa interanual.

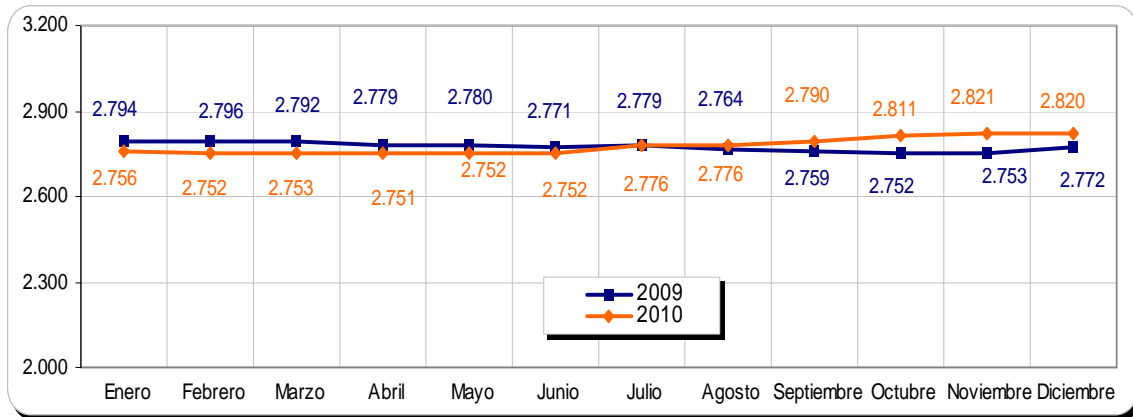
14. Arabako Gizarte Segurantzaren afiliazioa txikizkako merkataritzan Afiliación a la Seguridad Social en el comercio minorista alavés. Trabajadores cuenta ajena



El análisis de la evolución de los trabajadores por cuenta propia muestra una evolución muy parecida a la de los trabajadores por cuenta ajena, con crecimientos de las cifras de afiliados y afiliadas a partir, sobre todo, del último trimestre del año.

15. Arabako Gizarte Segurantzian afiliazioa txikizkako merkataritzan

Afiliación a la Seguridad Social en el comercio minorista alavés. Trabajadores cuenta propia



Fuente: INSS. Sección 47 (CNAE 2009)

3 Merkataritza jarduerak / Actividades comerciales

3.1. Txikizkako merkataritzaren egitura.

Estructura minorista.

El número de establecimientos comerciales minoristas en Vitoria-Gasteiz alcanza a finales de diciembre de 2010 la cifra de 2.962, con una superficie comercial de 381.149 metros cuadrados.

La rama de alimentación concentra el 26,7% de la dotación comercial con 792 establecimientos. Otro comercio, equipamiento de la persona y equipamiento del hogar aportan cada una de ellas en torno al 20% del total. 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 69 establecimientos aporta 95.240 metros cuadrados, la cuarta parte de la superficie comercial de la ciudad. Equipamiento del hogar aporta el 22%; equipamiento de la persona un 16%, otro comercio el 15% y alimentación el 12%.

16. Txikizkako merkataritzaren oinarritzko ezaugarriak, adarka

Características básicas del comercio minorista por rama

Rama	2009				2010			
	Nº	%	M ²	%	Nº	%	M ²	%
Alimentación, bebida y tabaco	789	26,9	46.848	12,5	792	26,7	47.346	12,4
Equipamiento de la persona	561	19,1	58.736	15,7	566	19,1	60.502	15,9
Droguerías, farmacias	192	6,5	16.342	4,4	196	6,6	16.715	4,4
Equipamiento del hogar	551	18,8	82.955	22,2	555	18,7	82.254	21,6
Vehículos y accesorios,	175	6,0	22.718	6,1	175	5,9	23.424	6,2
Otro Comercio	597	20,3	51.166	13,7	609	20,6	55.668	14,6
Comercio mixto	70	2,4	95.734	25,6	69	2,3	95.240	25,0
Total comercio minorista	2.935	100,0	374.499	100,0	2.962	100,0	381.149	100,0

Fuente: Departamento de Promoción Económica y Planificación Estratégica. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

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

a) Establezimendu kop. / Nº de establecimientos.

En el segundo semestre de 2010 tenemos un saldo positivo de 27 establecimientos con respecto al primer semestre y un saldo positivo de 4 establecimientos con respecto al año anterior. Esto contrasta con el dato del primer semestre del año en el que se encontraban registrados 23 establecimientos menos.

Si tenemos en cuenta el saldo con respecto al anterior semestre la rama de Otro comercio es la rama responsable de la mayor parte del crecimiento semestral del número de establecimientos con doce más. Equipamiento del Hogar y equipamiento de la persona ganan cada una 5 establecimientos, en la rama de droguerías y Farmacias existen cuatro establecimientos más, el número de establecimientos en la rama de vehículos, accesorios y carburantes se ha mantenido en el último semestre y en comercio mixto el saldo es de un establecimiento menos.

Si tenemos en cuenta el saldo interanual por ramas, en Alimentación, bebida y tabaco y en la rama de otro comercio el saldo es de 5 establecimientos más. Sin embargo, en la rama de equipamiento de la persona es de cinco establecimientos menos. El resto de ramas oscilan entre un establecimiento más y un establecimiento menos.

17. Saltokien kopuruaren bilakaera, adarka						
Evolución de los establecimientos por rama						
Rama	31/12/2008	31/12/2009	30/6/2010	31/12/2010	Saldo semestral	Saldo interanual
Alimentación, bebida y tabaco	780	787	789	792	3	5
Equipamiento de la persona	592	571	561	566	5	-5
Droguerías, farmacias	194	196	192	196	4	0
Equipamiento del hogar	542	557	551	555	5	-1
Vehículos y accesorios, carburantes	171	174	175	175	0	1
Otro Comercio	606	604	597	609	12	5
Comercio mixto	69	69	70	69	-1	0
Total comercio minorista	2.954	2.958	2.935	2.962	27	4

Fuente: Departamento de Promoción Económica y Planificación Estratégica. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz.

b) Establezimenduen kopapena/ Geodistribución comercial

Si analizamos el número de establecimientos de cada una de las ramas comerciales en función de las zonas económicas se aprecian claras diferencias entre unas y otras.

- En el caso de Alimentación las zonas que están por encima de la media son: Ciudad Sur (60,00%), Arriaga- Abetxuko (49,23%), Salburua (46,15%), Ciudad Este (44,94%) y Lakua (43,78%)
- En Comercio mixto por secciones, están por encima de la media Zabalgana (5%), Resto (4,26%), Segundo Ensanche (4,00%), Avenida (3,86%), Salburua (3,85%), Zaramaga (3,30%), Ciudad Este (3,09%) y Arriaga-Abetxuko (3,08%)
- En droguería las zonas cuya representación de establecimientos es mayor que la media son: Salburua (15,38%), Ciudad Oeste (9,52%), Lakua (9,19%), El Pilar (8,33%) y Avenida (8,21%)
- En Equipamiento del hogar destacan las zonas de El Pilar (30%), Segundo Ensanche (22%), Gorbea (28%), Casco Viejo (19%) y Resto (23%).
- En Equipamiento personal están por encima de la media Ensanche (41%), Centro (38%), Gorbea (21%), Casco Medieval (22%) y Boulevard (49%)
- En Otro comercio al por menor destacan Ciudad Oeste (25%), Avenida (23%), Ensanche (23%) y Segundo Ensanche (21%)
- En Vehículos y accesorios están por encima de la media Resto (47%), Ciudad sur (20%), Zabalgana (17,5%), Zaramaga (9,89%) y Ciudad Oeste (9,52%)

18.Saltokien kopuruaren bilakaera, adarka (% horizontala)							
Distribución de los establecimientos por zona económica y rama (% horizontal)							
Zona económica	Alimentación	Comercio mixto por secciones	Droguería, perfumería	Equipamiento del Hogar	Equipamiento personal	Otro comercio al por menor	Vehículos, accesorios
Arriaga-Abetxuko	49,23	3,08	7,69	7,69	13,85	15,38	3,08
Avenida	35,75	3,86	8,21	14,49	11,11	22,71	3,86
Boulevard	6,25	1,04	4,17	17,71	48,96	21,88	0,00
Casco medieval	26,53	1,53	5,61	19,39	22,45	23,98	0,51
Centro	11,90	0,00	7,14	9,52	38,10	33,33	0,00
Ciudad Este	44,94	3,09	6,74	14,89	8,15	17,13	5,06
Ciudad Oeste	41,27	1,59	9,52	7,94	4,76	25,40	9,52
Ciudad Sur	60,00	0,00	6,67	6,67	0,00	6,67	20,00
El Pilar	30,95	2,38	8,33	29,76	7,14	17,86	3,57
Ensanche	10,26	0,93	7,69	15,85	41,26	23,08	0,93
Gorbea	20,40	2,39	5,70	27,57	20,77	20,96	2,21
Resto	6,91	4,26	2,66	23,40	2,13	13,30	47,34
Lakua	43,78	1,62	9,19	11,89	14,05	17,84	1,62
Salburua	46,15	3,85	15,38	11,54	3,85	19,23	0,00
Segundo Ensanche	28,80	4,00	7,60	22,00	16,00	21,20	0,40
Zabalgana	22,50	5,00	7,50	15,00	7,50	25,00	17,50
Zaramaga	34,07	3,30	6,04	14,29	12,09	20,33	9,89

c) Azalera / Superficie.

A finales de año la superficie total de los establecimientos de comercio minorista había crecido en casi 6.700 metros, con respecto al semestre anterior, esto es, un 1,75% más y en torno a 6.500 metros cuadrados con respecto a hace un año, lo que supone un 1,77% más.

En la rama de otro comercio la superficie de los establecimientos en el último semestre ha crecido 4.500 metros cuadrados y en la rama de equipamiento de la persona ha crecido 1.800 metros cuadrados. Asciede la superficie de la rama de Alimentación, bebida y tabaco, con casi 500 metros más, y desciende la de comercio mixto, con casi 500 metros cuadrados menos.

En el saldo interanual destaca la rama de alimentación, bebida y tabaco como la rama que más metros pierde, 1.200 m². Sin embargo, tienen saldo positivo los establecimientos de equipamiento del hogar, 2.268 metros más, de textil, confección, calzado y piel, 2.100 m² más, de la rama de otro comercio, 1.157 metros más, de comercio mixto, 865 metros más y por último, de la rama de droguerías y farmacias, con 197 m² más.

19. Saltokien azalaren bilakaera, adarka (m ²)						
Evolución de la superficie minorista por rama (m ²)						
Rama	31/12/2008	31/12/2009	30/6/2010	31/12/2010	Saldo semestral	Saldo interanual
Alimentación, bebida y tabaco	48.249	48.560	46.848	47.346	498	-1.214
Equipamiento de la persona	60.444	58.402	58.736	60.502	1.766	2.100
Droguerías, farmacias	16.637	16.518	16.342	16.715	373	197
Equipamiento del hogar	77.604	79.986	82.955	82.254	-701	2.268
Vehículos, accesorios y carburantes	18.907	22.380	22.718	23.424	706	1.044
Otro Comercio	55.051	54.511	51.166	55.668	4.502	1.157
Comercio mixto	96.099	94.375	95.734	95.240	-494	865
Total comercio minorista	372.991	374.732	374.499	381.149	6.650	6.417

Fuente: Dpto. Promoción Económica y Planificación estratégica. 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 minoristas de Vitoria-Gasteiz es de 128,7 m², cifra similar a la existente hace seis meses. Por ramas comerciales, comercio mixto tiene una dimensión media de 1.380 m², equipamiento del hogar de 148 m², vehículos y accesorios de 134 m², equipamiento de la persona y otro comercio, en torno a 100 metros² y la rama de droguerías y farmacia de 85 m².

20. Saltokien batez besteko azalera, adarka (m ² /saltokiko)		
Dimensión media por rama (m ² /establecimiento)		
Rama	30/6/2010	31/12/2010
Alimentación, bebida y tabaco	59,4	59,8
Equipamiento de la persona	104,7	106,9
Droguerías, farmacias	85,1	85,3
Equipamiento del hogar	150,6	148,2
Vehículos y accesorios, carburantes	129,8	133,9
Otro Comercio	85,7	91,4
Comercio mixto	1.367,6	1.380,3
Total comercio minorista	127,6	128,7

Fuente: Dpto. Promoción Económica y Planificación estratégica.

3.4. Merkataritza-dentsitatea adarraren arabera

Densidad comercial por rama

La densidad comercial media estimada para nuestra ciudad alcanza la cifra de 1,6 metro² por habitante. No se aprecian diferencias con respecto al resultado del semestre anterior. 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, droguerías y farmacias, y vehículos, accesorios y combustibles son las que menos aportan a la densidad comercial de la ciudad.

21. Txikizkako merkataritzaren batez besteko dentsitatea adarka (m ² /biztanleko)		
Densidad media por rama comercial (m ² /habitante)		
Rama	30/6/2010	31/12/2010
Alimentación, bebida y tabaco	0,20	0,20
Equipamiento de la persona	0,25	0,25
Droguerías, farmacias	0,07	0,07
Equipamiento del hogar	0,35	0,34
Vehículos y accesorios, carburantes	0,09	0,10
Otro Comercio	0,21	0,23
Comercio mixto	0,40	0,40
Total comercio minorista	1,56	1,58

Fuente: Dpto. Promoción Económica y Planificación estratégica. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

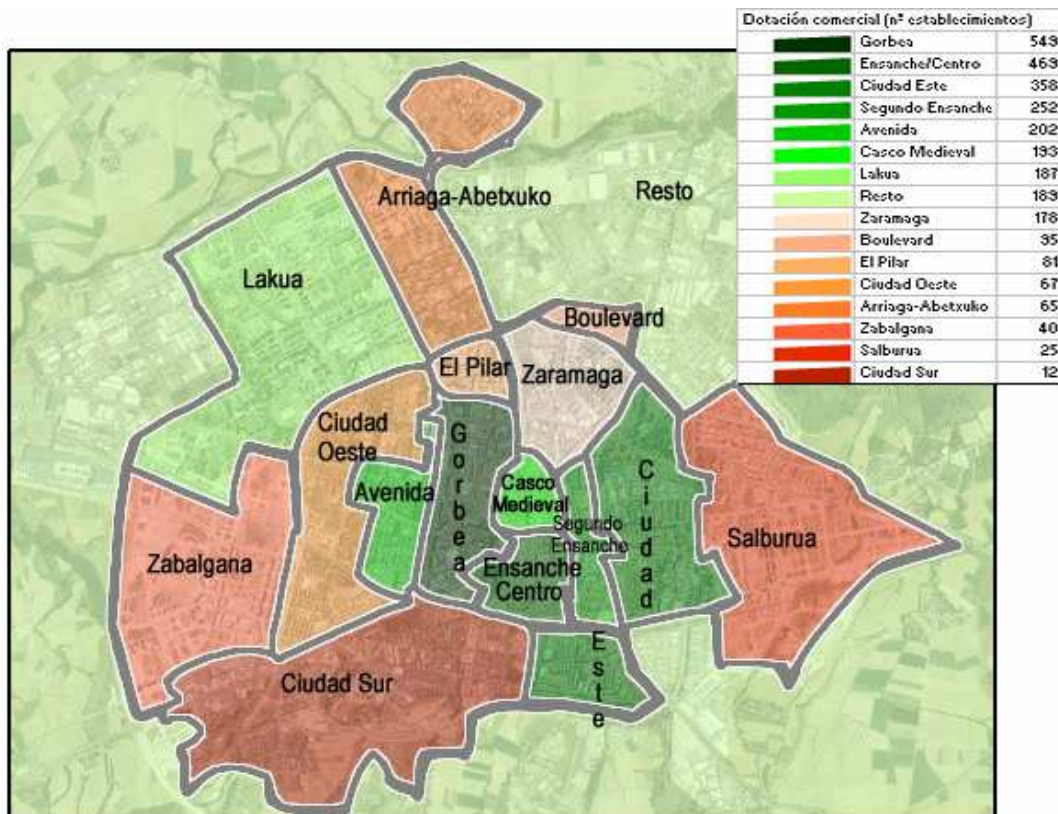
3.5. Txikizkako merkataritzaren lurralde-banaketa

Distribución territorial del comercio minorista

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, esto es, el número de establecimientos comerciales. Así, las zonas de Gorbea, Ensanche-Centro, 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.

22. Saltoki kopurua zonaldeka (2010/12/31)

Nº de establecimientos minoristas por zonas comerciales (31/12/2010)



Boulevard es la primera zona por superficie comercial, con un 15% de los cerca de 381.149 m² disponibles; Gorbea y Segundo 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% 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 6,4% de los establecimientos y el 12,4% de la superficie minorista.

23. Txikizkako merkataritzaren oinarrizko ezaugarriak, zonaldeka						
Características básicas del comercio minorista por zona						
	31/12/2010				Dimensión Media	Densidad Media
Zona Comercial	Nº	%	M²	%	M²	M²/ Hab.
Arriaga-Abetxuko	65	2,2	4.994	1,3	76,8	0,28
Avenida	202	6,8	20.099	5,3	99,5	1,39
Boulevard	95	3,2	55.687	14,6	586,2	
Casco Medieval	193	6,5	14.087	3,7	73,0	1,50
Ciudad Este	358	12,1	25.121	6,6	70,2	0,54
Ciudad Oeste	67	2,3	2.612	0,7	39,0	0,15
Ciudad Sur	12	0,4	547	0,1	45,6	0,12
El Pilar	81	2,7	7.501	2,0	92,6	1,03
Ensanche/Centro	469	15,8	46.789	12,3	99,8	5,35
Gorbea	549	18,5	49.185	12,9	89,6	2,09
Lakua	187	6,3	21.511	5,7	115,0	0,60
Resto	189	6,4	47.299	12,4	250,3	9,57
Salburua	25	0,8	9.218	2,4	368,7	0,90
Segundo Ensanche	252	8,5	49.644	13,0	197,0	5,54
Zabalgana	40	1,3	9.150	2,4	228,8	0,64
Zaramaga	178	6,0	17.705	4,6	99,5	1,07
Total Vitoria-Gasteiz	2.963	100,0	381.149	100,0	128,7	1,58

Fuente: Dpto. Promoción Económica y Planificación estratégica. Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz

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

El saldo semestral es de 27 establecimientos más. Las zonas que experimentan crecimientos positivos son: Zabalgana (+7), Ensanche-Centro (+7), Zaramaga (+6), Resto (+5), Boulevard (+4), Casco Medieval, Avenida y Salburua con un saldo de dos establecimientos más cada una de ellas y Ciudad Sur (+1). Se mantienen con el mismo número de establecimientos Arriaga-Abetxuko y Gorbea. Y experimentan saldos negativos las siguientes: Lakua (-4), El Pilar (-4), Ciudad Este (-2) y Ciudad oeste (-1).

El saldo interanual es de 4 establecimientos más. Las zonas que experimentan crecimientos positivos son: Resto, (+10), Zabalgana (+8), Casco Medieval (+7), Boulevard (+6), Avenida (+4), Ensanche/Centro (+4), Ciudad Sur (+1), Salburua (+1) y Segundo Ensanche (+1). En Ciudad Oeste y en Zaramaga el saldo es 0. En otras zonas económica, se han experimentando saldos negativos. Son las siguientes: Ciudad Este (-13), Gorbea (-8), Lakua (-7), El Pilar (-6) y Arriaga-Abetxuko (-4).

24. Saltokien kopuruaren bilakaera, zonaldeka Evolución del comercio minorista por zona						
Zona Comercial	31/12/2008	31/12/2009	30/6/2010	31/12/2010	Saldo interanual	Saldo semestral
Arriaga-Abetxuko	73	69	65	65	-4	0
Avenida	201	198	200	202	4	2
Boulevard	96	89	91	95	6	4
Casco Medieval	193	186	191	193	7	2
Ciudad Este	368	371	360	358	-13	-2
Ciudad Oeste	70	67	68	67	0	-1
Ciudad Sur	9	11	11	12	1	1
El Pilar	86	87	85	81	-6	-4
Ensanche/Centro	469	465	462	469	4	7
Gorbea	559	557	549	549	-8	0
Lakua	182	194	191	187	-7	-4
Resto	167	179	184	189	10	5
Salburua	23	24	23	25	1	2
Segundo Ensanche	255	251	250	252	1	2
Zabalgana	25	32	33	40	8	7
Zaramaga	178	178	172	178	0	6
Total Vitoria-Gasteiz	2.954	2.958	2.935	2.962	4	27

Fuente: Dpto. Promoción Económica y Planificación estratégica. Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz

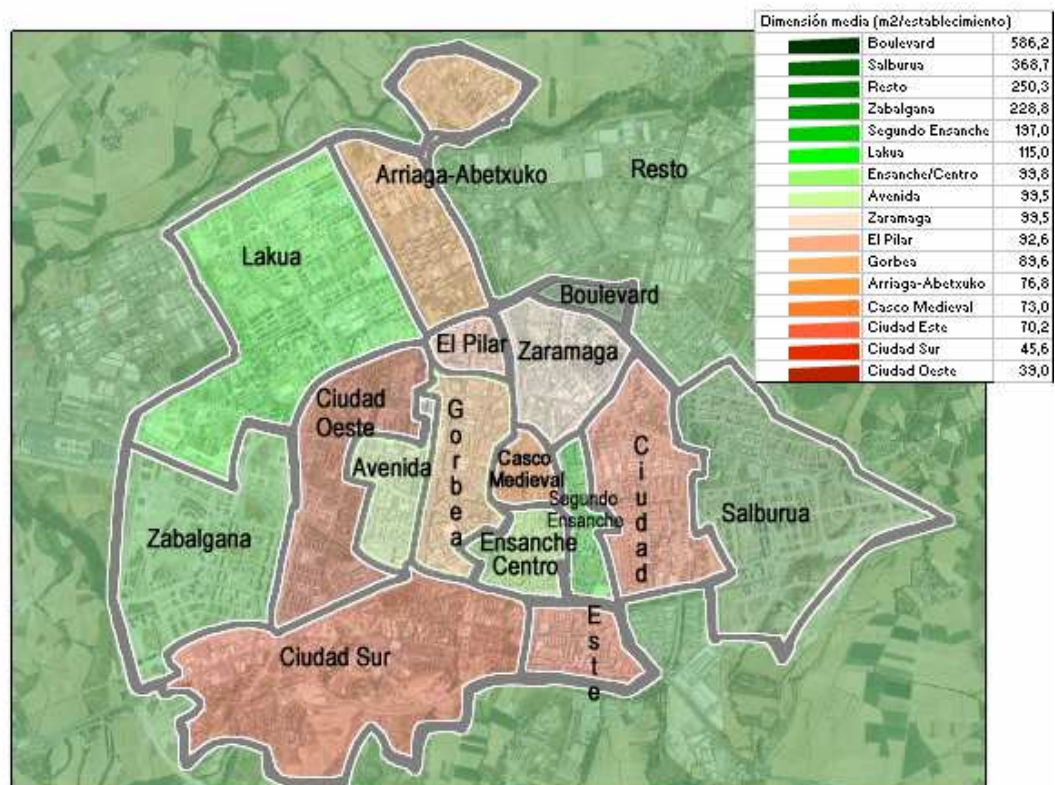
3.7. Txikizkako merkataritzaren batez besteko tamaina zonaren arabera

Dimensión media del comercio minorista por zona comercial

Las zonas cuya dimensión supera la media son Boulevard (586 m²), Salburua (386 m²), Resto (250 m²), Zabalgana (229 m²) y Segundo Ensanche (197 m²). Las zonas cuya dimensión es menor que la media son el resto y destacan Ciudad Oeste, Ciudad sur y Ciudad Este como las que menor dimensión media tienen, 70m², 45,6 m² y 39 m², respectivamente.

25. Saltokien batez besteko azalera (m²) zonaldeka (2010/12/31)

Dimensión media (m²) de los establecimientos minoristas por zonas (31/12/2010)

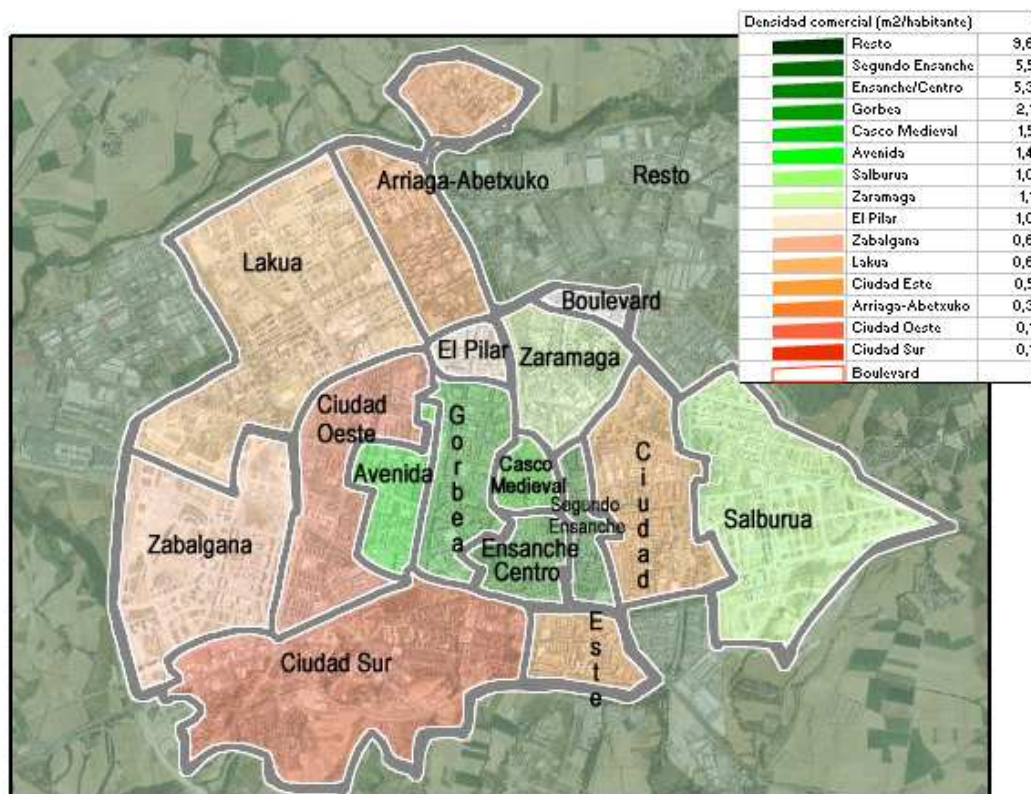


3.8. Batez besteko merkataritza-dentsitatea zonaren arabera Densidad Comercial media por zona comercial

Las zonas con mayor número de superficie comercial con respecto al total son Boulevard (15%), Segundo Ensanche y Gorbea (13% cada una de ellas) y Resto y Ensanche (12% cada una de ellas). Sin embargo las zonas más populosas son Ciudad Este (19% del total de la población), Lakua (15%), Gorbea (10%), Ciudad Oeste (7%) y Arriaga y Abetxuko 7%. Por lo tanto, la única zona cuyo número de habitantes y total de superficie está relacionada proporcionalmente es la zona de Gorbea. Esto nos lleva a hablar de que algunas zonas tienen una vocación de comercios de ciudad, que dan servicio a toda la ciudad (Centro y Boulevard) y sin embargo en otras zonas el comercio tiene una función mayor de servicio de proximidad.

El ranking de zonas con mayor superficie por habitante se mantiene sin modificaciones con respecto al semestre pasado.

26. Merkataritza dentsitatea (m² biztanleko) zonaldeka (2010/6/30)
Densidad comercial (m²/hab.) por zona (30/6/2010)



3.9. Merkataritzako higikortasun demografikoa

Movilidad demográfica comercial.

La Tasa de movilidad demográfica comercial relaciona la suma de movimientos de altas y bajas con el número de establecimientos que existían al principio del semestre.

Como se ha expuesto con anterioridad, la dinámica de cierre y apertura de establecimientos a lo largo del segundo semestre de 2010 ha dado como resultado un saldo positivo de 27 comercios con respecto al semestre anterior. Esto es el resultado del saldo entre 142 altas y 115 bajas. Tanto el número de aperturas como el de cierres han 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 8,8%, después de haber alcanzado un 12,5% en el segundo semestre de 2009 y un 9,6% en el primer trimestre de 2010.

Este descenso de las tasas de dinamismo y cierre ha sido generalizado en prácticamente todas las ramas comerciales, sobre todo en otro comercio (-4 puntos), en equipamiento de la persona (-4 puntos) y en comercio mixto (-3 puntos). Ha aumentado el dinamismo comercial en la rama de alimentación, bebida y tabaco (+3 puntos), en droguerías y farmacias (+3 puntos). En equipamiento del Hogar y en Vehículos y accesorios el dinamismo se mantiene en valores muy similares.

27. Merkataritzaren higikortasun tasa demografikoa adarka			
Tasa de movilidad demográfica comercial por rama			
Rama	2009-II	2010-I	2010-II
Alimentación, bebida y tabaco	12,5	10,7	13,8
Equipamiento de la persona	13,5	11,2	7,3
Droguerías, farmacias	8,1	8,2	11,5
Equipamiento del hogar	13,5	6,5	4,7
Vehículos y accesorios, carburantes	11,5	5,2	6,9
Otro Comercio	12,8	11,8	7,4
Comercio mixto	8,7	7,2	4,3
Total comercio minorista	12,5	9,6	8,8

Fuente: Dpto. Promoción Económica y Planificación estratégica. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

En un análisis por zonas comerciales descubrimos que en algunas zonas la movilidad es mayor que la media, dicese, por ejemplo, de Salburua (52%), de Zabalgana (27%), de Segundo Ensanche (12%), de Lakua (10,5%), de Ensanche/Centro (10%), de Casco Medieval, de Ciudad Sur y de El Pilar (9%).

Sin embargo, en Zaramaga, Ciudad Este, Boulevard, Ciudad Oeste, Gorbea, Arriaga-Abetxuko, Resto y Avenida, la tasa de movilidad es menor que la media de la ciudad de Vitoria-Gasteiz, que es un 8,8%.

28. Merkataritzaren higikortasun tasa demografikoa zonaldeka			
Tasa de movilidad demográfica comercial por zona			
Zona Comercial	2009-II	2010-I	2010-II
Arriaga-Abetxuko	16,4	11,6	6,2
Avenida	11,3	5,1	5,0
Boulevard	10,8	6,7	4,4
Casco Medieval	18,7	16,7	9,4
Ciudad Este	9,0	9,4	7,8
Ciudad Oeste	10,3	7,5	7,4
Ciudad Sur	44,4	0,0	9,1
El Pilar	11,2	4,6	9,4
Ensanche/Centro	11,2	9,2	10,2
Gorbea	14,3	8,3	6,6
Lakua	14,9	11,9	10,5
Resto	11,7	10,6	6,0
Salburua	20,0	20,8	52,2
Segundo Ensanche	8,7	9,2	12,0
Zabalgana	24,1	9,4	27,3
Zaramaga	12,2	13,5	8,1
Total Vitoria-Gasteiz	12,5	9,6	8,8

Fuente: Dpto. Promoción Económica y Planificación estratégica.

4 Kontsumoa / Consumo

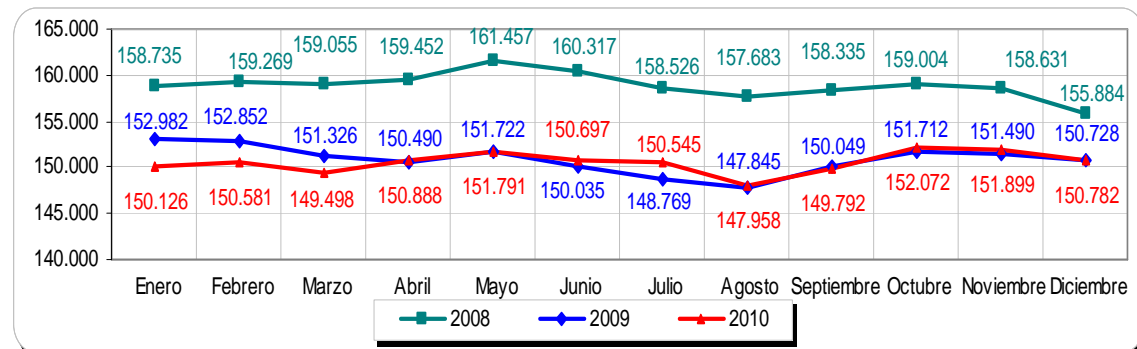
Enpleguak goranzko joera hartu du baina 2008ko mailatik urrun gaude, oraindik 240.580 biztanle gara, 2009an baino %0,5 gehiago. Etxebizitza kopurua %3,4 hazi da Soldatak moteldu egin dira eta KPI-aren hurbil daude

PFEZen zein BEZaren zerga-bilketaren bilakera inportantea izan da
 El empleo se recupera progresivamente aunque no alcanza los resultados del 2008
 Somos 240.580 habitantes, un 0,5% más que en 2009. Los hogares son un 3,4% más
 Moderación salarial con valores cercanos al IPC
 Crecimiento de la recaudación de IRPF e IVA

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

Estos dos últimos trimestres el mercado laboral del Territorio Histórico ha continuado recuperándose ya que la población ocupada sigue en senda ascendente, mejorando los resultados del año anterior pero sin llegar a la cifra de afiliados y afiliadas en la Seguridad Social de hace dos años.

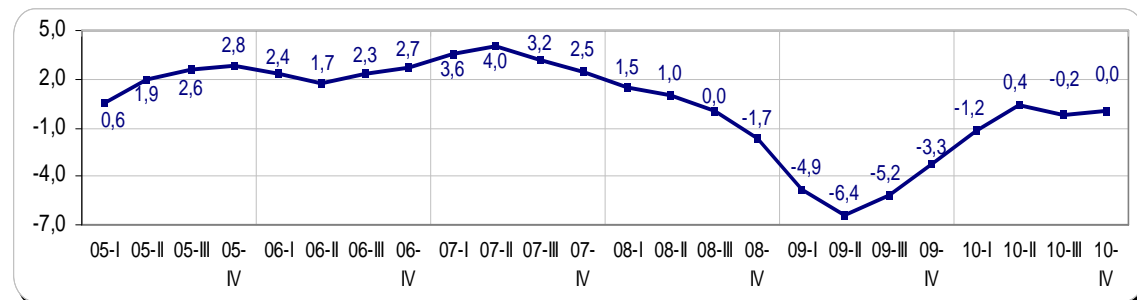
29. Arabako Gizarte Segurantzako afiliazioa Afiliación a la Seguridad Social en Álava



Fuente: INSS.

La Tasa de variación intertrimestral de la Afiliación a la Seguridad Social nos muestra que alcanzó su punto más bajo en los últimos años en el segundo trimestre de 2009 para iniciar una senda ascendente que alcanzó su punto más álgido en el segundo trimestre de 2010, con un crecimiento de un 0,4%.

30. Arabako Gizarte Segurantzaren afiliazioa Hiruhilekoen arteko hazkunde tasa Afiliación a la Seguridad Social en Álava Tasa de variación intertrimestral



Fuente: INSS. Datos a final de cada trimestre

→ Etxe kopuruaren bilakaera / Evolución del número de hogares

Hay decisiones de compra que se toman en los hogares, por lo que el análisis de la estructura de éstos nos puede ayudar a comprender cómo pueden ser los hábitos de compra en volumen y en tipo de los consumidores.

En el último año, el incremento del número de hogares en nuestra ciudad ha sido de un 3,39%, esto es, existen un total de 97.443 hogares, 3.198 hogares más que el año pasado. El ritmo de crecimiento de la población ha sido de un 0,50%. Hemos pasado de una población de 239.361 a una de 240.580 personas. Esta evolución debería implicar una evolución de la demanda, demanda modulada por la situación económica, las expectativas futuras y la propia evolución de necesidades y hábitos de los consumidores.

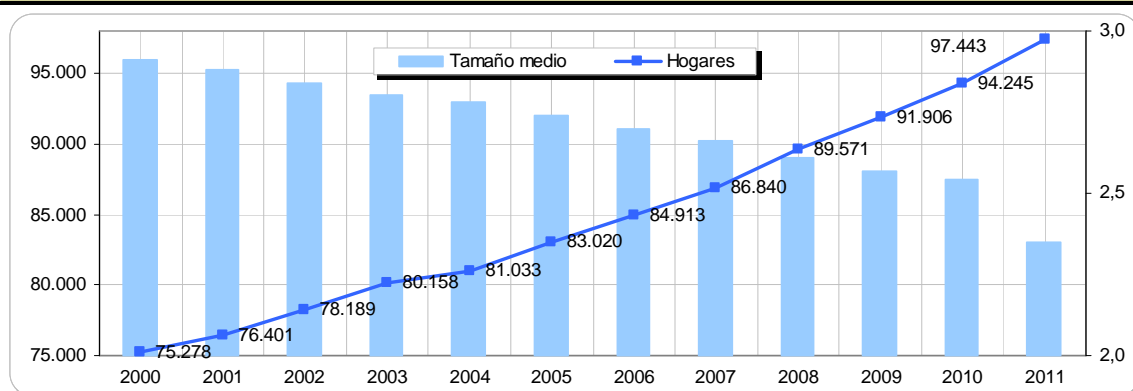
Por lo tanto, ha crecido el número de hogares en mayor medida que el número de habitantes, lo cuál supone que el tamaño medio de los hogares ha bajado de 2,42 a 2,36 personas por hogar en la comparativa interanual 2010-2011.

En la comparativa a largo plazo (2000-2011) tenemos que el número de hogares unipersonales sigue creciendo, ya que pasa de un 18,2% a ser un 28%. El segundo tipo de hogar que más ha crecido en el último decenio es el formado por 2 personas, ya que ha pasado de representar un 24% del total a representar casi un 30% del total. Observamos, por consiguiente que los hogares formados por una o dos personas suponen en el inicio del año 2011 casi el 60% del total.

Los hogares formados por 3 personas han pasado de representar el 23,4% del total a ser casi el 21%; los hogares formados por 4 personas también siguen perdiendo peso porque antes representaban el 23% y ahora representan casi el 16%; en cuanto a los hogares de más de 4 personas también han perdido peso porque de ser el 10,5% han pasado a ser el 5,64%.

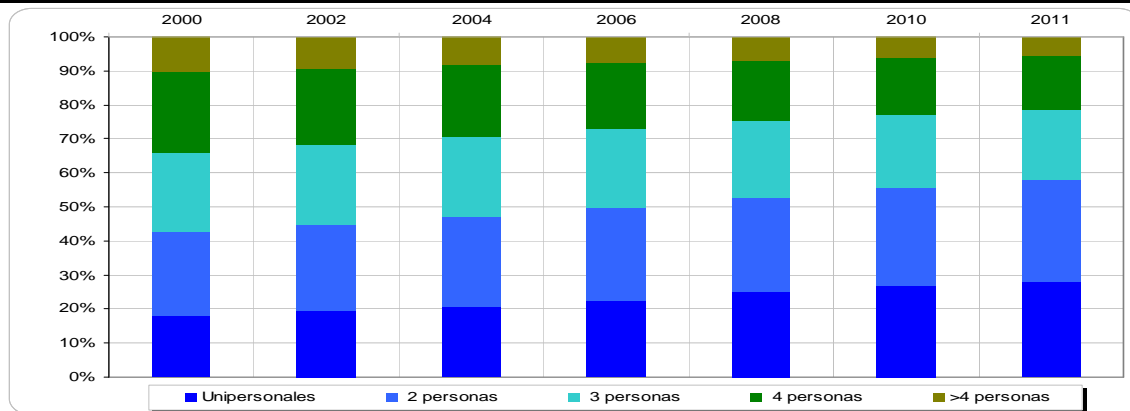
31. Vitoria-Gasteizko etxeen kopurua eta batez besteko tamaina

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



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

32. 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

33. 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 (%)		Tasa Variación	Nº		Peso (%)		Tasa Variación
	2000	2011	2000	2011	2000-2011	2000	2011	2000	2011	2000-2011
Total	75.278	97.443	100,0	100,00	29,44	218.950	240.580	100,0	11,42	9,88
Unipersonal	13.713	27.473	18,2	28,19	100,34	13.713	27.473	6,3	24,07	100,34
2 personas	18.344	28.951	24,4	29,71	57,82	36.688	57.902	16,8	25,08	57,82
3 personas	17.595	20.109	23,4	20,64	14,29	52.785	60.327	24,1	25,62	14,29
4 personas	17.686	15.410	23,5	15,81	-12,87	70.744	61.640	32,3	13,82	-12,87
>4 personas	7.940	5.500	10,5	5,64	-30,73	45.020	33.238	20,6	100	-26,17

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

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

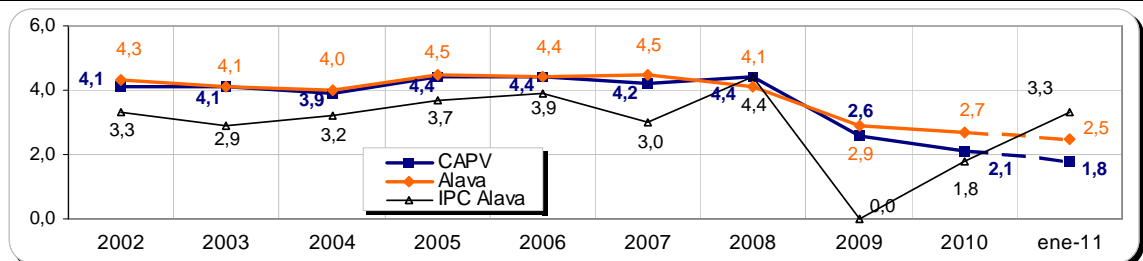
El incremento salarial pactado para 2010 (incluidas cláusulas de revisión salarial) fue del 2,7 en Álava y del 2,1% en la CAPV, esto supone, un estancamiento de los salarios en el caso de Álava y casi un punto de descenso en el caso de la CAPV. El IPC para Álava en el año 2010 es de un 1,8%, cifra por debajo del incremento salarial pactado.

En enero de 2011, el incremento salarial pactado en Álava fue del 2,5% y en la CAPV del 1,8%. Sin embargo, el IPC alcanzó una subida del 3,3.

Finalmente, los convenios colectivos firmados en 2009, 2010 y hasta enero 2011 han fijado subidas muy inferiores a las de años anteriores. En 2009 y 2010 se firmaron incrementos salariales por encima de la inflación; no así, en enero de 2011 cuando la inflación alcanzó un 3,3 pero no así los incrementos salariales firmados en Álava y CAPV, que fueron de 2,5 y 1,8, respectivamente.

El incremento pactado en enero pudo estar influenciado por la baja inflación que se produjo en diciembre de 2009 (1,0%). Incluso, estos incrementos salariales podrían reducirse aun más a lo largo del año, si el recorte de las remuneraciones del personal asalariado público se traslada a los incrementos salariales en el sector privado, o si las empresas en situación económica vulnerable recurren a las cláusulas de inaplicación salarial ofrecidas en la reforma laboral vigente.

34. Hitzartutako soldata hazkundera Incremento salarial pactado

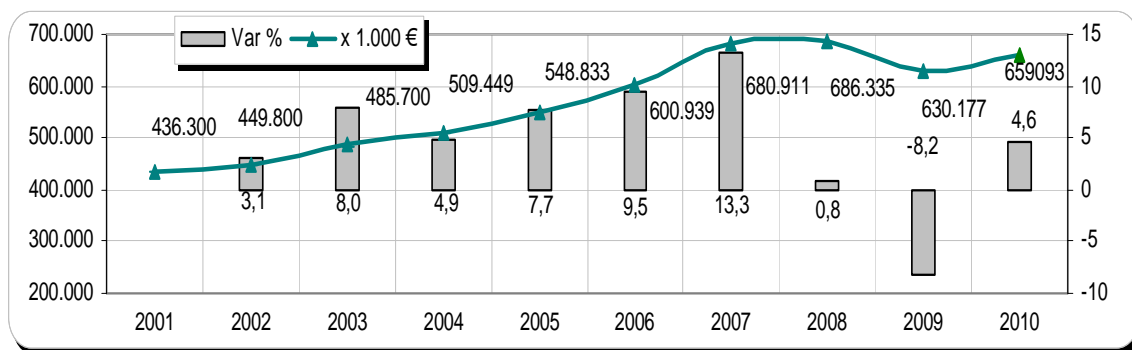


Fuente: Lan Harremanen Kontseilua. Consejo Vasco de Relaciones Laborales

→ 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. Sin embargo, en el año 2009, se ha producido un descenso de la recaudación de un 8%. Los datos correspondientes a 2010 muestran que se está recuperando ya que ha experimentado un crecimiento de un 4,6%, y alcanza la cifra de 659.093 millones de euros, aunque todavía no alcanza el nivel máximo alcanzado en 2008.

35. PFEZen zerga-bilketa Araban Recaudación de IRPF en Álava



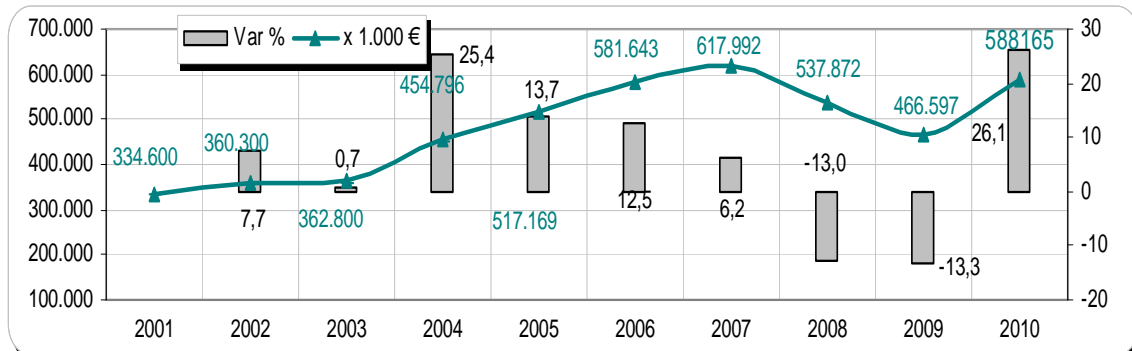
Fuente: Diputación Foral de Álava / Consejo Vasco de Finanzas

→ 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 a ritmos diferentes en unos años y otros. En cualquier caso, 2007 fue el momento álgido con casi 618 millones de euros recaudados. En 2008 y 2009 se produjeron recortes muy intensos, de aproximadamente un 13% en cada ejercicio. Sin embargo, en 2010 se rompe la tendencia de descenso iniciada en 2008 y por primera vez en tres años la recaudación crece un 26%. En el mes de julio de 2010, se produjo una subida del tipo de IVA, que pasó de un 16% a un 18%, pero esto como mucho puede explicar un 1% de este crecimiento, por lo que entendemos que la mayor parte de esta subida se debe a un crecimiento del consumo.

37. BEZen zerga-bilketeta Araban Recaudación de IVA en Álava Fuente: Diputación Foral de Álava / Consejo Vasco de Finanzas



Arabako Kontsumitzailearen konfiantza nabarmenki hazi da, egoera ekonomikoa hobea delako eta aurrezteko gaitasuna handitu delako

BEZaren zerga-bilketa nabarmenki hazi da, hau da, %26koa

La confianza del consumidor/a alavés ha crecido, ya que piensan que está mejorando la situación económica general y su capacidad de ahorro

La recaudación por IVA crece un 26%

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

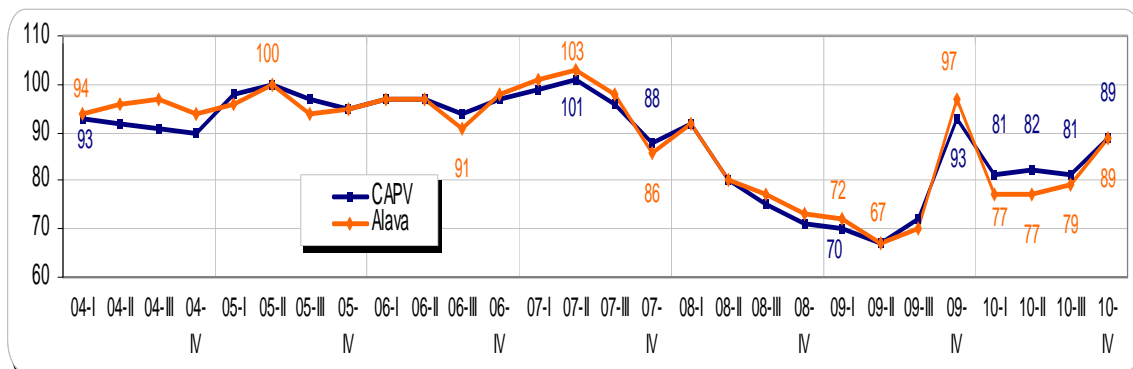
El Índice de confianza del consumidor tiene varios componentes, que son las expectativas sobre la situación económica del hogar, las expectativas sobre la situación económica general, las expectativas sobre el paro y las expectativas sobre el ahorro de los consumidores.

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. En el cuarto trimestre de 2009 se interrumpió el descenso iniciado en el primer trimestre de 2008 y se inició una senda de recuperación de la confianza del consumidor que alcanza hasta nuestros días, pese a que todavía se halla aún a once puntos por debajo de su media previa a la crisis.

En el tercer trimestre del año 2010, el Índice de confianza del consumidor en la CAPV es dos puntos inferior al de Álava; no obstante, esta distancia se acorta en el final del año hasta alcanzar índices de confianza similares. En el cuarto trimestre de 2010 la confianza de los consumidores vascos se sitúa en 89 puntos, lo que supone tanto una mejora respecto al trimestre anterior (+8) como una consolidación de su proceso de recuperación en los últimos cinco trimestres. Esta recuperación de la confianza de los consumidores vascos se apoya tanto en la mejora de las expectativas del ahorro y del paro como en la mejora de las expectativas sobre la economía general y del hogar. La recuperación de la confianza de los consumidores alaveses se apoya sobre todo en la mejora de las expectativas de ahorro y de las expectativas sobre la situación económica general.

Resumiendo, podemos decir que el año 2010 se han obtenido resultados francamente mejores que en los dos años anteriores donde la confianza bajó a niveles históricos no conocidos.

36. Kontsumitzailearen konfiantza-inezia Índice de confianza del consumidor



Fuente: Federación de Cajas de Ahorro Vasco-Navarras

5 Prezioak / Precios

2009an gelditu ostean, 2010ean prezioak gorantz hasi dira apurka. Hala ere, merkataritzan prezioak bere horretan mantendu dira

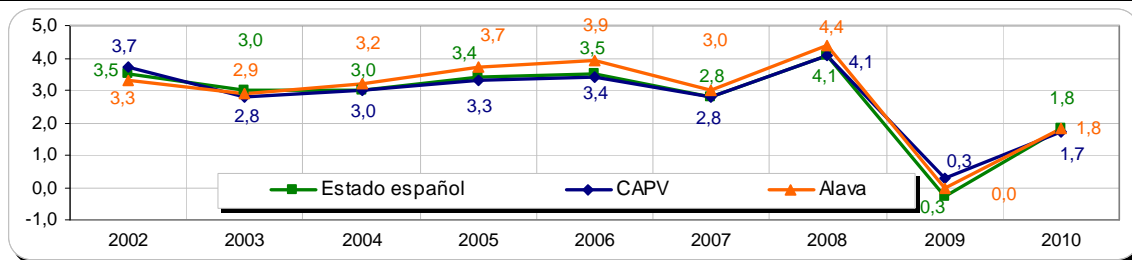
Después del estancamiento de los precios en 2009, en 2010 sube ligeramente el IPC general, aunque no así el IPC comercial

→ KPI orokorraren bilakaera / Evolución del IPC general

En 2010 los precios se vuelven a recuperar alcanzando crecimientos similares entre Álava, la CAPV y el Estado español, esto es, en torno a un 1,8%. Se inicia, por consiguiente una senda alcista desde los datos obtenidos en 2009, que supusieron un estancamiento de los precios.

38. Urtez-urteko KPIren bilakaera

Evolución del IPC anual. Variación interanual entre medias anuales



Fuente: INE.

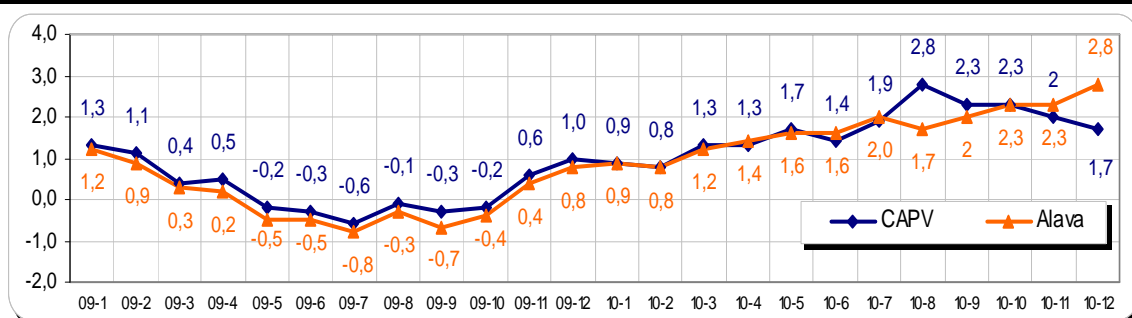
La inflación ha continuado su repunte a lo largo del año, como resultado fundamentalmente de la evolución al alza del precio del crudo y del traslado de la subida del IVA del mes de julio a los precios de consumo. El encarecimiento del petróleo fue determinante en la evolución al alza de la inflación, debido a que desde el mes de junio su precio aumentó constantemente, pasando de los 74 dólares por barril en dicho mes a los más de 90 dólares en la primera quincena del mes de diciembre.

El IVA, por su parte, tuvo un efecto menor al que cabía esperar, ya que los empresarios han asumido en sus márgenes parte del incremento impositivo, por miedo a perder ventas. Esta aceleración de los precios de consumo no se detuvo en los siguientes meses y en diciembre, último mes para el que se dispone de datos, la tasa interanual en Álava se situó en el 2,8%, el valor más elevado de los dos últimos años.

En el análisis mensual de los precios de consumo en Álava tenemos que en 2010 los precios se han recuperando lentamente hasta alcanzar un 2% en julio y un 2,8% de subida en diciembre, que son los valores más altos de todo el año. No debemos olvidar que en la segunda mitad del año 2009 se produjo un descenso de los precios que duró hasta febrero de 2010.

En la CAPV, también en todos los meses se han alcanzado valores positivos. La subida más alta se produjo en el mes de Agosto con un valor de un 2,8% seguido por los meses de septiembre y octubre que alcanzan un 2,3.

39. Hilez-hileko KPIren bilakaera Evolución mensual del IPC

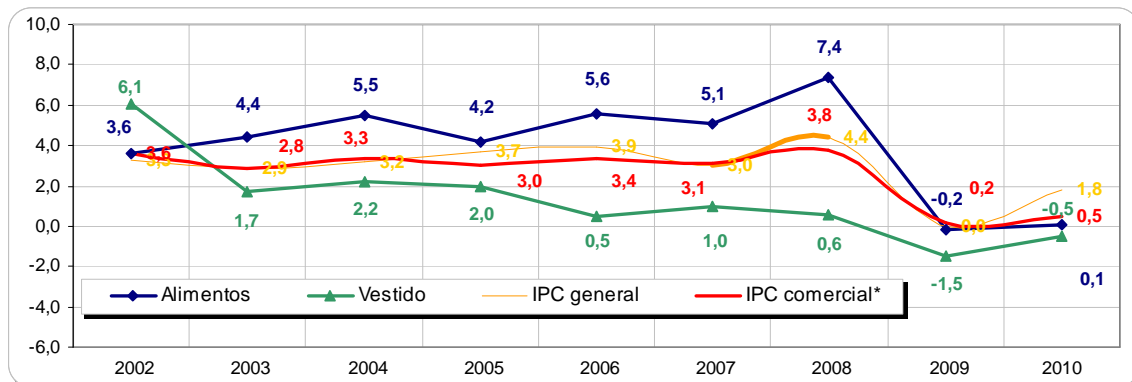


Fuente: INE. Tasas de variación respecto del mismo periodo del año anterior

→ 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) permiten 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. En 2010 la distancia entre el IPC general y el comercial se ha distanciado algo más de un punto, al contrario que en años anteriores donde el incremento de los precios en uno y otro índice ha estado muy cercano con una diferencia máxima de 0,7.

40. KPI komertziala IPC comercial



En algunos subgrupos de compra se ha producido un descenso de los precios; por ejemplo, en el caso de equipos y soportes audiovisuales, fotográficos e informáticos (-7,5%), en el caso de Artículos textiles para el hogar (-3%), en el caso de Medicamentos, otros productos farmacéuticos y terapéuticos (-2,6%) y en el caso de Artículos recreativos y deportivos; floristería y mascotas (-2,5%). Por el contrario, algunos subgrupos de compra han visto como sus precios han registrado ciertos incrementos, entre ellos el tabaco (+15,5%), los artículos de uso personal (+ 7%), restaurantes y bares (+4,4%), hoteles y otros alojamientos (+2,6%) y muebles y otros enseres (2,3%)

41. KPI komertziala Araba Urteko batez bestekoen arteko aldakuntza tasa									
IPC comercial por subgrupos de compra. Álava. Tasa de variación entre medias anuales									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
IPC general	3,3	2,9	3,2	3,7	3,9	3,0	4,4	0,0	1,8
IPC comercial	3,6	2,8	3,3	3,0	3,4	3,1	3,8	0,2	0,5
Alimentos	3,6	4,4	5,5	4,2	5,6	5,1	7,4	-0,2	0,1
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	2,2
Tabaco	7,5	3,8	5,4	6,7	1,5	9,1	3,5	11,9	15,5
Vestido	6,1	1,7	2,2	2,0	0,5	1,0	0,6	-1,5	-0,5
Calzado y sus reparaciones	8,5	6,2	5,3	3,3	2,1	1,2	2,6	-0,4	0,6
Muebles y otros enseres	2,2	2,8	2,5	4,0	5,1	3,5	3,8	0,0	2,3
Artículos textiles para el hogar	-1,5	1,5	1,8	4,3	1,2	-0,2	0,5	0,7	-2,9
Electrodomésticos y reparaciones	0,0	-0,9	-1,3	0,3	-2,5	-1,5	-1,6	0,9	-2
Utensilios de cocina y menaje	-2,2	3,9	0,2	-1,2	3,8	0,9	3,8	2,9	1,6
Herramientas y accesorios para casa y jardín	2,1	2,9	-1,0	2,3	1,5	1,7	3,0	2,2	1,7
Otros bienes y servicios para el hogar	4,6	1,5	1,2	3,0	4,5	4,9	3,6	2,1	0,8
Medicamentos, otros productos farmac...	1,6	1,1	-0,9	0,6	0,1	-3,7	-2,2	-2,4	-2,6
Equipos y soportes audiovisuales, fotográf...	-8,1	-9,8	-9,3	-11,0	-7,8	-12,4	-14,7	-11,4	-7,5
Artículos recreativos y deportivos; florist...	1,2	0,6	0,4	-1,1	1,2	3,1	2,3	-1,0	-2,5
Libros, prensa y papelería	3,3	3,3	3,9	1,8	1,3	1,8	2,8	4,3	2,1
Artículos de uso personal	4,2	-0,1	2,7	0,6	9,1	5,2	4,9	6,7	6,9