



MEMORIA ECONÓMICA SOBRE LA PROPUESTA DE TERCERA MODIFICACIÓN DE LA LEY 7/94, DE 27 DE MAYO, DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1.- DESCRIPCIÓN DE LOS ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN EN TÉRMINOS ECONÓMICOS DE LA NECESIDAD DE LA DISPOSICIÓN

Hay que indicar en primer lugar que la modificación de esta Ley que se tramita para su aprobación **no tiene contenido económico**. El hecho de regular el proceso de declaración de zonas de gran afluencia turística responde, en primer lugar, a la obligación derivada de lo establecido en el art. 5 puntos 1, 4 y 5 de la Ley 1/2004, de 21 de diciembre de 2004, de horarios comerciales, según la redacción dada por el Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad y, en segundo lugar, a extender la posibilidad de solicitar la mencionada declaración a la totalidad de municipios de nuestra comunidad, siempre y cuando cumplan con los requisitos exigidos para ello y lo soliciten sus correspondientes Ayuntamientos.

Posibilitar nuevamente que la regulación de los horarios comerciales en nuestra comunidad autónoma se haga vía decreto.

2.- CUANTIFICACIÓN DE LOS GASTOS E INGRESOS PRESUPUESTARIOS QUE OCASIONA LA ENTRADA EN VIGOR DE LA DISPOSICIÓN

Como se ha indicado anteriormente, la modificación de la Ley que se pretende no tiene contenido económico, simplemente recoge el proceso de declaración de zonas de gran afluencia turística y una habilitación al Gobierno Vasco para regular los horarios comerciales, no teniendo más coste que el administrativo derivado de su tramitación.

3.- FINANCIACIÓN DE LOS GASTOS PRESUPUESTARIOS Y NO PROVENIENTES DEL PRESUPUESTO

No existen gastos ni presupuestarios ni extrapresupuestarios.

4.- IDENTIFICACIÓN DE AQUELLOS ASPECTOS DE LA DISPOSICIÓN QUE INCIDAN O REPERCUTAN EN MATERIAS PROPIAS DE LA HACIENDA GENERAL DEL PAÍS VASCO

En su caso, e indirectamente, las derivadas de una mayor recaudación, vía impuestos, al poderse producir un incremento de las transacciones comerciales debido a que las zonas que se declaren como de gran afluencia turística no tienen limitación de horarios ni de días de apertura.

5.- DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA ECONÓMICO PRESUPUESTARIO EN EL QUE SE INSERTA LA DISPOSICIÓN PROPUESTA

No se incluye en ningún Programa



6.- AYUDAS Y SUBVENCIONES

No existen

7.- EVALUACIÓN DEL COSTE QUE PUEDA DERIVARSE DE SU APLICACIÓN PARA OTRAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Ninguno.

8.- EVALUACIÓN DEL COSTE QUE PUEDA DERIVARSE DE SU APLICACIÓN PARA LOS PARTICULARES

Ninguno, la tramitación de la declaración no supone coste alguno para los particulares

El hecho de que sea declarada una zona de gran afluencia turística supone en la práctica libertad total de horarios y días de apertura de los establecimientos comerciales en ella instalados. Esto puede suponer, un desplazamiento del gasto de los consumidores de las zonas con limitación de horarios hacia las libres. Así mismo, puede haber un incremento del gasto efectuado tanto por los turistas que visiten estas zonas como por los propios habitantes de las zonas declaradas al existir mayores oportunidades de realizarlo.

En el apartado siguiente se detallan estos posibles impactos.

9.- EVALUACIÓN DEL COSTE QUE PUEDA DERIVARSE DE SU APLICACIÓN PARA LA ECONOMÍA GENERAL

En primer lugar y como datos globales, hay que señalar que el sector comercial, supone aproximadamente el 10,37% del PIB de Euskadi (fuente: Eustat) y que da trabajo a cerca del 14 % de la población ocupada (fuente: afiliaciones a la Seguridad Social).

Según el EUSTAT de los 26.829 comercios minoristas censados en nuestra comunidad autónoma, sólo 3.670 tienen más de 150 m² de superficie de venta (un 13,8 %). Estos son los posibles afectados directamente por la medida, pero probablemente muy pocos de ellos vayan a estar en zonas declaradas (solo tenemos la certeza de los de las zonas de Bilbao que aparecen en la propuesta ya realizada); además, cabe suponer que estas zonas serán las centrales de los municipios, con lo que, en principio, la mayoría de los grandes centros comerciales no formarán parte de ellas.

No hay que olvidar que el resto de establecimientos, los que tienen menos de 150 m² de superficie de venta (un 86,2% del total), podrían reaccionar y aumentar sus horas y días de apertura como respuesta a una declaración de este tipo en su área de influencia puesto que tienen libertad para hacerlo.

También es preciso tener en cuenta la importancia progresiva del turismo en nuestra comunidad, con incrementos moderados de visitantes hasta el pasado año (aprox. 5.100.000 pernoctaciones regladas) y dirigido mayoritariamente al centro de las ciudades. Siendo el "ir de compras" una de las principales actividades que desarrollan durante la visita que da lugar a mayores oportunidades de negocio a los comercios ubicados en esas zonas y, a su vez, el hecho de que éstos abran todos los días atraer la llegada de nuevos turistas urbanos.



A la hora de cuantificar la incidencia económica que puede tener la declaración de Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT) en nuestra comunidad se puede analizar en base a diferentes tipos de impactos. Un reciente estudio de dicho impacto elaborado por la empresa IKERTALDE GRUPO CONSULTOR, se estructura en base a tres posibles escenarios de aplicación y tiene en cuenta en cada uno de ellos 3 tipos de impactos diferentes. Para aislar mejor los efectos derivados, se parte de la hipótesis que sólo las zonas declaradas pasarían a abrir en festivo y a aumentar las horas diarias de apertura. Los escenarios de partida se configuran de la siguiente manera:

En primer escenario de máximos en el que las capitales de los territorios históricos y las cabeceras comarcales fueran declaradas ZGAT(todo el año y toda la superficie de cada municipio) y los 3 tipos de impactos serían:

- El primero sería la incidencia motivada por el gasto extra efectuado por turistas consiguiendo a la declaración de la medida y lo cifra en 41.625.000 euros. Se basa en calcular el número total anual de visitantes, tanto de pernoctaciones regladas como no regladas, al que se añadiría el de visitantes de jornada, y en estimar que aproximadamente el 10% del gasto total efectuado sería en el sector comercial al que se aplicaría el porcentaje del 18,5% que el incremento de gasto que se estima que puede suponer la medida, tras analizar experiencias ya contrastadas en otras comunidades del estado (el gasto actual anual de los turistas y visitantes se cifra en 2.250 millones de euros).

$$2.250.000.000,00 \times 0,10 \times 0,185 = 41.625.000,00 \text{ euros.}$$

- El segundo sería el derivado del incremento del consumo local extra que traería consigo la medida, cifrado en 82.579.500 euros. Partiendo de un gasto comercial anual de 9.175,5 millones de euros, se estima, en base a estudios similares ya realizados, que se incrementaría en un 0,9% dicho gasto.

$$9.175.500.000,00 \times 0,009 = 82.579.500,00 \text{ euros.}$$

- Y un tercero que tendría en cuenta el efecto desplazamiento del gasto total en comercio de nuestra comunidad y lo cifra en 659.663.397 euros. Para llegar a esa cantidad, entendiendo que cuantos más festivos se abra menor es su incidencia porcentual en el gasto desplazado, se agrupan los festivos de 4 en 4 y se calcula inicialmente el porcentaje que del total del gasto comercial total anual correspondería a 4 días (aprox. un 1,3%), a los 4 primeros se consideraría que su incidencia sería similar a ese porcentaje, los 4 siguientes supondrían 1,15%, lo 4 siguientes un 1% los 4 siguientes un 0,85% y a partir de aquí cada grupo de 4 festivos un 0,65%. Esa hipótesis de comportamiento nos daría un porcentaje total de (el estudio tiene en cuenta 52 festivos) un 10,15% del total del gasto comercial anual. Este porcentaje se corrige por la transferibilidad o no de según qué gasto y se rebaja hasta un 8,2% al que se le añade un 2,1% por la ampliación de horarios entre semana y el gasto que puede movilizar (nos da un 10,3%).

Después se calcula el mercado en conflicto (parte del gasto potencialmente desplazable a festivos susceptible de cambiar de manos y generar impactos, positivos o negativos, en el tejido comercial) que se cifra en un 69,8%.

$$9.175.500.000,00 \times 0,103 \times 0,698 = 659.663.397,00 \text{ euros.}$$



Un segundo escenario en el que solo fueran declaradas ZGAT las capitales de los territorios históricos, también todo el año, toda su superficie y con los mismos 3 tipos de impactos. Se recupera parte del gasto que en el escenario anterior se hacía en las cabeceras comarcales, pero matizado por la distancia a la capital y el tipo de gasto (aquél actualmente entre semana de las cabeceras comarcales no susceptible de traspasarse a festivos u horarios ampliados de las capitales). Esto se traduciría en:

- El gasto extra de los turistas se estima en un 83,3% del cuantificado en el primer escenario y sería de:

$$41.625.000,00 \times 0,833 = 34.673.625,00 \text{ euros}$$

- El gasto local extra se estima en un 66,8% del cuantificado en el escenario de máximos y sería:

$$82.579.500,00 \times 0,668 = 55.163.106 \text{ euros}$$

- El gasto derivado del efecto desplazamiento, se estima en un 62,8% del cuantificado en el de máximos y sería:

$$659.663.397,00 \times 0,628 = 414.268.613,32 \text{ euros}$$

El estudio contempla un tercer escenario circunscrito también a la capitales de los territorios históricos, pero esta vez limitado a 4 meses y medio al año (del 1 de junio al 30 de septiembre y 15 días en Semana Santa; 37,5% del año) y a sus áreas centrales; los impactos serían, esta vez con referencia al segundo escenario, teniendo en cuenta que se trata de un periodo de tiempo en el que acuden más turistas pero que a nivel comercial es átono:

- El gasto extra de los turistas se estima en un 64 % y sería:

$$34.673.625,00 \times 0,64 = 22.191.120,00 \text{ euros}$$

- El gasto local extra se estima en un 29,4 % y sería:

$$55.163.106 \times 0,294 = 16.217.953,16 \text{ euros}$$

- El gasto derivado del efecto desplazamiento se estima un 31,1 % y sería:

$$414.268.613,32 \times 0,311 = 128.837.538,74 \text{ euros}$$

A estos escenarios se podría añadir el de una ZGAT circunscrita sólo al municipio de Bilbao (el único que tiene obligación legal de declarar al menos una zona; el estudio hace referencia a todo el año y toda su superficie), teniendo en cuenta que los desplazamientos entre territorios son prácticamente inapreciables:

- El gasto extra de turistas estimado sería de 16.470.000,00 euros
- El gasto local extra estimado sería de 29.209.000,00 euros
- El efecto desplazamiento estimado sería de ... 205.370.000,00 euros



Y al que aplicando los criterios de focalización espacial y temporal antes señalados (hay que tener en cuenta que en Bilbao no existen centros comerciales en su periferia), daría:

- El gasto extra de turistas estimado sería de 11.506.000,00 euros
- El gasto local extra estimado sería de 10.406.000,00 euros
- El efecto desplazamiento estimado sería de ... 73.263.370,00 euros

Analizando más en detalle dicho estudio, se puede sacar la conclusión de que la medida tiene un impacto más positivo, dado que es el efecto desplazamiento de gasto el más influyente, cuanto más focalizada espacial y temporalmente se concrete y que a pesar de que, en todos los escenarios posibles, se prevé un incremento bruto de empleo, solo cuando se dan las circunstancias señaladas se mitigan los efectos de dicho desplazamiento de gasto (de unas zonas a otras y de unos formatos a otros), con una incidencia negativa en el empleo en los municipios y formatos con fuga de gasto.

Es en las áreas centrales de las capitales donde se manifiesta la filosofía perseguida con la declaración de ZGAT, en la medida en la que es en ellas donde el turista, o visitante, encuentra mayores posibilidades de satisfacer sus necesidades y fuera de las cuales hay menos servicios para atenderlas. De hecho, para el resto de zonas y destinatarios existe otra regulación que no es otra que la ordinaria.

Así mismo, el acotar temporalmente la duración de la declaración a un período concreto del año contribuye a minimizar sus posibles efectos negativos derivados del desplazamiento de gasto consiguiente; esto se puede comprobar observando la relación entre el incremento de gasto que se produce (el de los turistas más el local) y el gasto total desplazado que pasa de ser "1 a 5,31" en el primer escenario a ser "1 a 3,35" en el acotado (1 a 3,34 el caso de Bilbao). Además, son los meses estivales y la Semana Santa los que concentran la mayor parte de los turistas que acuden a nuestra comunidad, que junto con la mejora del servicio derivada de unos horarios más amplios, pueden dinamizar las citadas áreas.

Finalmente hay que indicar que la propuesta efectuada por el Ayuntamiento de Bilbao, se circunscribe a las áreas centrales de la superficie del municipio y, en principio, está hecha para todo el año; con lo cual se ajustaría a una situación intermedia entre las dos explicitadas que afectan a dicho municipio, más cercana a la primera de ellas dado que, como ya se ha reflejado, no existen centros comerciales en su periferia.

Vitoria-Gasteiz, 14 de abril de 2014

Fdo.: Jon Andoni Zarate Zarraga
Director de Comercio

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

**EKONOMIAREN GARAPEN ETA
LEHIAKORTASUN SAILA**

Merkataritza eta Turismo Sailburuordetza
Merkataritza Zuzendaritza

**DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD**

Viceconsejería de Comercio y Turismo
Dirección de Comercio