

# **BARÓMETRO DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO**

## **(Primer cuatrimestre de 2.009)**

**Informe gráfico de resultados**

**26 de junio de 2009**

<b>1.- INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
1.1. <i>Objetivos del Barómetro del Comercio Mayorista Vasco</i>	4
1.2. <i>Ficha técnica: metodología de trabajo</i>	8
1.3. <i>Descripción de la composición del panel: comercios mayorista</i>	19
1.4. <i>Perfil del responsable del comercio</i>	108
<b>2.- EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO</b>	<b>59</b>
2.1. <i>Las ventas a lo largo de un día</i>	60
2.2. <i>Las ventas a lo largo de una semana</i>	64
2.3. <i>Percepción de la evolución de las ventas</i>	67
2.4. <i>El ticket medio del comercio mayorista</i>	72
2.5. <i>Distribución de las ventas según medios de pago</i>	75
<b>3.- EVOLUCIÓN DE LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES</b>	<b>78</b>
3.1. <i>La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día</i>	79
3.2. <i>La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana</i>	83
3.3. <i>Evolución de la afluencia de clientes y visitantes</i>	86
<b>4.- EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MAYORISTA VASCO</b>	<b>89</b>
4.1. <i>Personal empleado en el comercio mayorista vasco desde la perspectiva de género</i>	90
4.2. <i>Evolución del personal empleado en el comercio mayorista vasco</i>	96
<b>5.- LA SITUACIÓN DE LA FINANCIACIÓN DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO</b>	<b>101</b>
5.1. <i>Punto de partida: evolución de la inversión en el comercio mayorista vasco</i>	102
5.2. <i>El proceso de acceso a la financiación del comercio mayorista vasco</i>	107
<b>6.- INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO VASCO (I.C.C.V.)</b>	<b>116</b>
<b>7.- ANEXO METODOLÓGICO: CUESTIONARIO EMPLEADO</b>	<b>127</b>

# 1

## INTRODUCCIÓN

- 1.1. Objetivos del Barómetro del Comercio Mayorista Vasco**
- 1.2. Ficha técnica: Metodología de trabajo**



1.1. OBJETIVOS DEL BARÓMETRO DEL  
COMERCIO MAYORISTA VASCO

---

---

## OBJETIVOS GENERALES

**“Creación, gestión y explotación de un panel de comercios, representativo del comercio de la Comunidad Autónoma de Euskadi”.**

Todo ello con un doble objetivo:

- ✓ **Realizar un seguimiento adecuado del sistema comercial de la Comunidad Autónoma de Euskadi.**
- ✓ **E, incidir en la mejora de la competitividad del comercio vasco.**

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Los **objetivos específicos** de este tercer Barómetro del Comercio Mayorista Vasco, correspondiente al primer cuatrimestre de 2.009, sobre los que se ha trabajado, son los siguientes:
  - ✓ **Análisis de las ventas del comercio mayorista vasco** durante el primer cuatrimestre de 2.009 (distribución de ventas a lo largo de un día; distribución de ventas a lo largo de la semana; volumen de ticket media; medios de pago; y, percepción de la evolución de ventas desde una perspectiva comparada en relación al primer trimestre de 2.008).
  - ✓ **Análisis de la afluencia de clientes y visitantes** durante el primer cuatrimestre de 2.009 (Distribución de la afluencia a lo largo de un día; distribución de la afluencia a lo largo de la semana; y, percepción de la evolución de la afluencia desde una perspectiva comparada en relación al primer trimestre de 2.008).
  - ✓ **Descripción del comercio mayorista vasco** desde la **perspectiva de género**.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinación del grado de **acceso a líneas de financiación** de entidades de crédito por parte del comercio mayorista.
- ✓ **Análisis de la evolución de la inversión** en el comercio mayorista vasco.
- ✓ **Descripción del comercio mayorista vasco** en función de una serie de **variables estructurales** (tamaño del comercio vasco; antigüedad y renovación del comercio vasco; forma jurídica del comercio vasco; horario de apertura; grado de presencia de la tic's en el comercio vasco;...).
- ✓ Evolución del **Indicador de Confianza del Comercio Mayorista Vasco** en relación a la actividad del sector.



## 1.2. FICHA TÉCNICA: METODOLOGÍA DE TRABAJO

---

---



- ✓ La creación, gestión de este panel de comercios, base del barómetro, ha supuesto cubrir una serie de fases. Fases que a continuación detallamos:

- 1** **Fase I: Creación del panel** (es decir, la captación de los comercios panelistas).
- 2** **Fase II: Explotación del panel** (es decir, la aplicación de las encuestas del barómetro).
- 3** **Fase III: Mantenimiento del panel** (es decir, gestión de altas y bajas de los panelistas y reconstrucción de su actividad).



***En estos momentos no hallamos en la Fase III  
(Mantenimiento del panel)***

## FASE 3: GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DEL PANEL

- ✓ En esta fase se trata de realizar las labores de Gestión y Mantenimiento del Panel: de las bajas que se produzcan en el mismo; de la captación de nuevas altas; y del mantenimiento de la representatividad del mismo.

### **3.1 Recogida y Registro de las peticiones de baja del panel.** (A través del Apartado de Correos o del nº 902, de la Dirección de Correo electrónico o de la propio Dirección de IKUSMER): **Las tareas a realizar son:**

- A. Recogida de las peticiones de baja del Panel
- B. Marcado y registro de la Baja en la Bdatos de Panelistas y en las Bdatos iniciales

### **3.2 Captación de nuevas altas de panelistas para recomponer la muestra del panel.** Se trata de , entre oleadas, recomponer la muestra del panel para sustituir a los comercios que se han dado de baja. Para ello

- A. Se identificará el tipo de comercio por Territorio, Comarca, CNAE y Tamaño
- B. Se buscará un comercio similar en Comarca y se harán las labores de captación pertinentes, hasta la recomposición de la muestra.
- C. A efectos presupuestarios, se ha calculado que anualmente se tenga que recomponer un 10% de la muestra.

**PARA CADA UNA DE ESTAS TAREAS SE PREPARARÁN LOS ENTREGABLES CORRESPONDIENTES:**

- **RELACIÓN DE COMERCIOS BAJA EN EL PANEL**
- **RELACIÓN DE COMERCIOS ALTA EN EL PANEL Y NUEVA BDATOS DE PANELISTAS**

## Ficha técnica del Barómetro del Comercio Mayorista Vasco

## **Metodología**

- ✓ Análisis de exploración y metodología cuantitativa.

## **Técnica de estudio**

- ✓ Se ha trabajado mediante entrevista telefónica aplicada por sistema C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interview) con cuestionario semi-estructurado; es decir, compuesto por preguntas abiertas y cerradas.

## **Universo y público objetivo**

- ✓ El universo objeto del estudio, del barómetro del comercio vasco, está compuesto por todas aquellas empresas, comercios que cumplan los mismos requisitos definidos por el Eustat para su encuesta de Comercio y Reparación de la Comunidad Autónoma del País Vasco.
- ✓ Así, la población objeto de estudio está constituida por los siguientes establecimientos comerciales:

- El **Comercio mayorista**: su actividad consiste en la reventa de mercancías a profesionales, empresas de transformación (industriales), colectivos y a otros establecimientos comerciales (**grupos 51.2, 51.3, 51.4 51.5, 51.6 y 51.7 de la CNAE-93**).
- El **Comercio minorista**: su actividad exclusiva o principal consiste en la reventa de mercancías al consumidor final y a los pequeños usuarios (**grupos 52.1, 52.2, 52.3, 52.4, 52.5 y 52.6 de la CNAE-93**).
- Quedando **excluidos del Universo del estudio** y de la construcción del panel las siguientes subcategorías:
  - *Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores (grupos 50.1, 50.2, 50.3 y 50.4 de la CNAE-93).*
  - *Venta al por menor de combustible para vehículos de motor (grupo 50.5 de la CNAE-93).*
  - *Reparación de efectos personales y enseres domésticos (grupo 52.7 de la CNAE-93).*
  - *La actividad de intermediarios, corredores de mercancías y otros mayoristas que comercian por cuenta de terceros (grupo 51.1 de la CNAE-93).*

### Detalle de planteamiento metodológico: la muestra realizada

- ✓ Se han realizado 1.500 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de  $e = \pm 2,6\%$  (para un nivel de confianza del 95,5%,  $2 \sigma$  respecto de  $\mu$ , siendo  $p=q=0,5$ ) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

### Detalle de planteamiento metodológico: la muestra realizada

- ✓ La distribución de la muestra y, en consecuencia, la construcción de la Base de datos de Panelistas, puede responder a diversos criterios de distribución o afijación o métodos de muestreo y captación.
- ✓ Hemos trabajado en base a un muestreo por conglomerados que quedaría como se presenta en las páginas siguientes.
- ✓ Proponemos este tipo de muestreo ya que:
  - Un muestreo por AFIJACIÓN PROPORCIONAL A LOS CRITERIOS TERRITORIO, COMARCA Y TAMAÑO DEL COMERCIO. Dejaría a los Territorios y Comarcas menos poblados con tamaños de muestra muy pequeños, al igual que los comercios con mayor tamaño de empleo, Lo que impide extraer conclusión alguna sobre ellos con un buen nivel de fiabilidad.
  - Un muestreo por AFIJACIÓN SIMPLE AL TERRITORIO. Garantiza un nivel de fiabilidad razonable para cada uno de los Territorios e internamente distribuye la muestra proporcionalmente al tamaño de la comarca y del tamaño o empleo, pero las comarcas menos pobladas y los comercios de mayor tamaño aparecerían con submuestras muy bajas.
  - MUESTREO POR CONGLOMERADOS DE TERRITORIO Y TAMAÑO DE EMPLEO. Para QUOR este es el enfoque de muestreo correcto. De esta forma se garantizan niveles de fiabilidad razonables para las variables Territorio, Tamaño de empresa y CNAE (51 y 52). Aún así comarcas de Araba como Montaña Alavesa, Rioja Alavesa o Estribaciones de Gorbea y de Bizkaia como Arratia Nervión, Encartaciones, Gernika-Bermeo, Markina - Ondarroa y Plentzia – Mungía, quedan con muestras muy bajas y seguramente en un segundo análisis del muestreo se deberán de subir estas muestras para dar a los comercios de estas comarcas un nivel de fiabilidad adecuado.

✓ El diseño de la muestra resultante fue el siguiente:

		De 1 a 2 trabajadores/as	De 3 a 5 trabajadores/as	De 6 a 9 trabajadores/as	De 10 a 19 trabajadores/as	De 20 a 49 trabajadores/as	50 o más trabajadores/as	Total
ARABA	Valles Alaveses	---	---	---	1	---	---	1
	Llanada Alavesa	87	69	23	15	14	6	214
	Rioja Alavesa	5	1	1	2	---	---	9
	Estribaciones del Gorbea	---	---	---	---	1	1	2
	Cantábrica Alavesa	27	17	2	2	2	---	50
	<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>87</b>	<b>26</b>	<b>20</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>276</b>
BIZKAIA	Arratia - Nervión	9	3	---	---	1	---	13
	Gran Bilbao	177	112	72	60	22	5	448
	Duranguesado	39	17	8	5	1	---	70
	Encartaciones	17	6	2	---	1	---	26
	Gernika - Bermeo	19	8	5	1	---	1	34
	Markina - Ondarroa	9	4	1	1	4	---	19
	Plentzia - Mungia	14	10	2	2	2	---	30
	<b>Total</b>	<b>284</b>	<b>160</b>	<b>90</b>	<b>69</b>	<b>31</b>	<b>6</b>	<b>640</b>
GIPIZKOA	Bajo Bidasoa	28	15	6	7	4	1	61
	Bajo Deba	19	13	10	5	2	1	50
	Alto Deba	24	9	3	1	---	---	37
	Donostia - San Sebastián	140	100	48	21	8	2	319
	Goierri	20	19	5	3	2	---	49
	Tolosa	14	10	5	1	1	---	31
	Urola costa	20	12	2	2	1	---	37
	<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>178</b>	<b>79</b>	<b>40</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>584</b>
<b>CAE</b>	<b>668</b>	<b>425</b>	<b>195</b>	<b>129</b>	<b>66</b>	<b>17</b>	<b>1.500</b>	

- ✓ Dado que el diseño muestral no responde, en su configuración interna, a la verdadera proporcionalidad del comercio de la Comunidad Autónoma de Euskadi, ha sido necesario ponderar, equilibrar, en el proceso de datos, la muestra alcanzada.
- ✓ Para realizar este equilibrado nos hemos basado en los datos del Eustat de 2.005.
- ✓ Así, la distribución muestral resultante, una vez equilibrada, es la siguiente:



		De 1 a 2 trabajadores/as	De 3 a 5 trabajadores/as	De 6 a 9 trabajadores/as	De 10 a 19 trabajadores/as	De 20 a 49 trabajadores/as	50 o más trabajadores/as	Total
ARABA	Valles Alaveses	---	---	---	1	---	---	1
	Llanada Alavesa	109	31	8	5	3	1	157
	Rioja Alavesa	4	1	0	0	---	---	5
	Estribaciones del Gorbea	---	---	---	---	3	3	5
	Cantábrica Alavesa	15	2	1	0	0	---	18
	Total	128	34	9	7	6	3	187
BIZKAIA	Arratia - Nervión	9	2	---	---	0	---	11
	Gran Bilbao	492	94	28	17	10	2	642
	Duranguesado	42	8	2	2	1	---	55
	Encartaciones	15	2	0	---	0	---	17
	Gernika - Bermeo	23	3	1	0	---	0	28
	Markina - Ondarroa	13	2	1	0	0	---	16
	Plentzia - Mungia	20	3	1	0	0	---	25
	Total	613	115	32	19	11	2	794
GIPUZKOA	Bajo Bidasoa	51	9	2	2	1	0	65
	Bajo Deba	31	6	1	1	1	0	40
	Alto Deba	27	5	1	1	---	---	34
	Donostia - San Sebastián	192	46	13	8	3	1	262
	Goierni	33	5	1	1	1	---	40
	Tolosa	24	5	1	1	0	---	31
	Urola costa	38	5	1	1	0	---	46
	Total	395	82	21	14	6	1	519
CAE	1.137	231	62	40	24	6	1.500	

### *Detalle de planteamiento metodológico: Comercio Mayorista*

- ✓ En concreto, se han realizado **489 entrevistas a comercios mayoristas que, una vez aplicado el criterio de ponderación, anteriormente definido, suponen 329 entrevistas.**
- ✓ Es por ello, que el margen de error, para este colectivo es de  **$e = \pm 5,5\%$**  (para un nivel de confianza del 95,5%,  $2\sigma$  respecto de  $\mu$ , siendo  $p = q = 0,5$ ) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

### *Fecha de realización del trabajo de encuestación*

- ✓ Del 20 de abril al 5 de junio de 2.009.



1.3. DESCRIPCIÓN DE LA COMPOSICIÓN  
DEL PANEL: COMERCIOS  
MAYORISTAS<sup>1</sup>

---

**1.3.1. Tamaño del comercio: superficie y personal**

**1.3.2. Antigüedad y renovación del comercio**

**1.3.3. Forma jurídica del comercio**

**1.3.4. Horario del comercio**

**1.3.5. Presencia de las Tic's en el comercio**

---



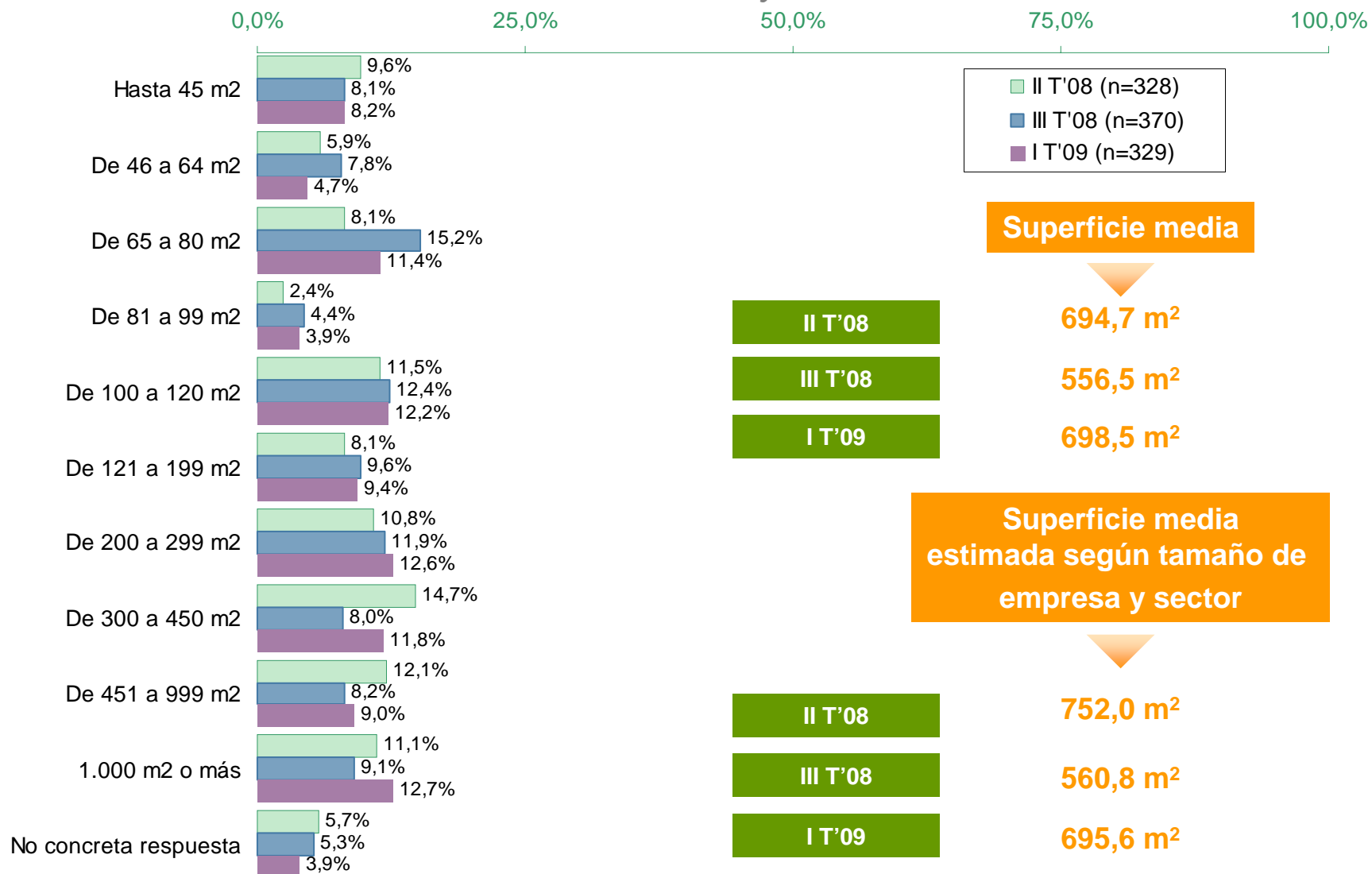
## 1.3.1. TAMAÑO DEL COMERCIO: SUPERFICIE Y PERSONAL

---

## Tamaño del comercio mayorista vasco: superficie

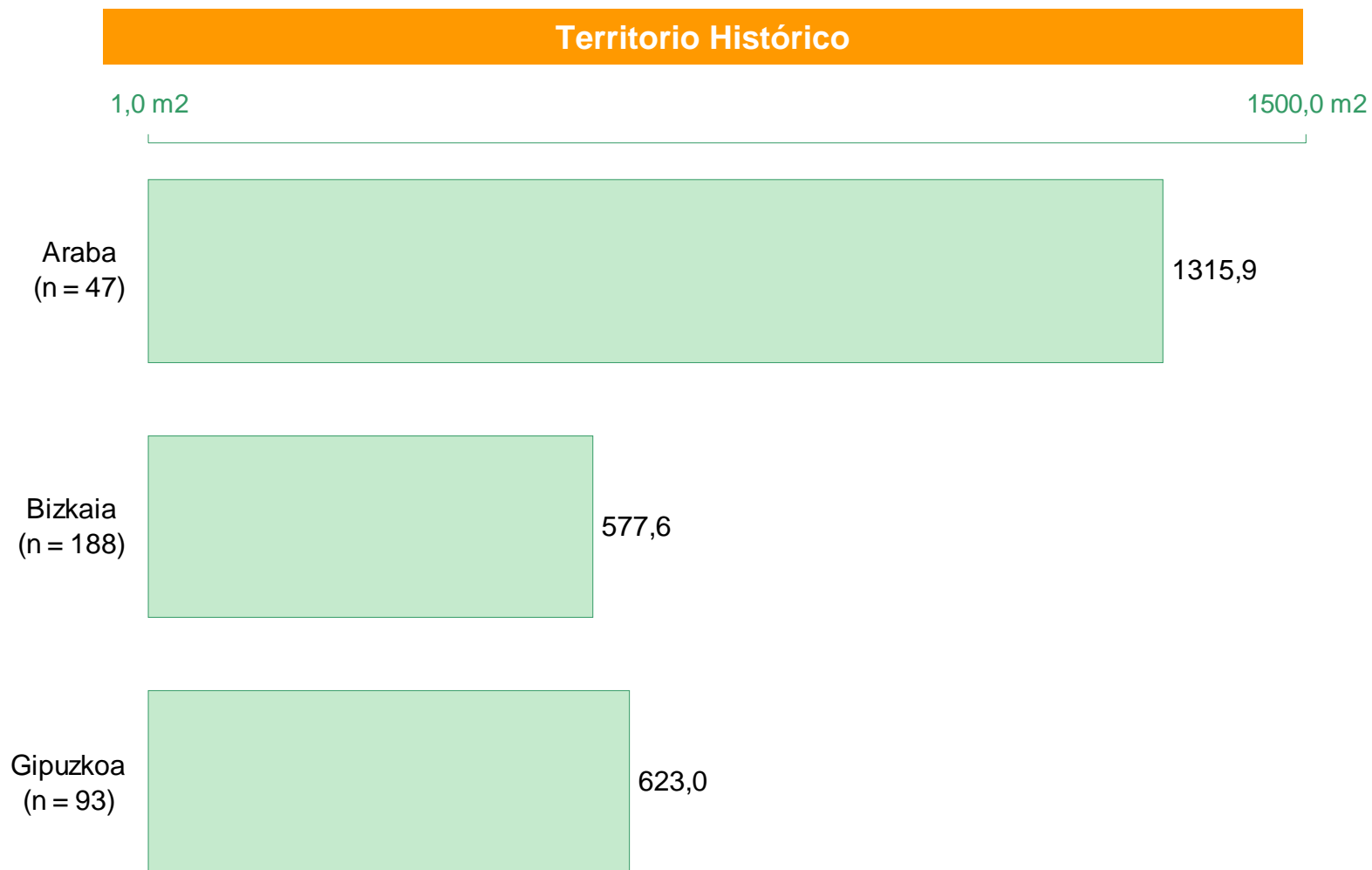
### D.3/D.3/D.3.: Superficie del comercio mayorista vasco

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



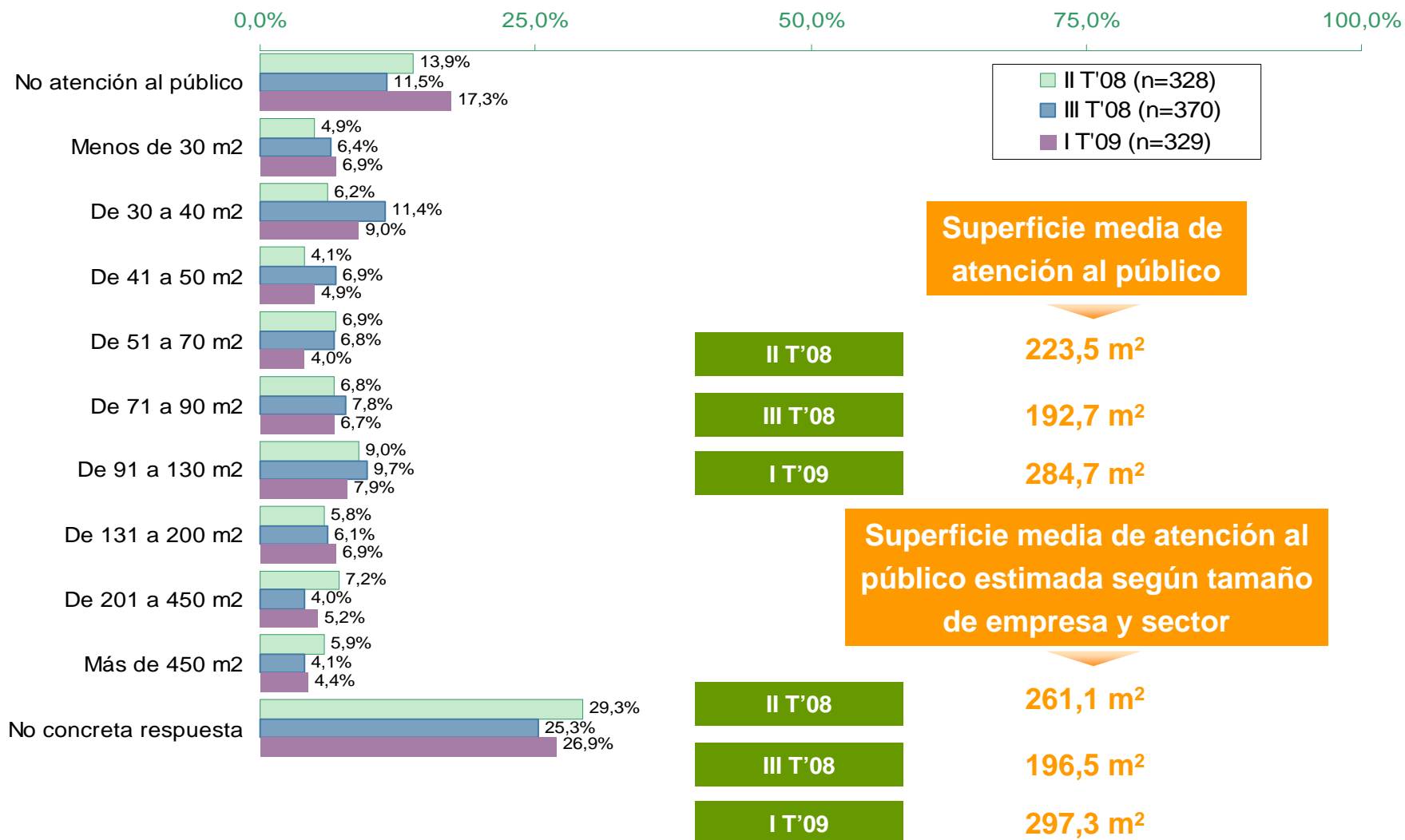
### D.3.: Superficie media del comercio mayorista vasco (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



### D.4./D.4./D.4.: Superficie del comercio mayorista vasco dedicada a la atención al público

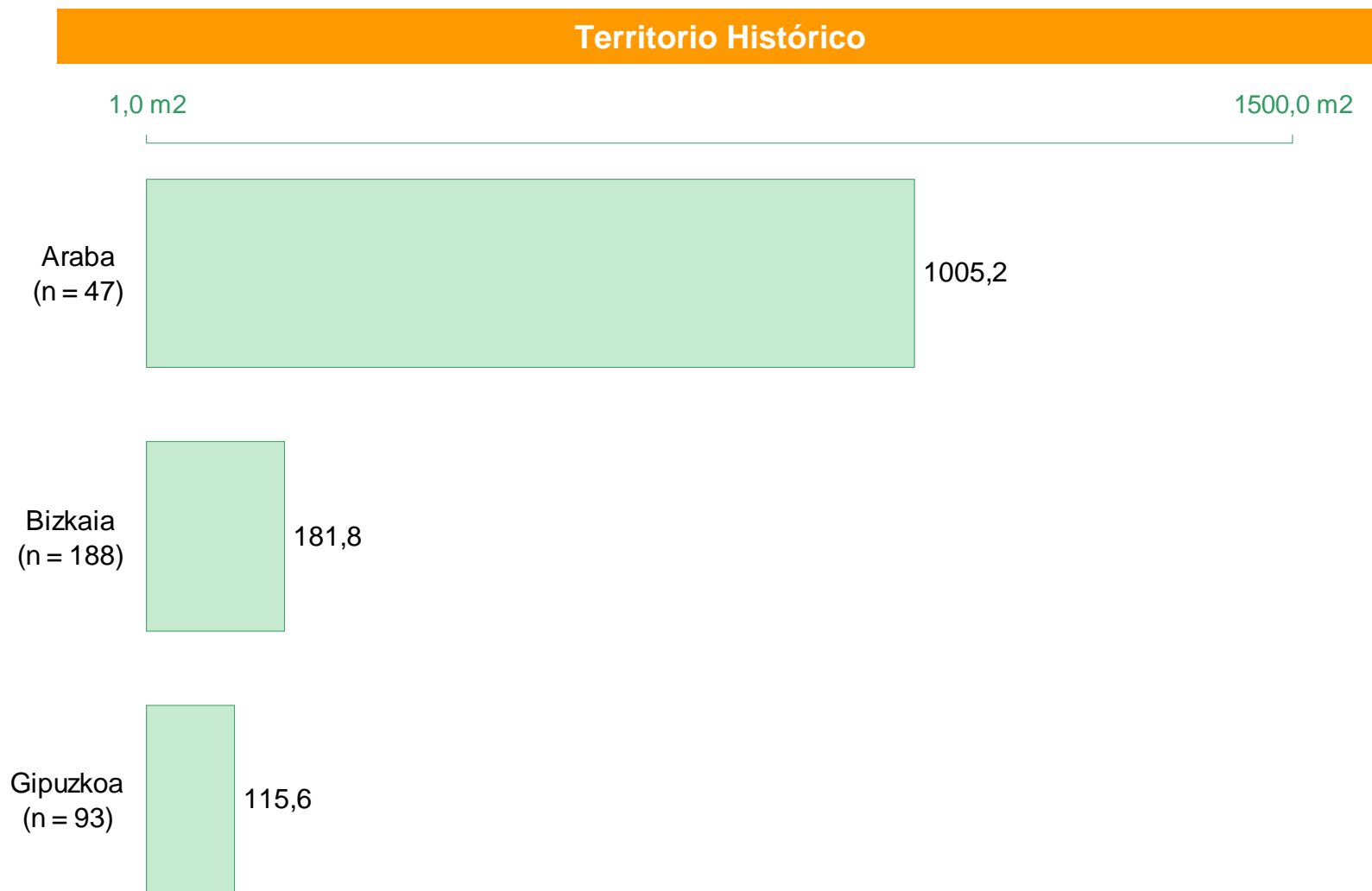
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados





**D.4.: Superficie media del comercio mayorista vasco dedicada a la atención al público  
 (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



*El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar la superficie de atención dedicada al público y la superficie total de cada uno de los comercios mayoristas vascos.*

*El ratio genera una puntuación, segmenta y clasifica a los comercios mayoristas vascos en cuatro niveles o rangos. Estos niveles se calculan de la siguiente manera:*

- *Bajo (< - 0,25 desviación típica de la media del índice)*
- *Medio (de - 0,25 a 0,25 desviación típica de la media del índice)*
- *Medio-Alto (de 0,25 a 0,50 desviación típica de la media del índice)*
- *Muy Alto (> 0,50 desviación típica de la media del índice)*

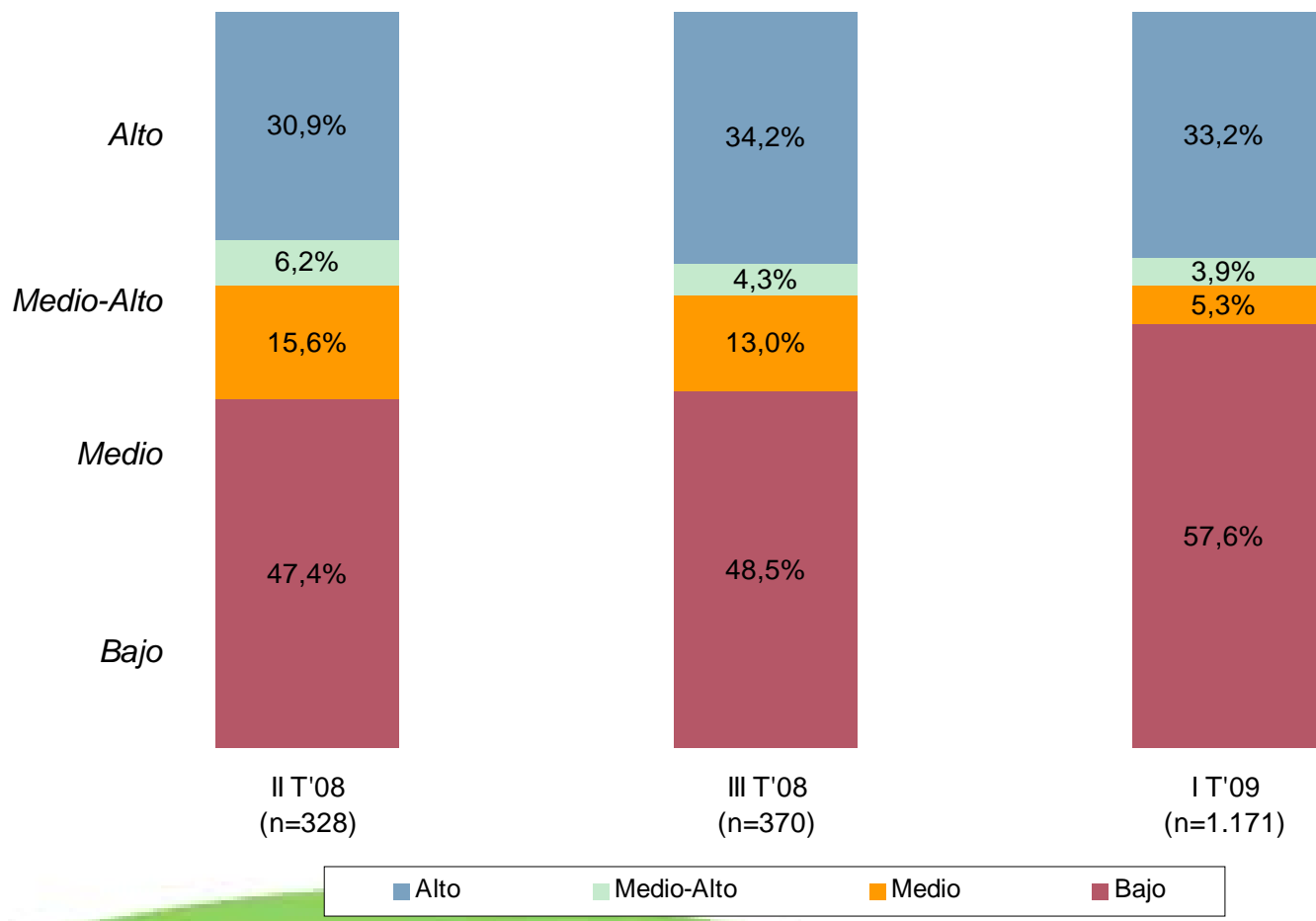
***Ratio de superficie de atención  
al público/superficie total del comercio: definición***

*Estos niveles o rangos, también, se pueden definir de la siguiente forma:*

- *Bajo: menos del 65,4% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.*
- *Medio: entre el 65,4% y el 77,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.*
- *Medio-Alto: entre el 78,0% y el 83,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.*
- *Alto: más del 84,0% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.*

**Ratio de superficie de atención  
al público/superficie total del comercio: definición**

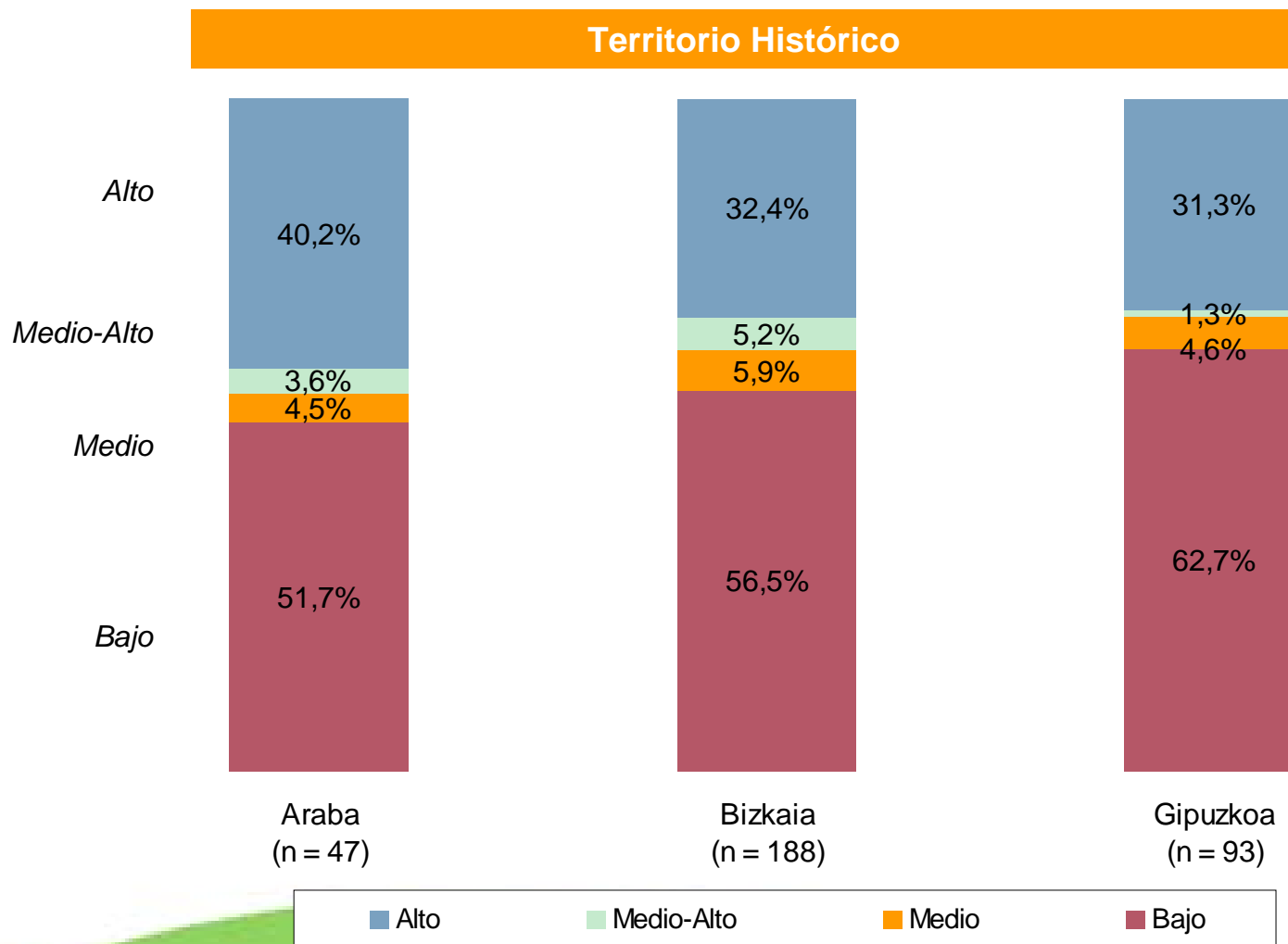
*Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio mayorista*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



**Ratio de superficie de atención al público/superficie total: datos**

*Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio mayorista  
(Primer Cuatrimestre 2.009)*

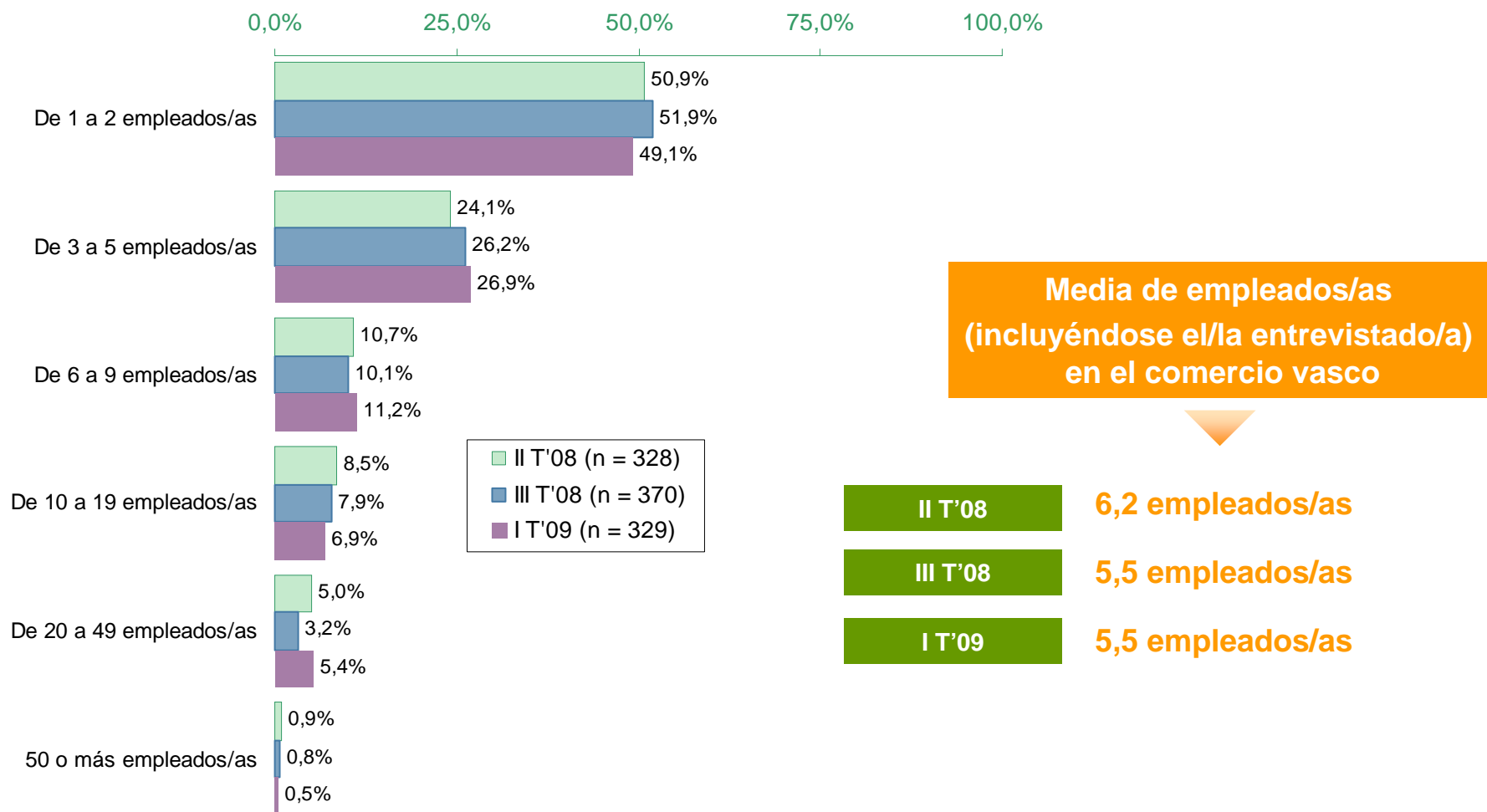
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



***Ratio de superficie de atención  
al público/superficie total: datos***

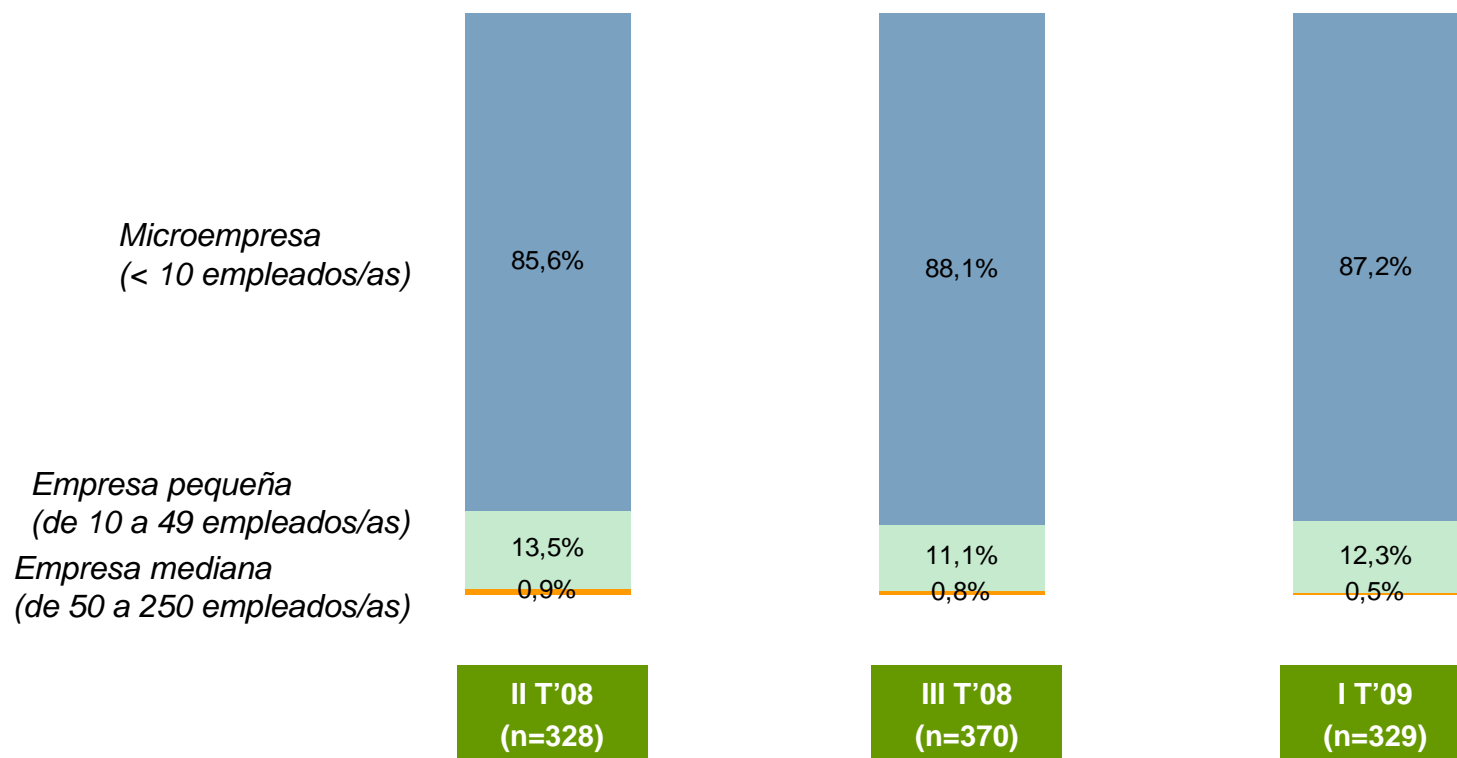
## Tamaño del comercio mayorista vasco: número de empleados/as

**P.13./P.12./P.12: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



**P.13./P.12./P.12: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

**Distribución del número de empleados/as según criterio de la Unión Europea**





**P.12: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme  
 (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Microempresa (< 10 empleados/as)	81,7%	89,5%	85,2%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	17,5%	10,1%	14,2%
Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)	0,8%	0,4%	0,6%

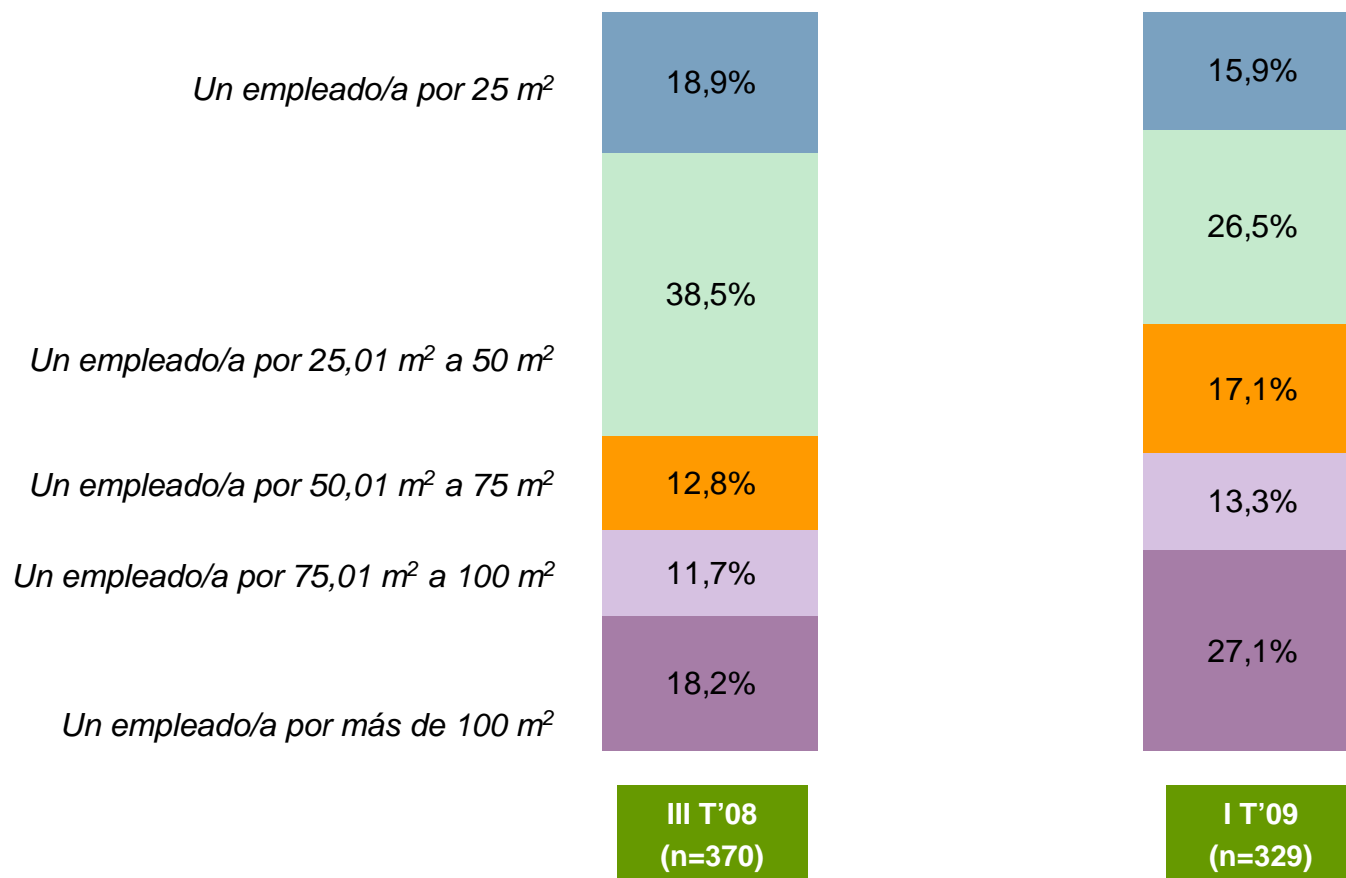
*El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar el tamaño del comercio (según superficie total del comercio) y el número de empleados/as.*

*Este ratio genera una puntuación. Esta puntuación nos permitirá segmentar y clasificar a los comercios vascos en cinco niveles. La categorización de estos niveles es la siguiente:*

- *Un empleado/a por 25 m<sup>2</sup> o menos*
- *Un empleado/a por 25,01 m<sup>2</sup> a 50 m<sup>2</sup>*
- *Un empleado/a por 50,01 m<sup>2</sup> a 75 m<sup>2</sup>*
- *Un empleado/a por 75,01 m<sup>2</sup> a 100 m<sup>2</sup>*
- *Un empleado/a por más de 100 m<sup>2</sup>*

**Ratio de superficie total/número  
de empleados/as: definición**

*Ratio de superficie total del comercio mayorista según número de empleados/as*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



**Ratio de superficie total/número de empleados/as: datos**

**Ratio de superficie total del comercio mayorista según número de empleados/as  
(Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Un empleado/a por 25 m <sup>2</sup> o menos	17,1%	14,5%	18,1%
Un empleado/a por 25,01 m <sup>2</sup> a 50 m <sup>2</sup>	23,4%	30,9%	19,3%
Un empleado/a por 50,01 m <sup>2</sup> a 75 m <sup>2</sup>	14,5%	19,3%	13,9%
Un empleado/a por 75,01 m <sup>2</sup> a 100 m <sup>2</sup>	4,1%	12,1%	20,5%
Un empleado/a por más de 100 m <sup>2</sup>	40,9%	23,1%	28,3%
<b>MEDIA</b>	<b>171,3</b>	<b>132,2</b>	<b>117,3</b>

**Ratio de superficie total/número  
de empleados/as: datos**

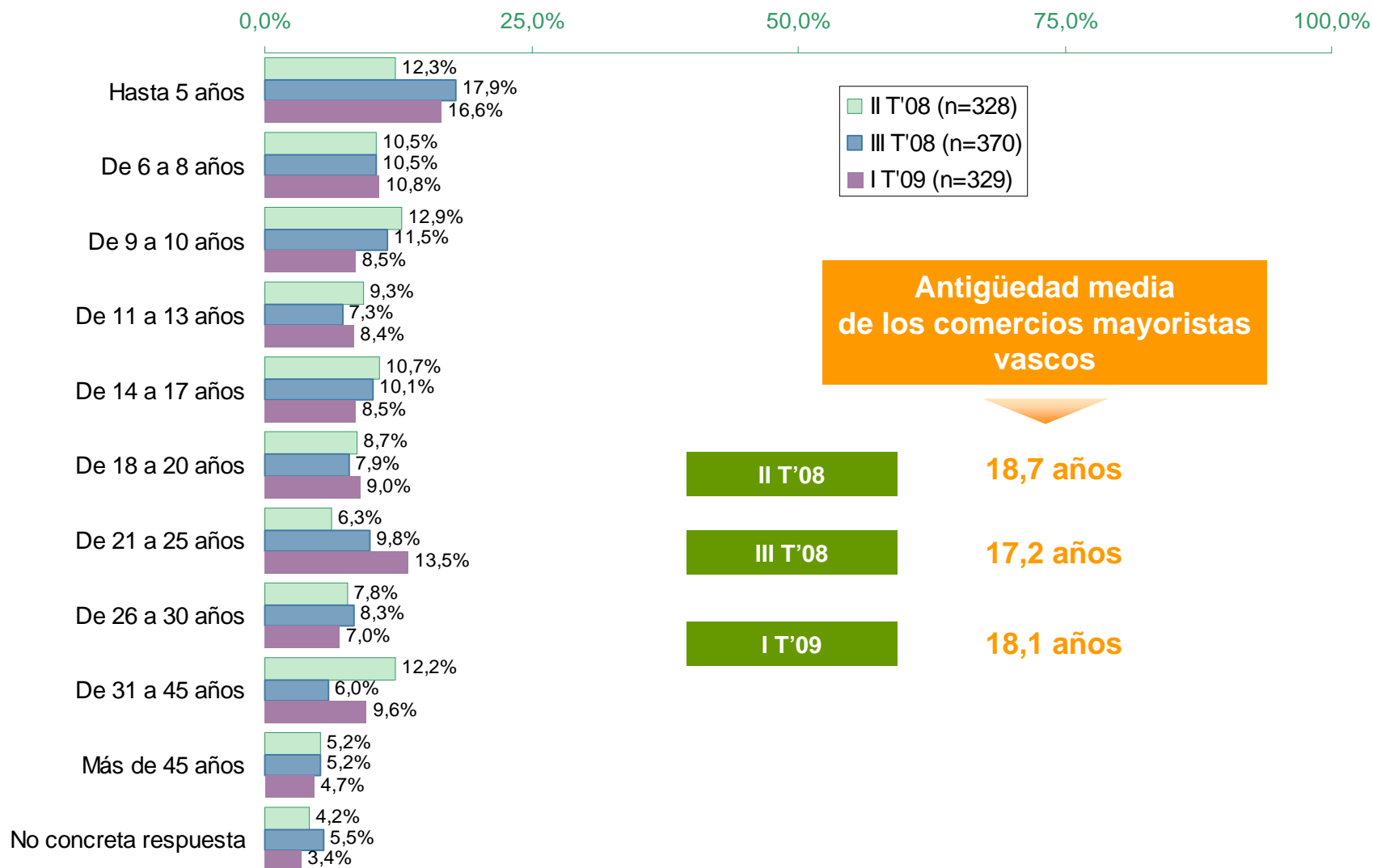
---



## 1.3.2. ANTIGÜEDAD Y RENOVACIÓN DEL COMERCIO

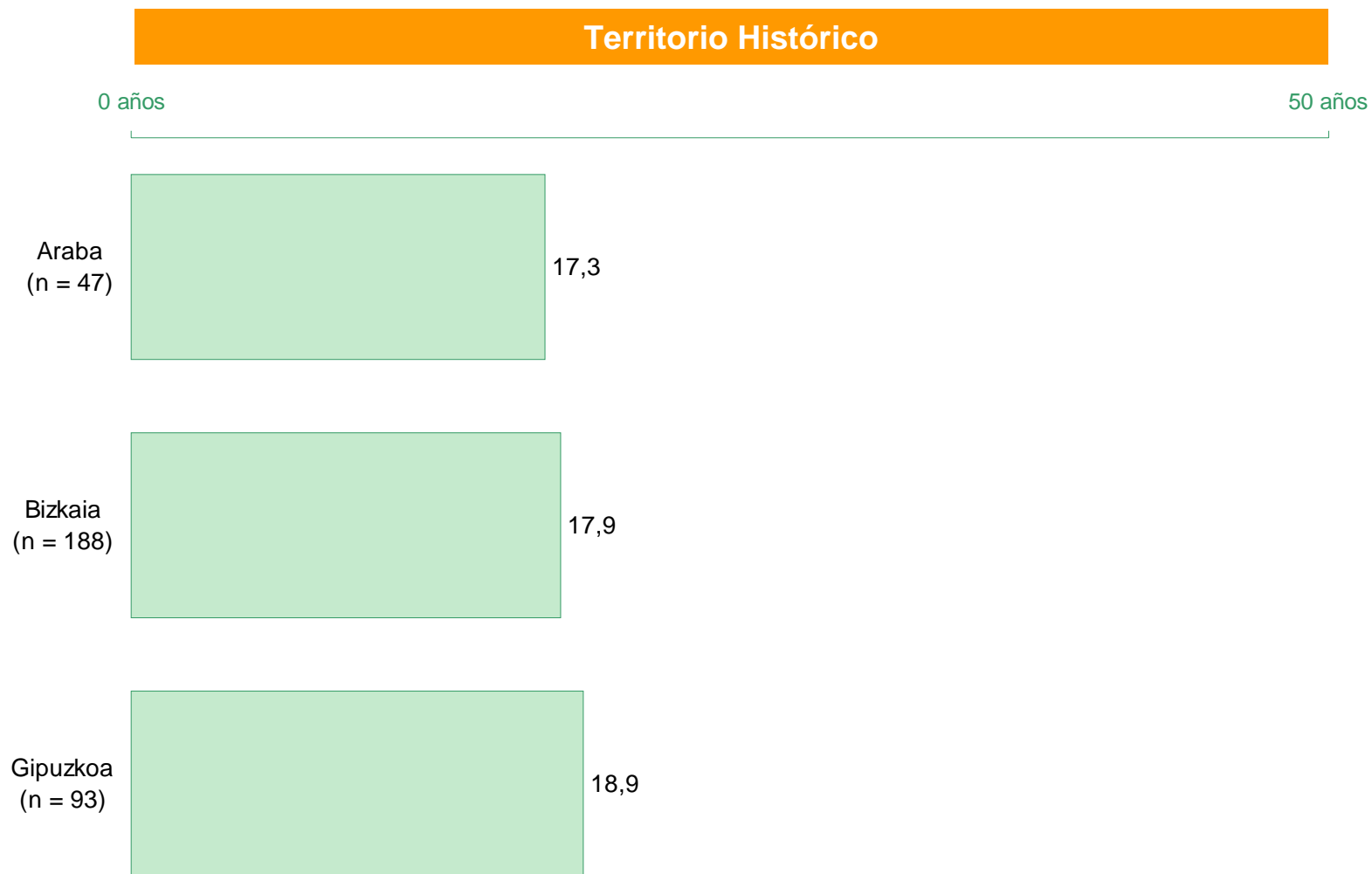
---

**D.5./P.18/D.10.: Año de apertura del comercio mayorista**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

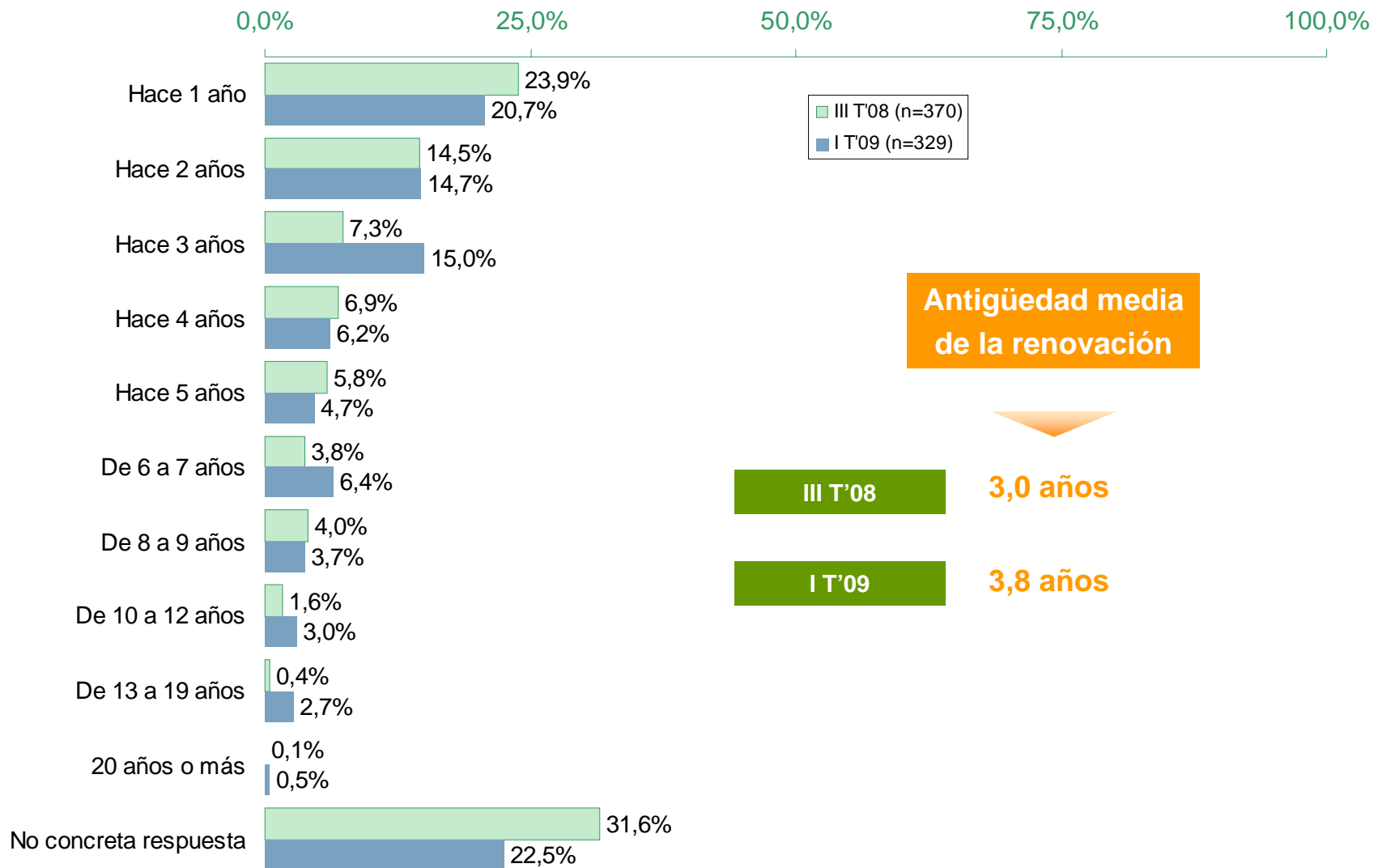


**D.10: Año de apertura del comercio mayorista (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

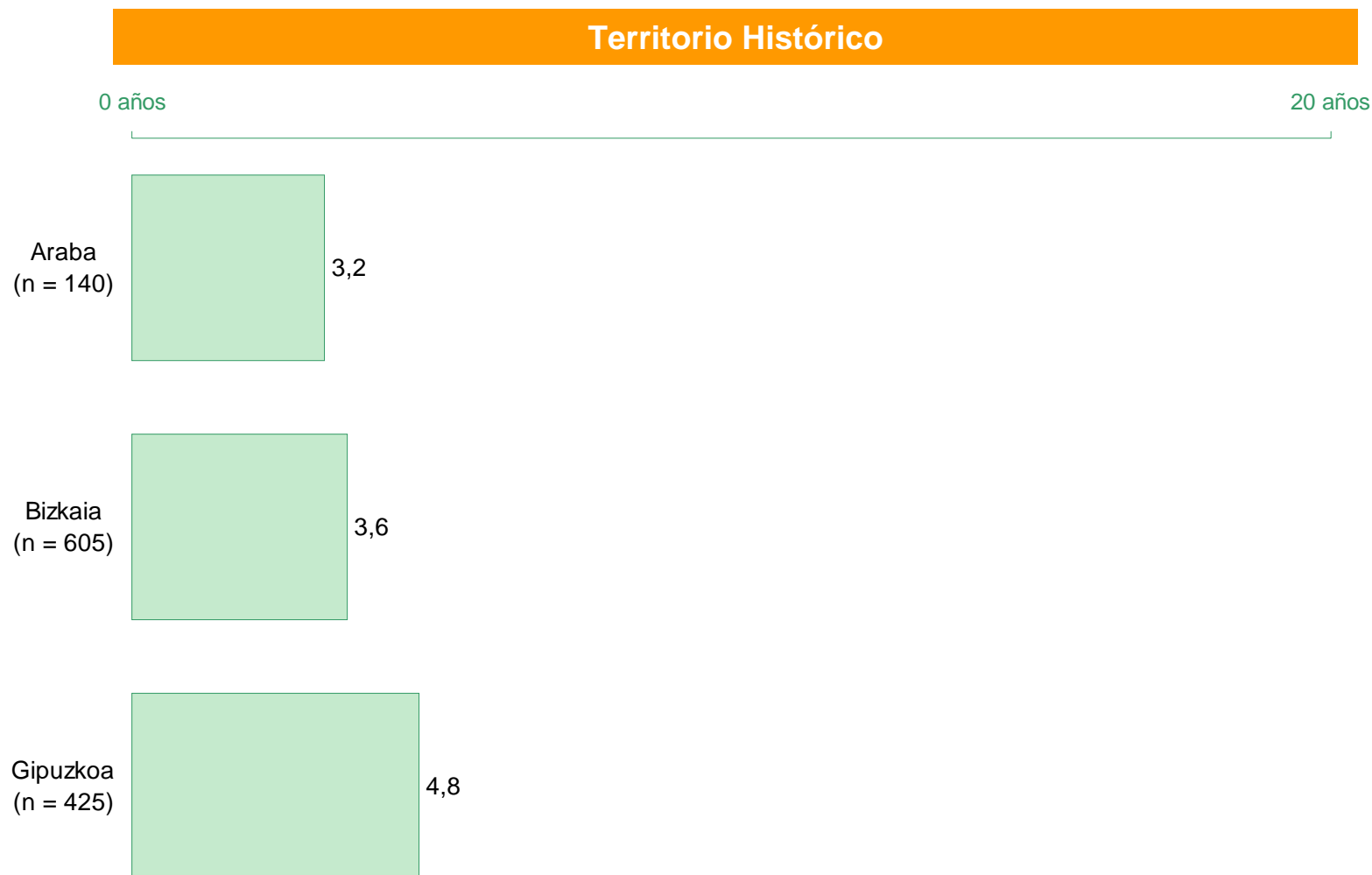


**P.19/D.11.: ¿Ha renovado, redecorado su negocio?**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**





**D.11.: ¿Ha renovado, redecorado su negocio? (Primer Cuatrimestre 2.009)**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



---

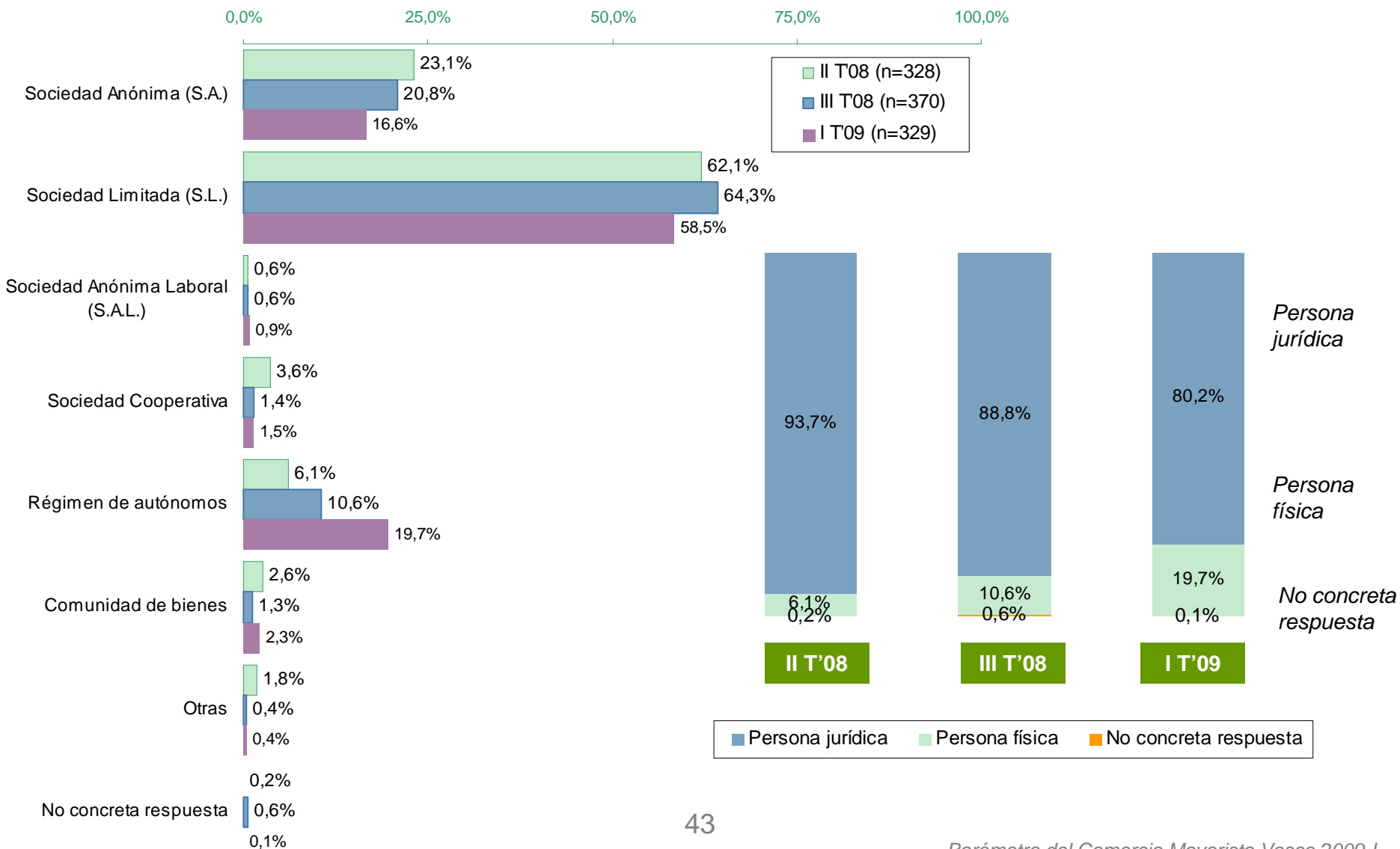


### 1.3.3. FORMA JURÍDICA DEL COMERCIO

---

## D.8./D.5./D.5.: ¿Cuál es la forma jurídica de su comercio / negocio?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



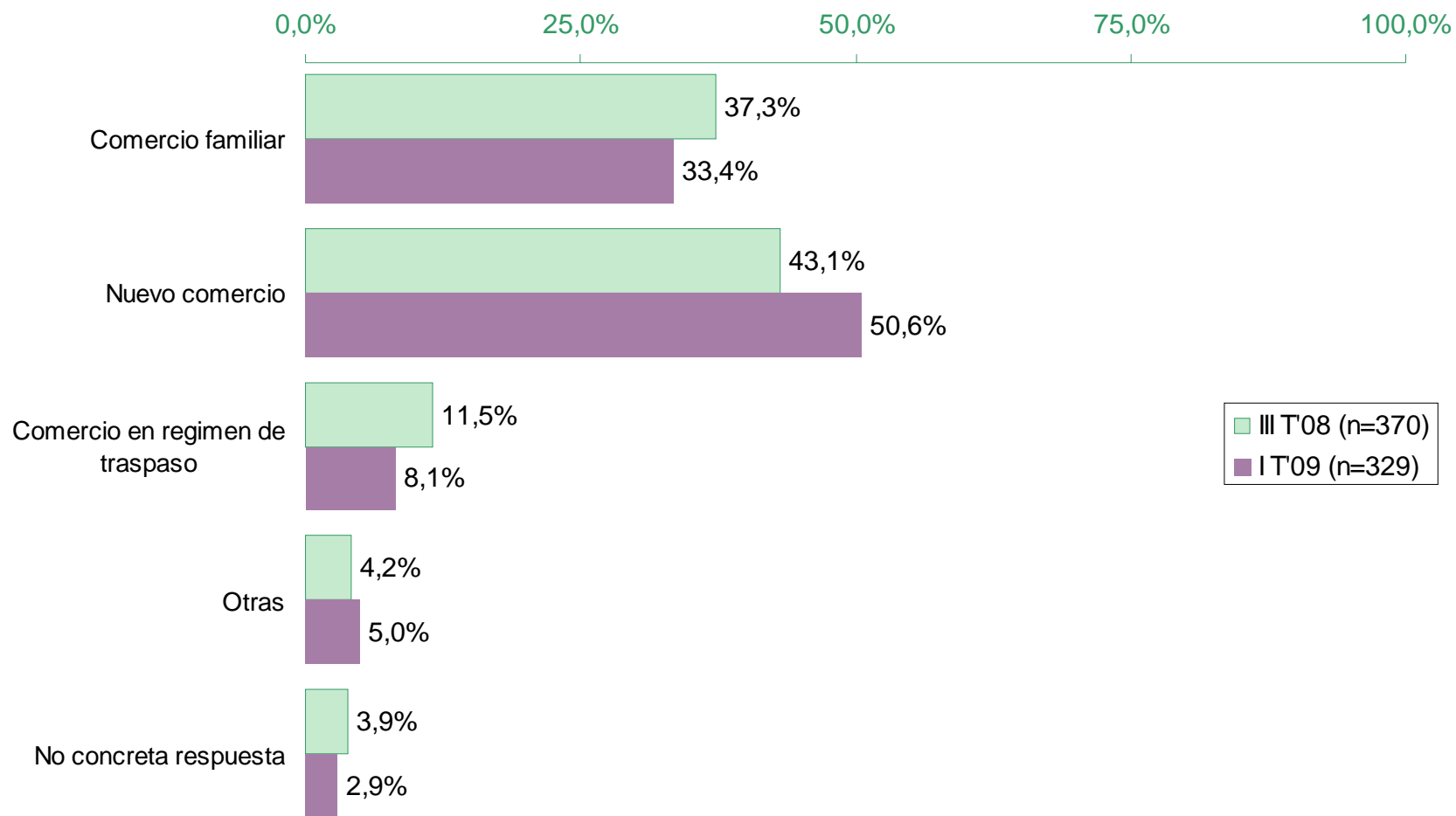
**D.5.: Forma jurídica del comercio mayorista vasco (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Persona jurídica	81,1%	79,6%	80,9%
Persona física	17,9%	20,4%	19,1%

**P.21/D.12.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?\***

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

**D.12.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?\***  
 (Primer Cuatrimestre 2.009)

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Comercio familiar	35,8%	30,4%	38,0%
Comercio en régimen de traspaso	10,5%	7,0%	9,2%
Nuevo comercio	52,1%	54,6%	41,9%
Otras	1,0%	7,5%	2,0%
No concreta respuesta	0,7%	0,4%	8,9%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

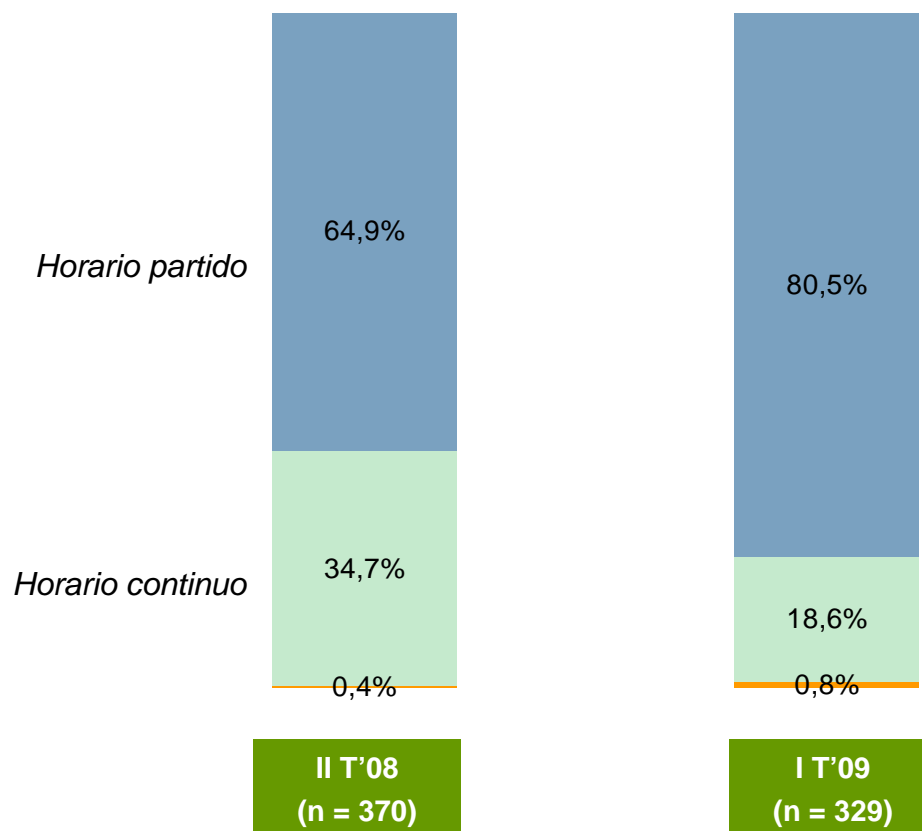
---



## 1.3.4. HORARIO DEL COMERCIO

---

**P.11./P.11: En estos momentos ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**





**P.11.: En estos momentos ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?**  
**(Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	TERRITORIO HISTÓRICO		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Horario partido	86,9%	80,6%	77,2%
Horario continuo	13,1%	18,0%	22,8%
No concreta respuesta	---	1,5%	---



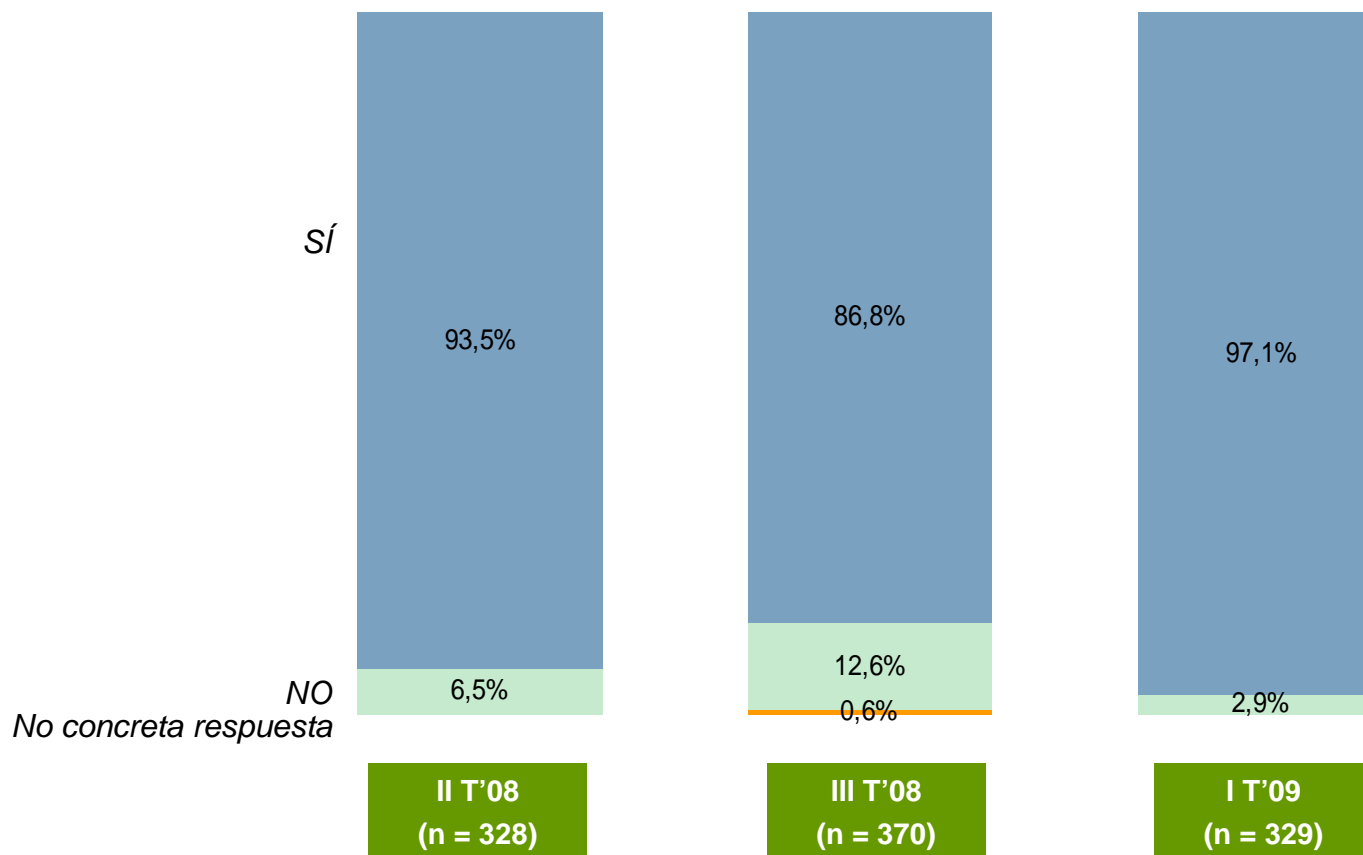
---

## 1.3.5. PRESENCIA DE LAS TIC'S EN EL COMERCIO

---

## Grado de presencia del ordenador en el comercio mayorista vasco

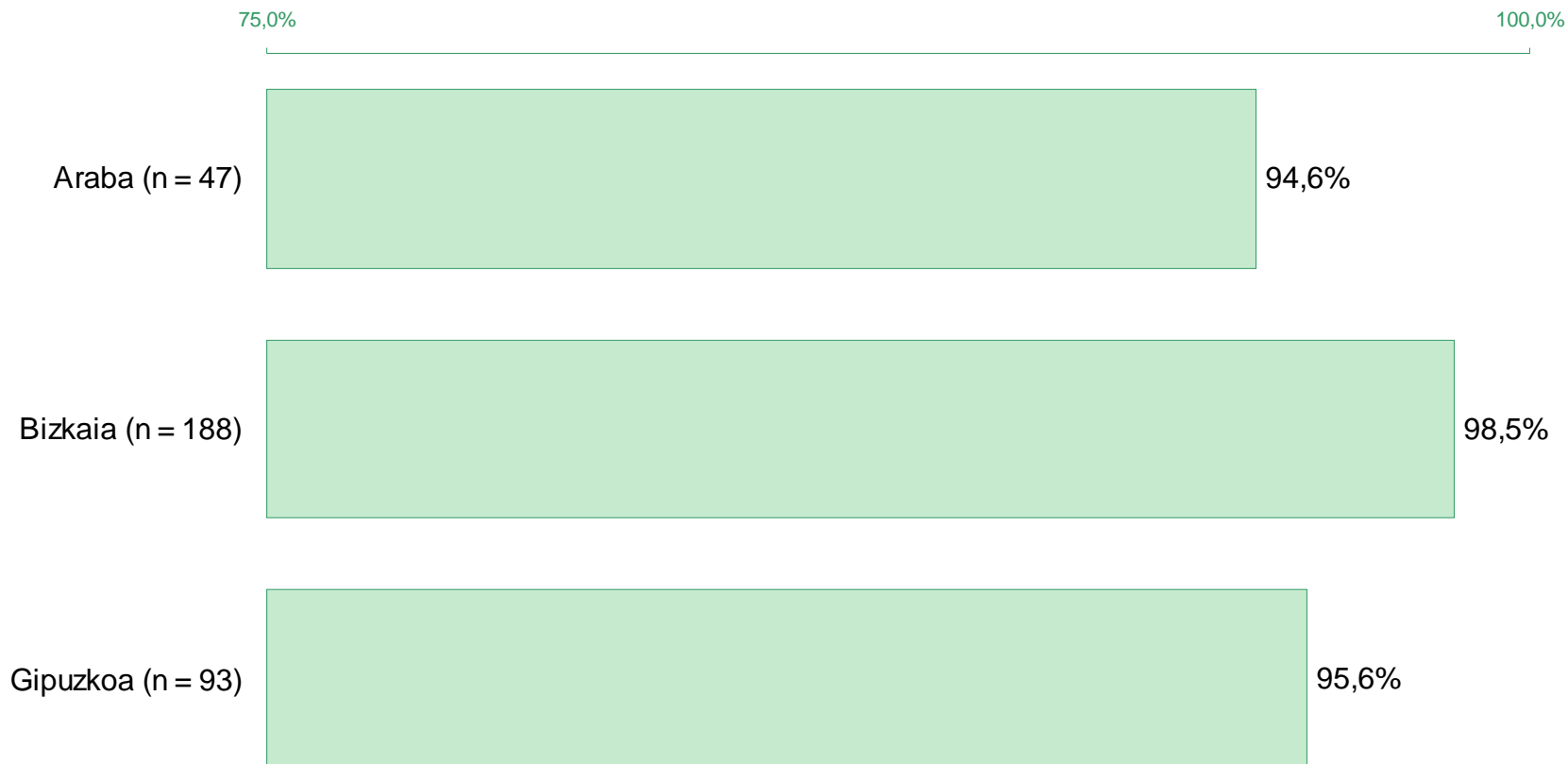
**D.9/D.6./D.6.: ¿Disponen de ordenador en su negocio?**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



*D.6.: ¿Disponen de ordenador en su negocio? (Primer Cuatrimestre 2.009)*

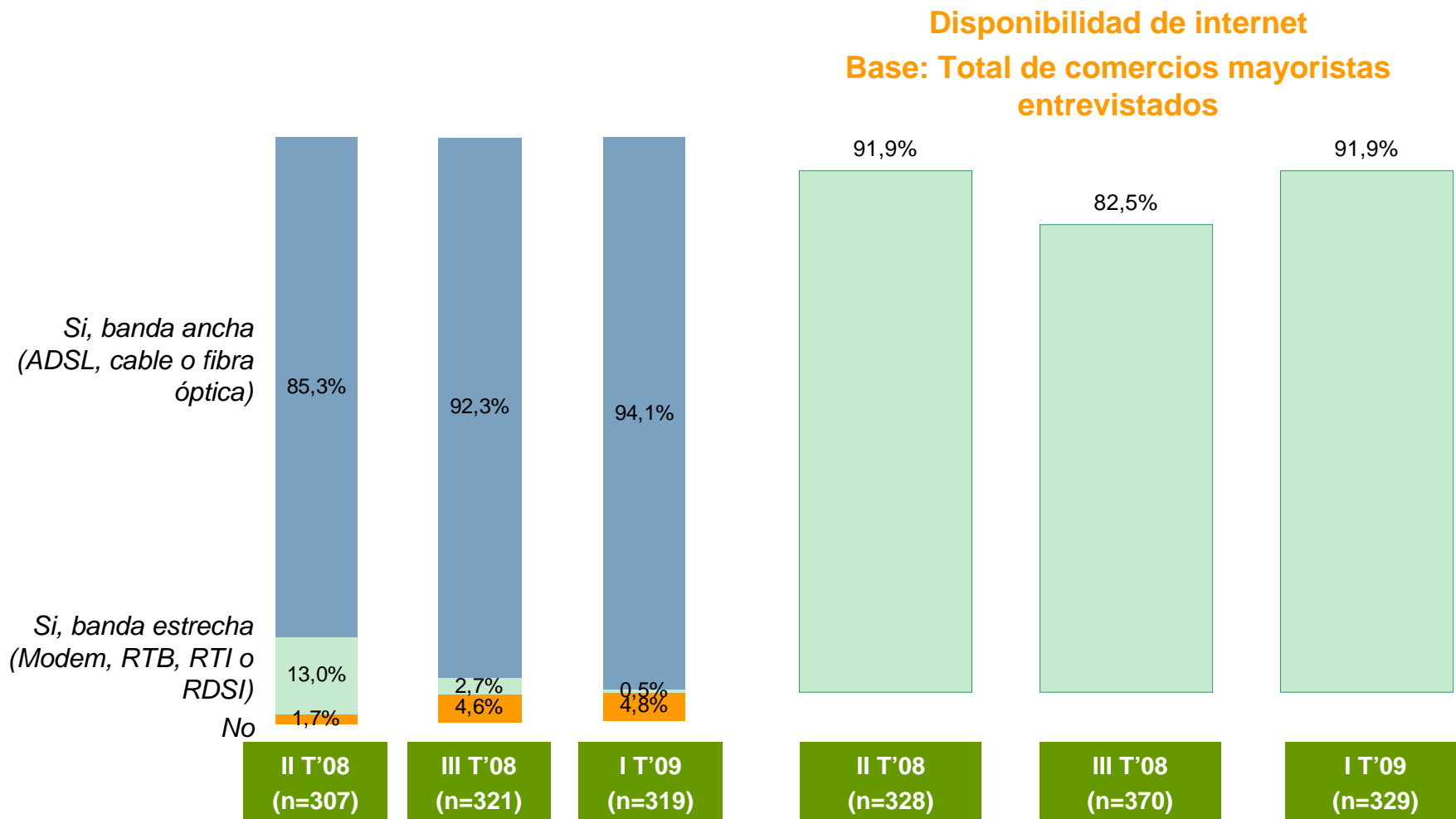
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

**Grado de penetración del ordenador en el comercio mayorista vasco**



## Grado de presencia de internet en el comercio mayorista vasco

**D.10/D.7./D.7: ¿Tienen conexión a internet?**  
**Base: Comercios mayoristas que disponen de ordenador**



**D.7.: ¿Tienen conexión a internet? (Primer Cuatrimestre 2.009)**

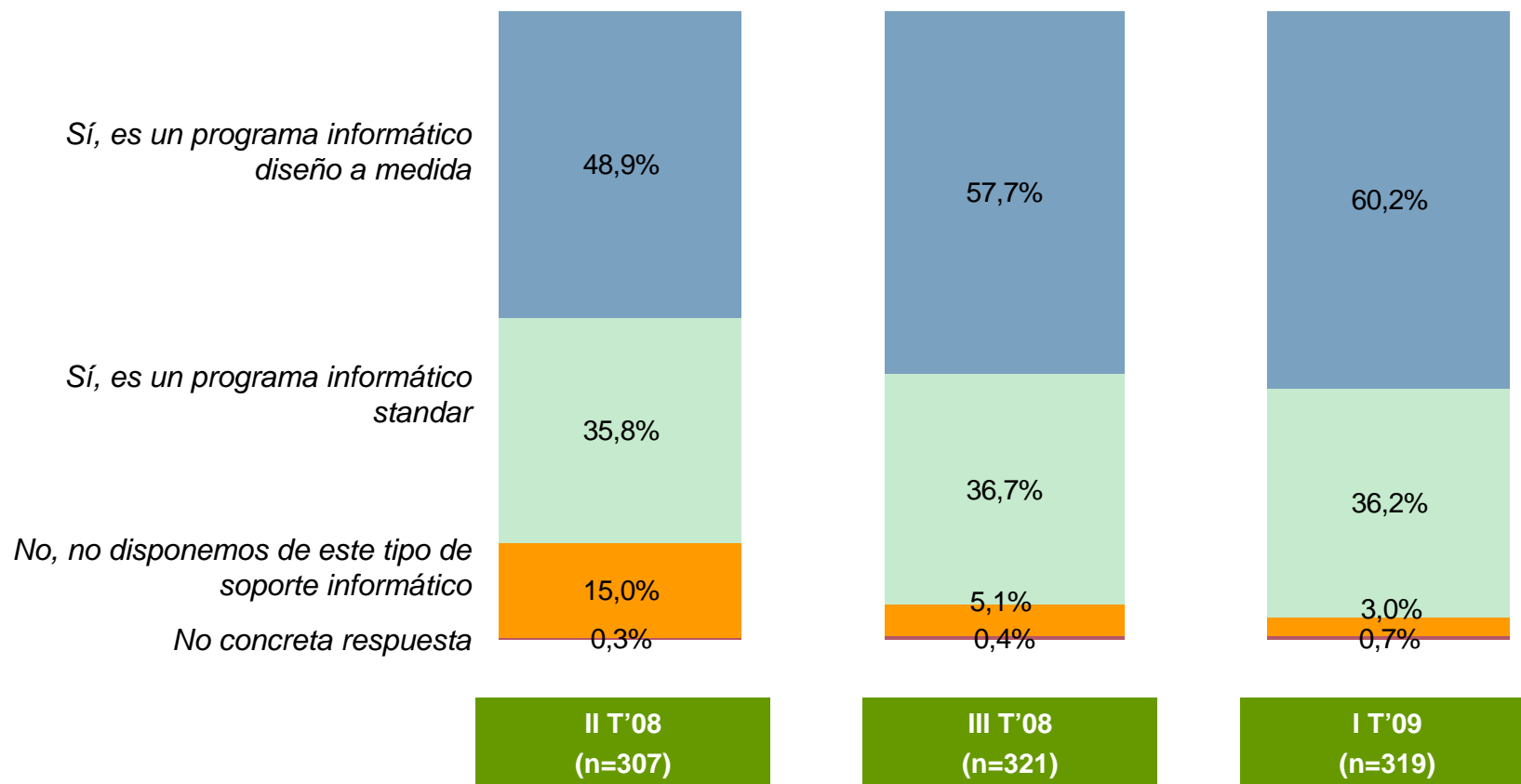
**Base: 319 comercios mayoristas que disponen de ordenador**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 45)	Bizkaia (n = 185)	Gipuzkoa (n = 89)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	97,2%	92,7%	95,6%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	---	0,7%	0,4%
No	2,8%	6,6%	2,1%
No concreta respuesta	---	---	1,8%



**D.11./D.8./D.8: ¿Dispone de algún programa informático para la gestión parcial o total de su comercio / negocio?\***

**Base: Comercios mayoristas que disponen de ordenador**



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

**D.8.: ¿Dispone de algún programa informático para la gestión parcial o total de su comercio / negocio?\* (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: 319 comercios mayoristas que disponen de ordenador**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 45)	Bizkaia (n = 185)	Gipuzkoa (n = 89)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	53,4%	60,7%	62,5%
Sí, es un programa informático estándar	46,2%	35,6%	32,4%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	---	3,7%	2,9%
No concreta respuesta	0,5%	---	2,1%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

# 2

## **EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO**

- 2.1. Las ventas a lo largo de un día**
- 2.2. Las ventas a lo largo de la semana**
- 2.3. Percepción de la evolución de las ventas**
- 2.4. El ticket medio del comercio mayorista**
- 2.5. Distribución de las ventas según medios de pago**



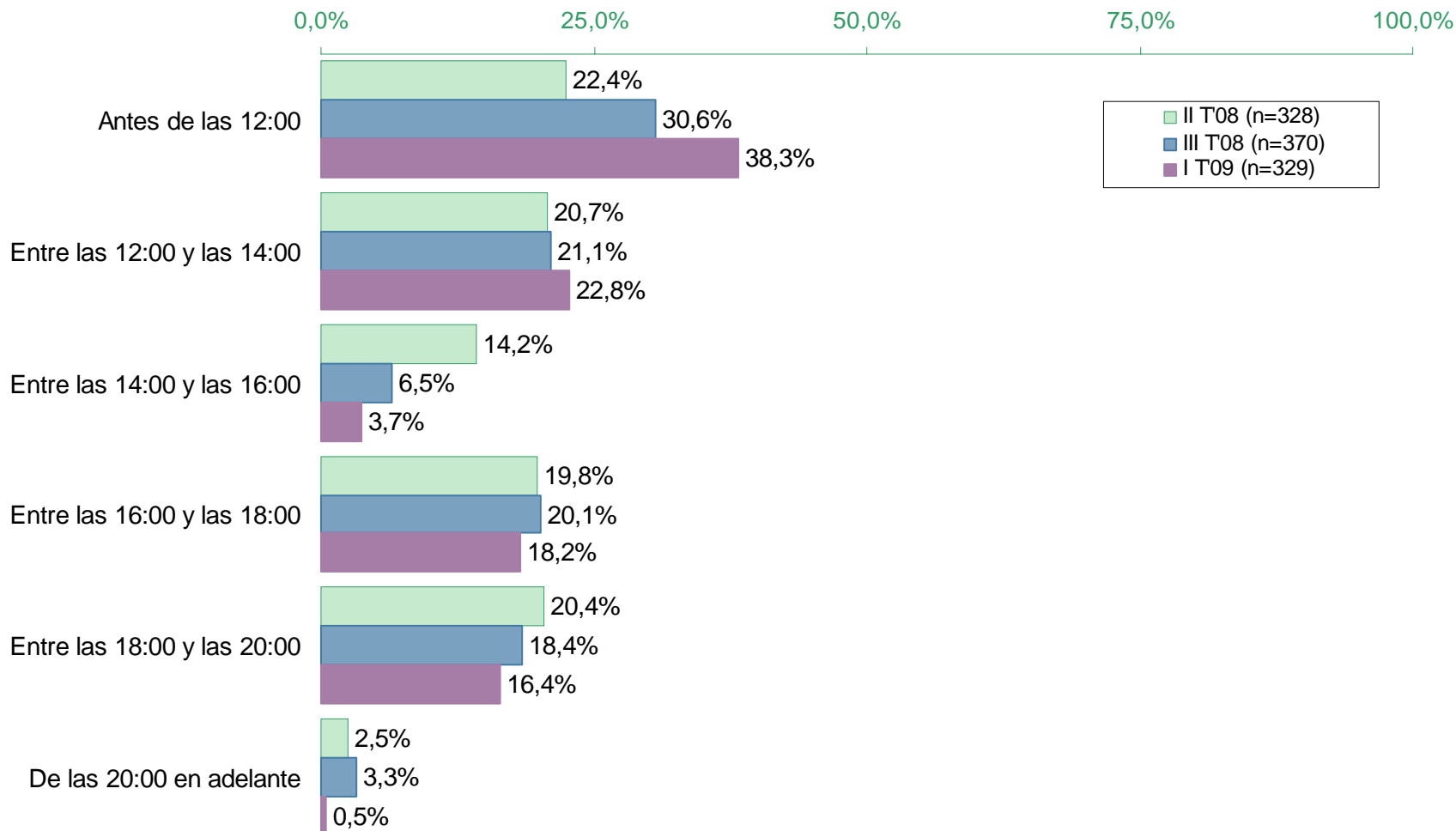
## 2.1. LAS VENTAS A LO LARGO DE UN DÍA

---

---

**P.3/P.3/P.3.: En relación a las ventas realizadas, en su comercio/negocio, siendo el total de las mismas el 100% ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios?\***

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

**P.3: En relación a las ventas realizadas, en su comercio/negocio, siendo el total de las mismas el 100% ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios?\*** (Primer Cuatrimestre 2.009)

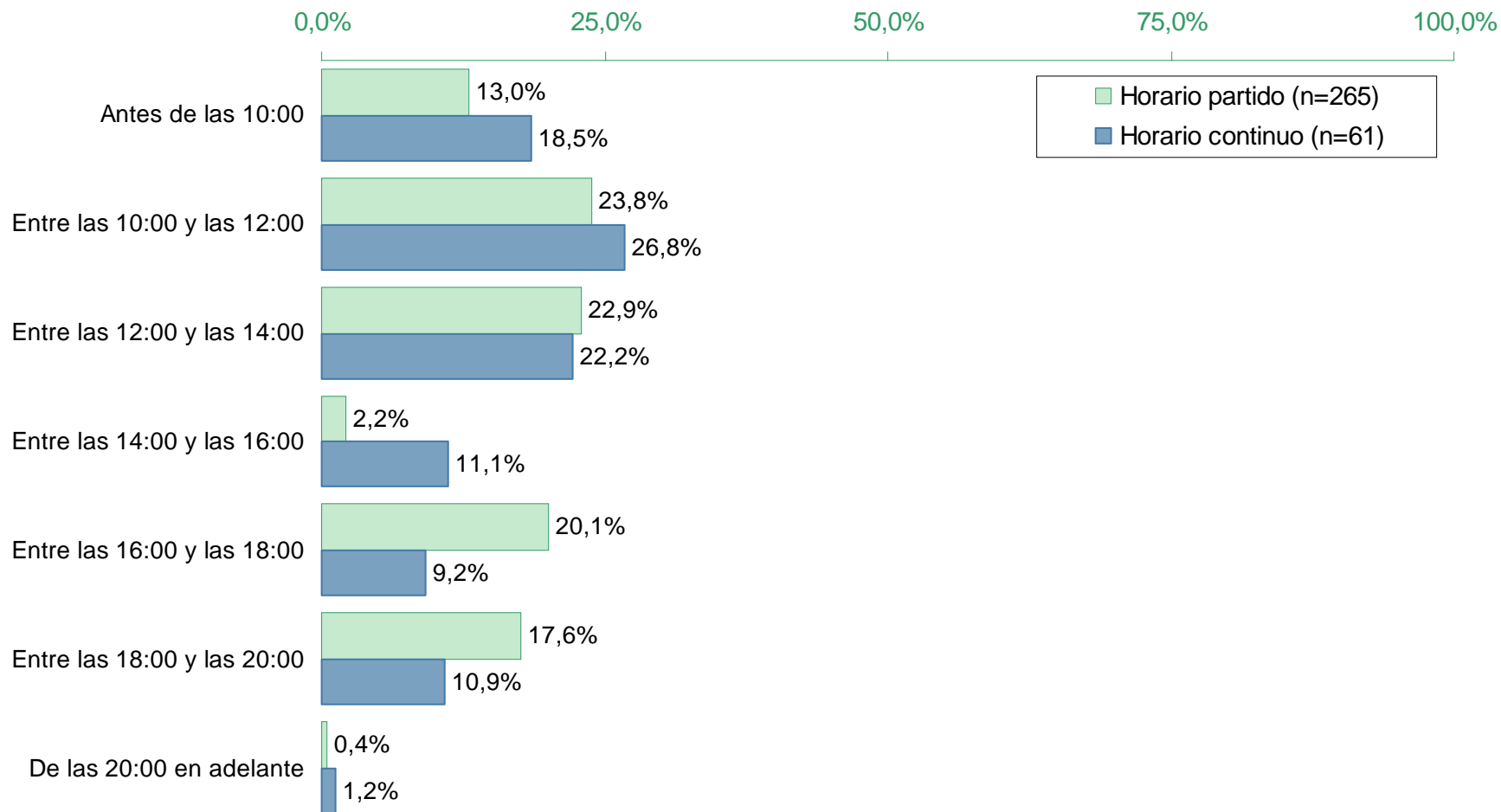
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Antes de las 10:00	10,2%	12,6%	19,6%
Entre las 10:00 y las 12:00	20,6%	25,3%	22,9%
Entre las 12:00 y las 14:00	23,3%	23,6%	20,4%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,6%	2,8%	6,9%
Entre las 16:00 y las 18:00	19,2%	18,4%	17,3%
Entre las 18:00 y las 20:00	21,3%	17,1%	12,4%
De las 20:00 en adelante	2,9%	0,2%	0,5%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

**P.3.: En relación a las ventas realizadas, en su comercio/negocio, siendo el total de las mismas el 100% ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios?\* (Primer Cuatrimestre 2009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.



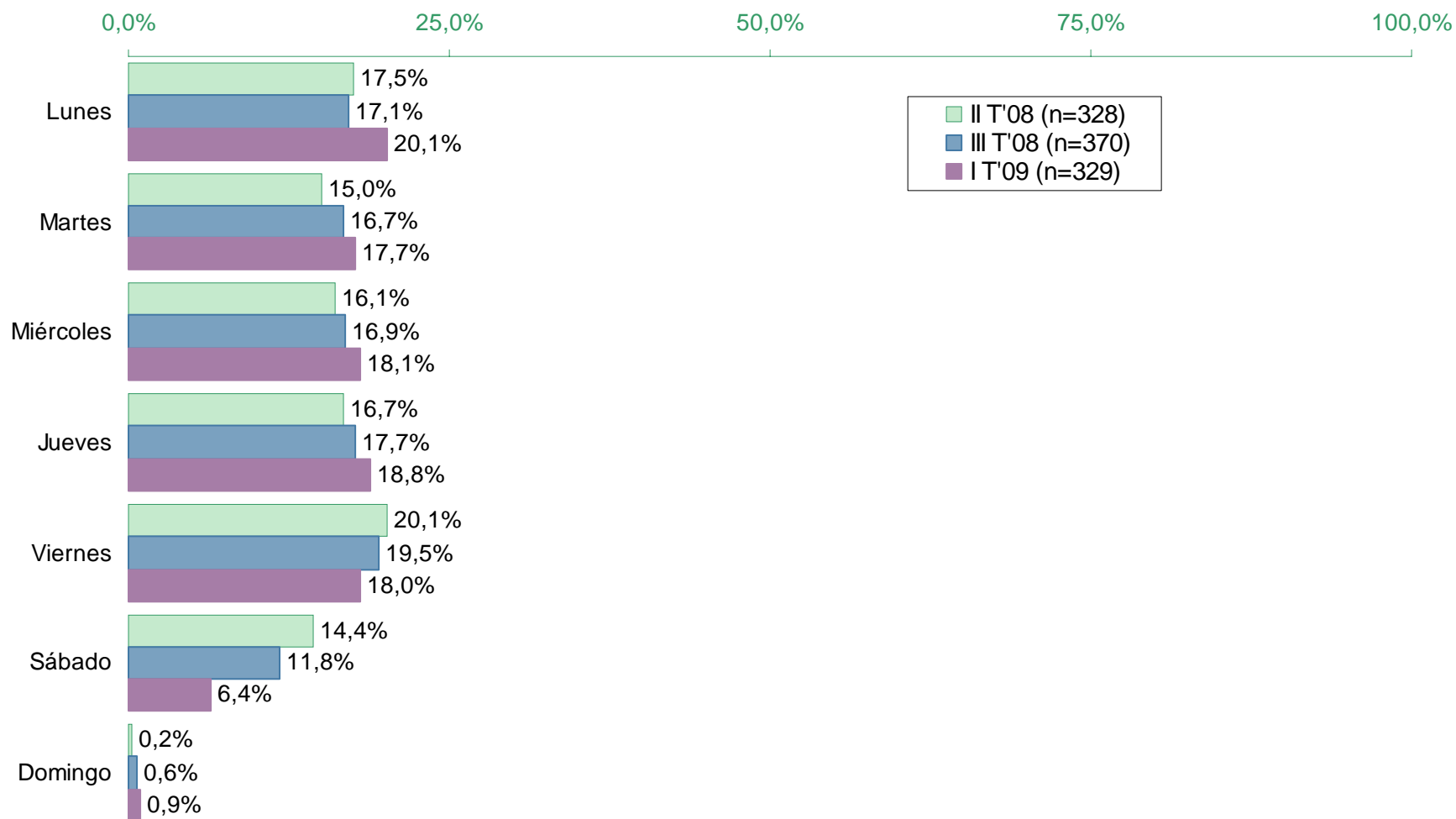
## 2.2. LAS VENTAS A LO LARGO DE LA SEMANA

---

---



**P.4/P.4/P.4.: Y, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana?**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



**P.4.: Y, durante el primer trimestre de 2.009, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (Primer Cuatrimestre 2009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Lunes	19,9%	20,1%	20,1%
Martes	16,8%	18,0%	17,2%
Miércoles	17,5%	18,2%	18,0%
Jueves	17,0%	19,5%	17,9%
Viernes	18,6%	17,5%	19,1%
Sábado	7,0%	6,6%	5,6%
Domingo	3,3%	0,1%	2,1%



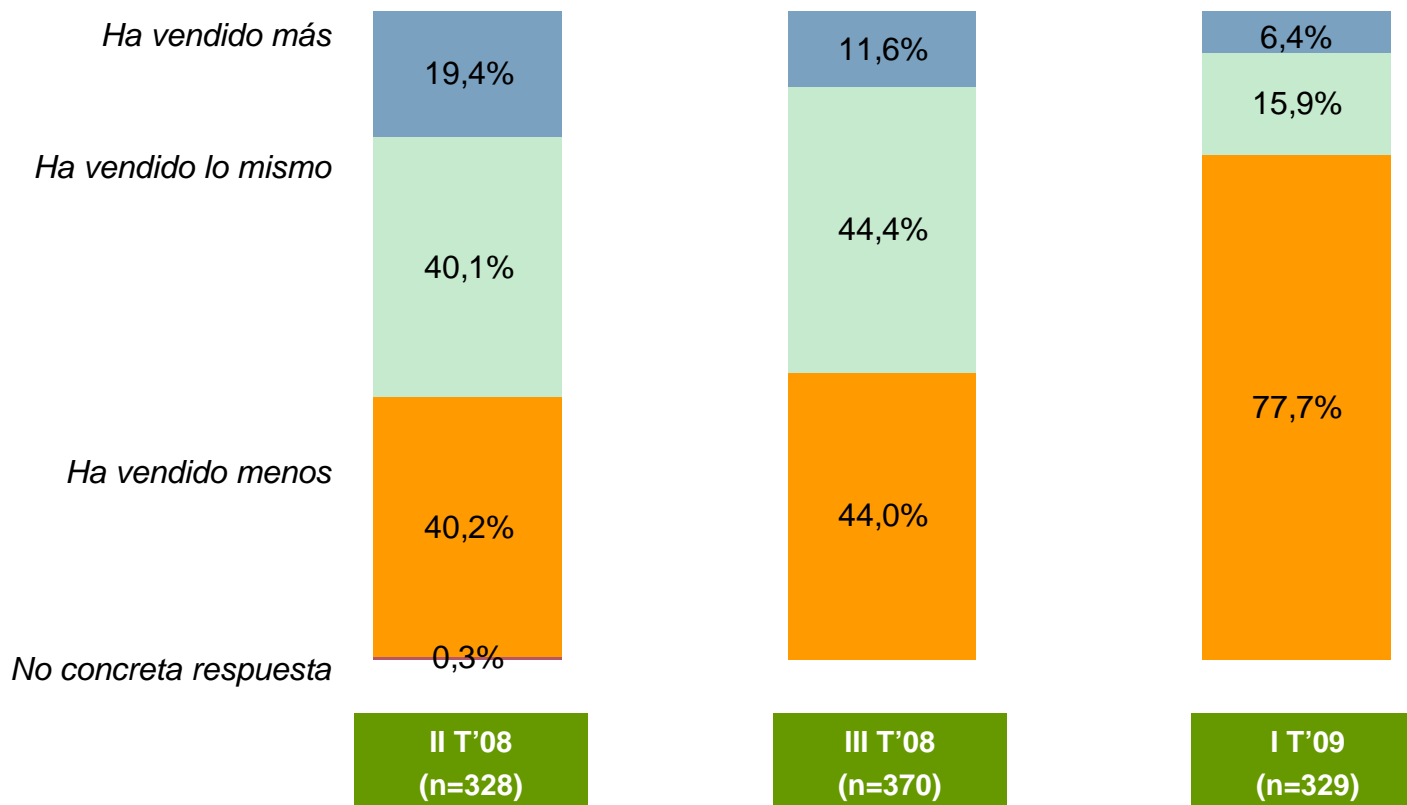
## 2.3. PERCEPCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

---

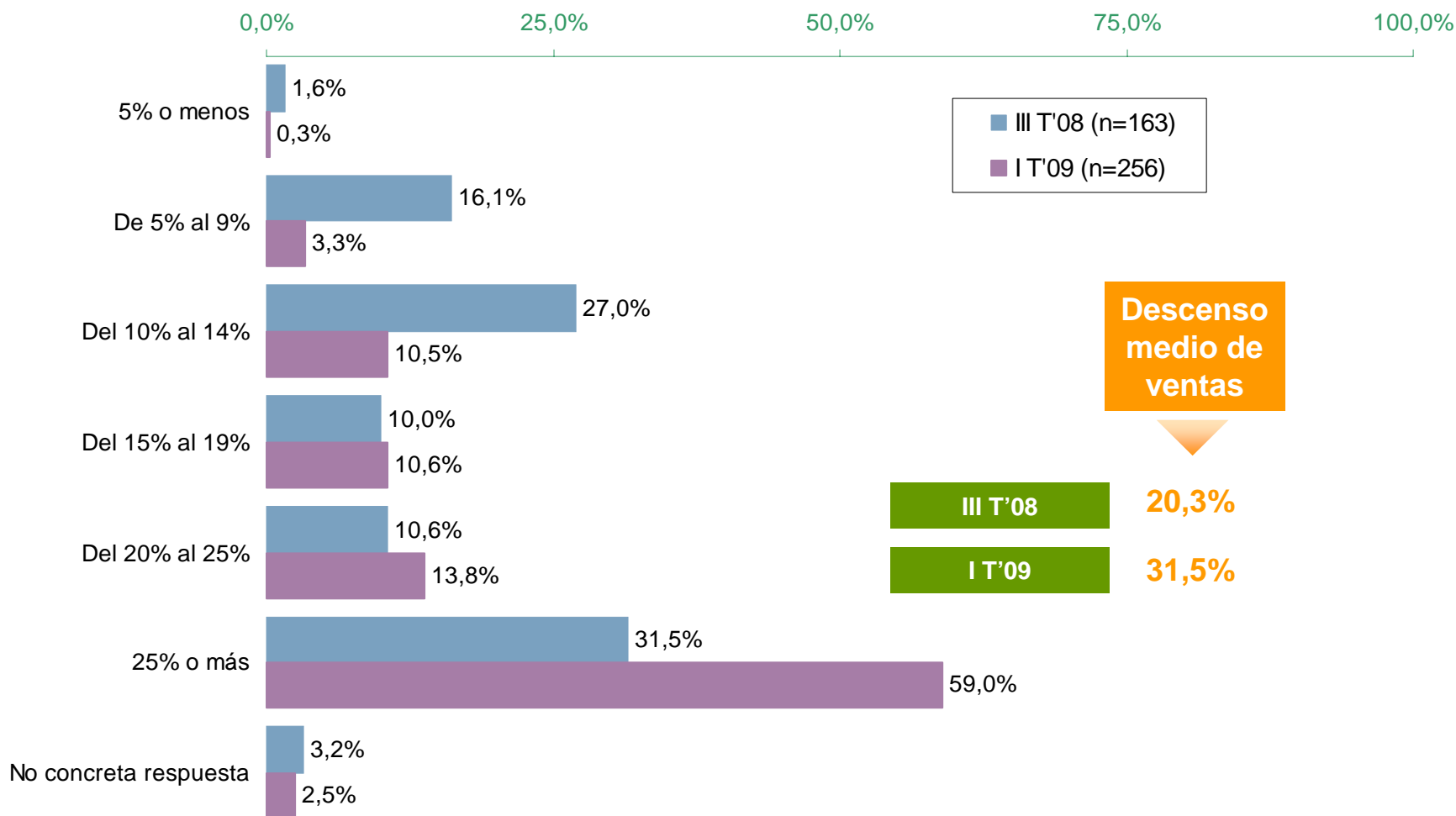
---

**P.1/P.1/P.1.: Desde su perspectiva, en relación al mismo trimestre del año pasado ¿cómo han evolucionado las ventas de su comercio / negocio?**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

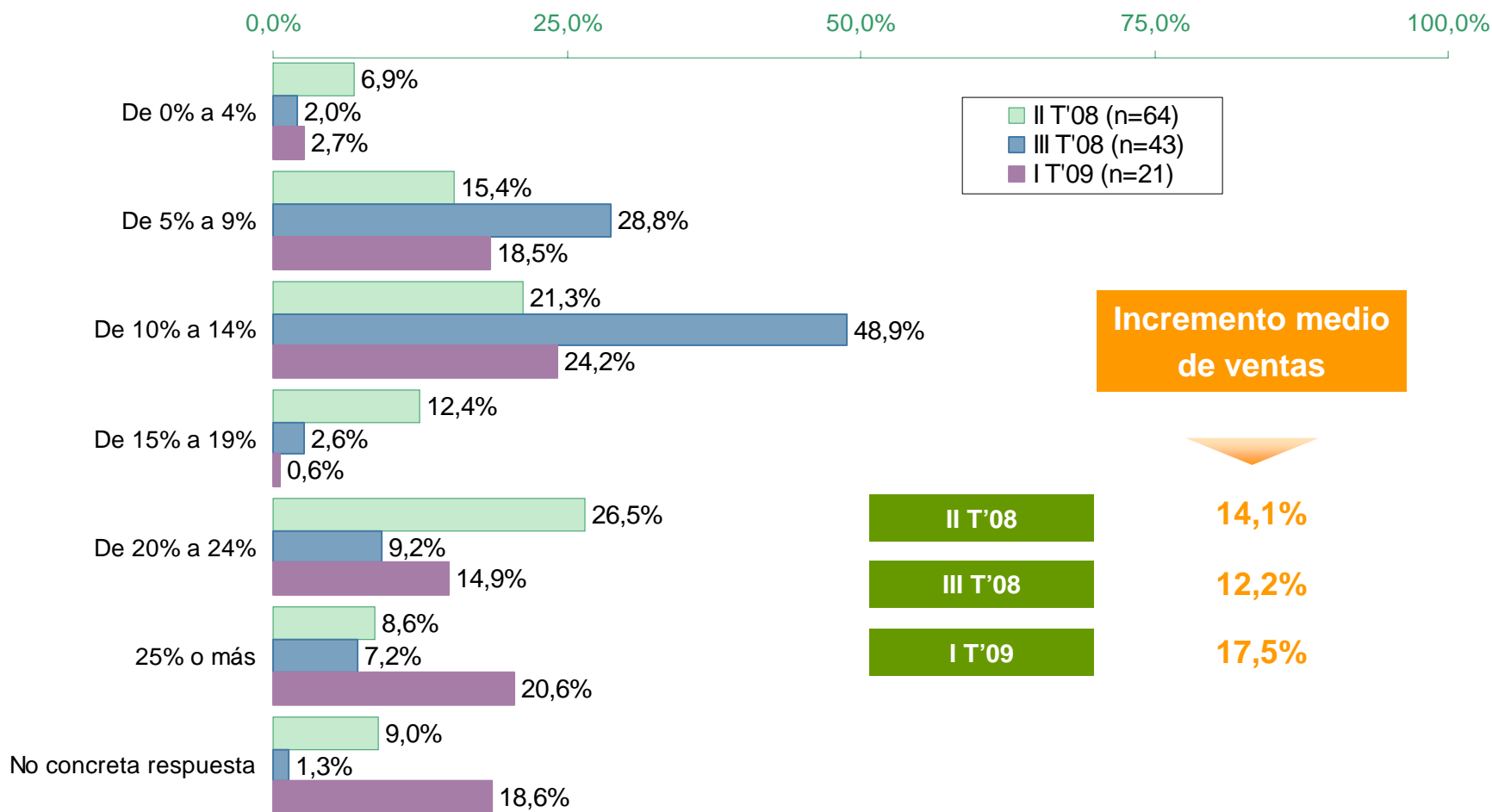


**P.2A/P.2A.: En porcentaje ¿cuánto ha supuesto este descenso de las ventas respecto al mismo trimestre del año pasado (Primer Cuatrimestre 2.009)**  
**Base: Comercios mayoristas que han vendido menos**



**P.2/P.2B/P.2B.: En porcentaje ¿cuánto ha supuesto este incremento de las ventas respecto al mismo cuatrimestre del año pasado?**

**Base: Comercios mayoristas que han vendido más**



**P.1.: Desde su perspectiva, en relación al primer cuatrimestre de 2.008 ¿cómo han evolucionado las ventas de su comercio / negocio? (Primer Cuatrimestre 2009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

<b>Territorio Histórico</b>			
	<b>Araba (n = 47)</b>	<b>Bizkaia (n = 188)</b>	<b>Gipuzkoa (n = 93)</b>
<b>Ha vendido menos</b>	77,8%	78,5%	76,0%
Ha vendido igual	15,4%	15,1%	17,9%
<b>Ha vendido más</b>	6,8%	6,4%	6,1%



## 2.4. EL TICKET MEDIO DEL COMERCIO

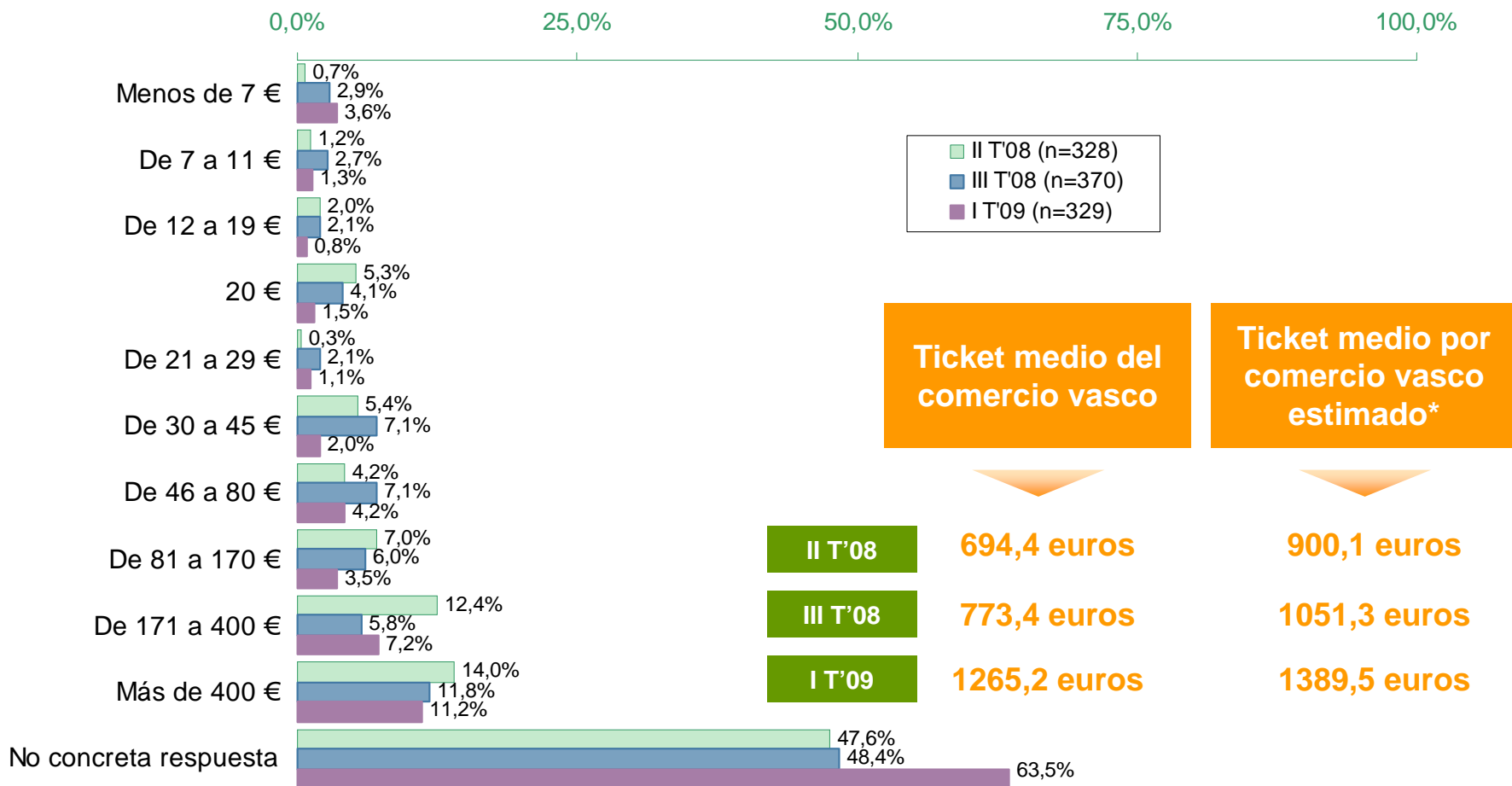
---

---



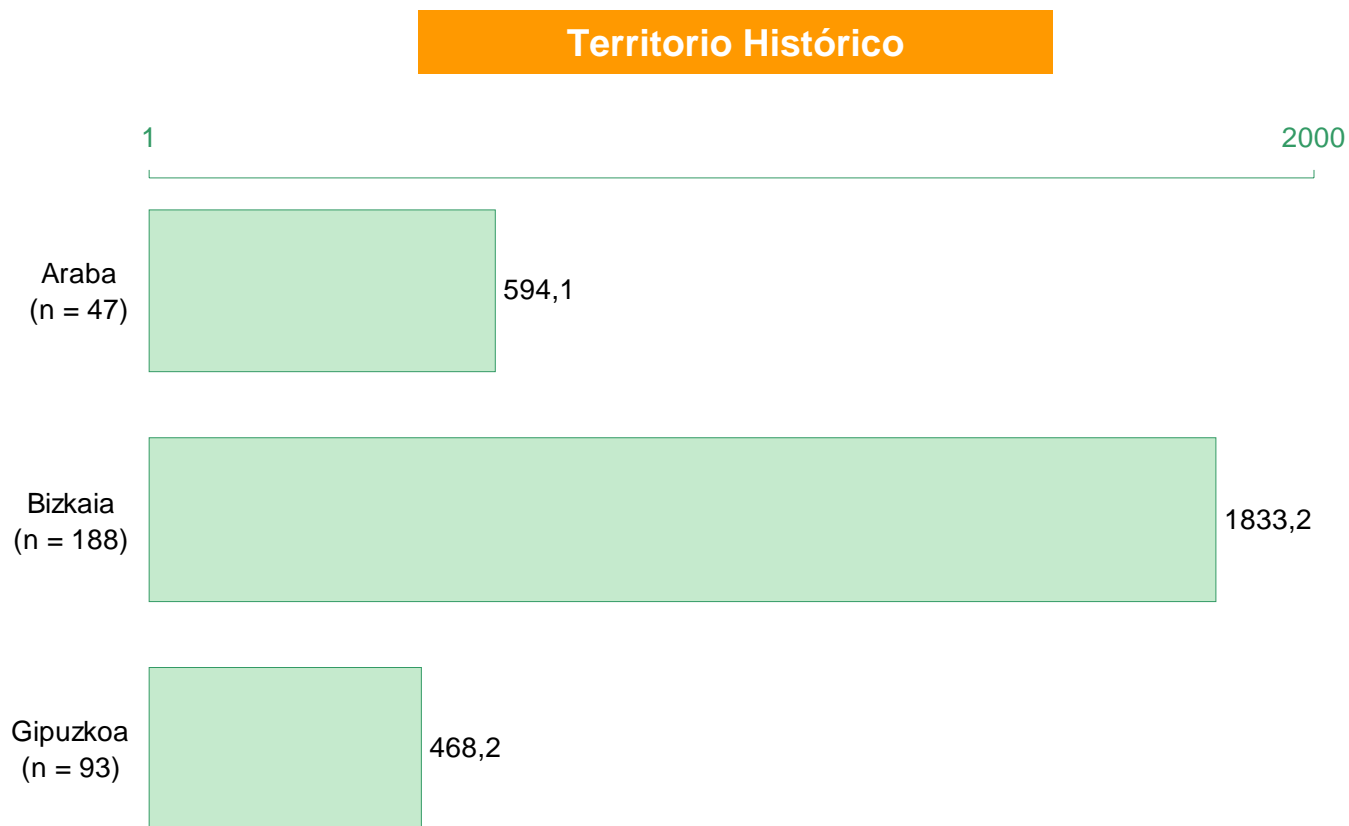
## P.5/P.5/P.5. Aproximadamente, ¿de cuánto ha sido el ticket medio en su comercio / negocio?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



\* Dado el porcentaje de no concreta respuesta se ha estimado la media según CNAE y tamaño de comercio (número de empleados/as) con el objetivo de proporcionar unos datos más cercanos a la realidad del comercio vasco.

**P.5.: Ticket medio del comercio mayorista vasco (Primer Cuatrimestre 2009)**  
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**





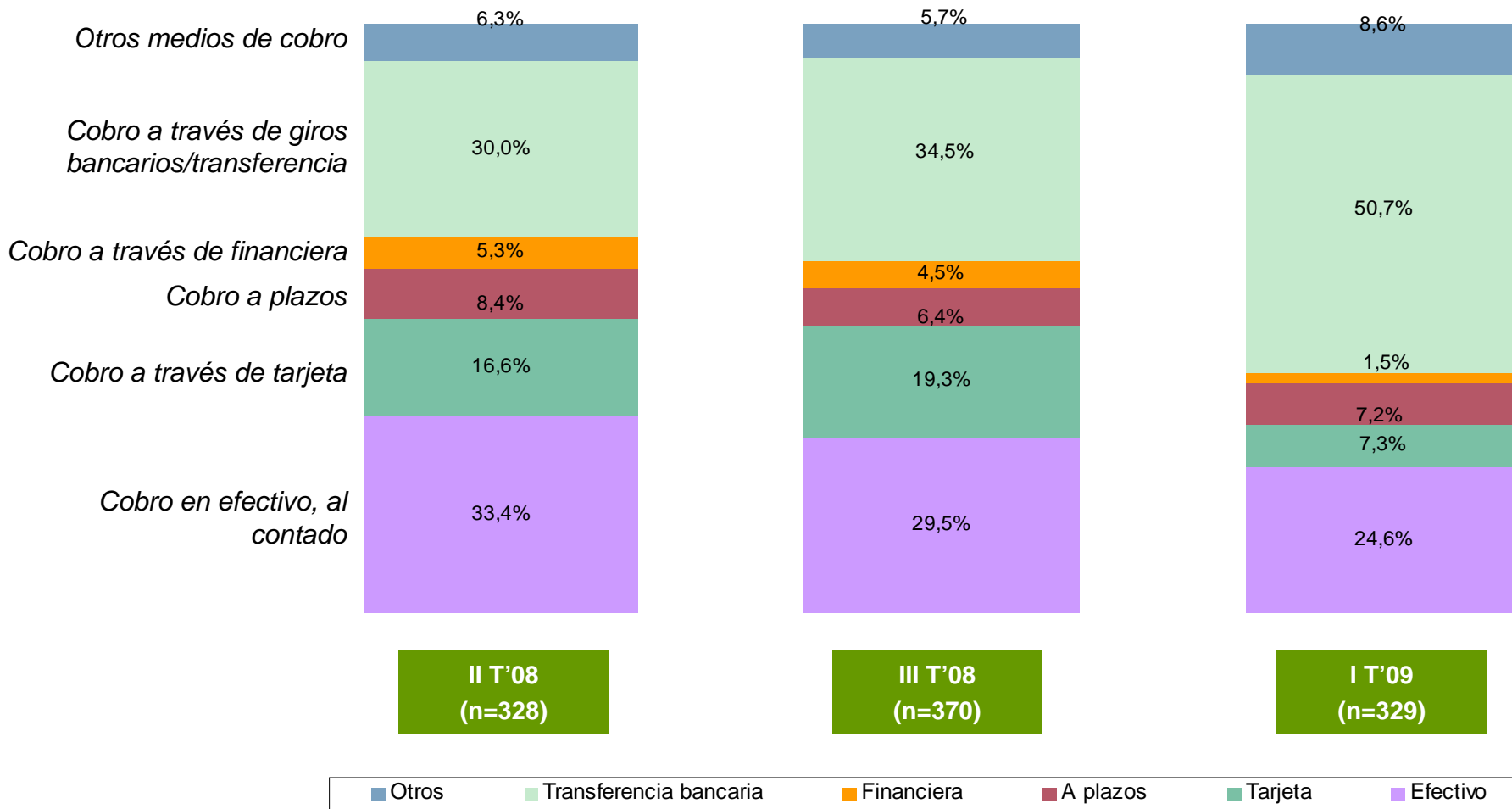
## 2.5. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN MEDIOS DE PAGO

---

---

**P.7./P.6./P.6:** Y, de este número total de ventas, en función de los siguientes medios de pago, ¿cómo se distribuyen las ventas durante el cuatrimestre?

**Base:** Total de comercios mayoristas entrevistados



**P.6.: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Efectivo, al contado	21,9%	24,5%	26,1%
Tarjeta	6,6%	8,5%	5,4%
A plazos	6,1%	5,8%	10,7%
A través de financiera	1,8%	1,7%	1,0%
A través de giros/transferencias	53,5%	51,3%	47,9%
Otros medios de pago	10,0%	8,2%	8,9%

# 3

## **EVOLUCIÓN DE LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES**

- 3.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día**
- 3.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana**
- 3.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes**



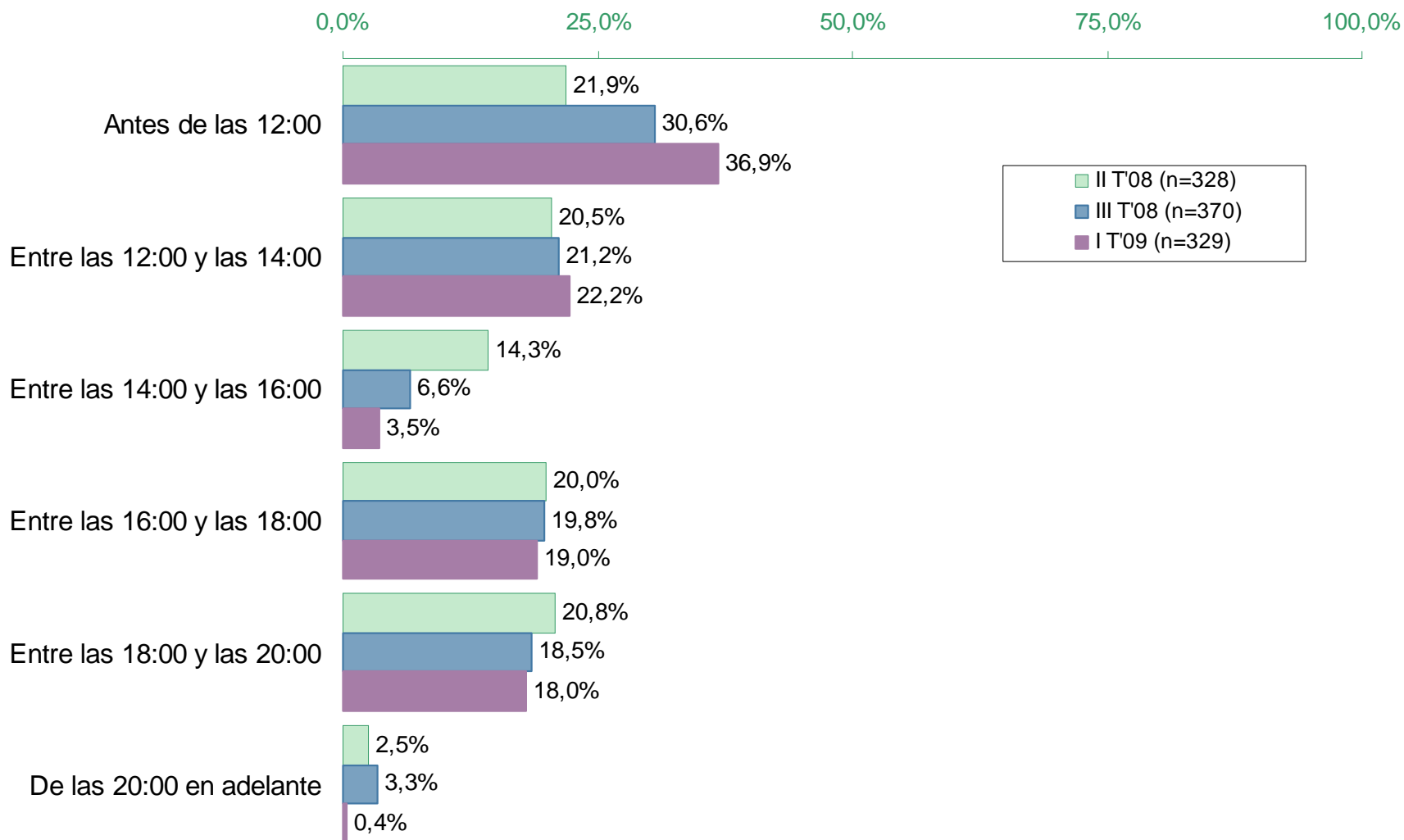
## 3.1. LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES A LO LARGO DE UN DÍA

---

---

**P.11./P.9/P.9.: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?\***

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.



**P.9.: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?\***  
**(Primer Cuatrimestre 2009)**

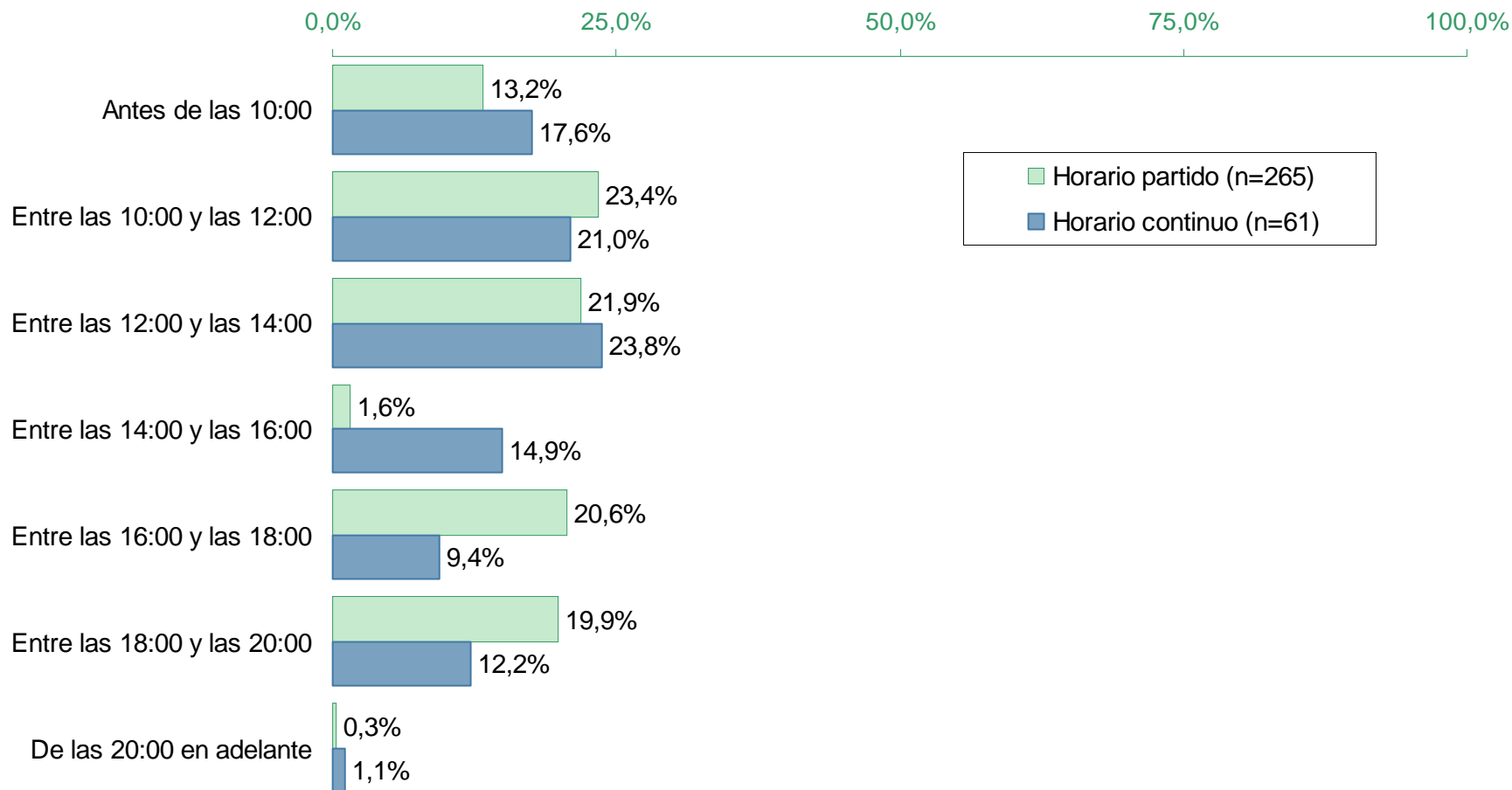
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Antes de las 10:00	12,1%	13,2%	17,0%
Entre las 10:00 y las 12:00	20,5%	23,4%	23,0%
Entre las 12:00 y las 14:00	23,4%	22,8%	19,5%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,3%	3,0%	6,0%
Entre las 16:00 y las 18:00	16,7%	19,3%	18,6%
Entre las 18:00 y las 20:00	21,7%	18,2%	15,7%
De las 20:00 en adelante	3,3%	0,1%	0,2%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

**P.9.: En relación a la entrada de visitantes o clientes, durante el primer cuatrimestre de 2.009, en su comercio/negocio, siendo el total de las mismas el 100% ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio entre los siguientes tramos horarios?\* (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**





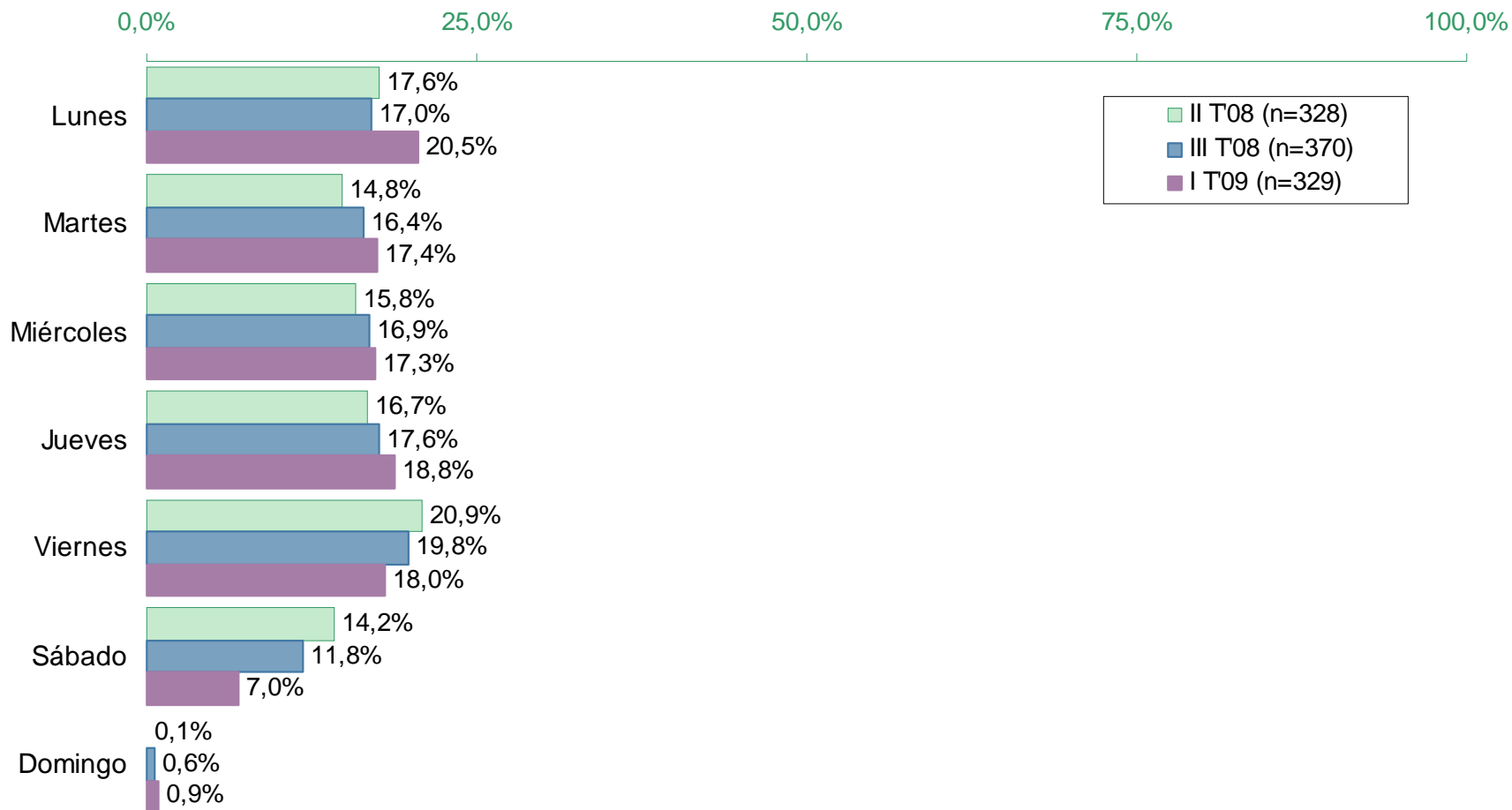
## 3.2. LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES A LO LARGO DE LA SEMANA

---

---

**P.12./P.10/P.10.: Y, durante este cuatrimestre, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana?**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



**P.10.: Y, durante el primer cuatrimestre de 2.009, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (Primer Cuatrimestre 2009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Lunes	19,4%	21,0%	19,8%
Martes	16,1%	17,7%	17,1%
Miércoles	15,8%	17,4%	17,9%
Jueves	17,8%	19,5%	17,1%
Viernes	19,8%	17,1%	19,7%
Sábado	7,7%	7,2%	6,3%
Domingo	3,5%	0,2%	2,1%



### 3.3. EVOLUCIÓN DE LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES

---

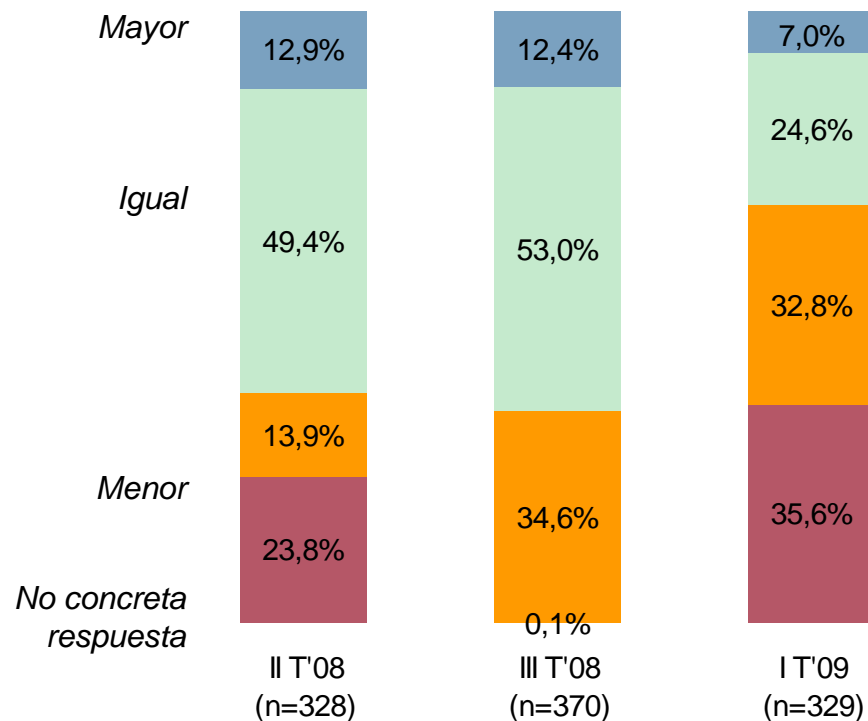
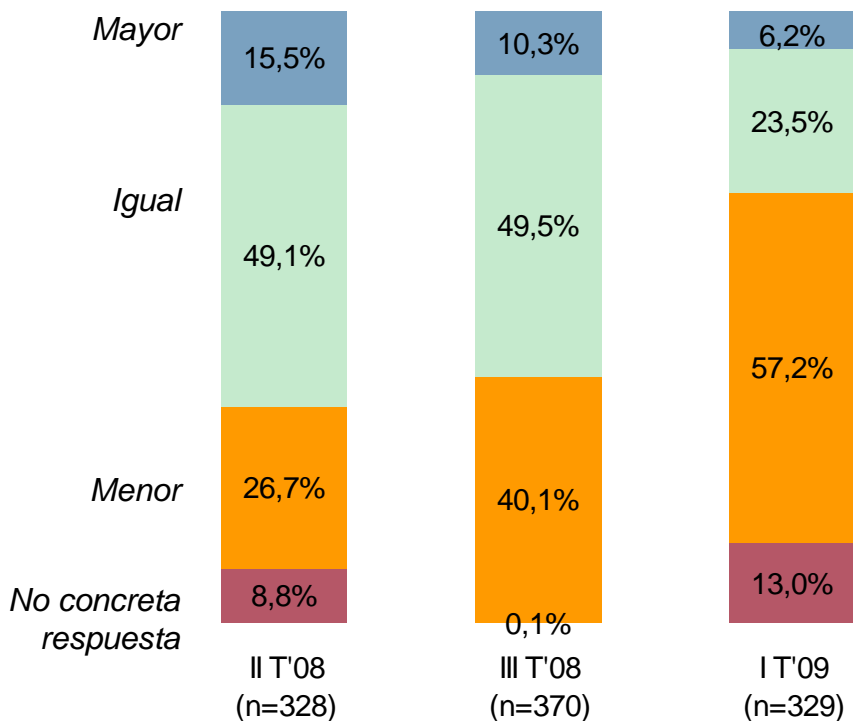
---

**P.10./ P.7. – P.8/P.7 – P.8.: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) o de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor?**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

**Clientes (personas que han efectuado gasto)**

**Visitantes (personas que no han efectuado gasto)**



**P.7. – P.8.: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) o de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor? (Primer Cuatrimestre 2009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico					
	Clientes (personas que han efectuado gasto)			Visitantes (personas que no han efectuado gasto)		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Mayor	8,3%	4,3%	9,1%	8,0%	7,7%	5,1%
Igual	24,3%	23,1%	24,0%	27,5%	26,2%	20,0%
Menor	58,2%	60,1%	51,0%	22,4%	40,4%	22,7%
No concreta respuesta	9,2%	12,5%	16,0%	42,1%	25,7%	52,3%



# 4

## **EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MAYORISTA VASCO**

- 4.1. Personal empleado en el comercio mayorista vasco desde la perspectiva de género**
- 4.2. Evolución del personal empleado en el comercio mayorista vasco**



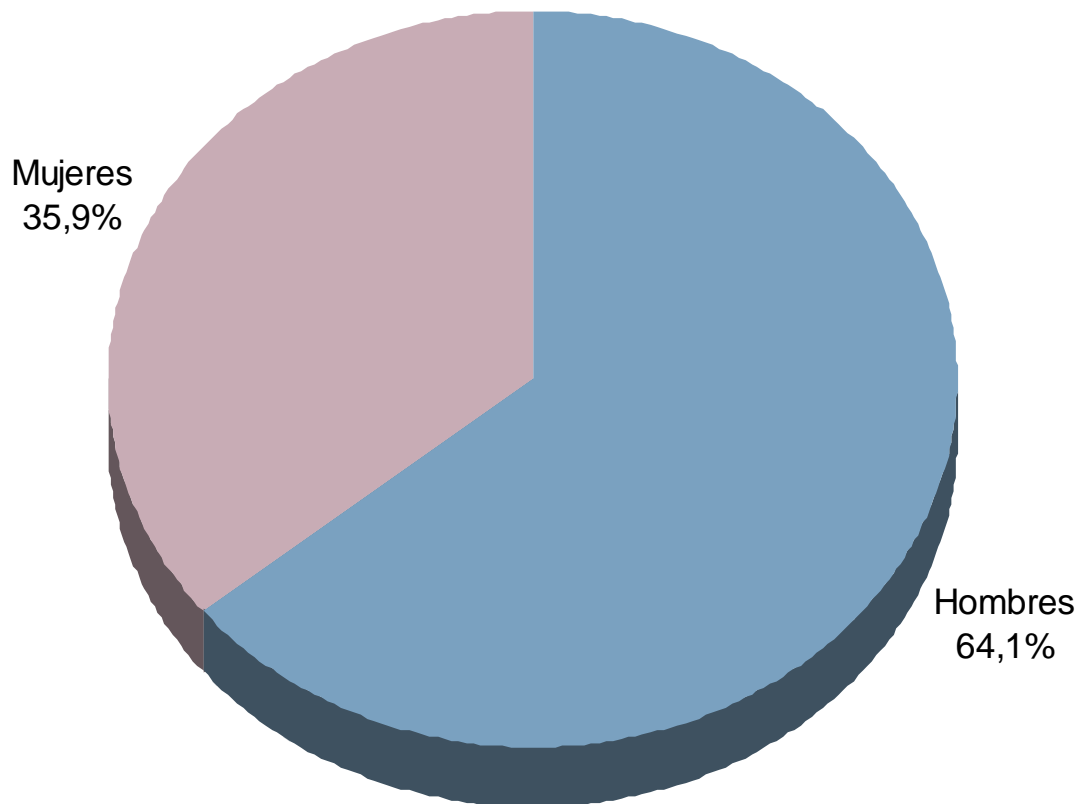
4.1. PERSONAL EMPLEADO EN EL  
COMERCIO MAYORISTA VASCO  
DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

---

---

**P.13.: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

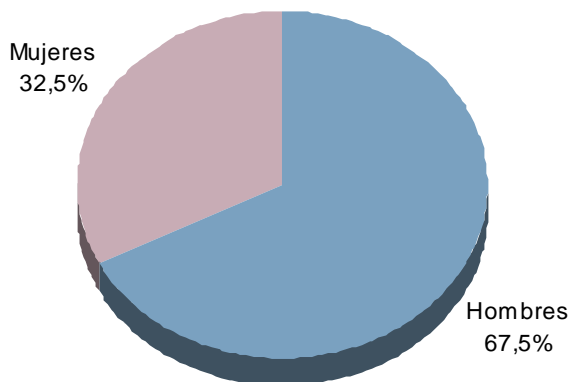


**P.13.: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (Primer Cuatrimestre 2.009)**

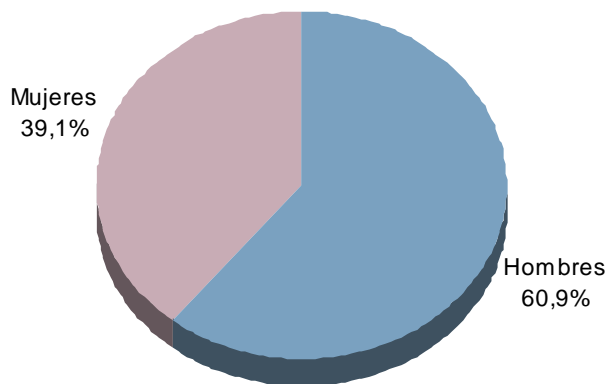
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



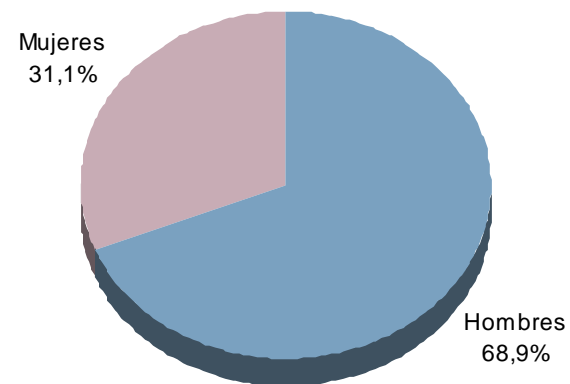
**ARABA**  
(n = 47)



**BIZKAIA**  
(n = 188)



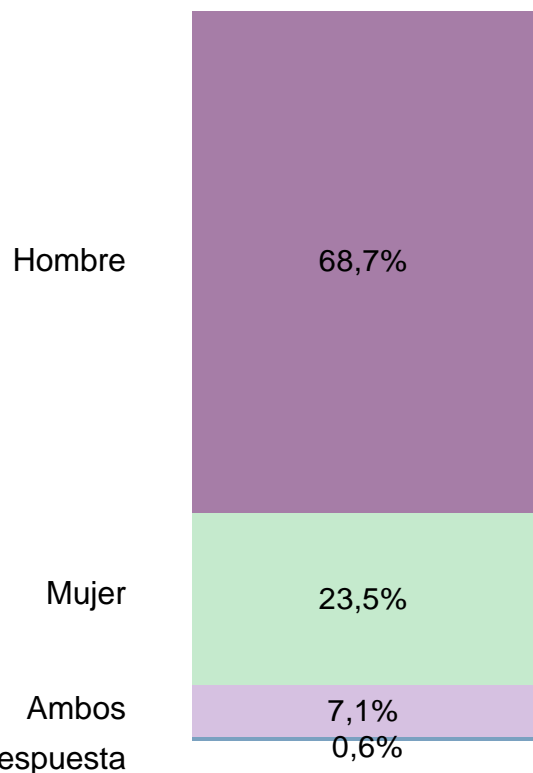
**GIPUZKOA**  
(n = 93)





**P.15.: ¿Este responsable de tienda, establecimiento, es un hombre o una mujer?  
 (Primer Cuatrimestre 2.009)**

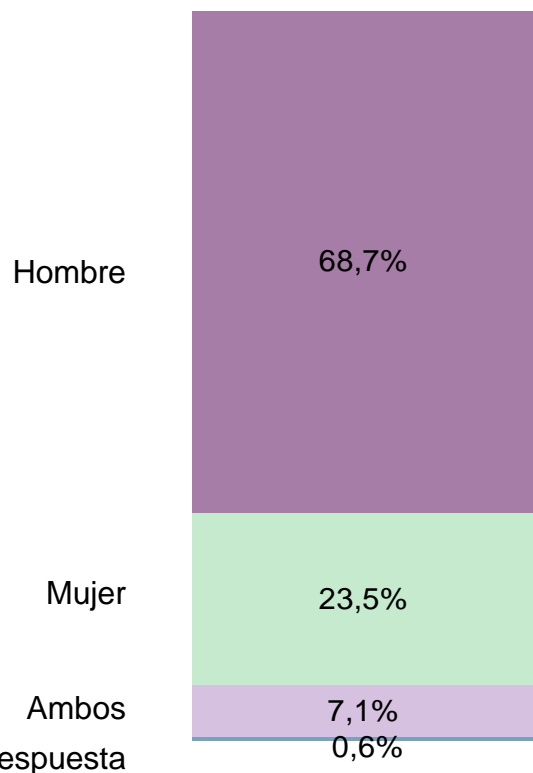
**Base: 140 comercios mayoristas entrevistados con figura de responsable de tienda**



	Territorio Histórico		
	Araba (n = 17)	Bizkaia (n = 84)	Gipuzkoa (n = 40)
Hombres	62,2%	65,2%	79,0%
Mujeres	25,6%	28,5%	12,1%
Ambos	9,4%	6,3%	7,8%
No concreta respuesta	2,7%	---	1,1%

**P.15.: ¿Este responsable de tienda, establecimiento, es un hombre o una mujer?  
 (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: 140 comercios mayoristas entrevistados con figura de responsable de tienda**



	Según género	
	Hombre (n = 72)	Mujer (n = 68)
Hombres	69,2%	68,2%
Mujeres	18,3%	29,0%
Ambos	11,2%	2,8%
No concreta respuesta	1,3%	---



4.2. EVOLUCIÓN DEL PERSONAL  
EMPLEADO EN EL COMERCIO  
MAYORISTA VASCO

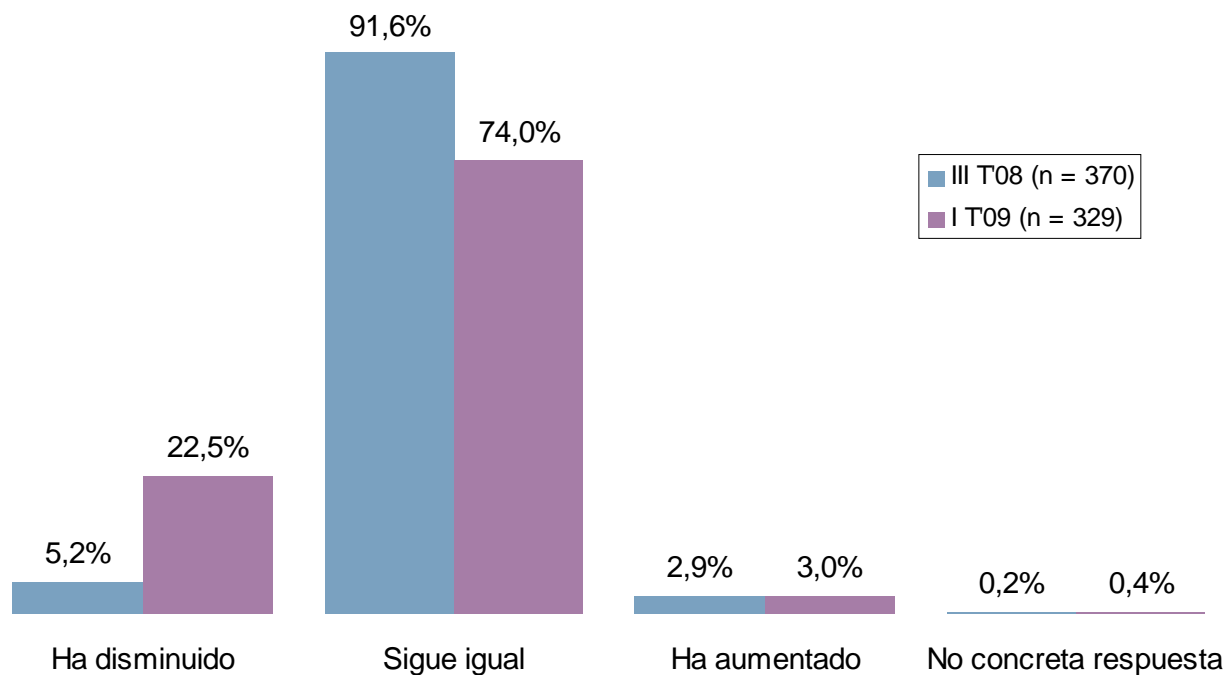
---

---



**P.17/P.16.: En relación al mismo cuatrimestre del año pasado ¿diría ud que en su comercio ha aumentado, sigue igual o ha disminuido el número de personas empleadas?**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



**Balace crecimiento-disminución**



**P.16.: En relación al primer trimestre de 2.008, durante el primer cuatrimestre de 2.009 ¿diría ud que en su comercio ha aumentado, sigue igual o ha disminuido el número de personas empleadas?**

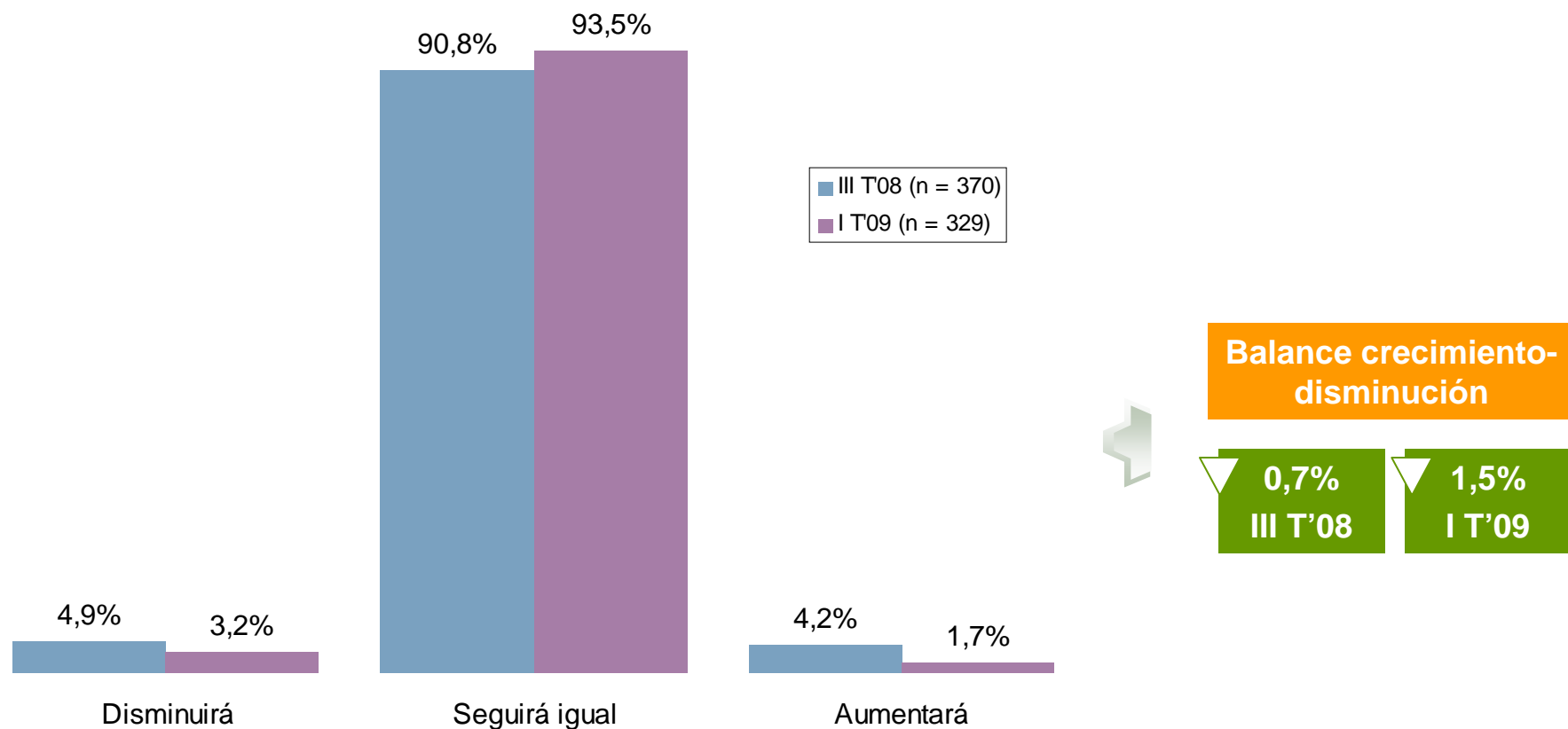
**(Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Ha disminuido	23,8%	26,8%	13,3%
Sigue igual	71,2%	69,8%	83,8%
Ha aumentado	3,1%	3,1%	2,9%
No concreta respuesta	1,9%	0,2%	---

**P.24C/P.28C.: Durante el siguiente cuatrimestre ¿prevé ud que en su comercio aumentan, siguen igual o disminuyan... el número de personas empleadas?**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



**P.28C.: Durante el segundo cuatrimestre de 2.009, respecto al primer cuatrimestre de 2.009 ¿prevé ud que en su comercio aumentan, siguen igual o disminuyan... el número de personas empleadas?**

**(Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Disminuirá	1,7%	4,0%	2,6%
Seguirá igual	93,8%	94,2%	92,1%
Aumentará	1,5%	1,0%	3,3%
No concreta respuesta	3,1%	0,8%	2,1%

# 5

## **LA SITUACIÓN DE LA FINANCIACIÓN DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO**

- 5.1. Punto de partida: evolución de la inversión  
en el comercio mayorista vasco**
- 5.2. El proceso de acceso a la financiación del  
comercio mayorista vasco**



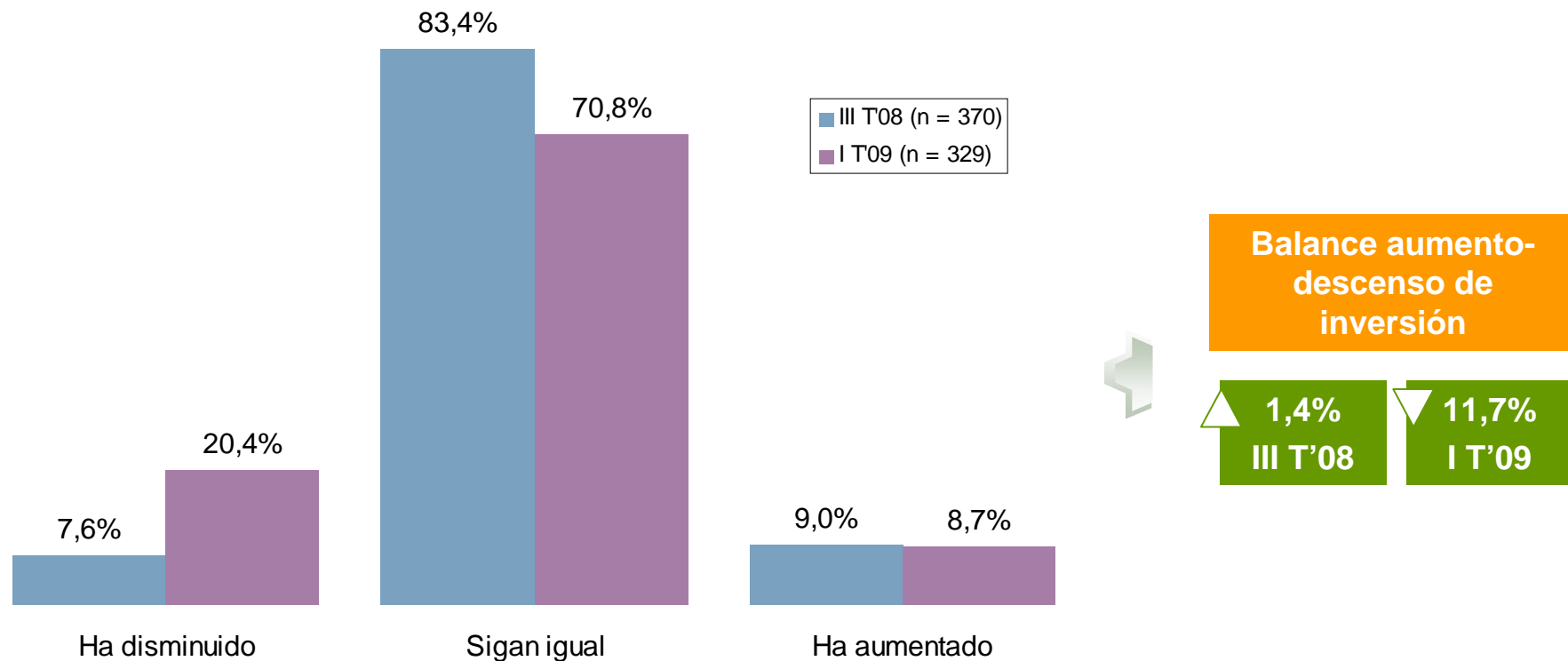
5.1. PUNTO DE PARTIDA: EVOLUCIÓN DE  
LA INVERSIÓN EN EL COMERCIO  
MAYORISTA VASCO

---

---

**P.20./P.27.: Respecto al mismo trimestre del año pasado ¿diría ud que la inversión (publicidad, reformas, compra de herramientas informáticas para la gestión del comercio, compra de vehículos para el comercio, etc) en su comercio ha aumentado, sigue igual o ha disminuido?**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



**P.27.: Respecto al primer trimestre de 2.008, durante el primer cuatrimestre de 2.009 ¿diría ud que la inversión (publicidad, reformas, compra de herramientas informáticas para la gestión del comercio, compra de vehículos para el comercio, etc) en su comercio ha aumentado, sigue igual o ha disminuido?**

**(Primer Cuatrimestre 2.009)**

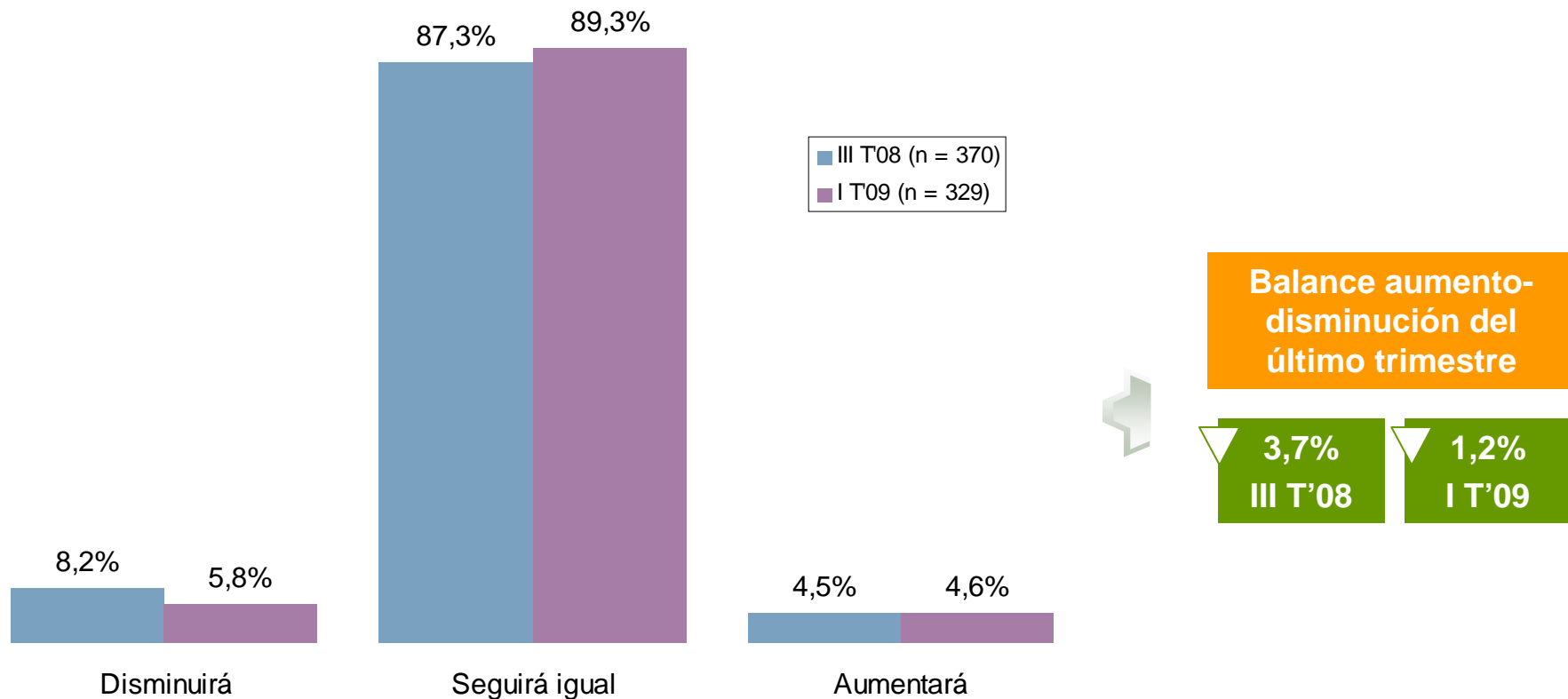
**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Ha disminuido	21,3%	20,4%	19,9%
Sigue igual	71,7%	69,2%	73,7%
Ha aumentado	7,0%	10,4%	6,2%
No concreta respuesta	---	---	0,2%



**P.24D./P.28D.: Durante el siguiente cuatrimestre ¿prevé ud que en su comercio aumenten, sigan igual o disminuya la inversión en el comercio (publicidad, reformas, compra de herramientas para la gestión del comercio, compra de vehículos para el comercio)?**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**



**P.28D.: Durante el siguiente cuatrimestre de 2.009, respecto al primer cuatrimestre de 2.009 ¿prevé ud que en su comercio aumenten, sigan igual o disminuya la inversión en el comercio (publicidad, reformas, compra de herramientas para la gestión del comercio, compra de vehículos para el comercio)?**

**(Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 47)	Bizkaia (n = 188)	Gipuzkoa (n = 93)
Disminuirá	11,8%	4,9%	4,3%
Seguirá igual	80,4%	90,9%	90,4%
Aumentará	7,3%	3,6%	5,2%
No concreta respuesta	0,4%	0,6%	---



5.2. EL PROCESO DE ACCESO A LA  
FINANCIACIÓN DEL COMERCIO  
MAYORISTA VASCO

---

---

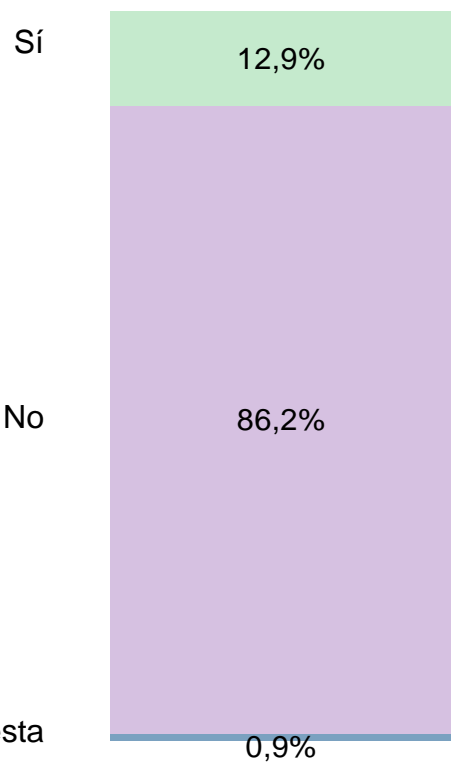
**P.17N.: ¿Ha intentado su comercio acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en los últimos cuatro meses? (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: Total de comercios mayoristas entrevistados**

**Grado de acceso/solicitud de líneas de financiación**

**TERRITORIO HISTÓRICO**

0,0% 25,0% 50,0%



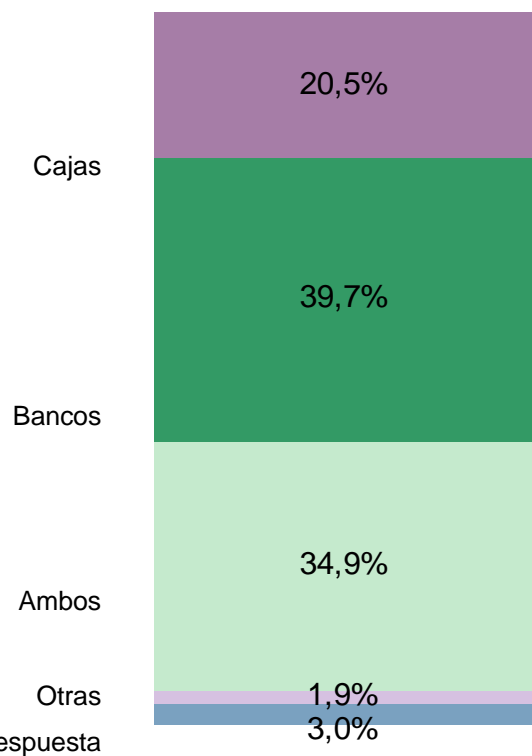
Araba  
(n = 47) 18,2%

Bizkaia  
(n = 188) 9,9%

Gipuzkoa  
(n = 93) 16,3%

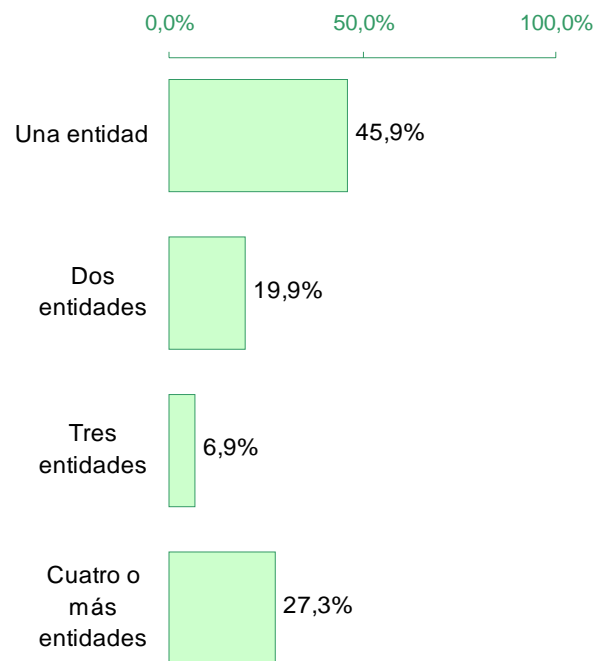
**P.18N.: ¿A qué tipo de entidad financiera ha acudido a solicitar la financiación que necesita su comercio?**  
 (Primer Cuatrimestre 2.009)

**Base: 42 comercios mayoristas entrevistados que han solicitado financiación**



**P.19N.: ¿A cuántas entidades financieras ha acudido a solicitar la financiación que necesita su negocio?**  
 (Primer Cuatrimestre 2.009)

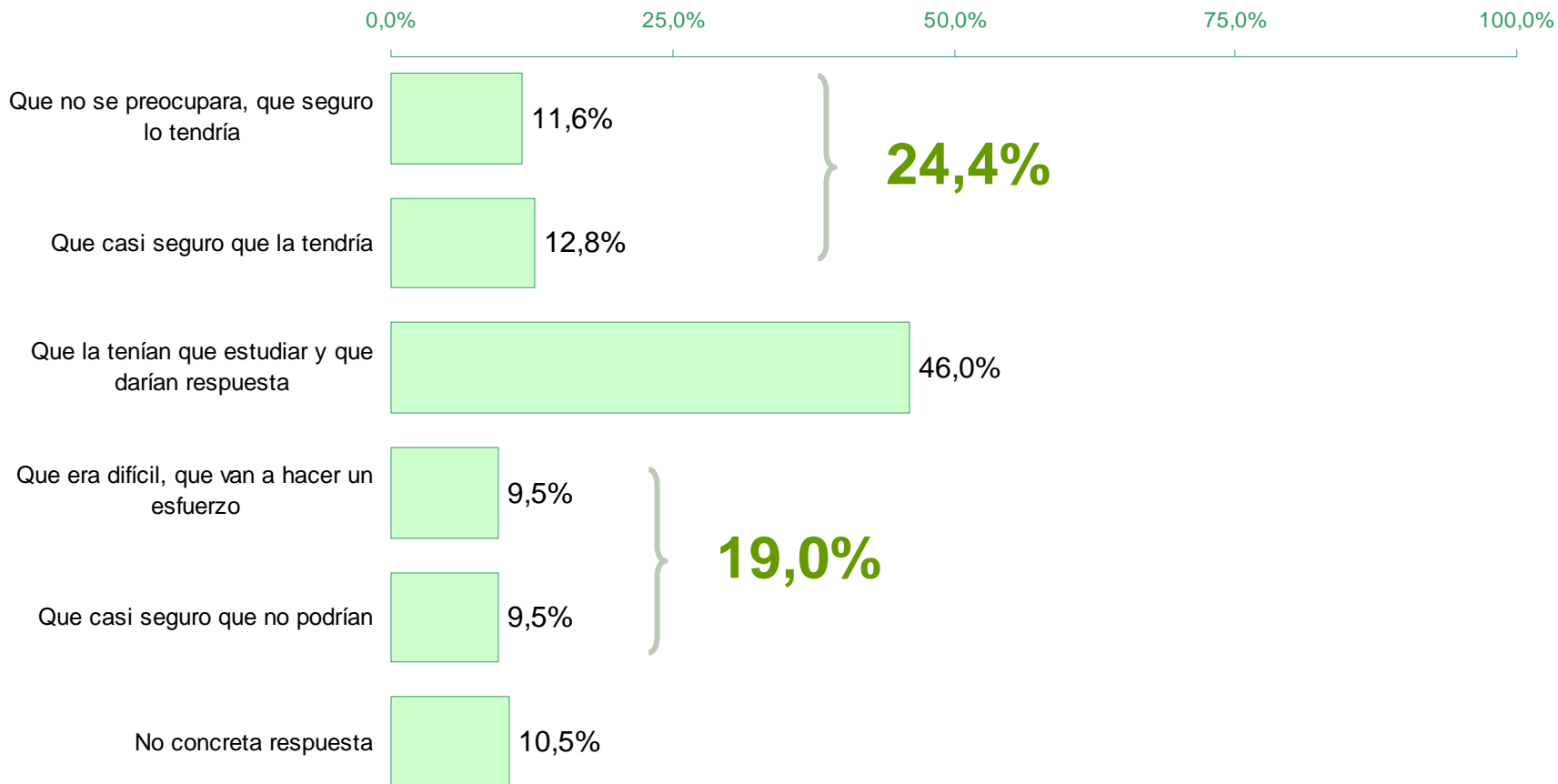
**Base: 42 comercios mayoristas entrevistados que han solicitado financiación**



2,3 entidades

**P.20N.: ¿Qué la dijeron en la entidad financiera a la que acudió a solicitar la financiación?\***  
**(Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: 42 comercios mayoristas entrevistados que han solicitado financiación**

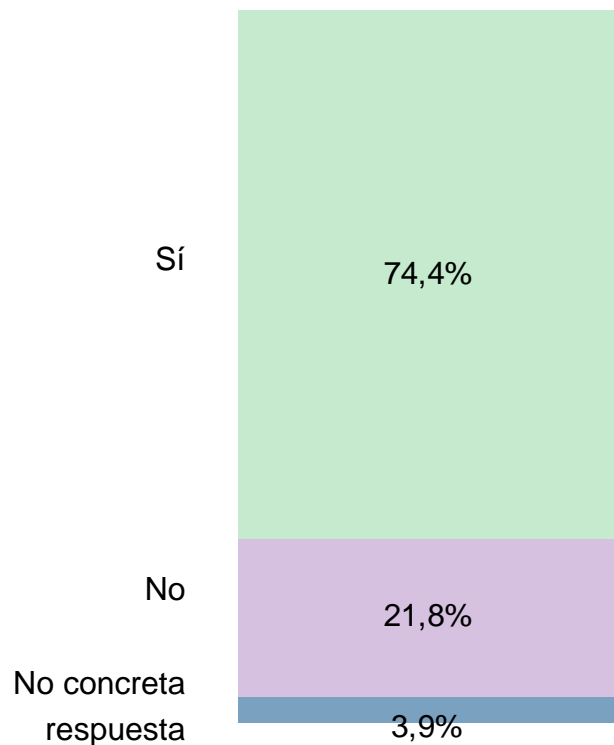


\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

**P.21N.: ¿Ha recibido respuesta a su solicitud de financiación?**

*(Primer Cuatrimestre 2.009)*

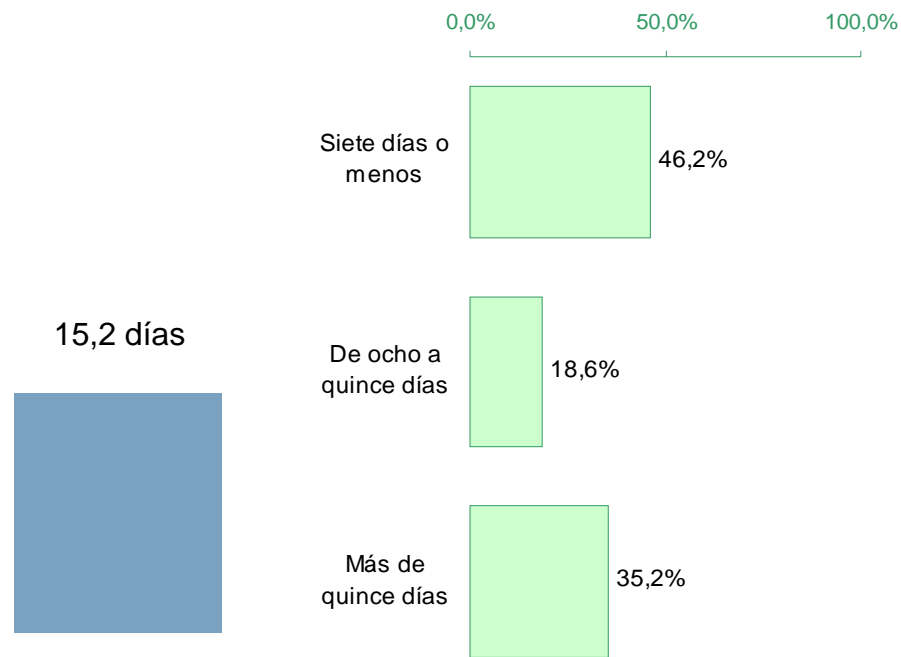
**Base: 42 comercios mayoristas entrevistados que han solicitado financiación**



**P.22N.: ¿A Cuántos días han tardado en responderle? O ¿hace cuántos días que solicitó su financiación?**

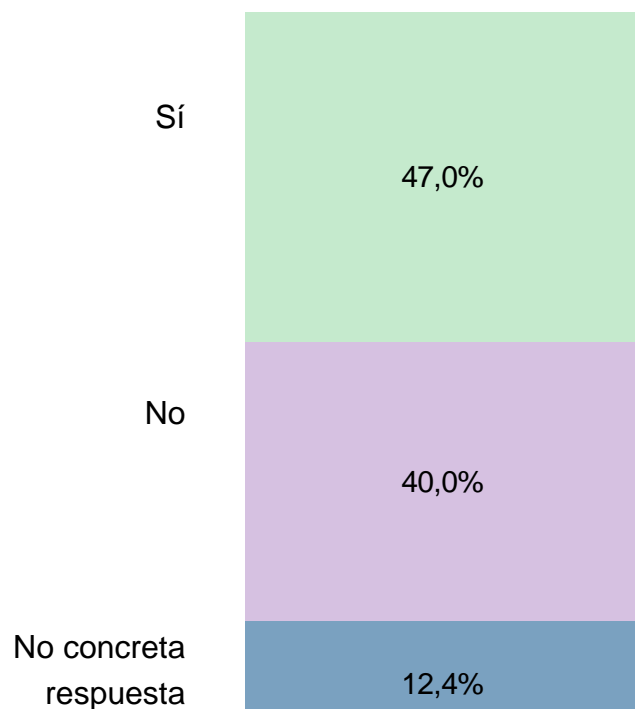
*(Primer Cuatrimestre 2.009)*

**Base: 42 comercios mayoristas entrevistados que han solicitado financiación**



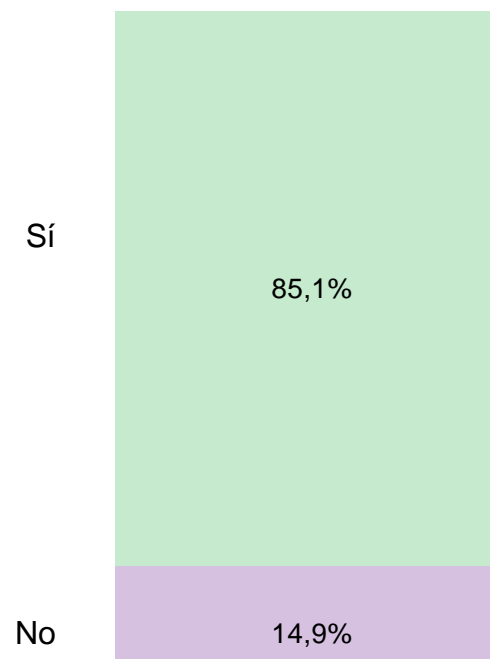
**P.23N.: Las entidades financieras a las que ha recurrido ¿han tardado o están tardando más en responderle de lo que lo han hecho anteriormente? (Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: 42 comercios mayoristas entrevistados que han solicitado financiación**



**P.24N.: ¿Le han concedido la financiación que su comercio necesita? (Primer cuatrimestre 2.009)**

**Base: 32 comercios mayoristas que han recibido respuesta a su solicitud de financiación**





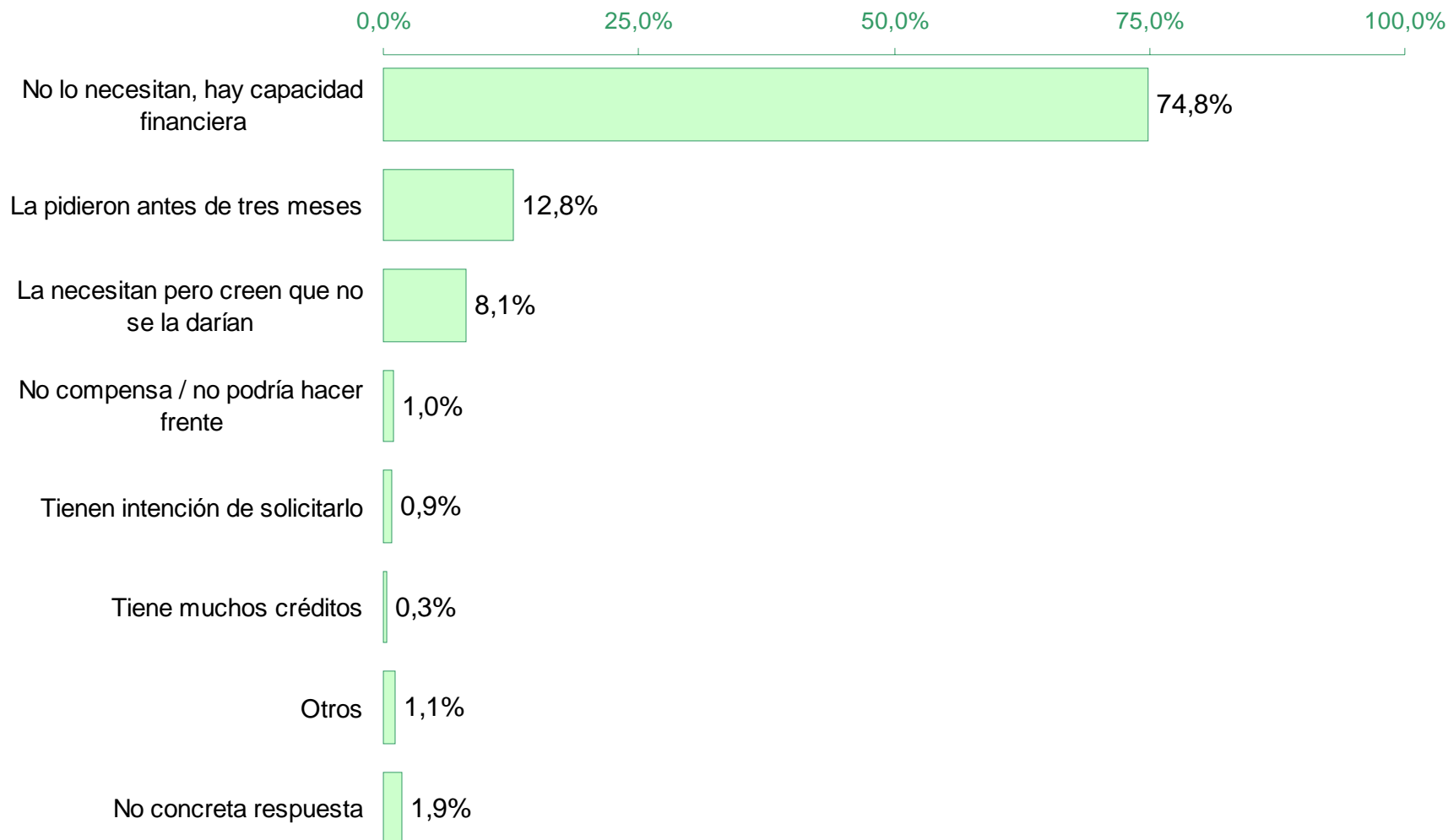
**P.25N.: En estos cuatro últimos meses y debido a la situación financiera ¿dígame si en su comercio...?**  
**(Primer Cuatrimestre 2.009)**

**Base: 42 comercios mayoristas entrevistados que han solicitado financiación**

	SÍ	NO	NO CONCRETA RESPUESTA
Han parado proyectos de inversión por problemas de financiación	51,5%	45,4%	3,1%
Se les han retrasado gravemente proyectos de inversión por lentitud o falta de financiación	49,6%	47,3%	3,1%
Les han surgido problemas para renovar la financiación que tenían con su entidad habitual	48,9%	45,9%	5,9%
Necesitan prioritariamente financiar el circulante	41,9%	50,4%	7,7%
Han recurrido a Sociedades de Garantía recíproca	35,5%	58,6%	5,9%
Han recurrido a otras fuentes de financiación oficial como Gobierno Vasco	28,8%	65,5%	5,7%

**P.26N.: ¿Por qué razones o motivos no ha solicitado financiación a ninguna entidad financiera en estos cuatro últimos meses?\* (Primer Cuatrimestre 2.009)**

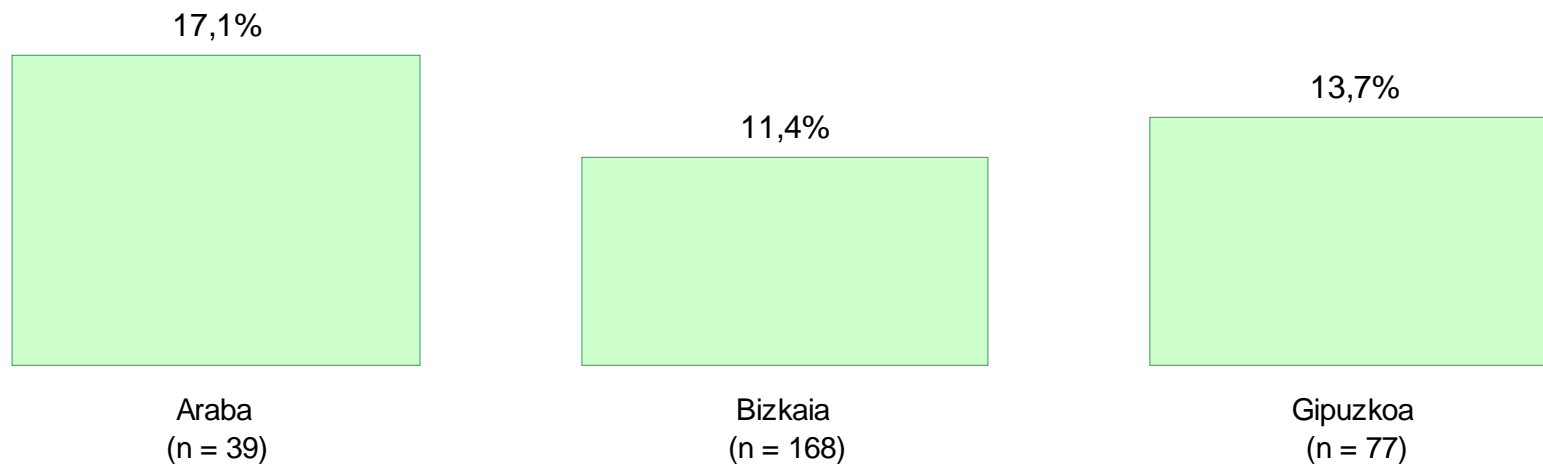
**Base: 283 comercios mayoristas entrevistados que no han solicitado financiación**



\* No se sugirió ninguna respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

**P.26N.: Solicitud de financiación hace más de cuatro meses**  
**Base: 283 comercios mayoristas entrevistados que no han solicitado financiación**

**Territorio Histórico**



\* No se sugirió ninguna respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

# 6

## **INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO VASCO (I.C.C.V.)**

- ✓ El Indicador de Confianza del Comercio Vasco, ICCV, del Observatorio del Comercio Vasco, Ikusmer, permite conocer la opinión del sector comercial vasco sobre la evolución inter-anual y futura de una serie de variables que hacen referencia a la actividad del sector.
- ✓ El objetivo es el de disponer de indicador que resuma cuál es la tendencia actual y futura del sector comercial en el País Vasco, desde la perspectiva de los y las comerciantes/as, desde la perspectiva de la oferta.
- ✓ A continuación, definimos cómo se calcula el I.C.C.V.

***El I.C.C.V.***

## Cálculo del I.C.C.V.-Ikusmer

- ✓ En primer lugar, el I.C.C.V. de Ikusmer está definido por dos indicadores parciales, a saber: indicador de situación actual; y, el indicador de expectativas.
  - ✓ El **indicador de situación** actual refleja la valoración que hacen los comerciantes vascos de la situación actual de sus comercios en relación al con la que tenían hace un año. Indicador resultante de las preguntas: P.1. (Ventas); P.8. (Afluencia de visitantes); P.16 (Número de empleados/as); y, P.27 (Inversión en el comercio).
  - ✓ El **indicador de expectativas** hace referencia a la situación esperada por los comerciantes vascos para dentro de tres meses. Indicador resultante de las preguntas: P.28A. (Ventas); P.28B (Afluencia de visitantes); P.28C (Número de empleados/as); y, P.28D (Inversión en el comercio).

- ✓ En segundo lugar, definimos el cálculo de estos dos indicadores parciales (situación actual y expectativas).

- 1** Se calcula el saldo, para cada una de las preguntas, como la diferencia entre el porcentaje de respuestas que indican una mejora (han aumentado) y el porcentaje de respuestas que indican un empeoramiento (han disminuido). El resto de posibles respuestas (sigue igual, no sabe, no contesta) no puntúan para calcular dichos índices.

$$\text{Saldo de pregunta (ventas, visitantes, empleados/as, inversión)} = \text{\% de respuestas positivas} - \text{\% de respuesta negativas}$$

- 2** Al saldo obtenido para cada pregunta, en el paso anterior, se le suma 100

$$\text{Índice (ventas, visitantes, empleados/as, inversión)} = \text{Saldo preguntas} + 100$$

- 3** Cada indicador parcial (situación actual y expectativas) se calcula como la media aritmética de los cuatro índices que lo integran.

4

Por último, el I.C.C.V. Ikusmer se define como media aritmética de los indicadores parciales anteriores (situación actual y expectativas); es decir, I.C.C.V. Ikusmer es la media aritmética de los resultados obtenidos (saldo + 100) en los ocho índices considerados para la elaboración del indicador.

$$\text{I.C.C.V. Ikusmer} = \frac{\text{(Indicador de situación actual + Indicador de expectativas)}}{2}$$



## Interpretación del I.C.C.V.-Ikusmer

- ✓ El I.C.C.V.-Ikusmer refleja la percepción que los comerciantes vascos tienen acerca de la situación actual del comercio vasco (mejor o peor que hace un año) y sus expectativas para los próximos tres meses (la situación será mejor o peor que la actual).
- ✓ El rango de valores que puede tomar el I.C.C.V.-Ikusmer y sus indicadores parciales oscila desde 0, cuando todos los comerciantes han contestado con la opción “peor/descenso”, hasta +200, cuando todos los comerciantes han elegido la opción “mejor/aumento”.
- ✓ La interpretación de los valores que puede tomar el I.C.C.V.-Ikusmer es la siguiente:
  - ✓ **Entre 100 y 200. Percepción favorable sobre la actividad comercial.**
  - ✓ **Igual a 100. Percepción neutra sobre la actividad comercial**
  - ✓ **Entre 0 y 100. Percepción desfavorable, crítica sobre la actividad comercial.**

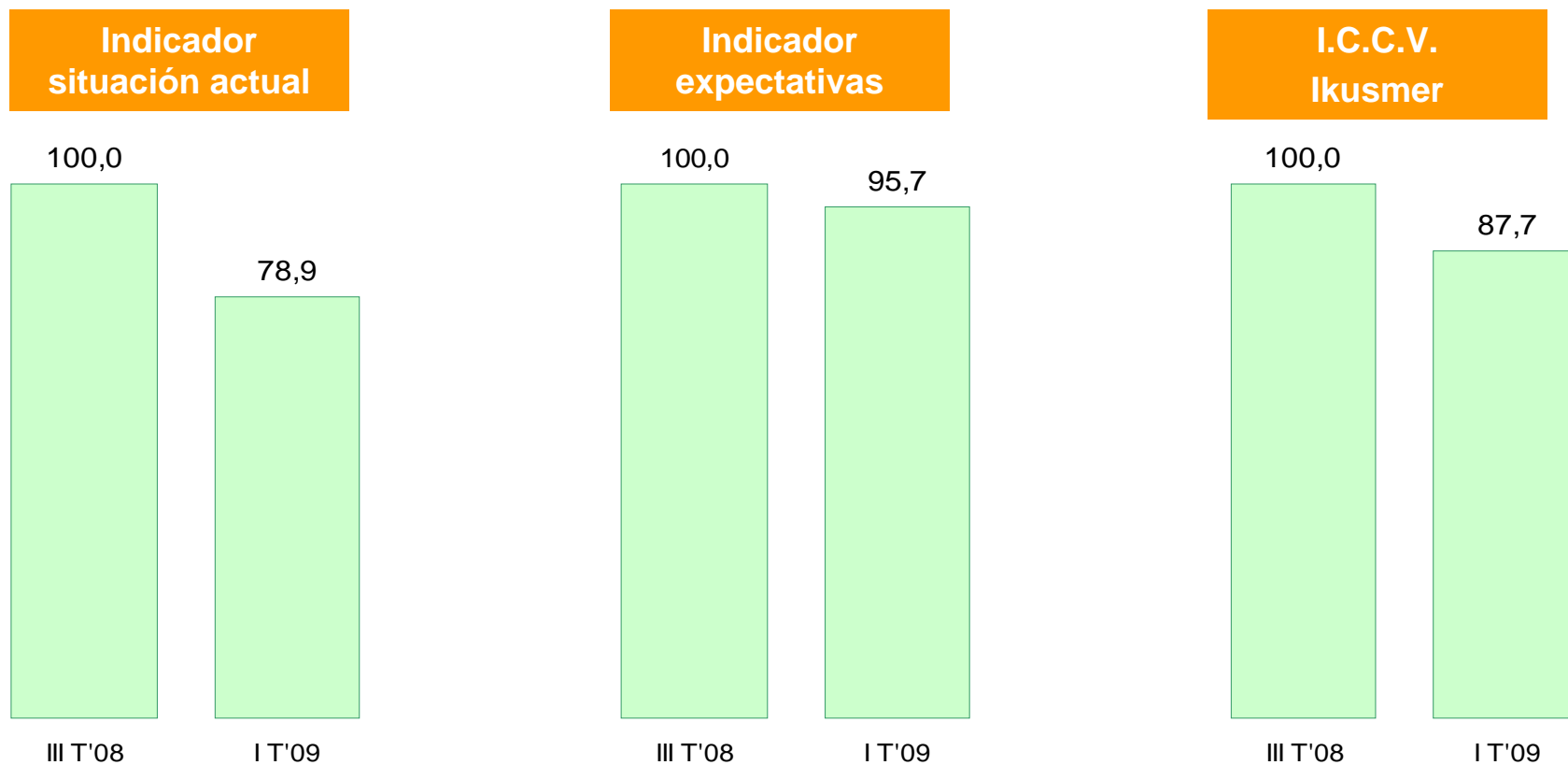
## ● **Indicador de Confianza del Comercio Vasco (I.C.C.V. Ikusmer)**

- ✓ La percepción de los comerciantes mayoristas vascos, sobre la actividad económica del sector, continua siendo **desfavorable**.
  
- ✓ El **indicador de situación actual** **desciende 18,2 puntos** respecto al tercer trimestre de 2.008. La clave de este descenso se encuentra en la percepción de la evolución de las ventas; en concreto, este índice de ventas **desciende 38,8 puntos**.
  
- ✓ Por el contrario, con un descenso de 4 puntos (motivado por el descenso en 12,1 puntos de las expectativas de ventas), **el indicador de expectativas** se mantiene, todavía, próximo a posiciones neutras, favorables en relación a la marcha de la actividad del sector.

## INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO VASCO (I.C.C.V. IKUSMER)

	III T'08	I T'09
Indicador situación actual	86,1	67,9
Indicador expectativas	96,8	92,6
<b>I.C.C.V. IKUSMER</b>	<b>91,5</b>	<b>80,2</b>

## Evolución del Indicador de Confianza del Comercio Mayorista Vasco (I.C.C.V. Ikusmer)\*



\* (Tomamos como base 100, el primer momento de medición del indicador de confianza del comercio mayorista vasco, correspondiente al tercer trimestre de 2.008)

- ✓ Como tendencias más significativas, cabe reseñar las siguientes:
  - ✓ **Araba** es el Territorio Histórico donde la confianza en la actividad del sector se ve más seriamente mermada. **De ser el Territorio Histórico optimista, Araba pasa a ser un Territorio Histórico crítico con la situación.** En este sentido respecto al tercer trimestre de 2.008, Araba pierde 19,8 puntos en este indicador de confianza.
  - ✓ Los comercios mayoristas del **Territorio Histórico de Bizkaia** son los **más críticos con la marcha de la actividad del sector.**

***Tendencias***

## INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO (I.C.C.V. IKUSMER)



	III T'08	I T'09
Indicador situación actual	94,4	69,9
Indicador expectativas	106,9	91,8
<b>I.C.C.V. IKUSMER</b>	<b>100,6</b>	<b>80,8</b>



	III T'08	I T'09
Indicador situación actual	83,7	65,3
Indicador expectativas	95,0	93,8
<b>I.C.C.V. IKUSMER</b>	<b>89,3</b>	<b>79,5</b>



	III T'08	I T'09
Indicador situación actual	88,2	72,1
Indicador expectativas	96,7	90,9
<b>I.C.C.V. IKUSMER</b>	<b>92,5</b>	<b>81,5</b>