



Barómetro del comercio minorista vasco (año 2011)

INFORME DE RESULTADOS

27 DE ENERO DE 2011



1.- INTRODUCCIÓN: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	4
1.1. Objetivos del Barómetro del comercio minorista vasco	5
1.2. Ficha técnica	8
1.3. Descripción de los comercios minoristas vascos	15
1.3.1. Ámbito territorial	16
1.3.2. Ámbito sectorial	18
1.3.3. Descripción del comercio minorista vasco según variables estructurales	21
1.4. Perfil del responsable del comercio	111
1.5. Estilos de actividad comercial	124
2.- LAS VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	139
2.1. Las ventas a lo largo de un día	140
2.2. Las ventas a lo largo de la semana	150
2.3. Distribución de las ventas según medios de pago	158
3.- LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES	166
3.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día	167
3.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana	177
3.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes	185
3.4. Dispositivos de control de la afluencia	194



4.- EL PESO DEL TURISMO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO	203
4.1. La afluencia de turistas	204
4.2. Hitos de mayor afluencia de turistas	213
5.- EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO	216
5.1. Personal empleado en el comercio minorista vasco desde la perspectiva de género	217
5.2. Antigüedad del personal	229
5.3. El nivel de estudio de los/las empleados/as en el comercio minorista	236
6.- EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES	241

1.

*“Introducción: planteamiento
metodológico ”*

1.1.

***“Objetivos del Barómetro del
comercio minorista vasco”***

Objetivos generales

Realizar un seguimiento adecuado del sistema comercial de la Comunidad Autónoma de Euskadi.



Definir una serie de indicadores de coyuntura del sistema comercial de la Comunidad Autónoma de Euskadi a la implementación de acciones de políticas públicas que mejoren la competitividad del comercio vasco

Objetivos específicos

- Los **objetivos específicos** de este cuarto Barómetro del Comercio Minorista Vasco, correspondiente al año 2.011, sobre los que se ha trabajado, son los siguientes:
 - **Análisis de las ventas del comercio minorista vasco** durante el año 2.011(distribución de ventas a lo largo de un día; distribución de ventas a lo largo de la semana; medios de pago).
 - **Análisis de la afluencia de clientes y visitantes** durante el año 2.011 (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 año 2.011).
 - **El peso del turismo**, su relevancia, en el comercio minorista vasco.
 - La caracterización de **los y las empleados/as en el comercio minorista vasco**.
 - La **clasificación del comercio vasco según estilos, práxis comercial**.
 - **Descripción del comercio minorista vasco** en función de una serie de **variables estructurales** (tamaño del comercio minorista vasco; antigüedad y renovación del comercio minorista vasco; forma jurídica del comercio minorista vasco; horario de apertura; grado de presencia de la tic's en el comercio minorista vasco;...).

1.2.

“*Ficha técnica*”

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 OBJETO DE ESTUDIO

- 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 1.557 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de $e = 2,5\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, 2σ respecto de μ , 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, 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 Esterribaciones 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
Provincia	Araba	Llanada Alavesa	83	81	28	11	18	5	226
		Rioja Alavesa	8	---	---	---	---	---	8
		Estribaciones del Gorbea	---	---	---	1	---	---	1
		Cantábrica Alavesa	25	18	1	2	3	---	49
		Total	116	99	29	14	21	5	284
	Bizkaia	Arratia - Nervión	5	3	---	1	1	---	10
		Gran Bilbao	192	137	70	41	20	7	467
		Duranguesado	52	15	13	7	2	---	89
		Encartaciones	17	6	1	1	2	---	27
		Gernika - Bermeo	20	9	2	2	1	---	34
	Gipuzkoa	Markina - Ondarroa	8	6	1	2	2	---	19
		Plentzia - Mungia	15	7	7	3	1	---	33
		Total	309	183	94	57	29	7	679
		Bajo Bidasoa	27	18	3	9	5	---	62
		Bajo Deba	26	15	4	3	---	---	48
	Gipuzkoa	Alto Deba	20	15	1	1	---	1	38
		Donostia - San Sebastián	116	107	38	31	9	4	305
		Goierrri	34	18	8	2	3	1	66
		Tolosa	19	11	1	3	---	---	34
		Urola costa	20	9	4	4	3	1	41
TOTAL			687	475	182	124	70	19	1.557

- 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	
Provincia	Araba	Llanada Alavesa	115	33	8	5	3	1	166	
		Rioja Alavesa	6	---	---	---	---	---	6	
		Estribaciones del Gorbea	---	---	---	6	---	---	6	
		Cantábrica Alavesa	14	2	1	0	0	---	18	
		Total	135	35	9	11	3	1	195	
	Bizkaia	Arratia - Nervión	9	2	---	0	0	---	12	
		Gran Bilbao	510	98	29	17	10	2	666	
		Duranguesado	44	9	2	2	1	---	57	
		Encartaciones	16	2	0	0	0	---	18	
		Gernika - Bermeo	24	4	1	0	0	---	29	
	Gipuzkoa	Markina - Ondarroa	13	2	1	0	0	---	16	
		Plentzia - Mungia	21	3	1	0	0	---	26	
		Total	637	120	34	20	12	2	824	
		Bajo Bidasoa	53	9	2	2	1	---	67	
		Bajo Deba	32	7	1	2	---	---	41	
		Alto Deba	28	5	1	1	---	0	35	
		Donostia - San Sebastián	199	47	14	8	4	1	272	
		Goierrí	34	5	2	1	1	0	42	
		Tolosa	25	6	1	1	---	---	32	
		Urola costa	40	6	1	1	0	0	48	
		Total	410	85	22	15	6	1	538	
		TOTAL	1.182	239	64	47	21	3	1.557	

DETALLE DE PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: COMERCIO MINORISTA

- En concreto, se han realizado 1.201 entrevistas a comercios minoristas que, una vez aplicado el criterio de ponderación, anteriormente definido, suponen 1.325 entrevistas.
- Es por ello, que el margen de error, para este colectivo es de $e = 2,7\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, 2σ respecto de μ , siendo $p = q = 0,5$) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

FECHAS DE REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- Las fechas de implementación de este Barómetro son las siguientes:
 - Aprobación del cuestionario: 28 de octubre de 2.011
 - Inicio del trabajo de encuestación: 7 de noviembre de 2.011
 - Finalización del trabajo de encuestación: 9 de diciembre de 2.011
 - Tabulación, proceso de datos: del 19 al 30 de diciembre de 2.011
 - Presentación del informe de resultados: 27 de enero de 2.011

1.3.

*“Descripción de los comercios
minoristas vascos”*

1.3.1.

“Ambito territorial”

*Distribución de los comercios minoristas
vascos según comarca*
Base: Total de comercios minoristas
entrevistados



	II T'08 (n = 1.168)	III T'08 (n = 1.130)	I T'09 (n = 1.171)	II Q'09 (n = 1.233)	Año 2.010 (n = 1.257)	Año 2.011 (n = 1.325)
Valles Alaveses	0,1%	---	---	---	---	---
Llanada Alavesa	10,6%	11,0%	10,3%	9,6%	9,7%	9,9%
Montaña Alavesa	---	0,1%	---	---	0,2%	---
Arratia-Nervión	0,8%	0,7%	0,6%	0,6%	0,4%	0,8%
Bajo Bidasa	4,3%	5,1%	4,4%	4,1%	3,9%	4,2%
Gran Bilbao	41,2%	39,6%	40,8%	41,7%	42,7%	42,0%
Bajo Deba	2,9%	2,9%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%
Alto Deba	2,4%	2,2%	2,4%	2,4%	2,6%	2,5%
Donostia-San Sebastián	17,5%	18,4%	18,7%	18,5%	17,9%	17,9%
Duranguesado	4,0%	4,2%	3,8%	3,8%	3,9%	3,8%
Encartaciones	1,3%	1,2%	1,2%	1,2%	1,0%	0,9%
Rioja Alavesa	0,3%	0,3%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%
Gernika-Bermeo	2,2%	2,1%	2,3%	2,1%	2,1%	2,1%
Goierrí	2,7%	2,5%	2,5%	2,9%	2,7%	2,9%
Estripaciones del Gorbea	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%	0,4%	0,4%
Cantábrica Alavesa	1,4%	1,3%	1,4%	1,3%	1,3%	1,3%
Markina-Ondarroa	1,1%	0,8%	1,0%	1,0%	1,0%	0,9%
Plentzia-Mungia	1,3%	1,7%	2,0%	1,9%	1,8%	1,7%
Tolosa	2,0%	2,3%	2,3%	2,1%	2,1%	2,2%
Urola Costa	3,7%	3,3%	3,2%	3,4%	3,1%	3,3%

1.3.2.

“Ámbito sectorial”

Distribución de los comercios minoristas vascos según número de empleados/as

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Comercio minorista según número de empleados/as

	II T'08 (n = 1.168)	III T'08 (n = 1.130)	I T'09 (n = 1.171)	II Q'09 (n = 1.233)	Año 2.010 (n = 1.257)	Año 2.011 (n = 1.325)
Un empleado/a	31,8%	26,1%	40,7%	39,4%	37,3%	39,0%
Dos empleados/as	51,4%	57,5%	42,7%	43,4%	44,4%	41,7%
3-5 empleados/as	13,1%	12,1%	12,2%	12,7%	12,8%	13,3%
6-9 empleados/as	2,4%	2,2%	2,2%	2,1%	2,7%	3,0%
10-19 empleados/as	0,9%	1,1%	1,4%	1,3%	1,6%	2,0%
20 o más empleados/as	0,5%	1,1%	0,9%	1,2%	1,2%	0,9%

Distribución de los comercios minoristas vascos según actividad

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios

	II T'08 (n = 1.168)	III T'08 (n = 1.130)	I T'09 (n = 1.171)	II Q'09 (n = 1.233)	Año 2.010 (n = 1.257)	Año 2.011 (n = 1.325)
Alimentación	31,0%	49,2%	35,0%	29,9%	28,1%	33,1%
Moda	25,2%	18,7%	25,9%	30,0%	27,9%	22,2%
Hogar	14,1%	9,4%	8,2%	8,1%	7,6%	8,4%
Salud y Belleza	4,5%	7,0%	6,6%	5,9%	8,3%	7,3%
Otros	25,2%	15,7%	24,4%	26,1%	28,1%	29,0%

1.3.3.

*“Descripción del comercio
minorista vasco según
variables estructurales”*

“Tamaño del comercio: superficie y personal”

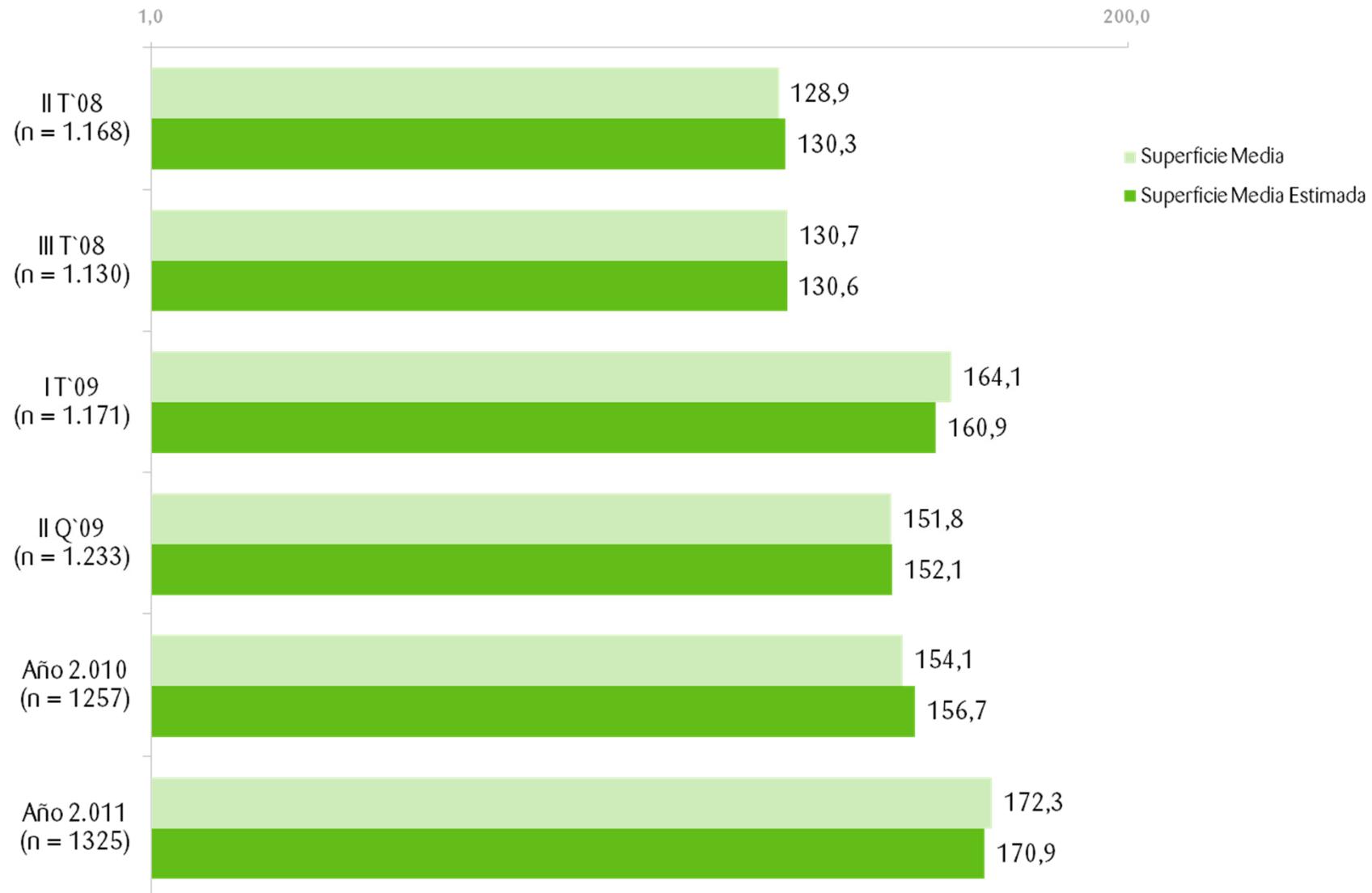
Tamaño del comercio: superficie total del comercio

- El tamaño medio del comercio minorista se sitúa en 172,3 m². El tamaño del comercio minorista vasco vuelve a ser mayor en:
 - Los comercios de municipios, excepto Vitoria-Gasteiz, del Territorio Histórico de Araba (481,1 m²).
 - Los comercios minoristas con un mayor número de empleados/as. En concreto, a medida que el tamaño de la plantilla de los comercios minoristas es mayor, es también mayor la superficie total del comercio.
 - Y, como venimos señalando a lo largo de los distintos Barómetros del Comercio Vasco, los comercios minoristas de hogar son los comercios que presentan una superficie media total mayor.

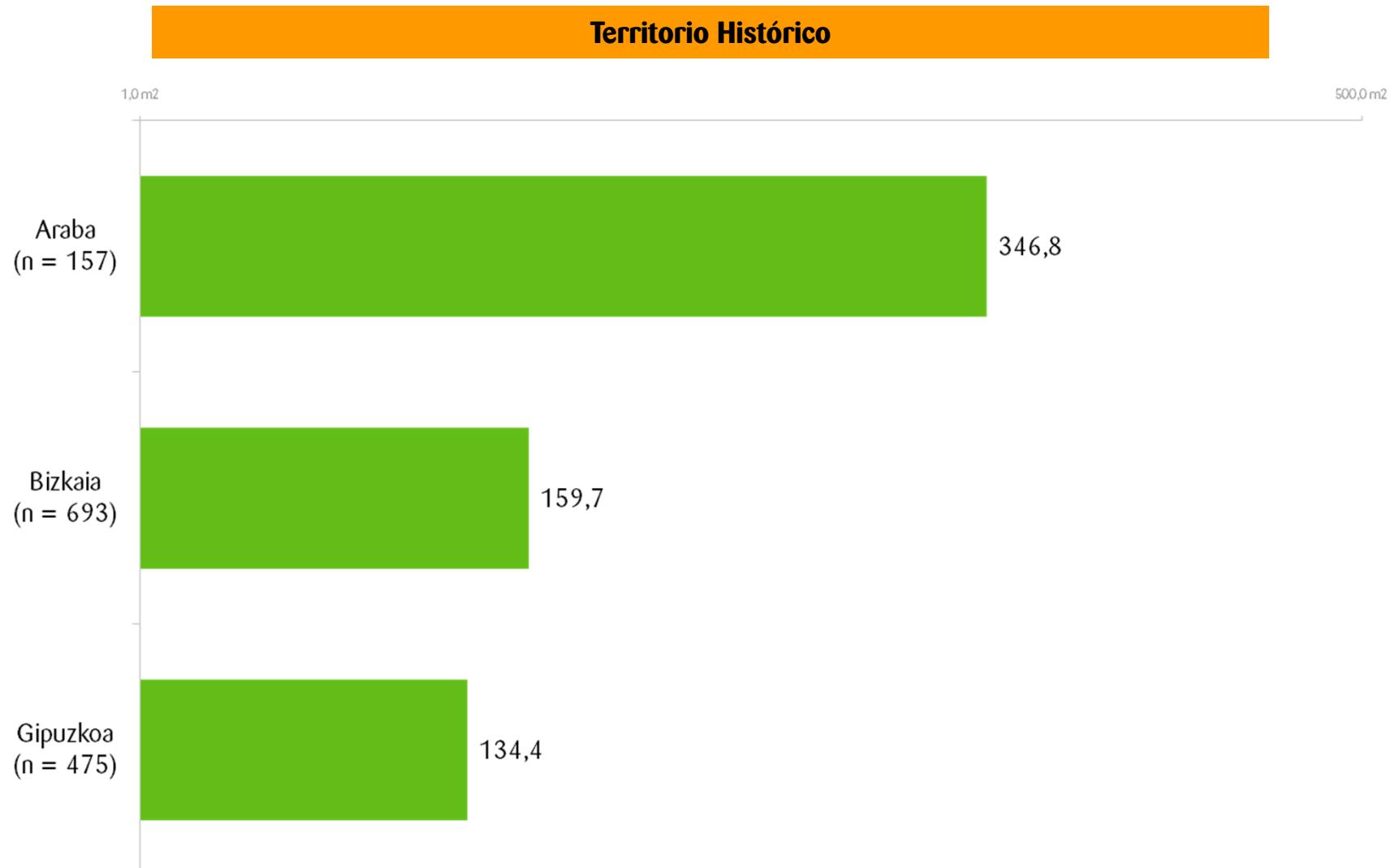
D.3: Superficie del comercio minorista vasco
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

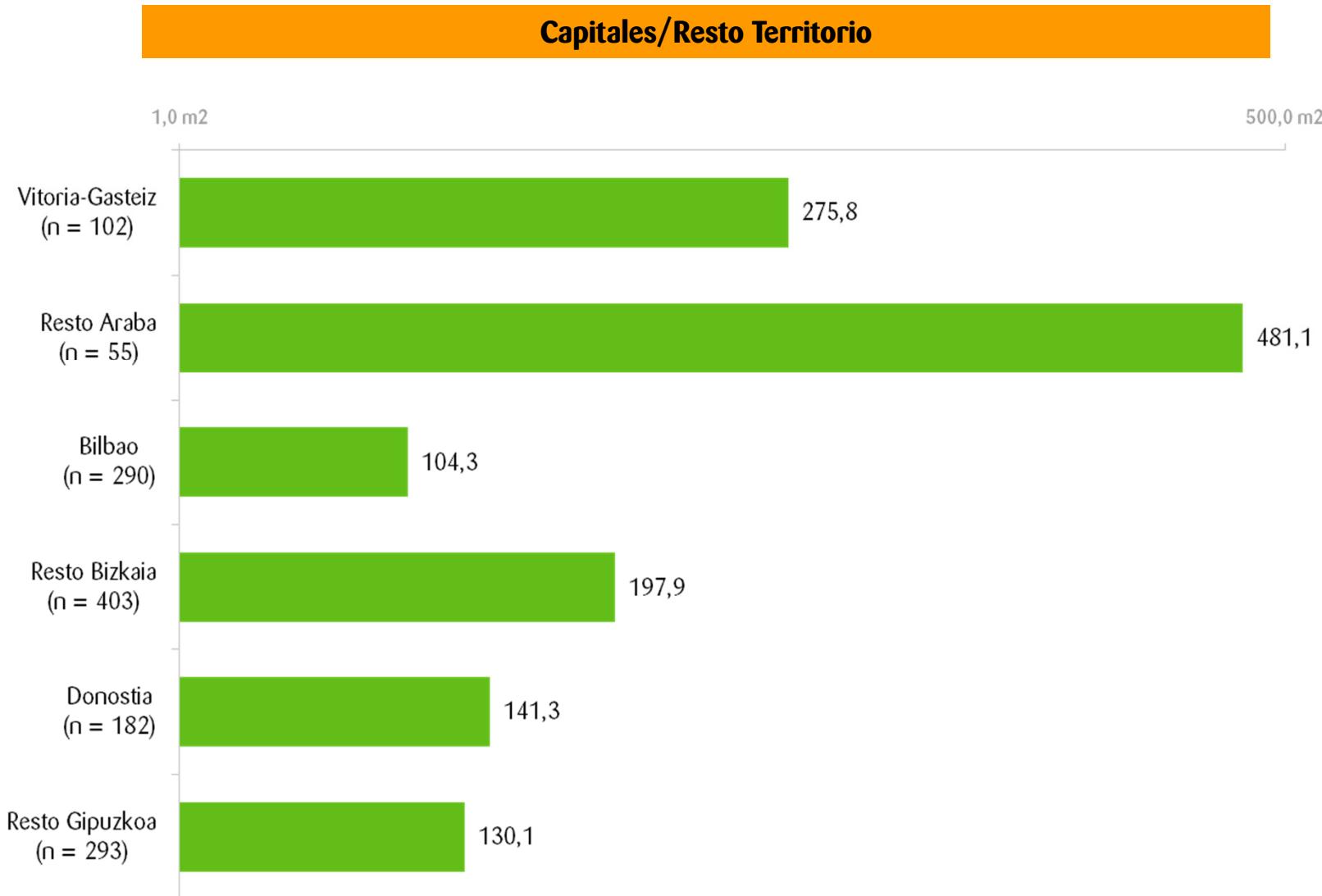
	II T'08 (n=1.168)	III T'08 (n=1.130)	IT'09 (n=1.171)	II Q'09 (n=1.233)	Año 2.010 (n=1.257)	Año 2.011 (n=1.325)
Hasta 45 m ²						
	20,2%	17,3%	26,1%	23,5%	20,6%	22,4%
De 46 a 64 m ²						
	16,3%	17,3%	17,4%	17,1%	16,8%	14,9%
De 65 a 80 m ²						
	15,2%	21,4%	16,0%	16,2%	16,2%	16,4%
De 81 a 99 m ²						
	9,8%	6,8%	5,5%	5,7%	6,4%	6,3%
De 100 a 120 m ²						
	12,7%	11,6%	12,0%	12,7%	15,4%	14,4%
De 121 a 199 m ²						
	10,7%	9,2%	8,3%	8,8%	9,3%	7,5%
De 200 a 299 m ²						
	4,0%	5,4%	3,8%	4,5%	5,1%	5,6%
De 300 a 450 m ²						
	3,4%	3,1%	2,4%	3,0%	2,9%	3,6%
De 451 a 999 m ²						
	2,1%	1,4%	1,3%	1,0%	1,8%	1,8%
1.000 m ² o más						
	1,5%	1,2%	1,7%	1,5%	1,9%	2,9%
No concreta respuesta						
	4,2%	5,2%	5,6%	6,0%	3,6%	4,3%

D.3: Evolución de la superficie media del comercio minorista vasco
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

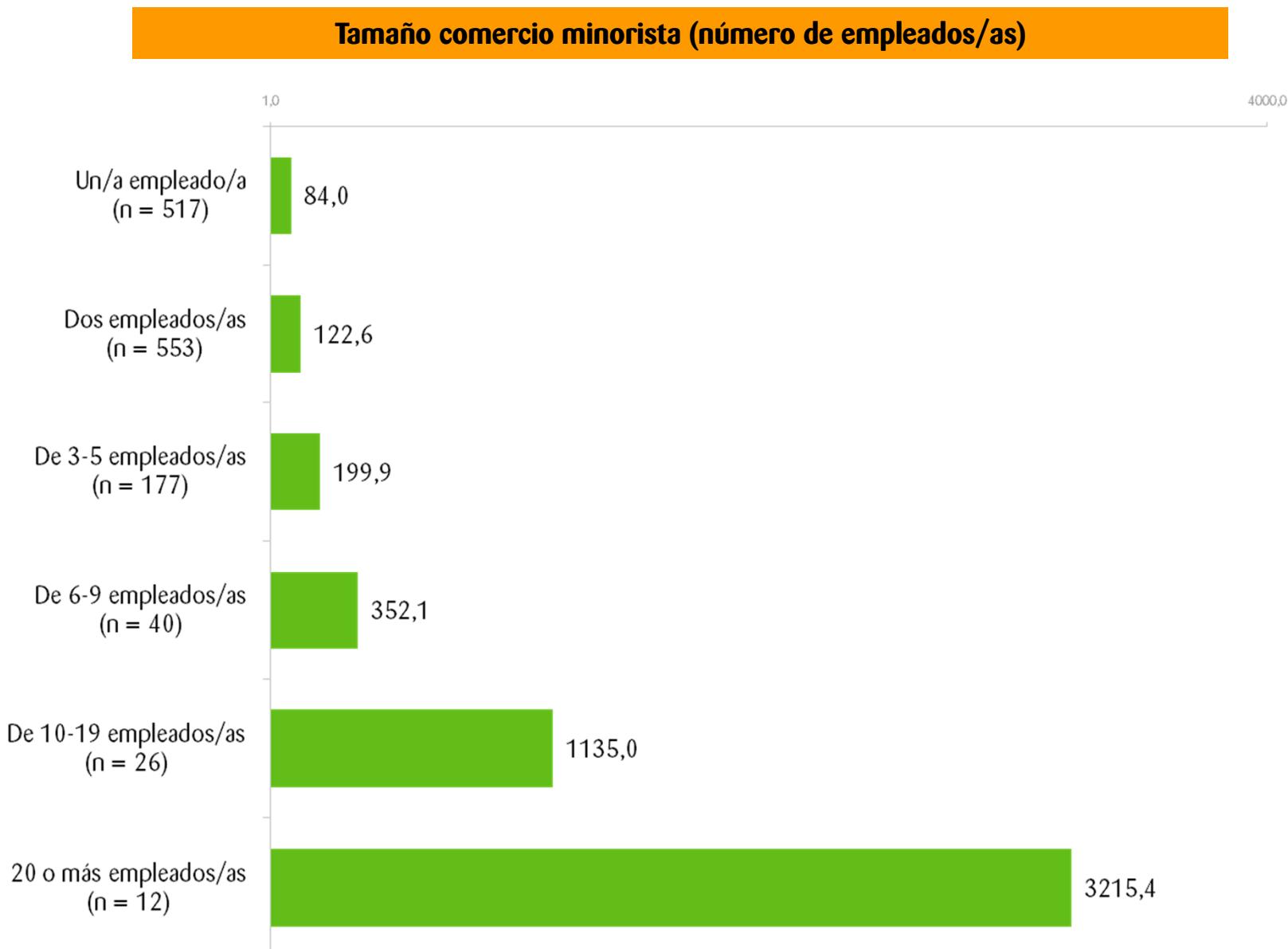


D.3: Superficie media del comercio minorista vasco (año 2.011)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

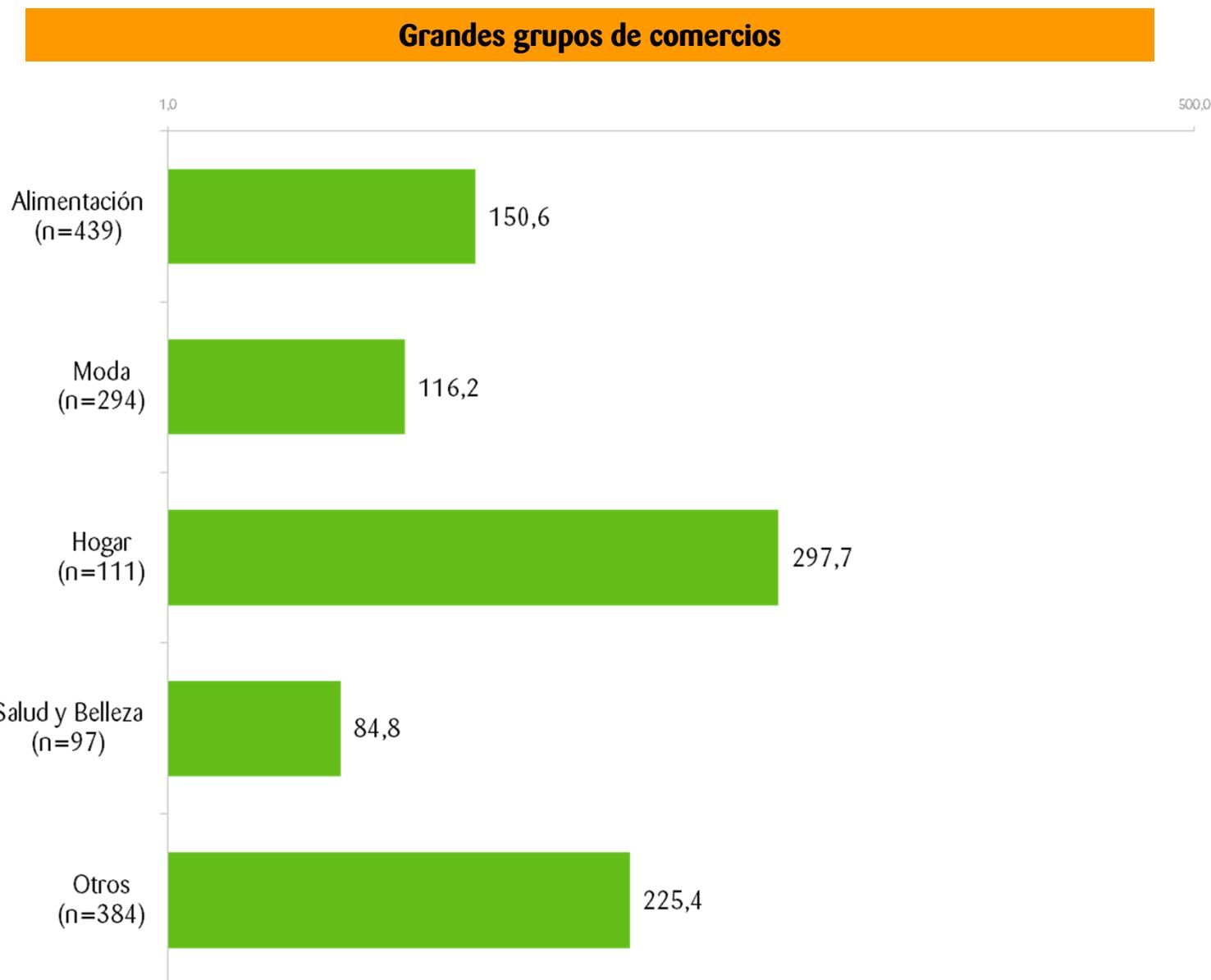




D.3: Superficie media del comercio minorista vasco (año 2.011)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



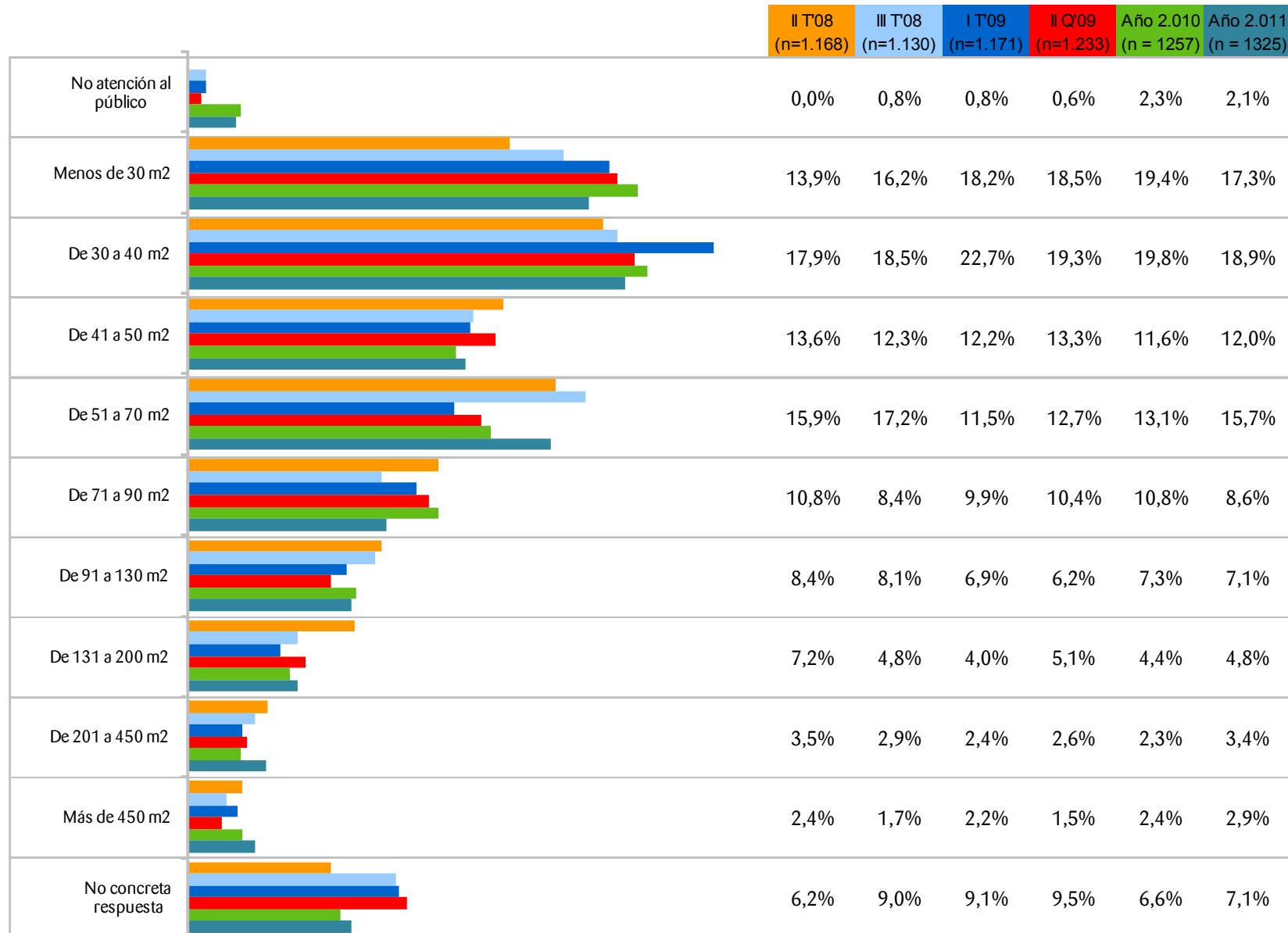
D.3: Superficie media del comercio minorista vasco (año 2.011)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



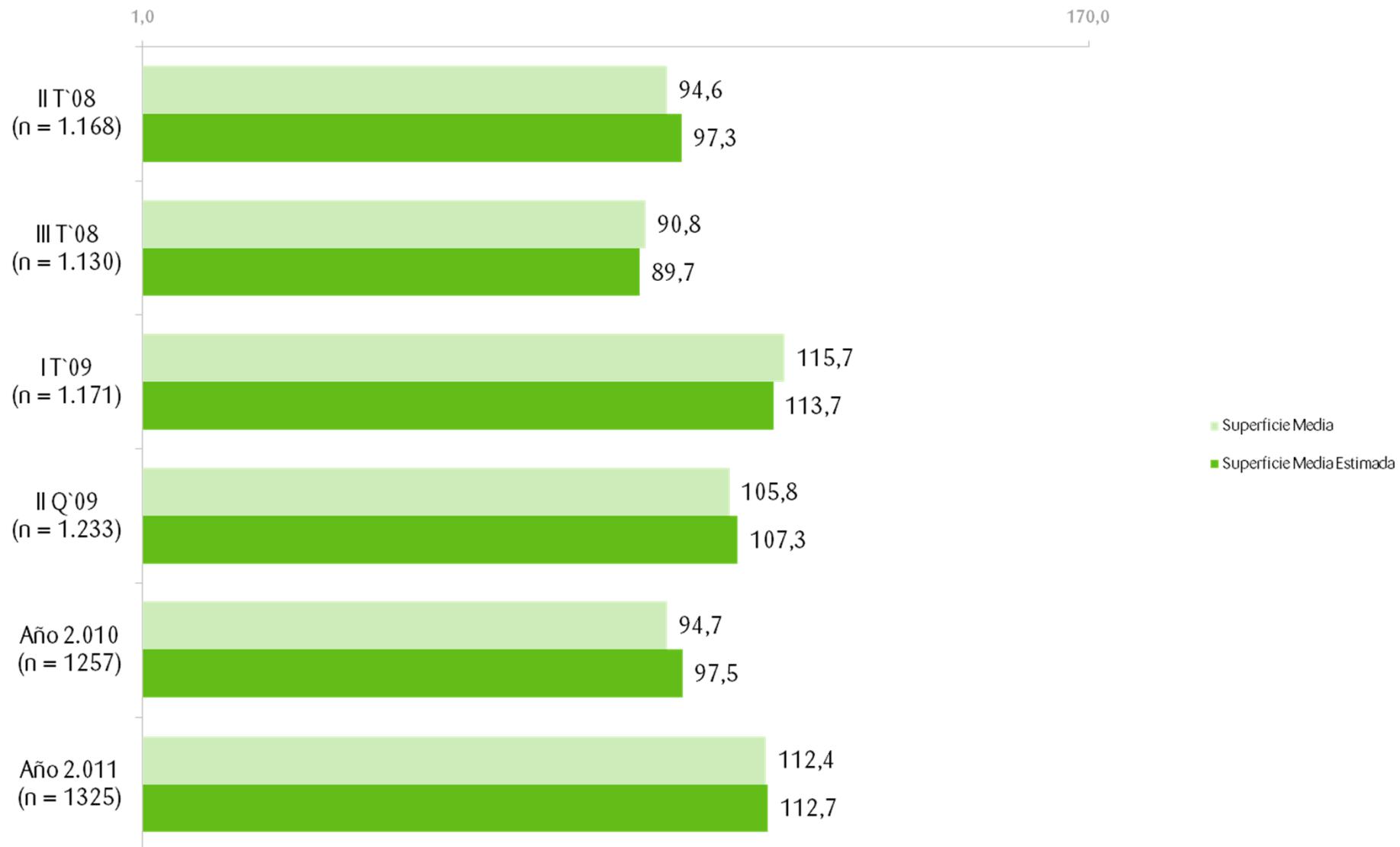
Tamaño del comercio: superficie de atención al público

- La superficie media dedicada a la atención al público es de 112,4 m², es decir, el 65,2% de la superficie media total se dedica a la atención al público.
- En este sentido, resultará clarificador ahondar en el índice o ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio vasco. Como adelanto, el comercio minorista de los municipios tienden a presentar un mayor ratio alto de superficie de atención al público según la superficie total que los comercios de las capitales en los Territorios Históricos de Araba y Bizkaia.

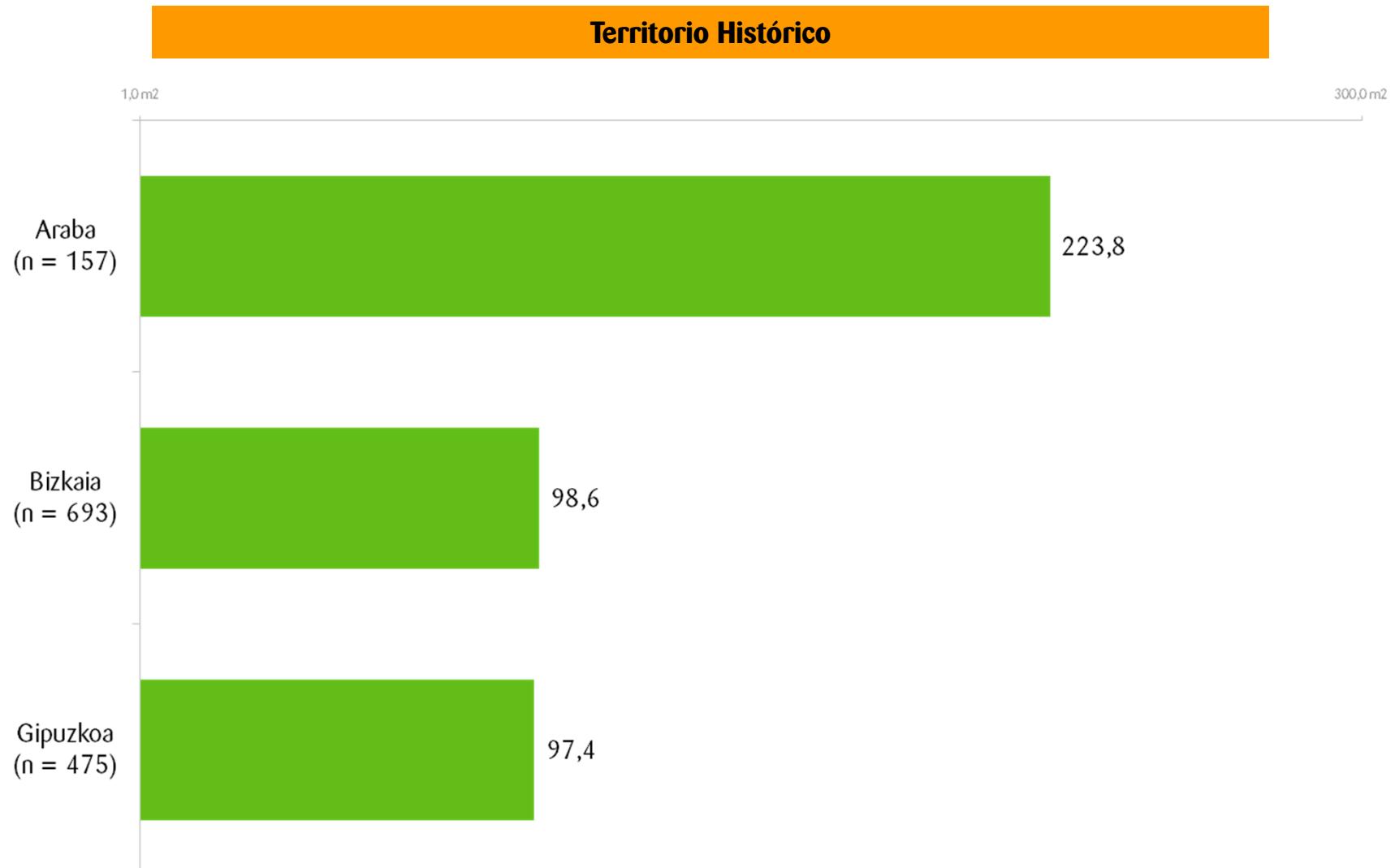
D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



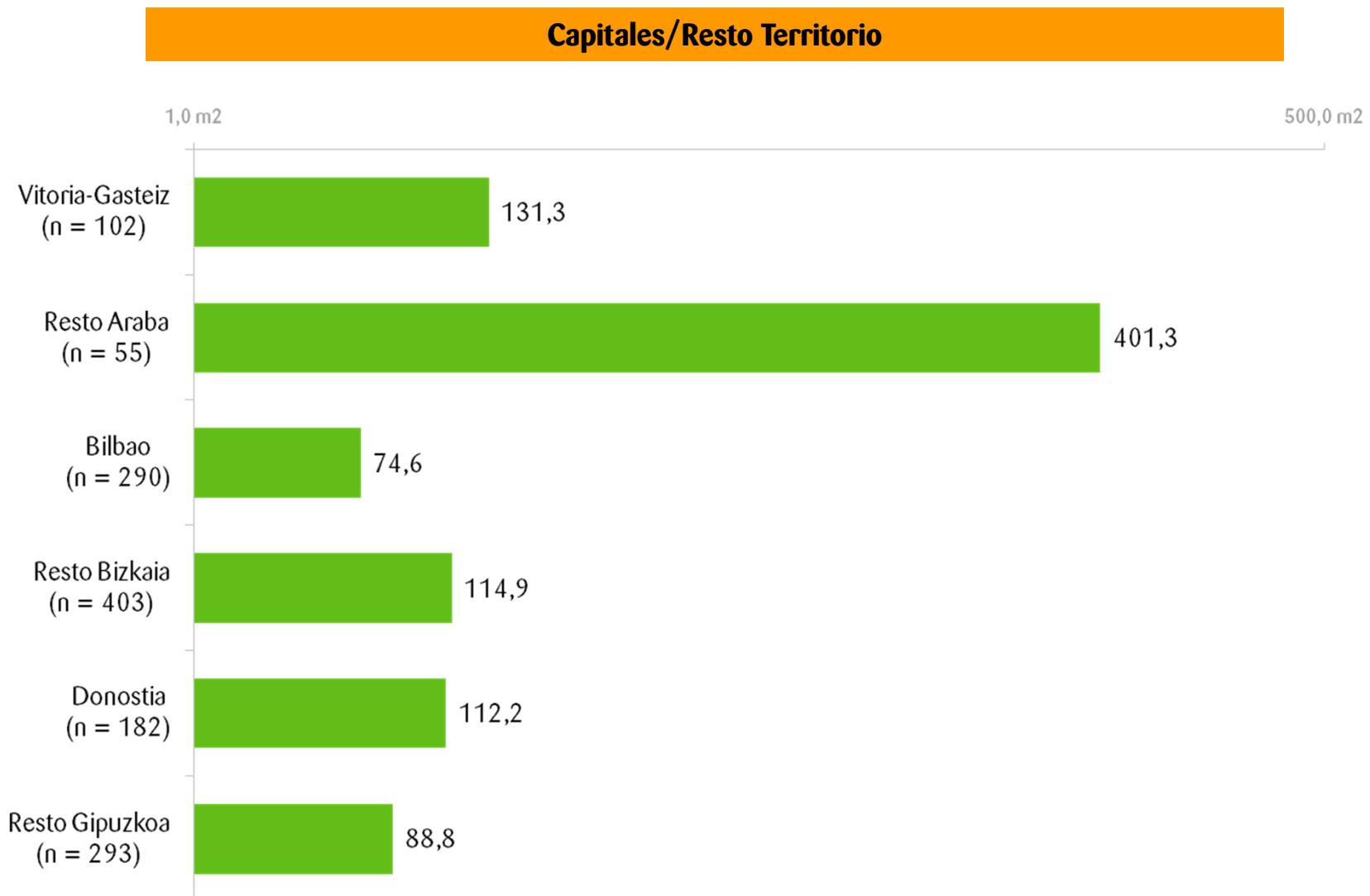
D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada
a la atención al público (año 2.011)*
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



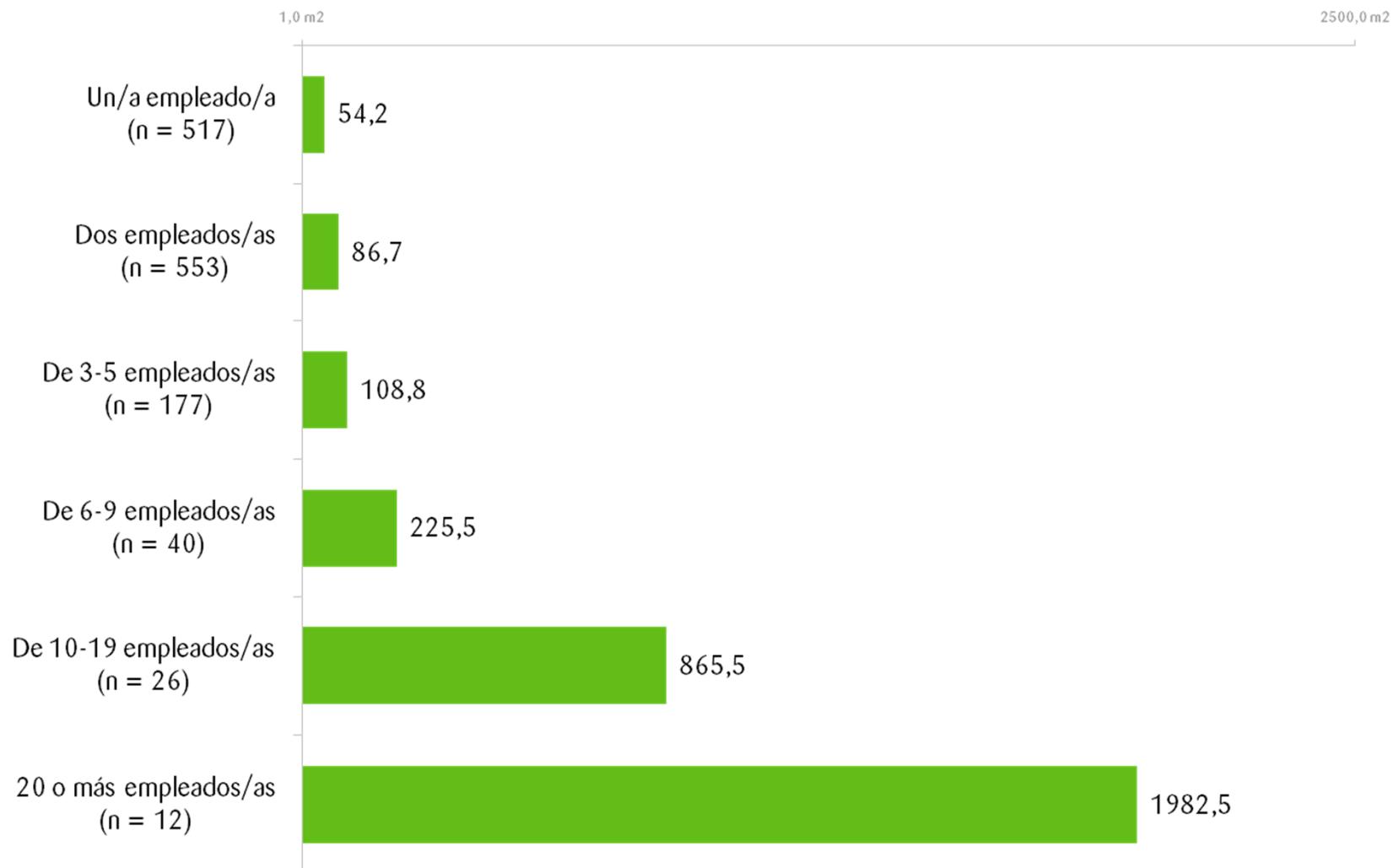
*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada
a la atención al público (año 2.011)*
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



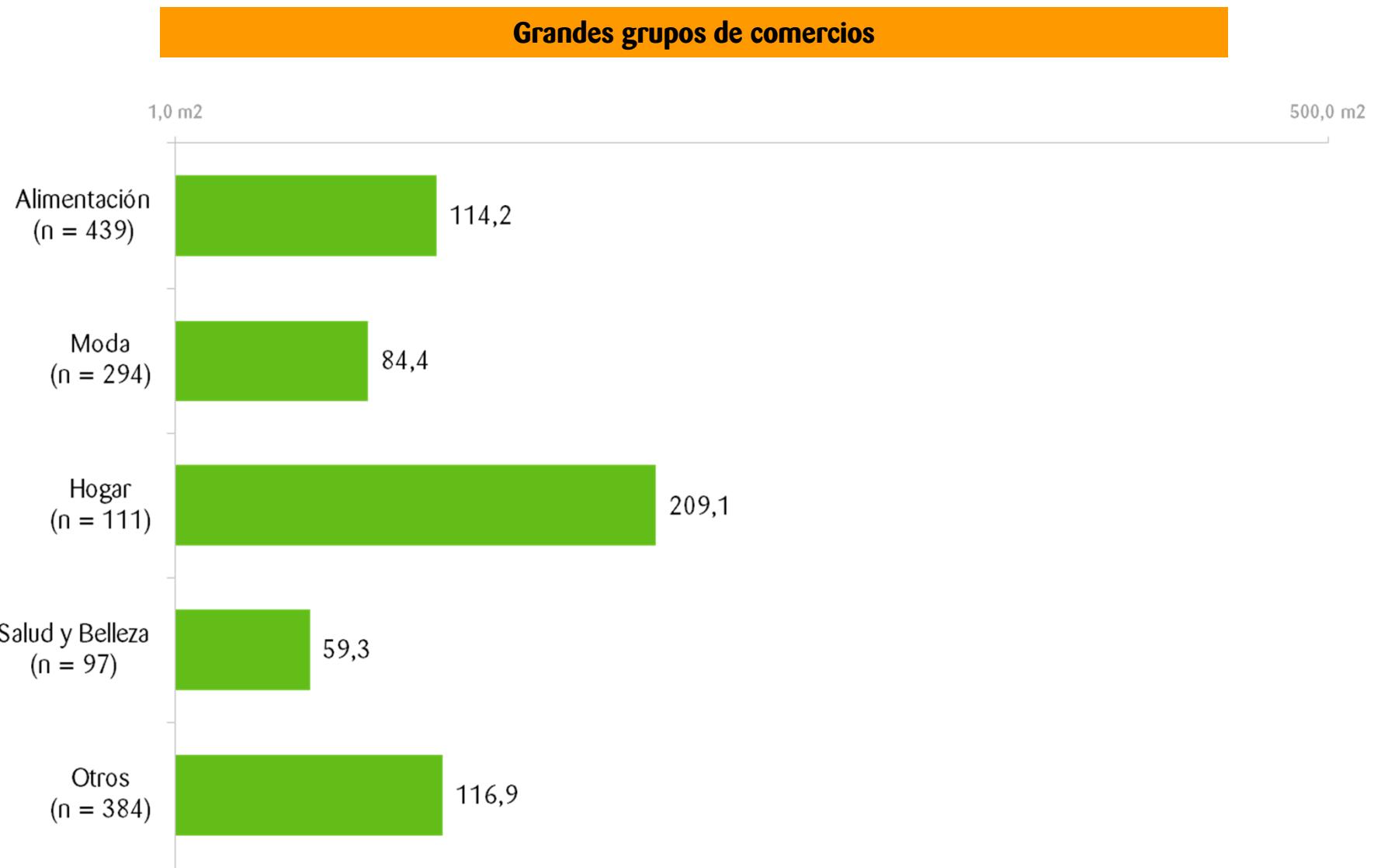
*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada
a la atención al público (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (número de empleados/as)



*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada
a la atención al público (año 2.011)*
Base: Total de comercios minoristas 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 minoristas vascos.
- El ratio genera una puntuación, segmenta y clasifica a los comercios minoristas vascos en cuatro niveles o rangos. Estos niveles se calculan de la siguiente manera:
 - Bajo (< - 0,25 desviación típica de la media del índice del Primer Barómetro)
 - Medio (de - 0',25 a 0,25 desviación típica de la media del índice del Primer Barómetro)
 - Medio-Alto (de 0,25 a 0,50 desviación típica de la media del índice del Primer Barómetro)
 - Muy Alto (> 0,50 desviación típica de la media del índice del Primer Barómetro)

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

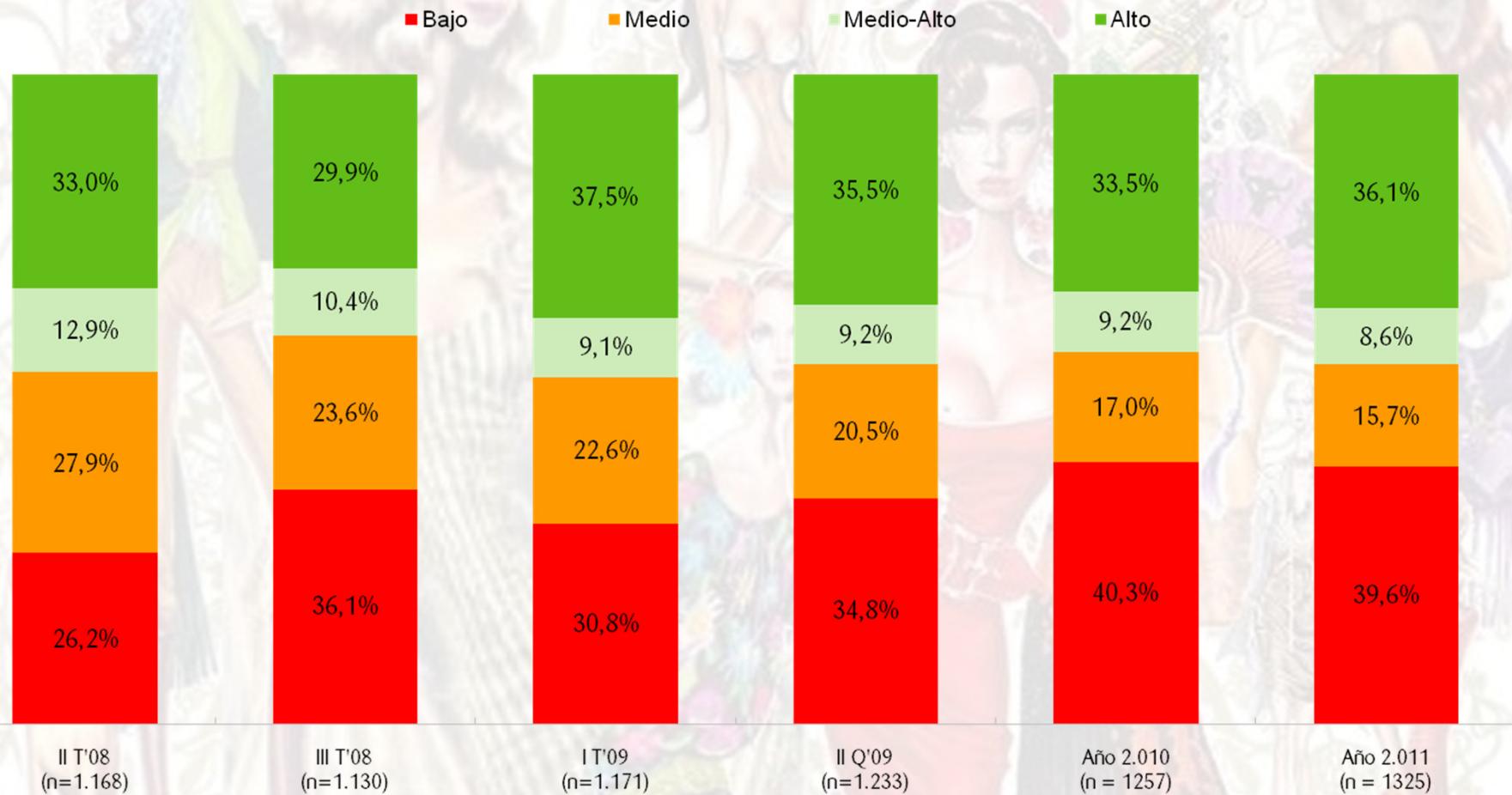
- Estos niveles o rangos, también, se pueden definir de la siguiente forma:
 - Bajo: menos del 65,4% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
 - Medio: entre el 65,4% y el 77,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
 - Medio-Alto: entre 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

- Casi uno de cada cuatro comercios minoristas vascos destina el 84% o más de su superficie total a la atención al público. Este tipo de comercio, con alto ratio de superficie dedicada a la atención al público, es más característico en:
 - En Donostia, comercios minoristas de los municipios de los Territorios Históricos de Araba y Bizkaia, exceptuando los de las capitales de ambos Territorios Históricos.
 - Comercios de un empleado/a y de más de 9 empleados/as.
 - Comercios dedicados a la actividad del hogar.
 - Comercios cuyos dueños, gerentes y/o responsables tienen estudios medios o universitarios.

Ratio de superficie de atención al público/superficie total del comercio: conclusiones

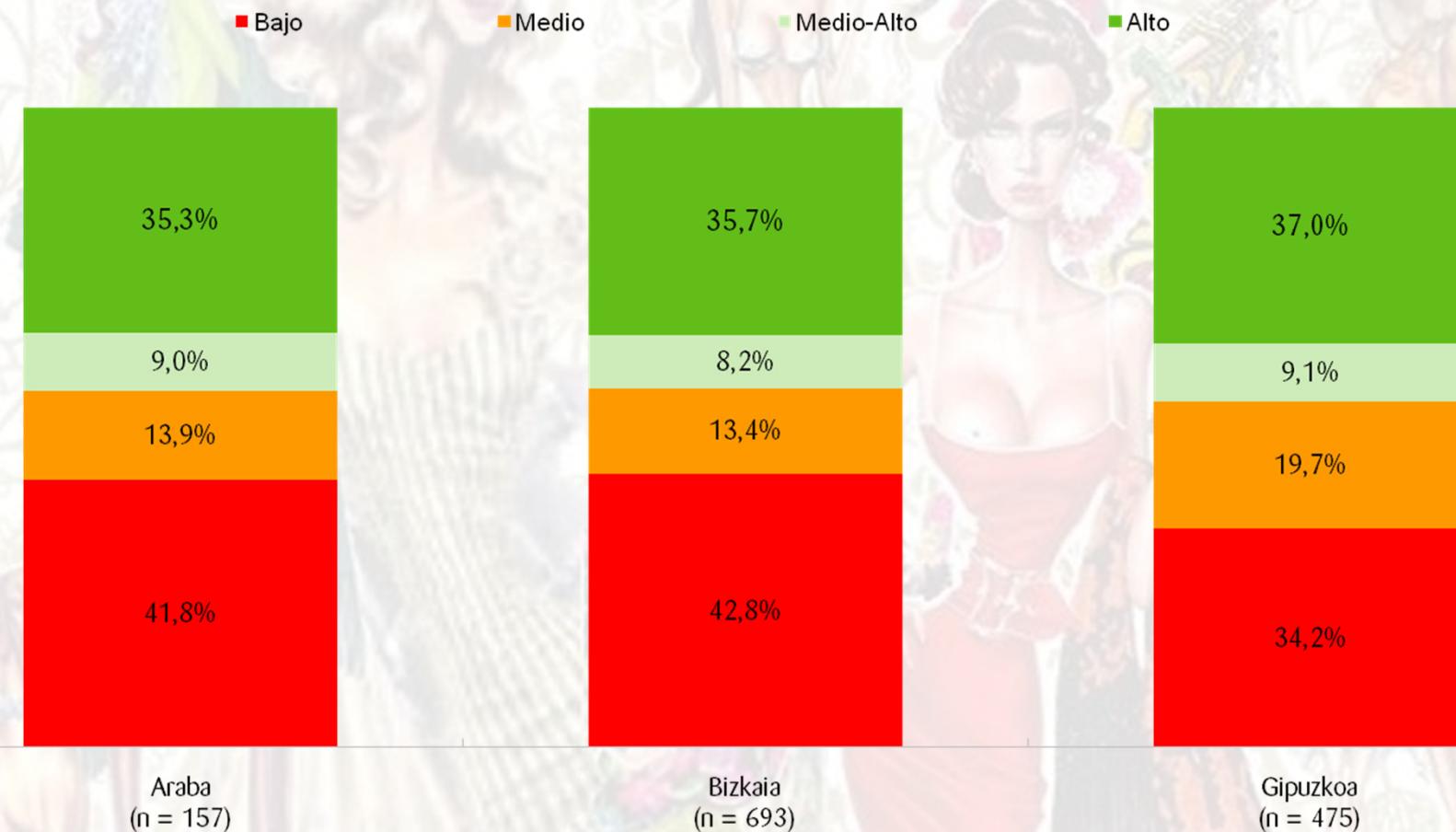
Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/ Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Alto	28,8%	47,4%	30,1%	39,6%	41,3%	34,4%
Medio-Alto	10,5%	6,2%	10,6%	6,5%	7,9%	9,8%
Medio	17,5%	7,4%	16,0%	11,5%	20,1%	19,5%
Bajo	43,3%	39,0%	43,3%	42,4%	30,7%	36,4%

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

Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Alto	40,3%	33,8%	30,6%	27,9%	48,8%	42,9%
Medio-Alto	7,8%	9,2%	9,5%	11,4%	1,8%	9,3%
Medio	14,1%	18,6%	12,4%	16,1%	12,6%	8,2%
Bajo	37,8%	38,5%	47,5%	44,9%	36,8%	39,5%

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

Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.011)

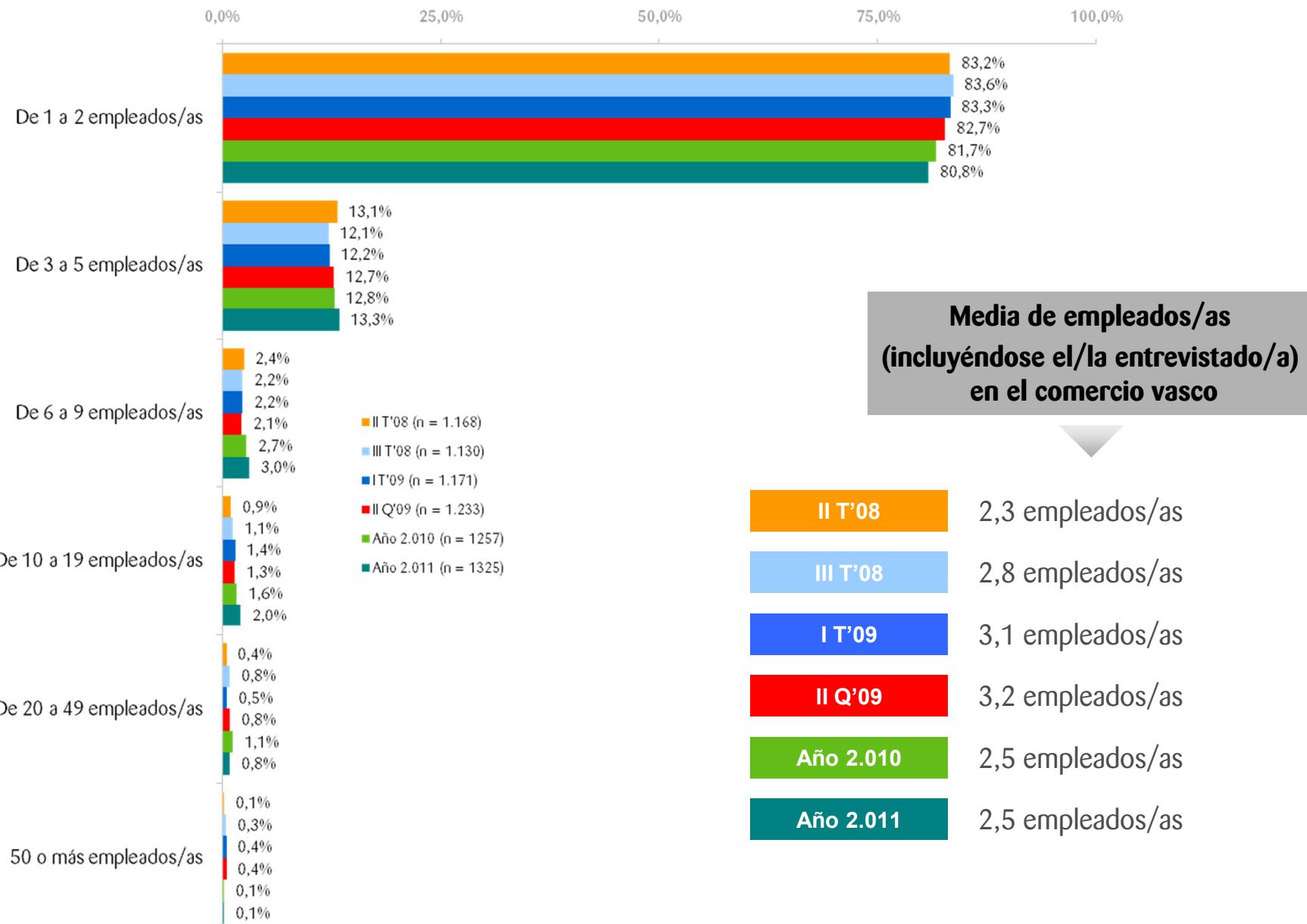
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Alto	34,8%	38,5%	50,3%	35,6%	31,8%
Medio-Alto	10,0%	5,3%	7,5%	13,7%	8,6%
Medio	14,4%	19,5%	19,2%	14,7%	13,5%
Bajo	40,8%	36,7%	23,0%	36,1%	46,1%

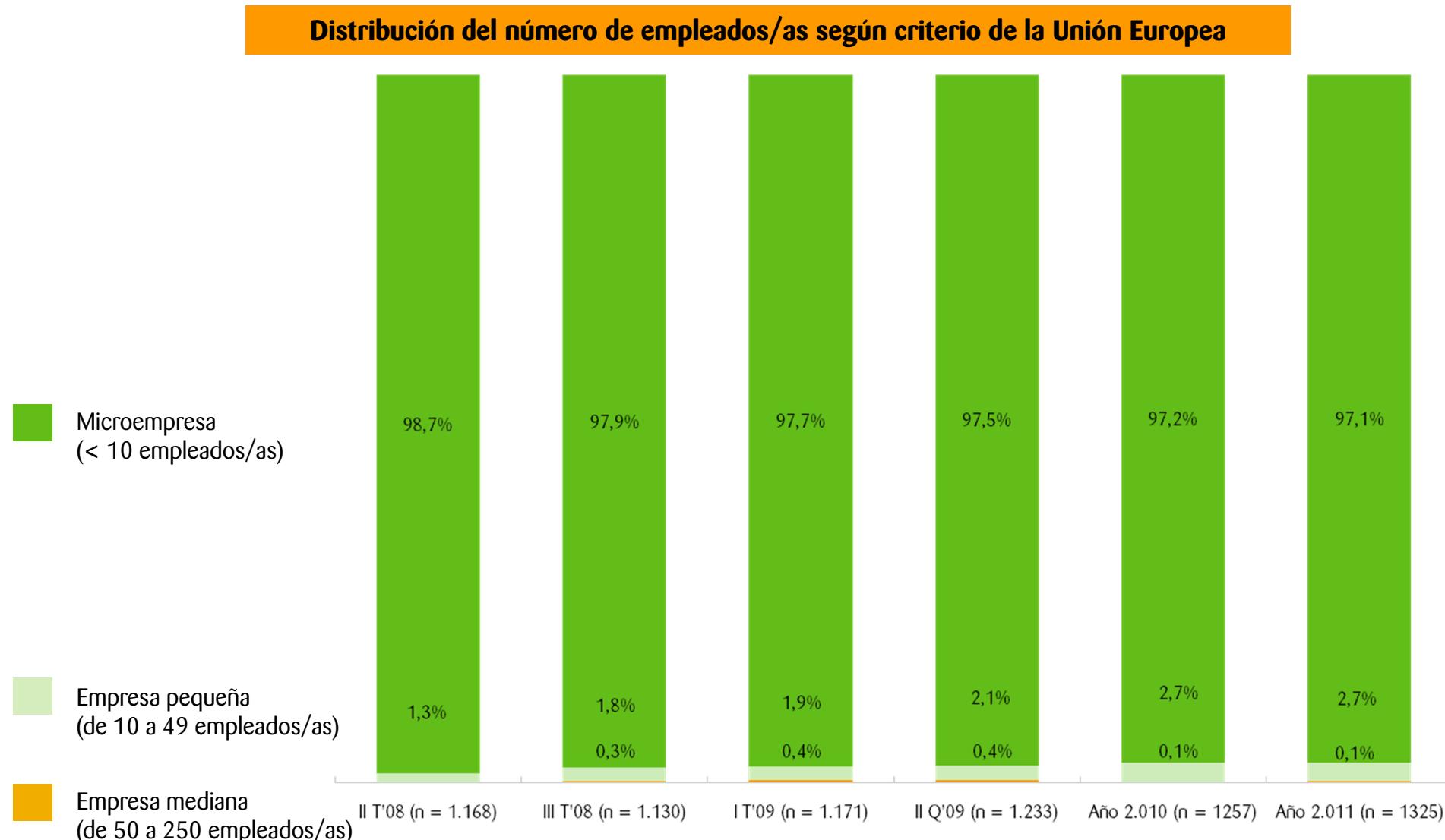
Ratio de superficie de atención al público/superficie total: datos

Tamaño del comercio: personal

- Ocho de cada diez comercios minoristas vascos tienen en plantilla a un/a empleado/a o son sólo un/a empleado/a.
- La media de empleados/as en el comercio minorista es de 2,5 empleados/as. Se detecta un número medio de empleados/as del comercio minorista vasco similar al del año 2010.
- En función de los criterios utilizados por la Unión Europea para definir qué es una pyme, la estructura del comercio minorista vasco es la siguiente:
 - Microempresa (menos de 10 empleados/as) representa al 97,1% de los comercios minoristas vascos.
 - Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as) supone el 2,7% de los comercios minoristas vascos.
 - Y, empresa mediana (de 50 hasta 250 empleados/as) refleja el tamaño del 0,1% de los comercios minoristas vascos.



P13/P12/P12/P12/P4/P4: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme
(año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Microempresa (< 10 empleados/as)	92,6%	97,6%	97,8%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	6,8%	2,3%	2,1%
Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)	0,3%	0,1%	0,1%

*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme
(año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Microempresa (< 10 empleados/as)	94,8%	89,3%	97,4%	97,8%	97,1%	98,3%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	4,7%	10,7%	2,4%	2,1%	2,8%	1,6%
Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)	0,4%	---	0,2%	0,1%	0,1%	---

*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme
(año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Microempresa (< 10 empleados/as)	96,2%	98,9%	97,5%	99,5%	96,2%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	3,7%	1,1%	2,4%	0,5%	3,6%
Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)	0,2%	---	0,1%	---	0,2%

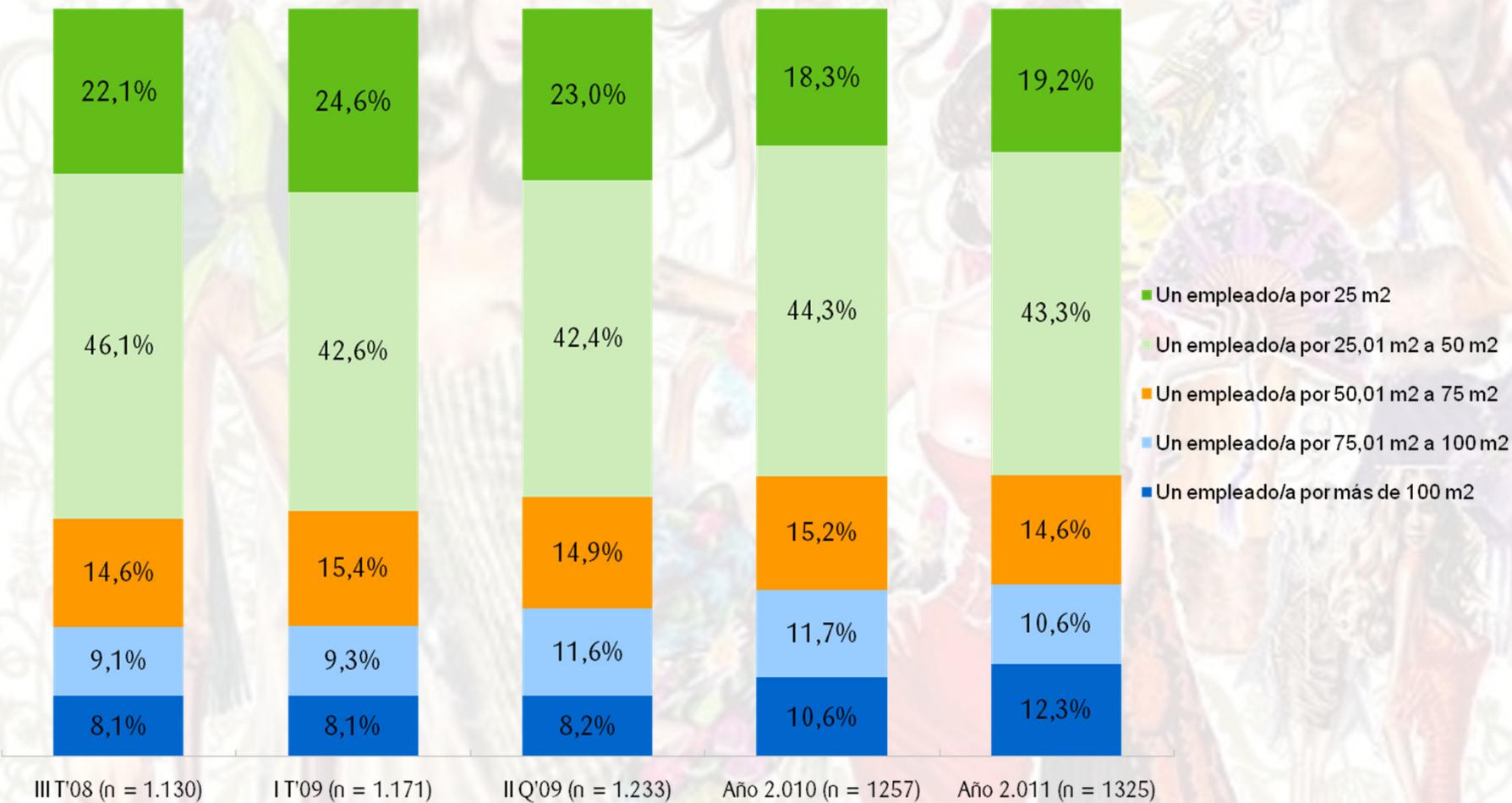
- El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar el tamaño del comercio (según superficie total del comercio) y el número de empleados/as.
- Este ratio genera una puntuación. Esta puntuación nos permitirá segmentar y clasificar a los comercios vascos en cinco niveles. La categorización de estos niveles es la siguiente:
 - Un empleado/a por 25 m² o menos
 - Un empleado/a por 25,01 m² a 50 m²
 - Un empleado/a por 50,01 m² a 75 m²
 - Un empleado/a por 75,01 m² a 100 m²
 - Un empleado/a por más de 100 m²

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

- El 43,3% de los comercios minoristas vascos presenta una densidad de un/a empleado/a por 25,01 m² a 50 m². La media de densidad del conjunto de comercios minoristas vascos es de un empleado por 69,9 m².
- Los comercios minoristas vascos que se sitúan por debajo de esta media de densidad, aquellos con una mayor concentración de empleados/as por m² , continúan siendo:
 - Comercios minoristas de las capitales de los tres Territorios Históricos.
 - Comercios dedicados, o bien a la actividad de moda, o bien a la actividad de salud, belleza, o bien a la actividad de alimentación.
 - Comercios, incluido dueño/a, con una plantilla de dos a nueve empleados/as.
 - Comercios más antiguos (más de 30 años).

Ratío de superficie total/número de empleados/as:
conclusiones

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



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

Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados/as (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Un empleado/a por 25 m ² o menos	17,8%	18,9%	19,9%
Un empleado/a por 25,01 m ² a 50 m ²	35,6%	47,5%	39,8%
Un empleado/a por 50,01 m ² a 75 m ²	17,4%	11,8%	17,8%
Un empleado/a por 75,01 m ² a 100 m ²	10,4%	10,1%	11,3%
Un empleado/a por más de 100 m ²	18,7%	11,6%	11,2%
MEDIA (empleado/a/ m ²)	88,4 m ²	72,1 m ²	60,6 m ²

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

Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados/as (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Territorio Histórico					
	Vitoria/ Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Un empleado/a por 25 m ² o menos	19,8%	14,1%	21,1%	17,4%	23,6%	17,5%
Un empleado/a por 25,01 m ² a 50 m ²	39,0%	29,3%	53,9%	45,9%	45,6%	36,2%
Un empleado/a por 50,01 m ² a 75 m ²	18,4%	15,5%	11,7%	11,9%	12,8%	20,9%
Un empleado/a por 75,01 m ² a 100 m ²	9,5%	12,1%	6,6%	12,6%	9,6%	12,3%
Un empleado/a por más de 100 m ²	13,2%	29,0%	6,7%	15,2%	8,4%	13,0%
MEDIA (empleado/a /m ²)	62,8 m ²	135,6 m ²	48,1 m ²	89,3 m ²	51,0 m ²	66,6 m ²

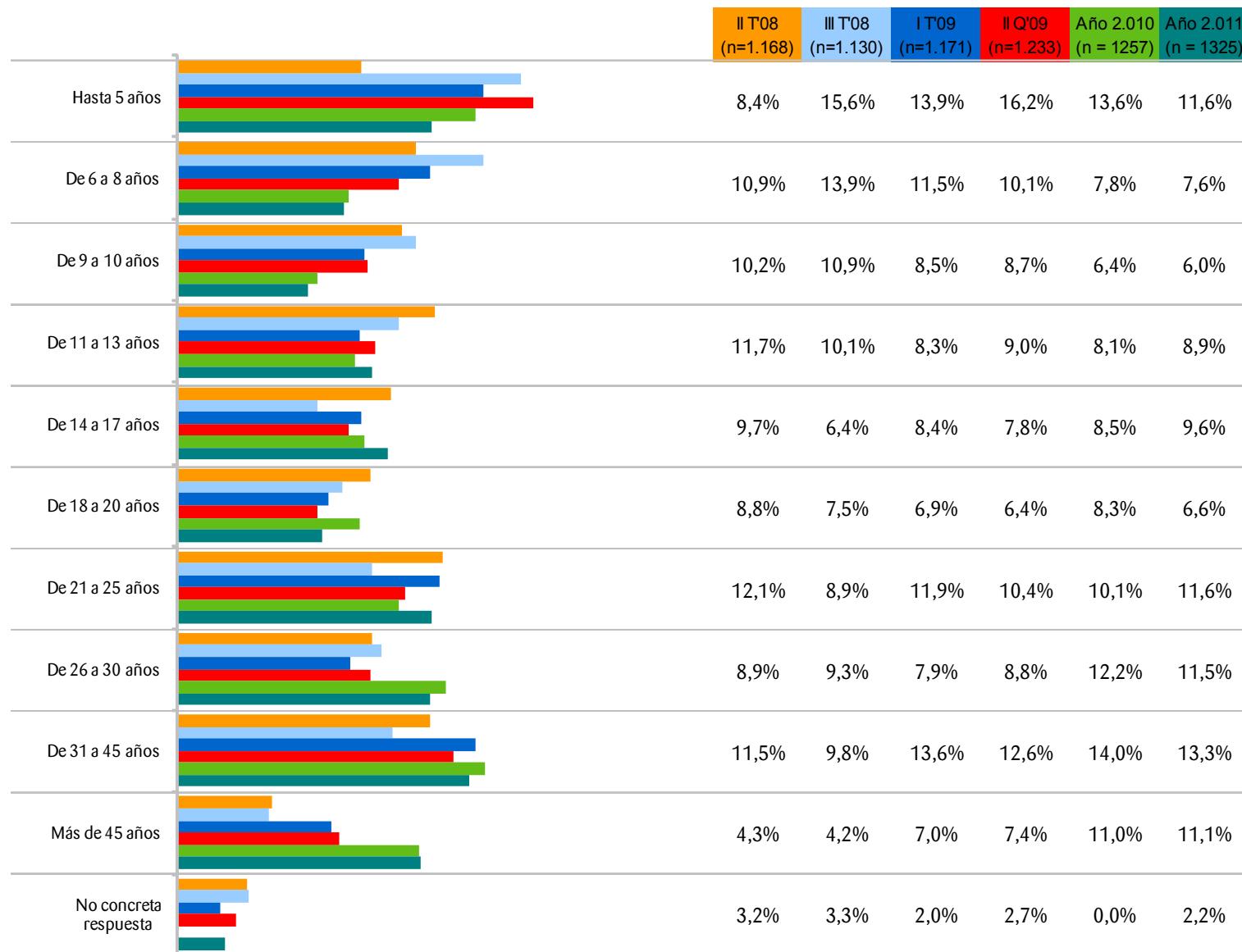
Ratio de superficie total/número de empleados/as:
datos

“Antigüedad y renovación del comercio”

Antigüedad y renovación del comercio

- La antigüedad media del comercio minorista vasco se estima, de media, en 23,6 años.
- Mientras que uno de cada cinco comercios tiene una antigüedad de 8 años o inferior, la mitad de los comercios afirma llevar con la actividad 21 años o más.
- La actividad de la salud y belleza tiende a concentrar el mayor volumen de comercios jóvenes, constante a lo largo de Barómetro del Comercio Minorista Vasco, al igual que los comercio del ramo de hogar.
- Desde 2009, el ratio bruto de comercio jóvenes, menos de seis años, ha descendido en 4,6 puntos porcentuales. Tomando como referencia el segundo cuatrimestre de 2009, supone un descenso del 28,4% en los comercios más jóvenes.

D.5/P18/D.10/D.10/P21/P22: Año de apertura del comercio minorista
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

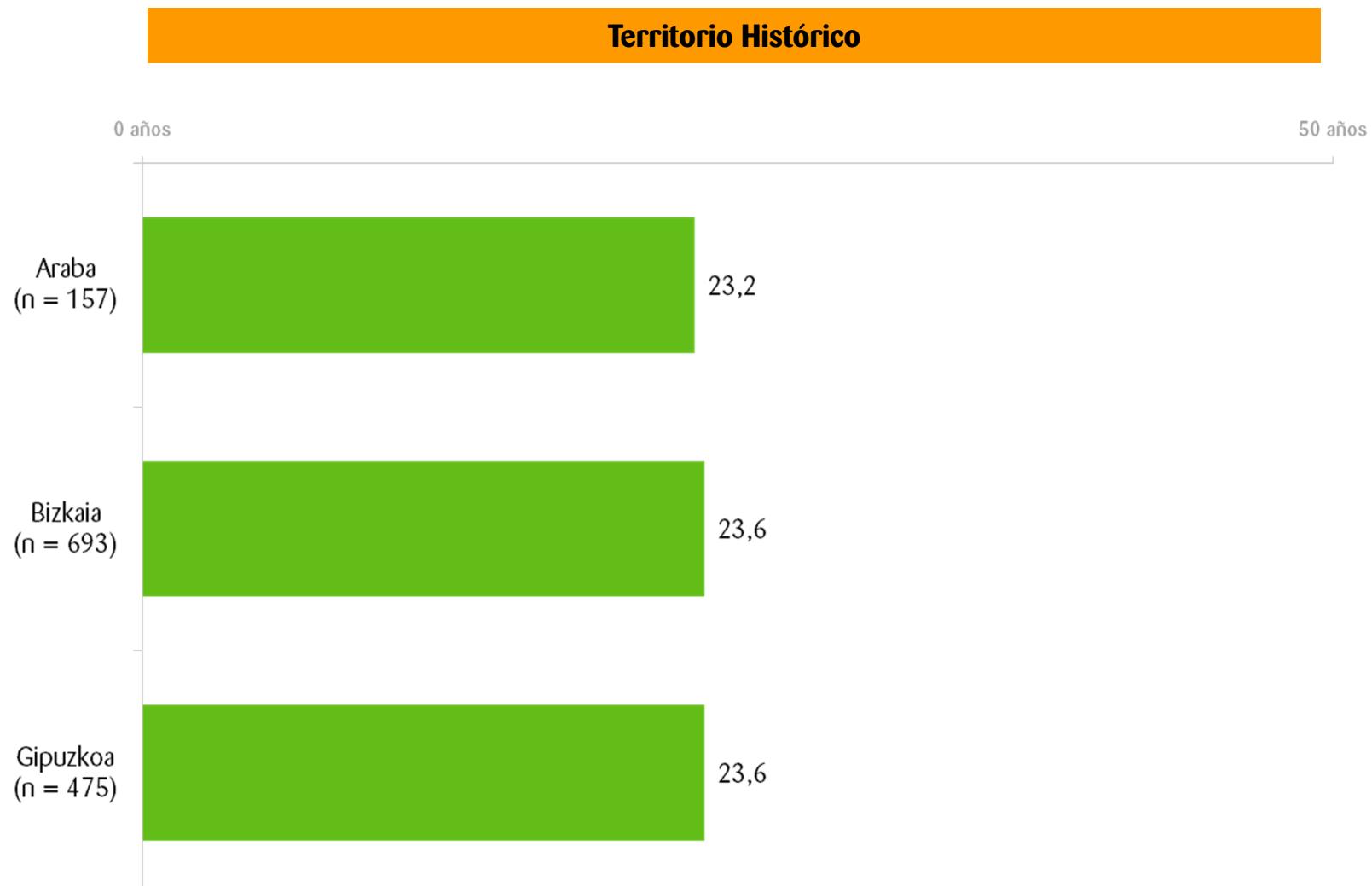


**Antigüedad media
de los comercios
minoristas vascos**

II T'08	19,4 años
III T'08	17,9 años
I T'09	21,5 años
II Q'09	21,5 años
Año 2.010	23,7 años
Año 2.011	23,6 años

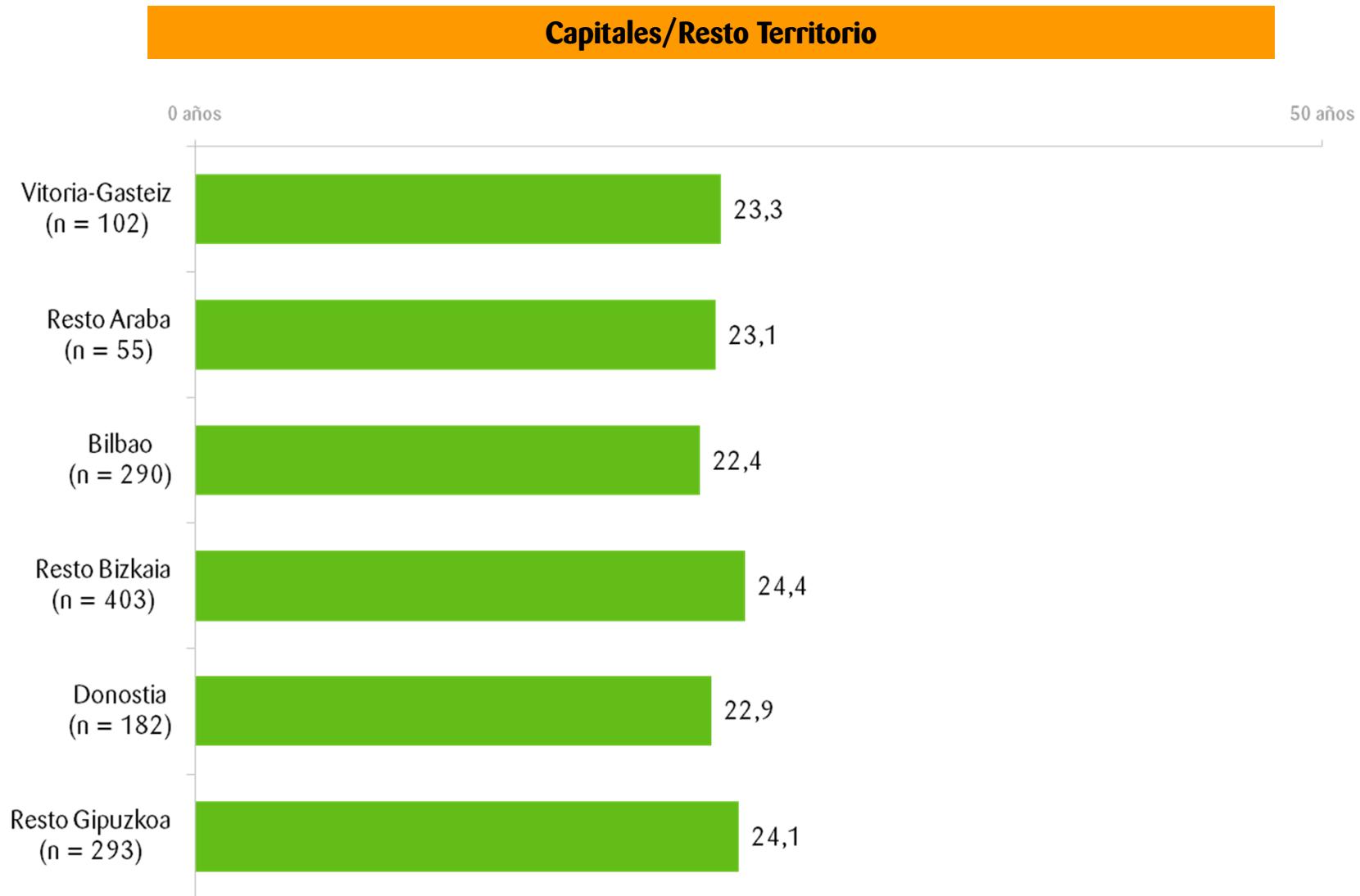
P.22: Año de apertura del comercio minorista (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.22: Año de apertura del comercio minorista (año 2.011)

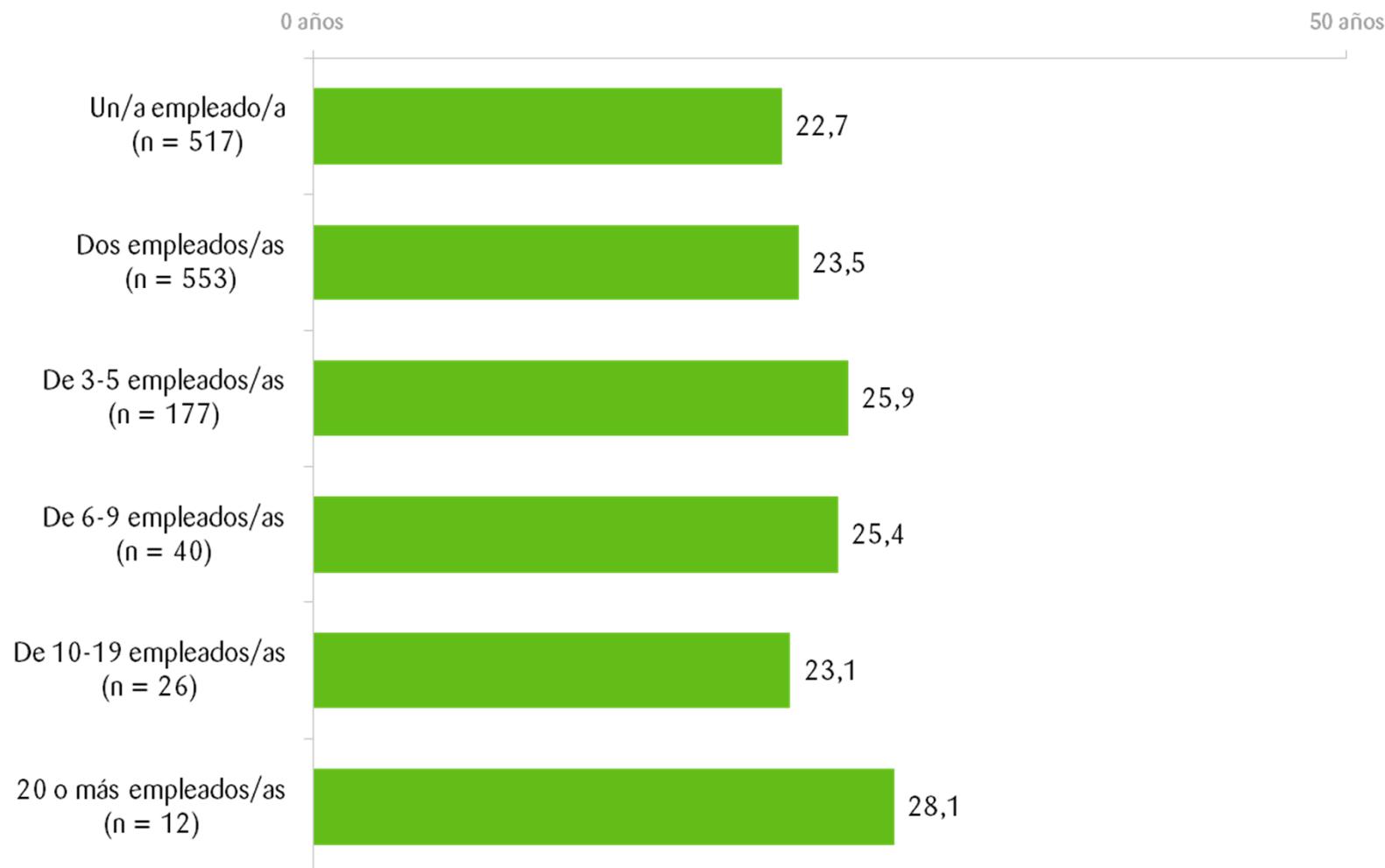
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.22: Año de apertura del comercio minorista (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (número de empleados/as)



P.22: Año de apertura del comercio minorista (año 2.011)

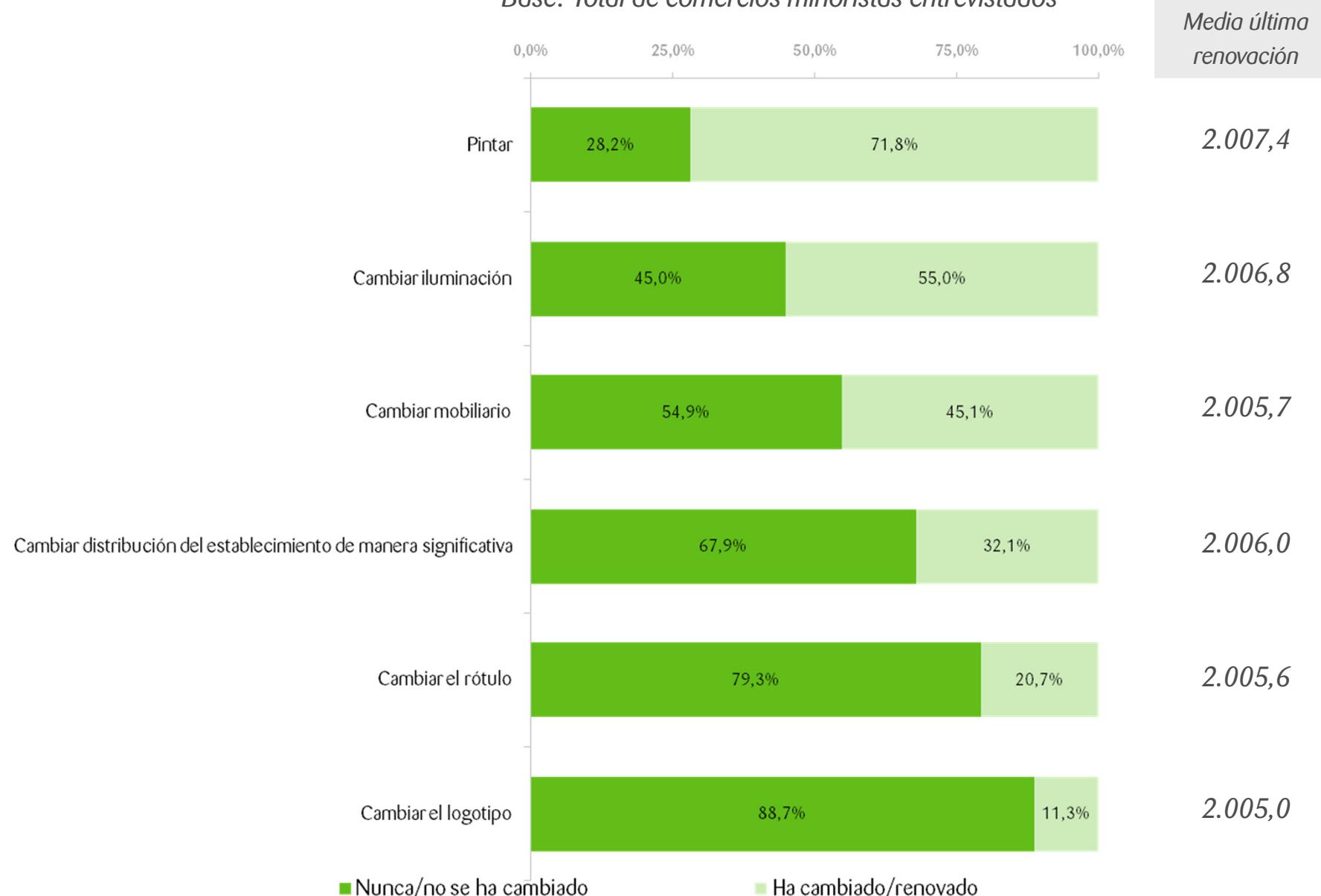
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



- La renovación del comercio minorista vasco, en función de las áreas de renovación planteadas, sugiere la siguientes consideraciones:
 - La escasa atención, interés mostrado por la gestión de la marca. Si el logotipo es el símbolo visible de la marca, tan sólo uno de cada cinco comercios afirma haber implementado cambios en esta área del negocio.
 - Más aún, los rótulos son otro aspecto que suscita poco interés entre los y las comerciantes entrevistados/as.
 - Renovar el comercio continua teniendo más implicaciones tangibles (pintar, luz, mobiliario) que intangibles (marca).
 - Las renovaciones “significativas” son las que menos variación de antigüedad media presentan. Nos referimos a cambios de mobiliario; cambios del rótulo; y, cambios del logotipo.

P.24: De las reformas, cambios que le cito a continuación, ¿me podría decir el año de la última realización de cada una de ellas? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



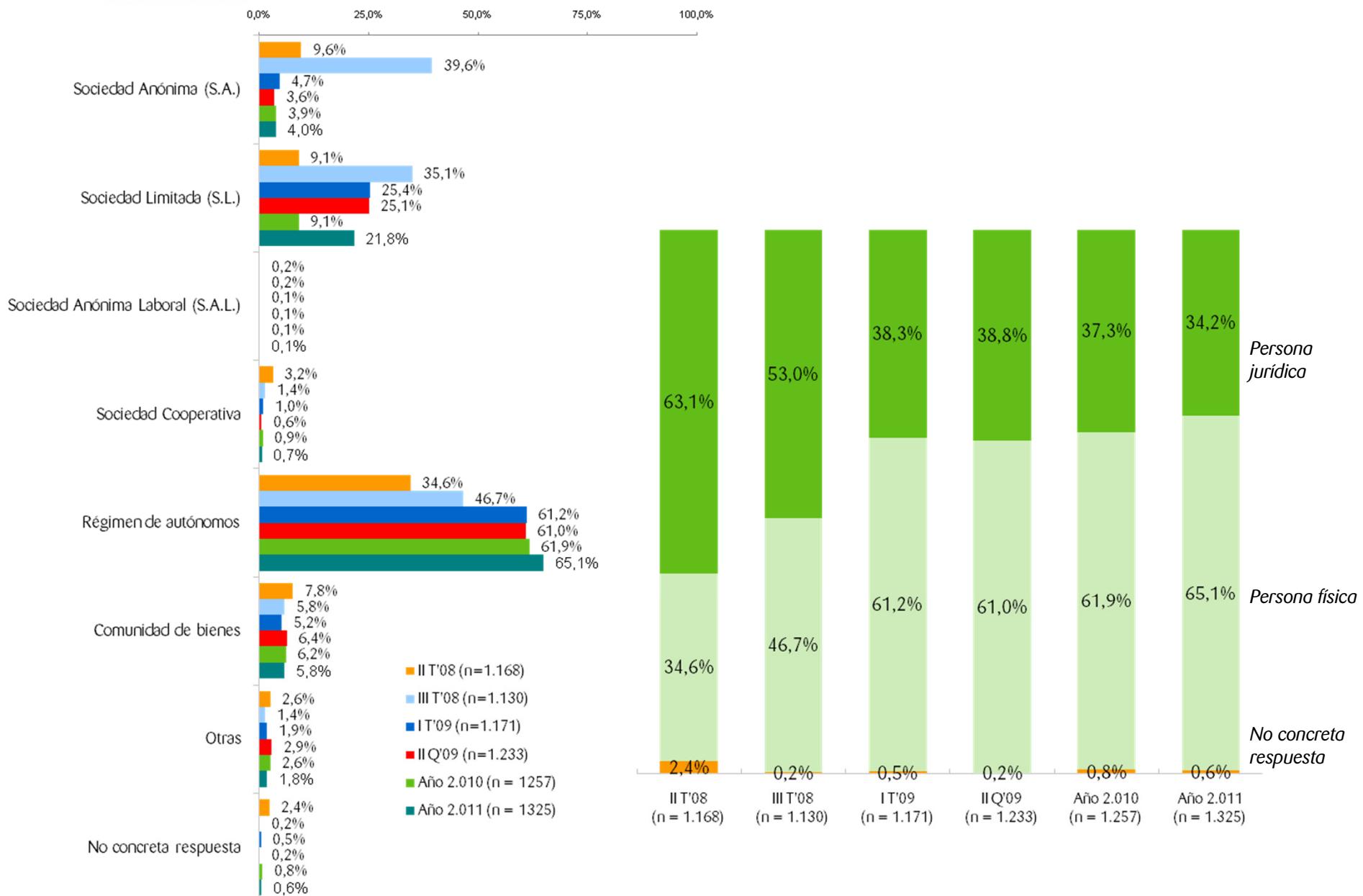
■ Nunca/no se ha cambiado

■ Ha cambiado/renovado

Forma jurídica del comercio

- La forma de organización jurídica más generalizada, teniendo en cuenta la dimensión del comercio minorista vasco (por dimensión entendemos el número de empleados/as), es la de persona física.
- En este sentido, se reitera que a medida que el tamaño del comercio minorista es mayor, a partir sobre todo de tres empleados/as, la forma de organización de persona jurídica se presenta como la más generalizada en el comercio minorista vasco.
- Y, que es en el comercio minorista del ramo, actividad comercial del hogar, donde la presencia de la forma jurídica de persona, valga la redundancia, jurídica es más perceptible.

D.8/D.5/D.5/D.5/D.5/D.5: ¿Cuál es la forma jurídica de su comercio/negocio?
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Persona jurídica	42,4%	31,9%	35,0%
Persona física	56,8%	67,4%	64,5%

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales/Resto Territorio						
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Persona jurídica	46,1%	35,6%	36,4%	28,6%	46,0%	28,1%
Persona física	52,7%	64,4%	63,1%	70,5%	53,8%	71,2%

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Persona jurídica	9,9%	40,6%	61,8%	79,8%	97,4%	95,8%
Persona física	90,1%	58,7%	36,7%	18,3%	1,0%	---

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

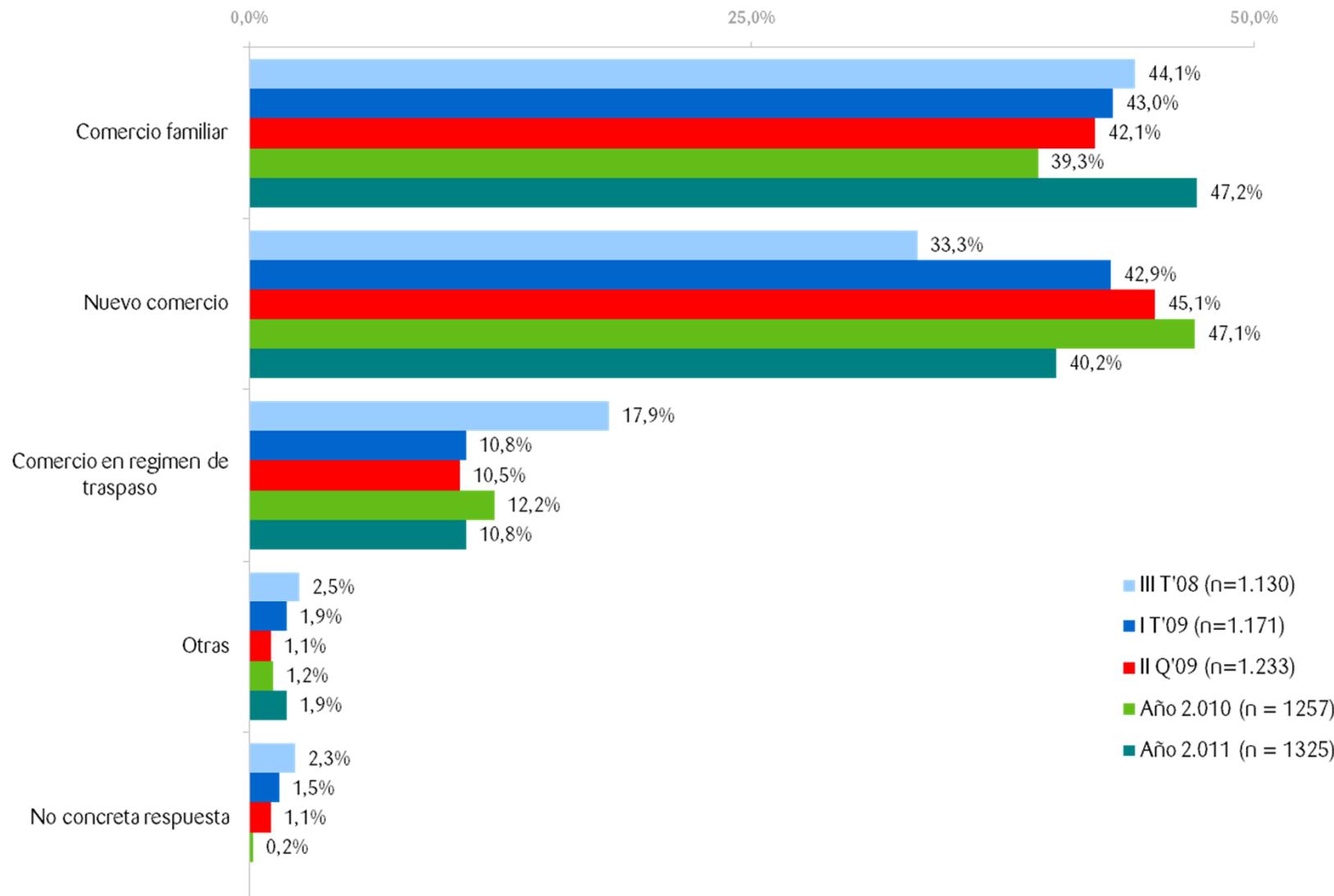
Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Persona jurídica	22,4%	31,5%	48,7%	23,2%	48,4%
Persona física	76,8%	68,0%	50,2%	76,8%	51,0%

Régimen del comercio

- El régimen de tenencia del comercio minorista vasco se articula en base a estas dos situaciones:
 - El nuevo comercio.
 - El comercio familiar, de sucesión familiar,
- El comercio familiar, de sucesión familiar, tiende a ser más mayoritario en aquellos comercios que se dedican, a la actividad de alimentación, moda u hogar.
- El nuevo comercio tiende a estar más presente, en aquellos comercios que se dedican a la actividad de salud y belleza.
- Las capitales de los tres territorios tiende a superar ligeramente al resto de municipios en lo concerniente al régimen nuevo del comercio.

P.21/D.12/D.12/P.22/P.23: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

*P.23: ¿Con cuál de los siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio? **

(año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Comercio familiar	42,3%	47,7%	48,0%
Comercio en régimen de traspaso	11,4%	9,3%	12,8%
Nuevo comercio	42,5%	41,0%	38,3%
Otras	3,8%	2,1%	0,9%

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

“Forma jurídica del comercio”

*P23: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?**
(año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Comercio Familiar	40,2%	46,2%	44,1%	50,3%	43,6%	50,7%
Comercio en régimen de traspaso	12,8%	9,0%	8,4%	9,8%	15,8%	10,9%
Nuevo comercio	43,9%	39,8%	46,2%	37,2%	39,0%	37,8%
Otras	3,1%	5,0%	1,3%	2,6%	1,6%	0,5%

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

*P23: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio? **
(año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Comercio familiar	44,2%	48,9%	49,0%	46,4%	58,6%	47,7%
Comercio en régimen de traspaso	12,2%	10,6%	7,9%	10,2%	7,5%	5,6%
Nuevo comercio	42,2%	38,9%	40,9%	35,3%	31,8%	39,0%
Otras	1,4%	1,6%	2,3%	7,8%	1,3%	7,6%

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

P23: *¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?**

(año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Comercio familiar	51,6%	55,7%	54,0%	23,3%	39,4%
Comercio en régimen de traspaso	15,3%	5,0%	3,9%	16,0%	10,7%
Nuevo comercio	31,1%	38,3%	41,4%	58,4%	47,0%
Otras	1,9%	0,9%	0,7%	2,2%	2,8%

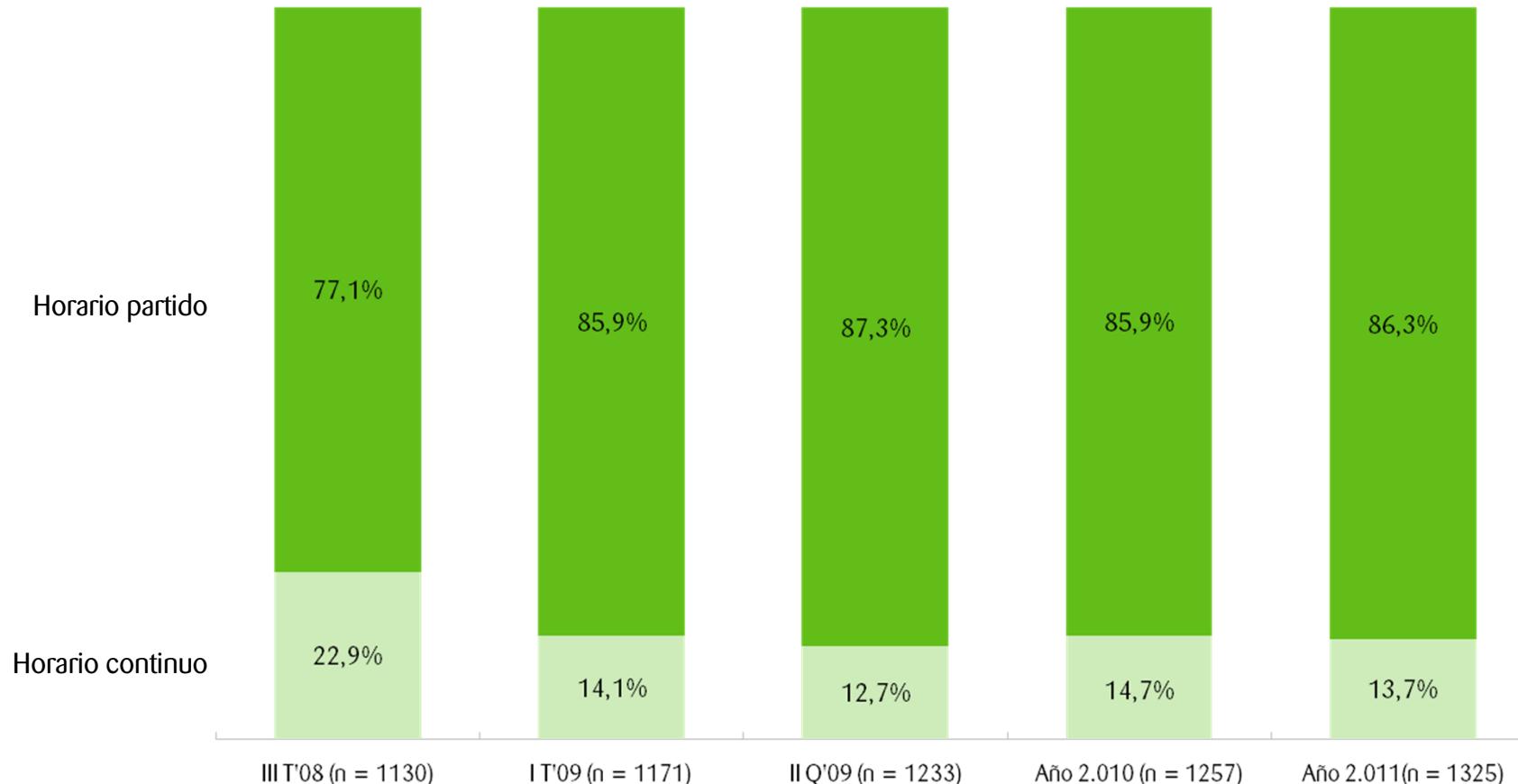
* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

“Horario del comercio”

Régimen del comercio

- La práctica más generalizada, en relación a la forma de estructurar la actividad de atención al público, es la de ofertar un **horario partido de atención al público**. Como tendencias ya apuntadas en anteriores barómetros, destacamos lo siguiente:
 - La práctica comercial de estructurar la actividad comercial según un horario partido de atención al público, es más perceptible en: los comercios de fuera de Donostia del Territorio Histórico de Gipuzkoa; en los comercios más pequeños (según número de empleados/as); y, en los comercios minoristas dedicados a la actividad del hogar y a la actividad de la moda.

*P.11/P.11A/P1/P1: En estos momentos,
¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?
Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



*P1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?
(año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio Histórico			
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Horario partido	82,3%	84,6%	90,2%
Horario continuo	17,7%	15,4%	9,8%

P1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?

(año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales/Resto Territorio						
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Horario partido	88,8%	70,5%	81,2%	87,0%	87,5%	91,9%
Horario continuo	11,2%	29,5%	18,8%	13,0%	12,5%	8,1%

P1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?

(año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Horario partido	93,1%	85,3%	82,5%	61,9%	53,1%	49,8%
Horario continuo	6,9%	14,7%	17,5%	38,1%	46,9%	50,2%

P1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?

(año 2.011)

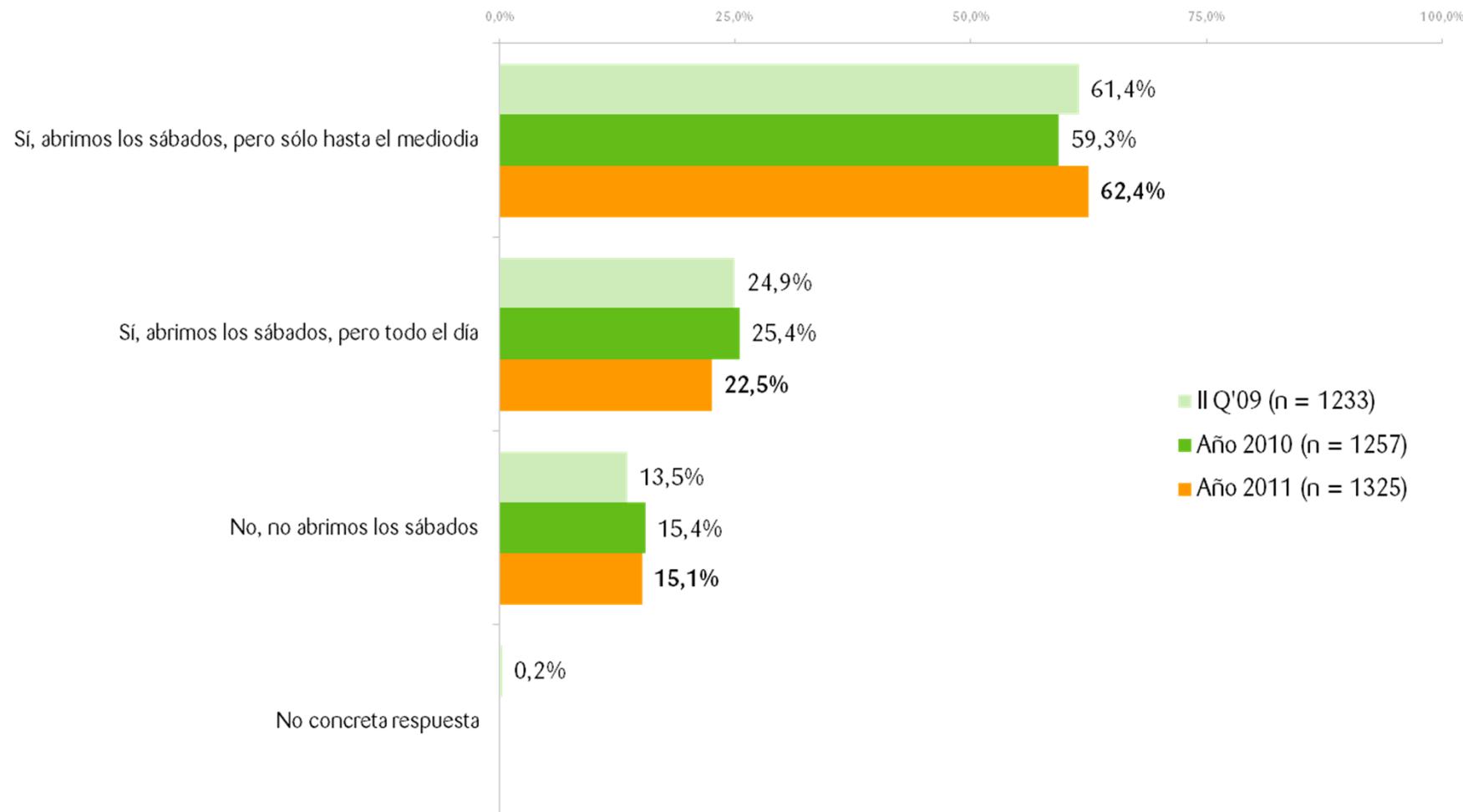
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Horario partido	81,0%	91,8%	91,6%	85,1%	87,0%
Horario continuo	19,0%	8,2%	8,4%	14,9%	13,0%

- El horario de atención al público, de organización del tiempo de actividad comercial, tiende a presentarnos el sábado como totalmente inactivo para el 15,1% de los comercios y, parcialmente inactivo para seis de cada diez comercios.
- La apertura total de los comercios en sábado es más propia de los comercios de fuera de las capitales que de las capitales, a excepción de en el Territorio Histórico de Gipuzkoa donde la tendencia es la contraria.

*P.11B/P.2/P.2: Su comercio, negocio ¿abre los sábados?**

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio Histórico			
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	56,6%	63,6%	62,6%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	22,8%	19,5%	26,9%
No, no abrimos los sábados	20,5%	16,9%	10,5%

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

P2: *Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?** (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	61,8%	47,2%	65,4%	62,2%	57,3%	65,9%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	20,5%	27,2%	17,3%	21,0%	30,5%	24,7%
No, no abrimos los sábados	17,7%	25,6%	17,3%	16,7%	12,2%	9,5%

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

P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	74,2%	58,7%	52,8%	39,3%	24,2%	22,1%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	13,0%	26,4%	30,5%	46,5%	28,8%	44,9%
No, no abrimos los sábados	12,7%	14,9%	16,7%	14,2%	47,0%	33,0%

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

P2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

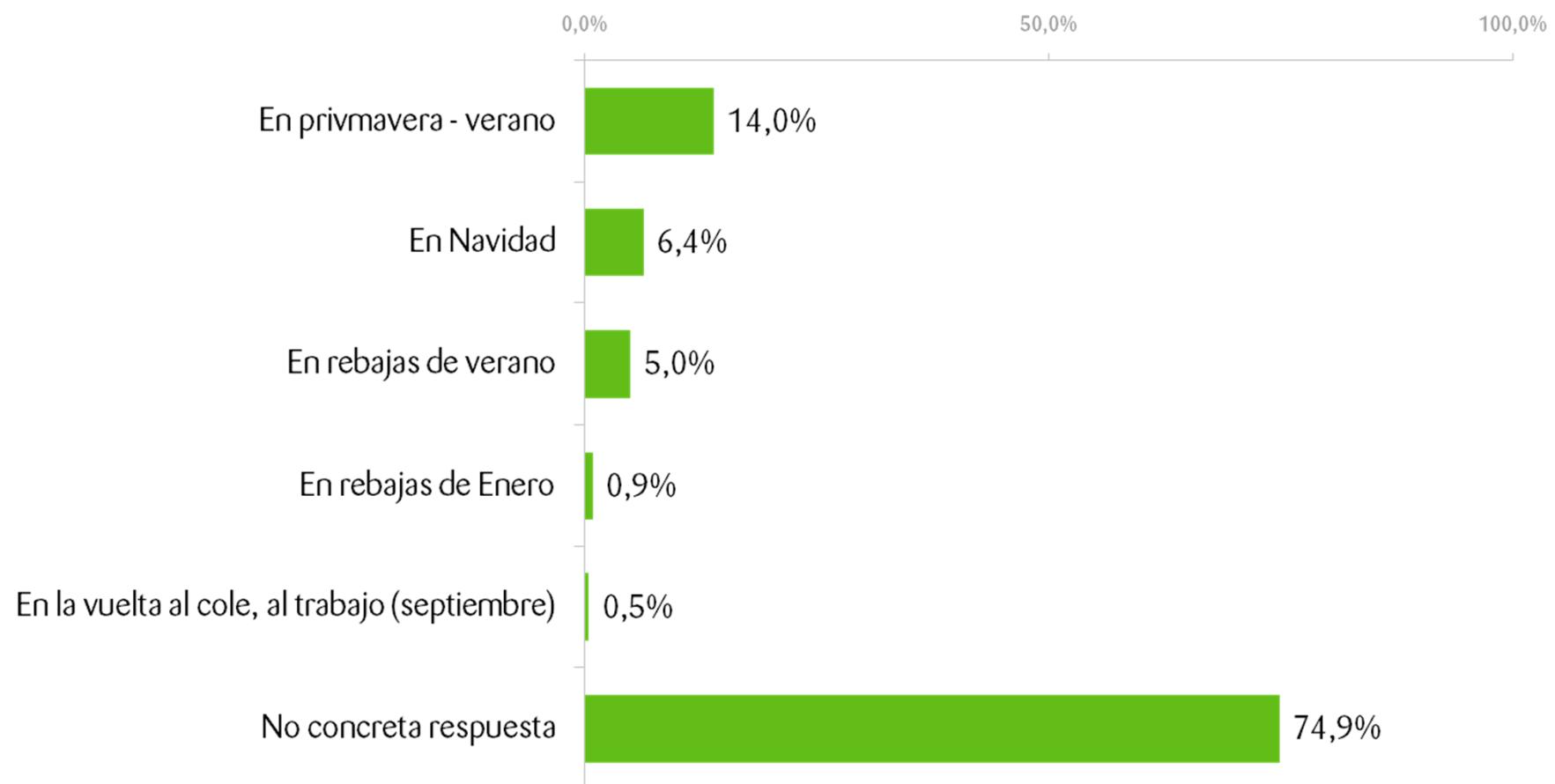
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	82,8%	37,7%	58,4%	74,2%	56,2%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	13,6%	51,4%	16,5%	7,8%	16,1%
No, no abrimos los sábados	3,6%	10,8%	25,1%	18,0%	27,7%

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

- La campaña de primavera-verano es el momento donde se detecta mayor variación del horario de atención al público en el comercio minorista vasco.
- Este ratio duplica el manifestado con relación a la época de navidades y/o rebajas de enero.

P.3: A lo largo de un año, ¿en cuál, cuáles de los siguientes momentos que le sugiero varían su horario de atención al público de un horario continuo a un horario partido o viceversa?* (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

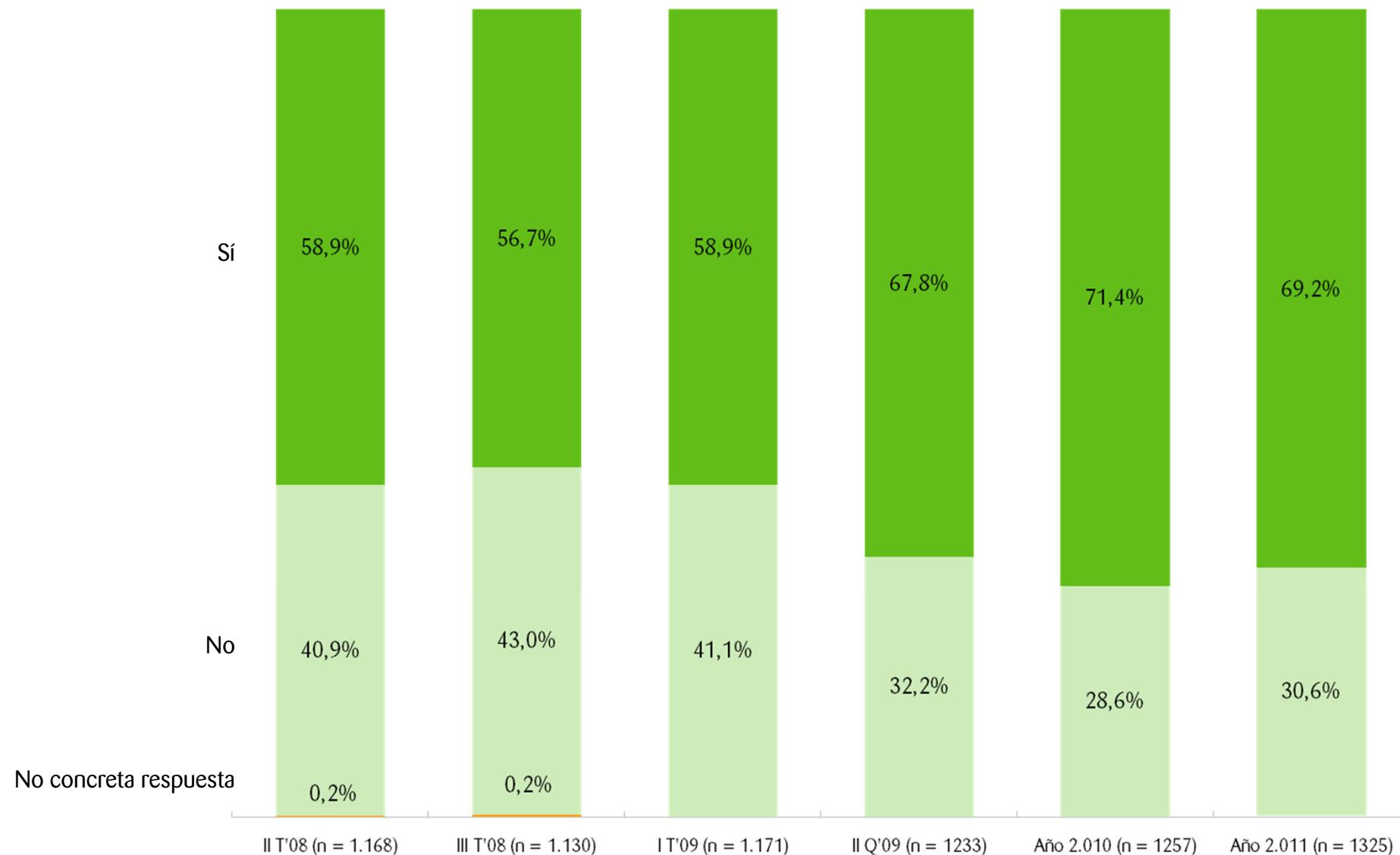
“Presencia de los Tic’s en el comercio”

Grado de tecnologización del comercio minorista vasco: disponibilidad de ordenador

- Siete de cada diez comercios minoristas vascos disponen de ordenador. La presencia del ordenador en el comercio minorista vasco ha experimentado una desaceleración en su crecimiento.
- La presencia del ordenador en la práctica totalidad de los comercios minoristas continúa siendo más perceptible en aquellos comercios con una plantilla de empleados/as de 6 o más personas.
- Por otro lado, la presencia del ordenador en aquellos comercios minoristas que se dedican a la actividad de hogar, continua siendo mayor.

D.9/D.6/D.6/D.6/D.6/D.6: ¿Disponen de ordenador en su negocio?

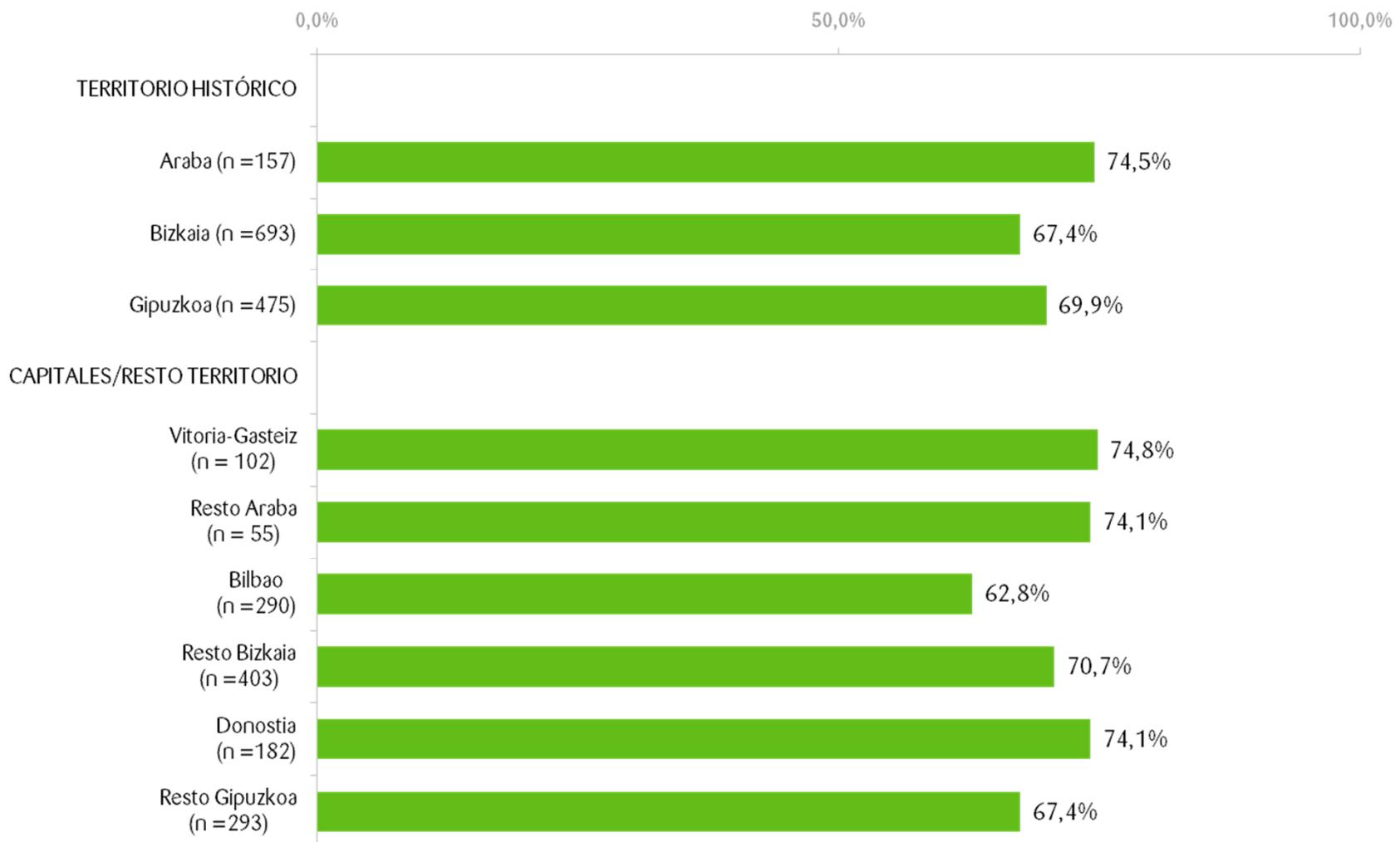
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



D.6: ¿Disponen de ordenador en su negocio? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

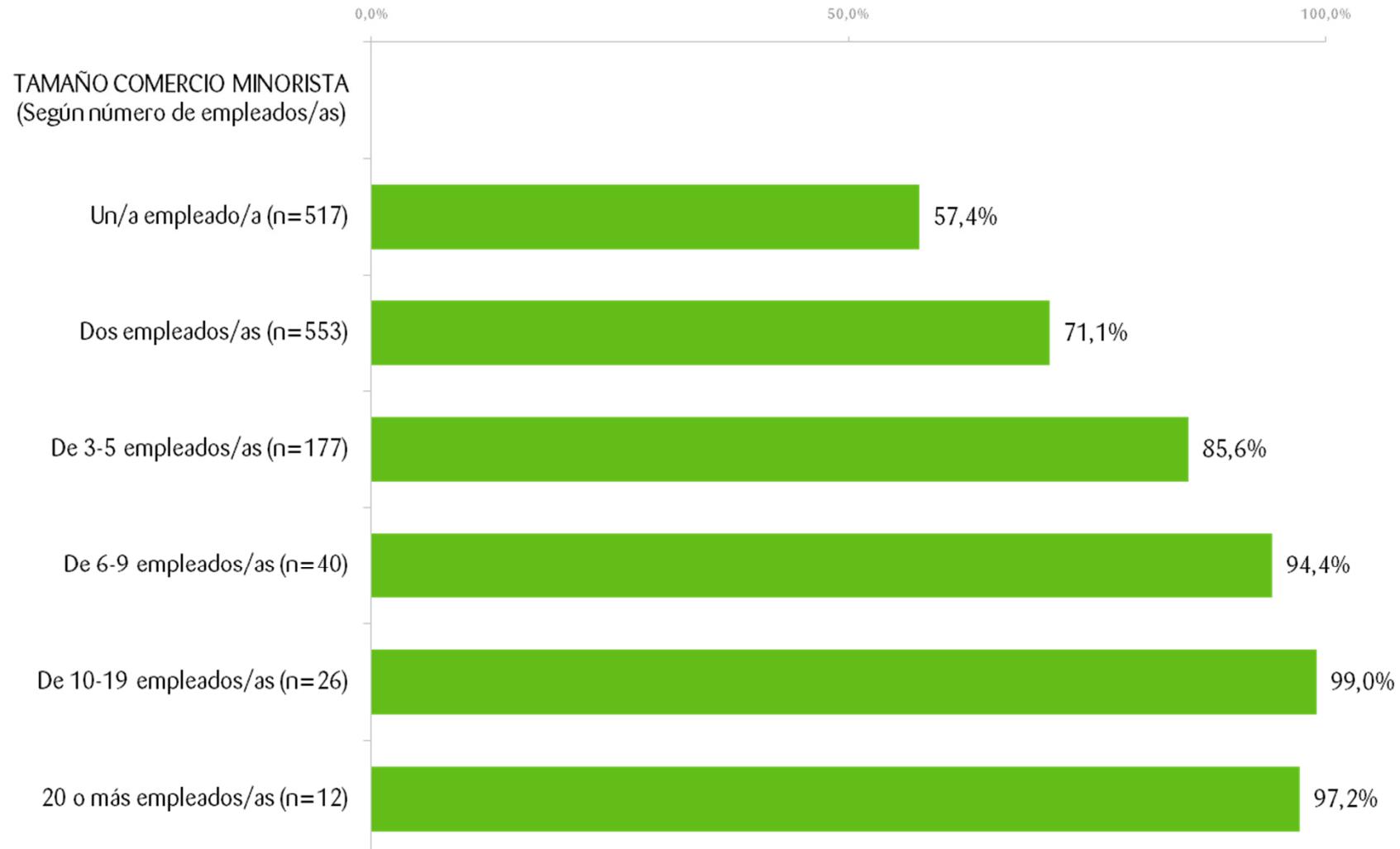
Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco



D.6: ¿Disponen de ordenador en su negocio? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

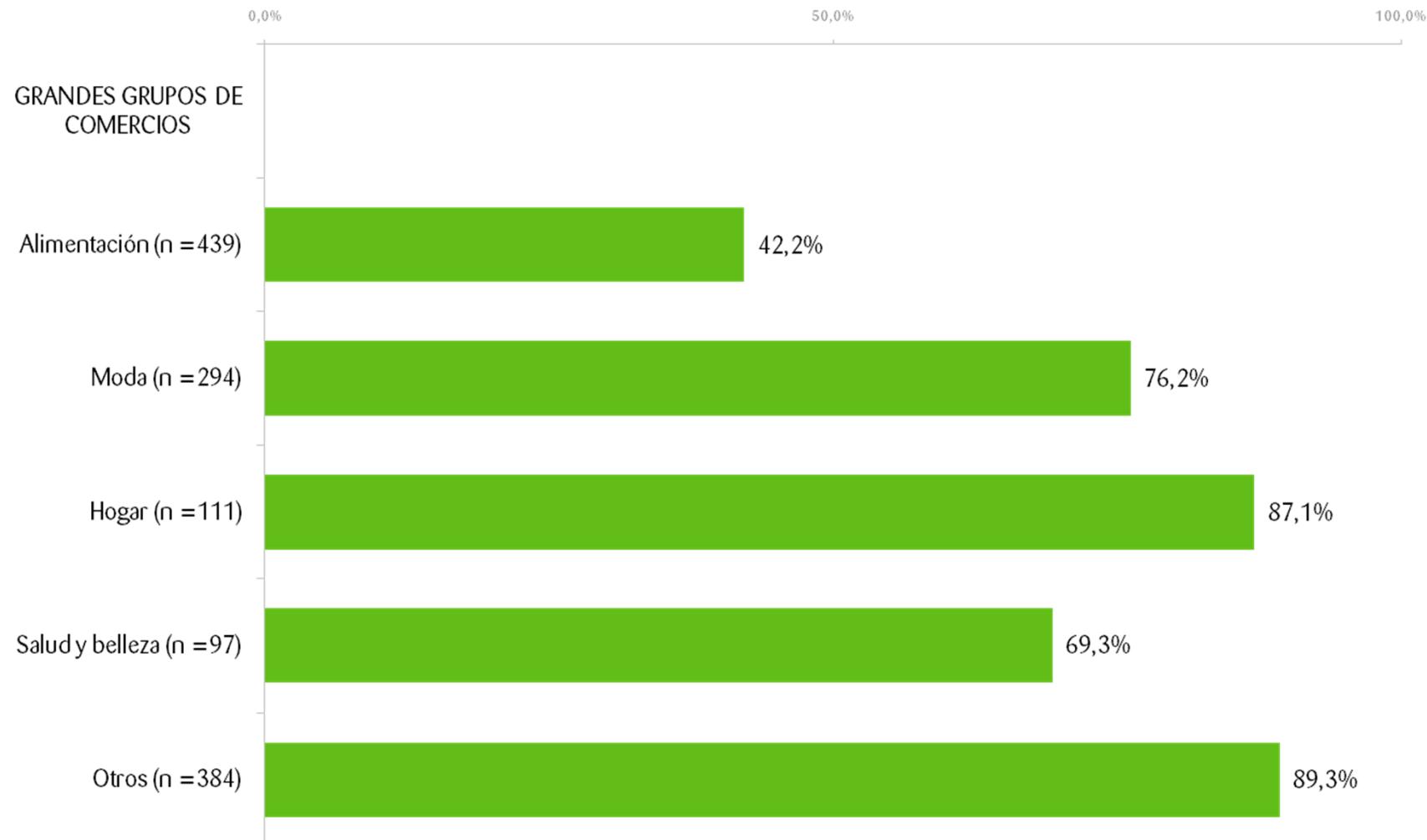
Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco



D.6: ¿Disponen de ordenador en su negocio? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

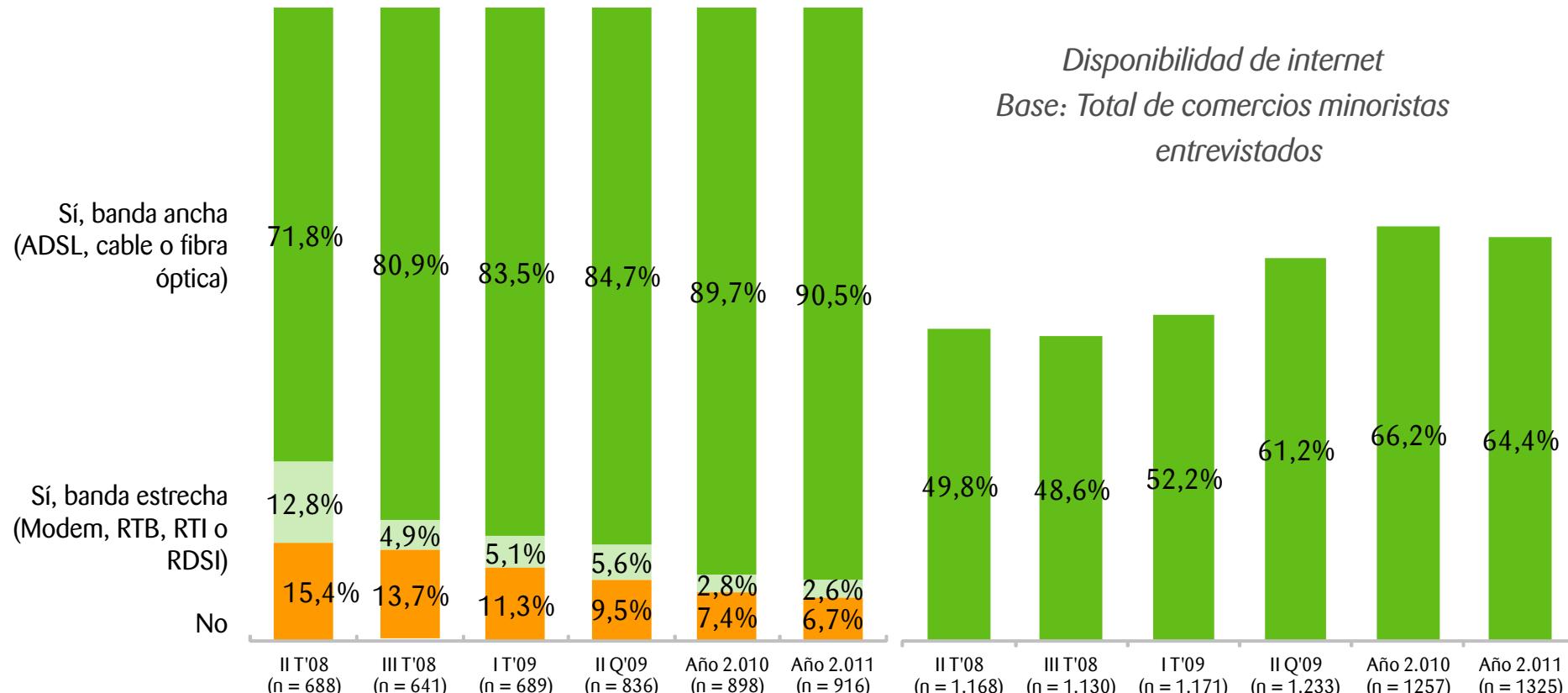
Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco



Grado de tecnologización del comercio minorista vasco: disponibilidad de internet

- Dos de cada tres comercios minoristas disponen de acceso de Internet. Este dato respecto a olas precedentes, supone una cierta desaceleración.
- El acceso a Internet está más extendido entre los siguientes comercios minoristas:
 - En los comercios del Territorio Histórico de Araba y de Donostia.
 - Comercios minoristas de 6 o más empleados/as.
 - Y, comercios minoristas dedicados a la actividad del hogar.

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



D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.011)

Base: 916 comercios minoristas que disponen de ordenador

Territorio Histórico			
	Araba (n = 117)	Bizkaia (n = 467)	Gipuzkoa (n = 332)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	87,4%	90,1%	92,3%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	3,2%	3,5%	1,0%
No	8,9%	6,2%	6,6%
Grado de acceso a internet (Total de comercios minoristas)	67,6%	63,1%	65,3%

D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.011)

Base: 916 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 76)	Resto Araba (n = 41)	Bilbao (n = 182)	Resto Bizkaia (n = 285)	Donostia (n = 135)	Resto Gipuzkoa (n = 197)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	86,7%	88,7%	95,2%	86,8%	92,3%	92,3%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	3,6%	2,4%	---	5,8%	1,3%	0,9%
No	9,6%	7,5%	4,8%	7,1%	6,4%	6,8%
Grado de acceso a internet (Total de comercios minoristas)	67,6%	67,4%	59,7%	65,5%	69,3%	62,8%

D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.011)

Base: 916 comercios minoristas que disponen de ordenador

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 297)	Dos empleados/as (n = 393)	De 3-5 empleados/as (n = 151)	De 6-9 empleados/as (n = 38)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	84,1%	92,8%	95,1%	93,1%	96,6%	100,0%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	5,0%	2,0%	0,6%	0,4%	---	---
No	10,8%	5,2%	3,8%	6,5%	3,4%	---
Grado de acceso a internet (Total de comercios minoristas)	51,1%	67,4%	81,9%	88,2%	95,6%	97,2%

D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.011)

Base: 916 comercios minoristas que disponen de ordenador

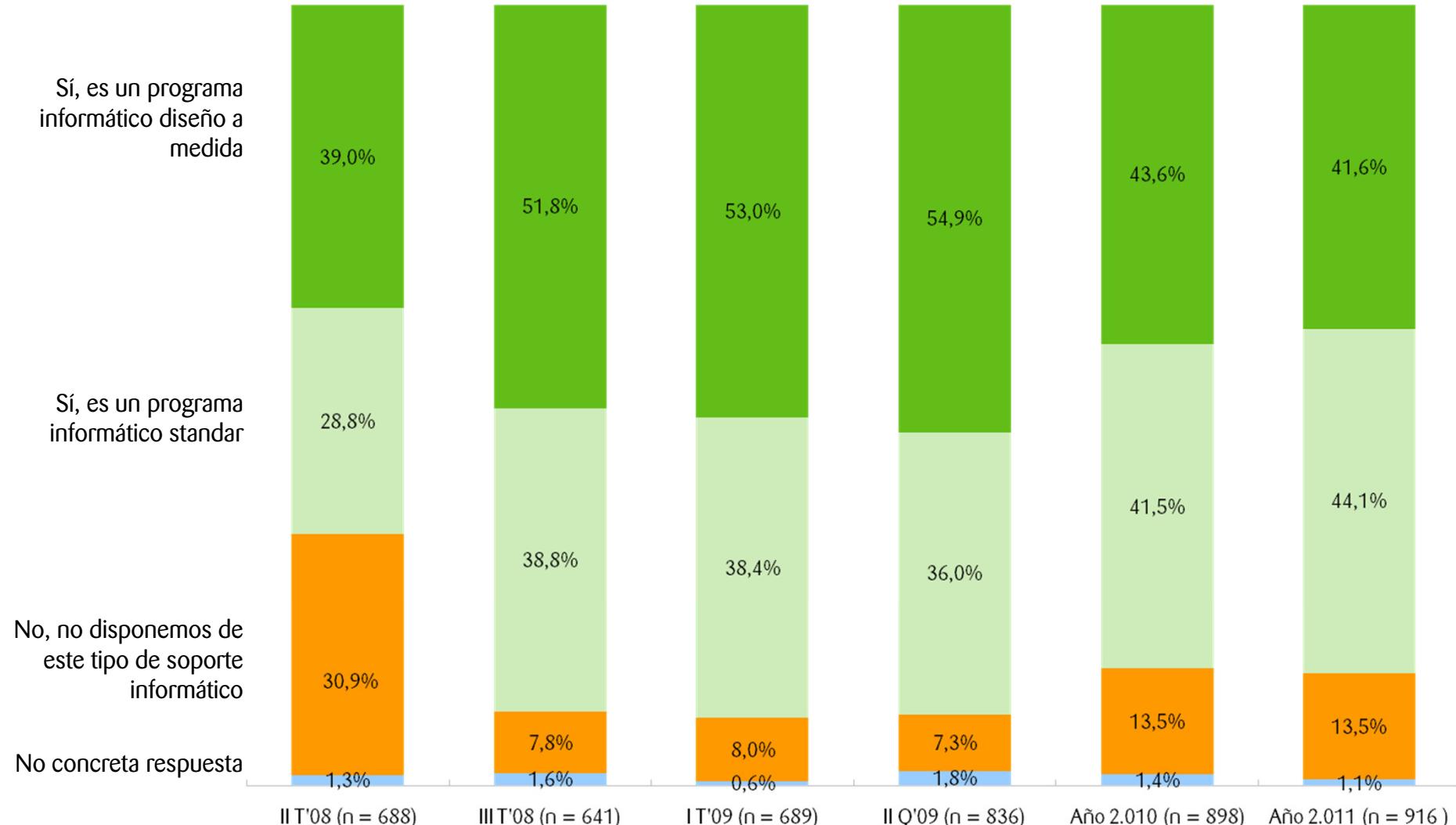
Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 185)	Moda (n = 224)	Hogar (n = 97)	Salud y belleza (n = 67)	Otros (n = 343)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	82,4%	90,1%	95,0%	90,8%	93,9%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	5,0%	4,2%	4,4%	0,2%	0,2%
No	12,2%	5,7%	0,6%	8,1%	5,9%
Grado de acceso a internet (Total de comercios minoristas)	36,9%	71,8%	86,6%	63,1%	84,1%

Grado de tecnologización del comercio minorista vasco: disponibilidad de programas de gestión

- La práctica totalidad de los comercios minoristas vascos que disponen de ordenador, tiene un programa informático orientado a la gestión de la actividad comercial.
- La presencia de soportes informáticos en la gestión de la actividad comercial realizados a medida se detecta más en los siguientes comercios minoristas vascos:
 - Los comercios del Territorio Histórico de Araba.
 - Excepto del Territorio Histórico de Araba, en los comercios de las capitales más que en los comercios de cada uno de los Territorios Históricos.
 - Los comercios de más de 2 empleados/as.
 - Los comercios dedicados a la actividad de la salud y belleza.

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

Base: Comercios minoristas entrevistados 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? (año 2.011)*

Base: 916 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 117)	Bizkaia (n = 467)	Gipuzkoa (n = 332)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	56,3%	37,7%	40,9%
Sí, es un programa informático estándar	30,3%	48,9%	42,3%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	12,3%	12,3%	15,7%
No concreta respuesta	1,2%	1,1%	1,1%

* 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? (año 2.011)*

Base: 916 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 76)	Resto Araba (n = 41)	Bilbao (n = 182)	Resto Bizkaia (n = 285)	Donostia (n = 135)	Resto Gipuzkoa (n = 197)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	52,5%	63,4%	46,8%	31,9%	45,0%	38,1%
Sí, es un programa informático estándar	32,9%	25,4%	45,5%	51,0%	34,2%	47,9%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	12,8%	11,2%	7,7%	15,2%	19,5%	13,0%
No concreta respuesta	1,8%	---	---	1,9%	1,3%	1,0%

* 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? (año 2.011)*

Base: 916 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados)					
	Un/a empleado/a (n = 297)	Dos empleados/as (n = 393)	De 3-5 empleados/as (n = 151)	De 6-9 empleados/as (n = 38)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	28,0%	41,2%	51,8%	66,6%	72,1%	87,6%
Sí, es un programa informático estándar	55,5%	40,8%	41,0%	26,2%	23,1%	12,4%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	14,7%	16,7%	7,2%	7,2%	4,8%	---
No concreta respuesta	1,8%	1,3%	---	---	---	---

* 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? (año 2.011)*

Base: 916 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 185)	Moda (n = 224)	Hogar (n = 97)	Salud y belleza (n = 67)	Otros (n = 343)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	36,5%	35,0%	36,1%	45,3%	48,5%
Sí, es un programa informático estándar	42,6%	49,6%	48,1%	52,3%	38,6%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	17,7%	14,5%	13,1%	2,4%	12,9%
No concreta respuesta	3,1%	0,9%	2,7%	---	---

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

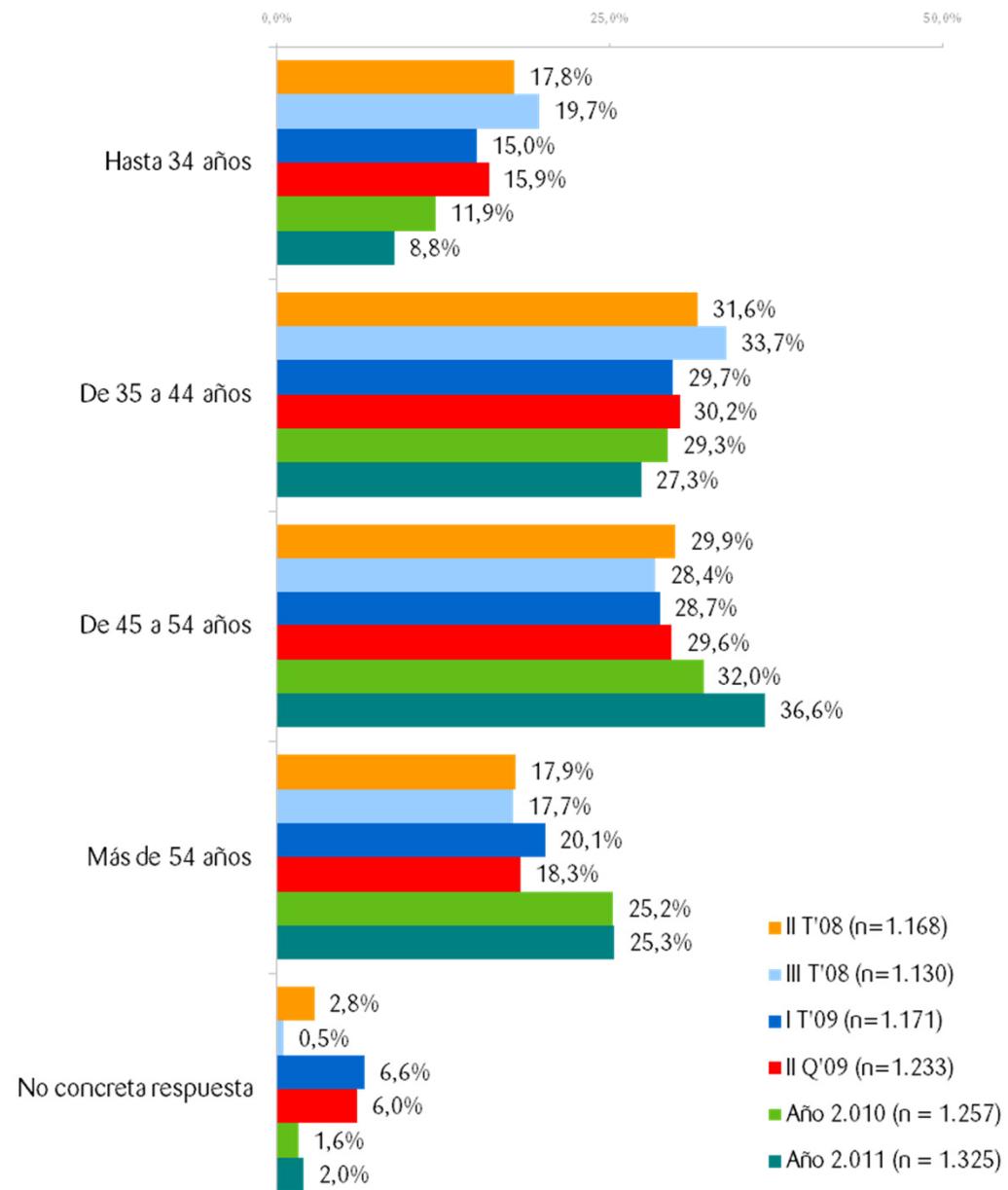
1.4.

“Perfil del responsable del comercio”

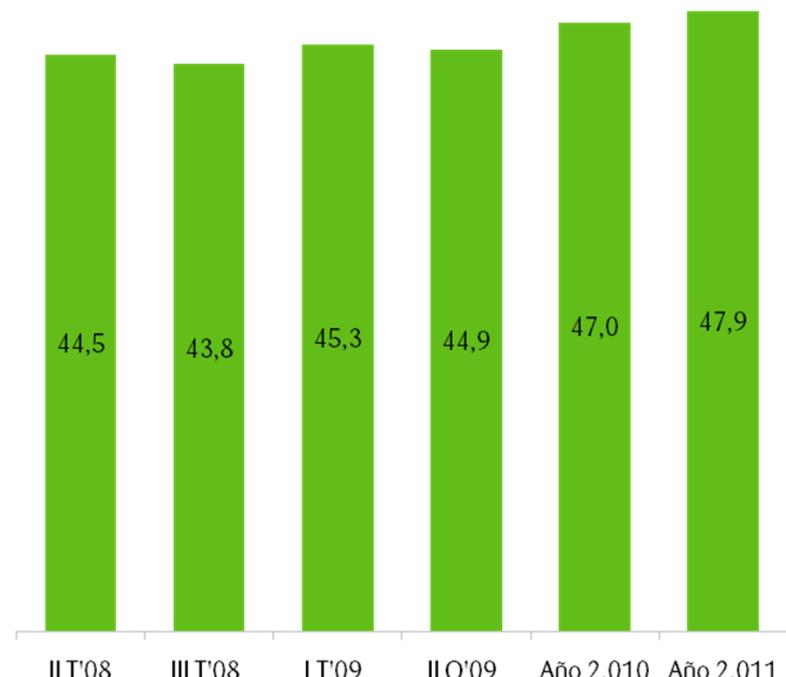
Edad de los/as gestores/as, dueños/as del comercio minorista

- En este Barómetro del Comercio Minorista Vasco, se confirma la tendencia ya apuntada con relación a los/as dueños/as, gestores/as de los comercios en anteriores barómetros.
- A medida que el tamaño del comercio minorista, según número de empleados/as, es mayor la edad de los/las dueños/as, gestores/as de los comercios minoristas es menor.
- Los/las dueños/as, gerentes de los comercios dedicados a la actividad comercial del hogar o la actividad de salud, belleza son ligeramente más jóvenes que el resto de dueños/as, gerentes.

D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

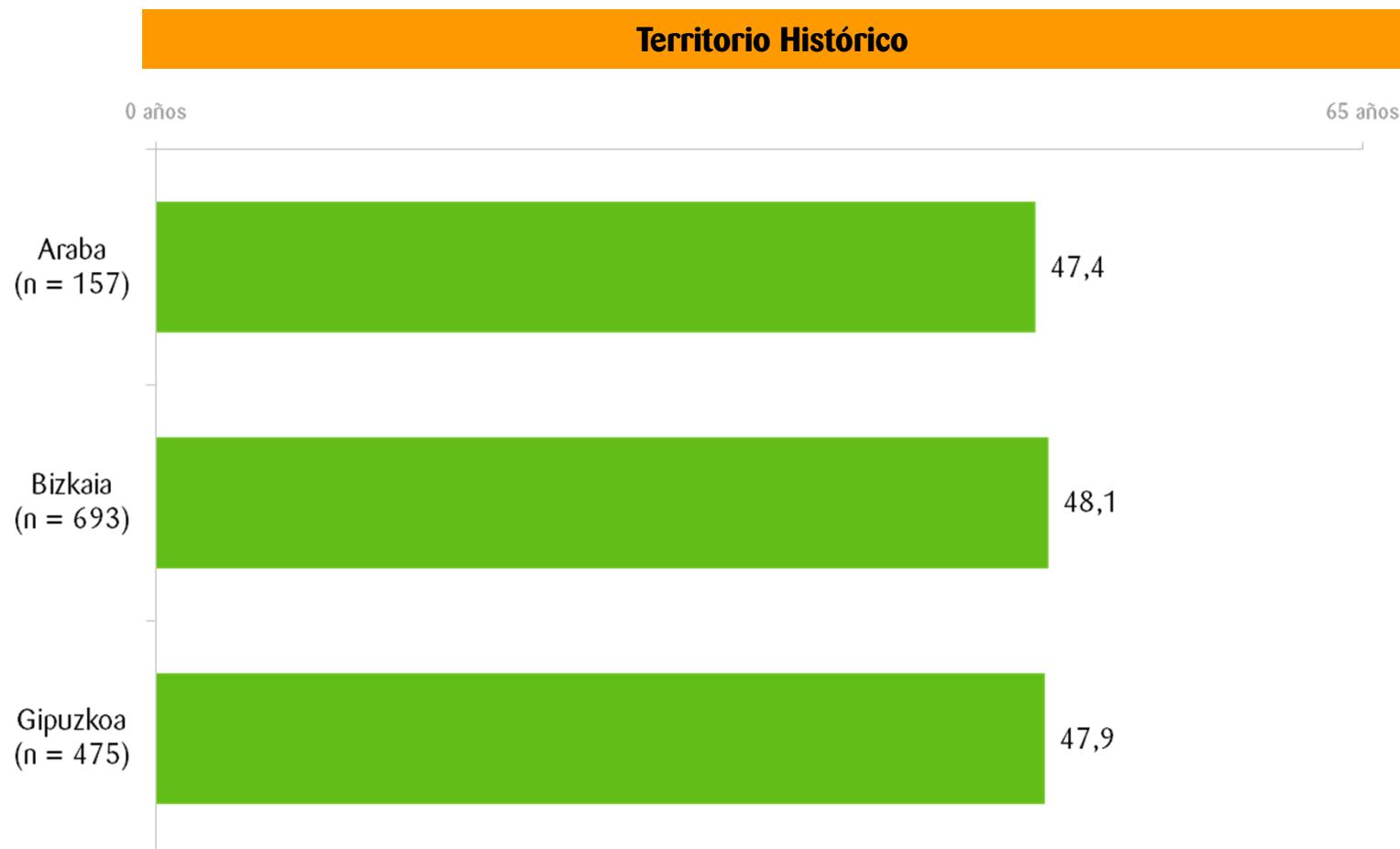


EDAD MEDIA



D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.011)

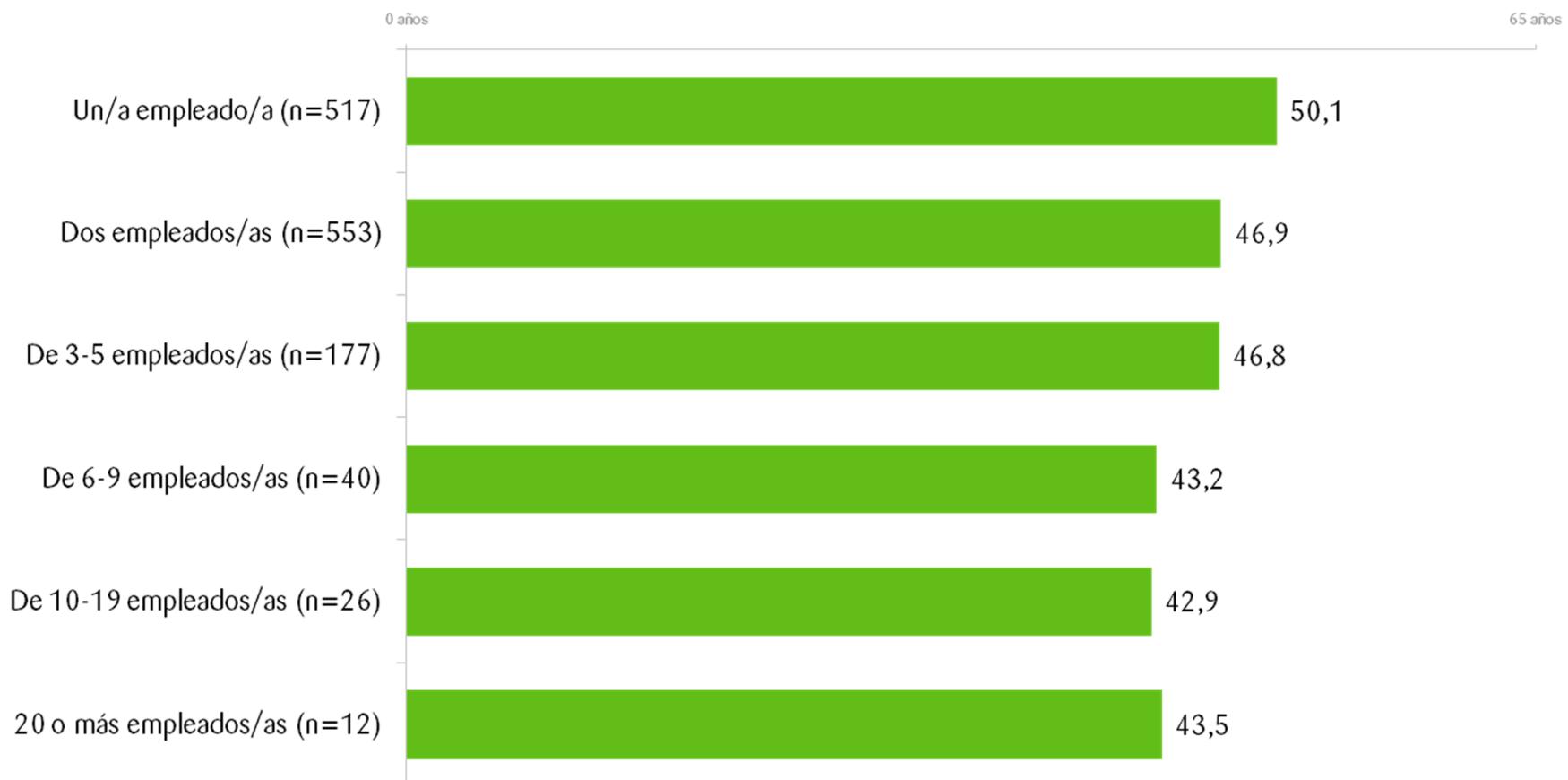
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.011)

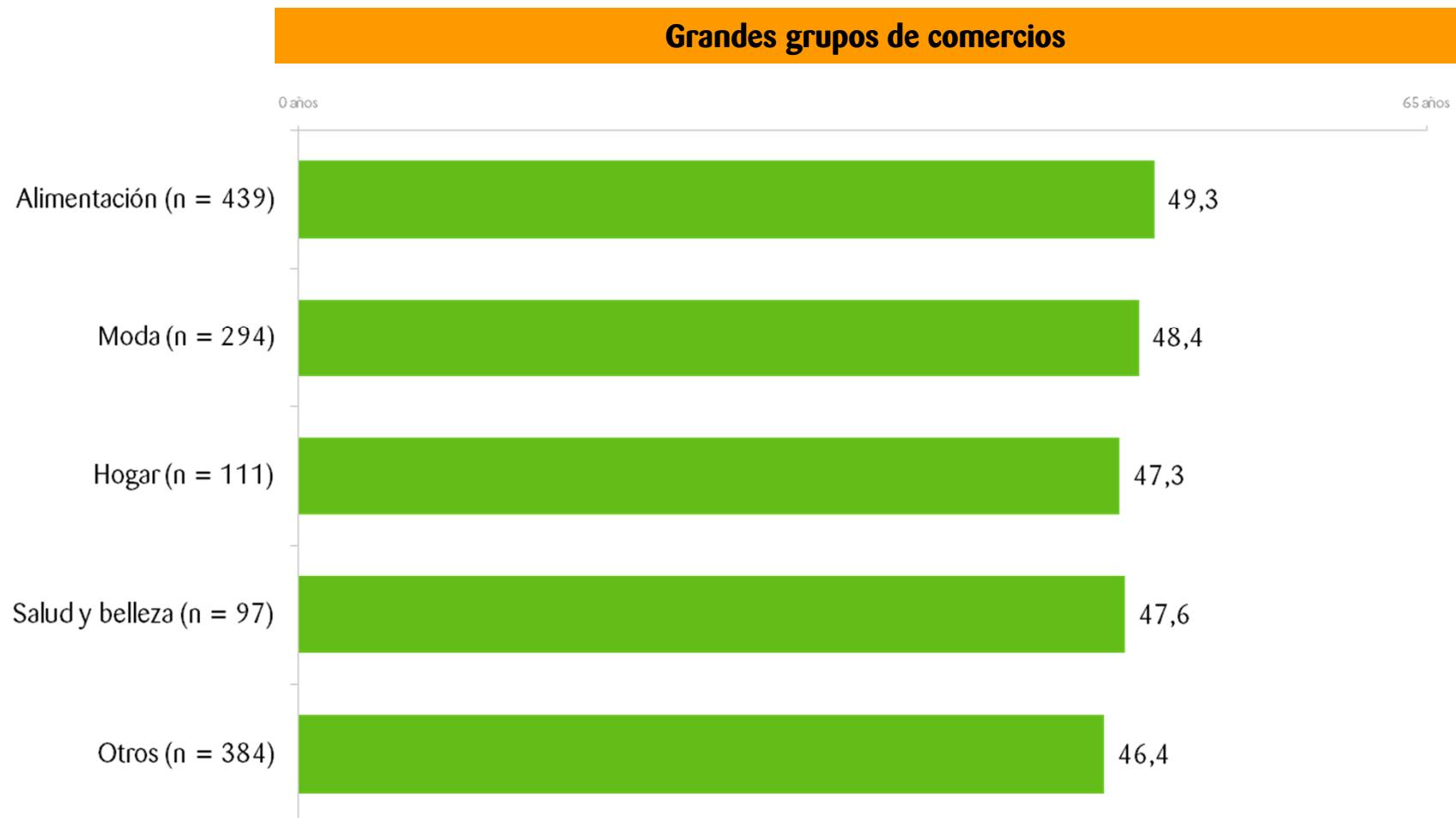
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)



D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

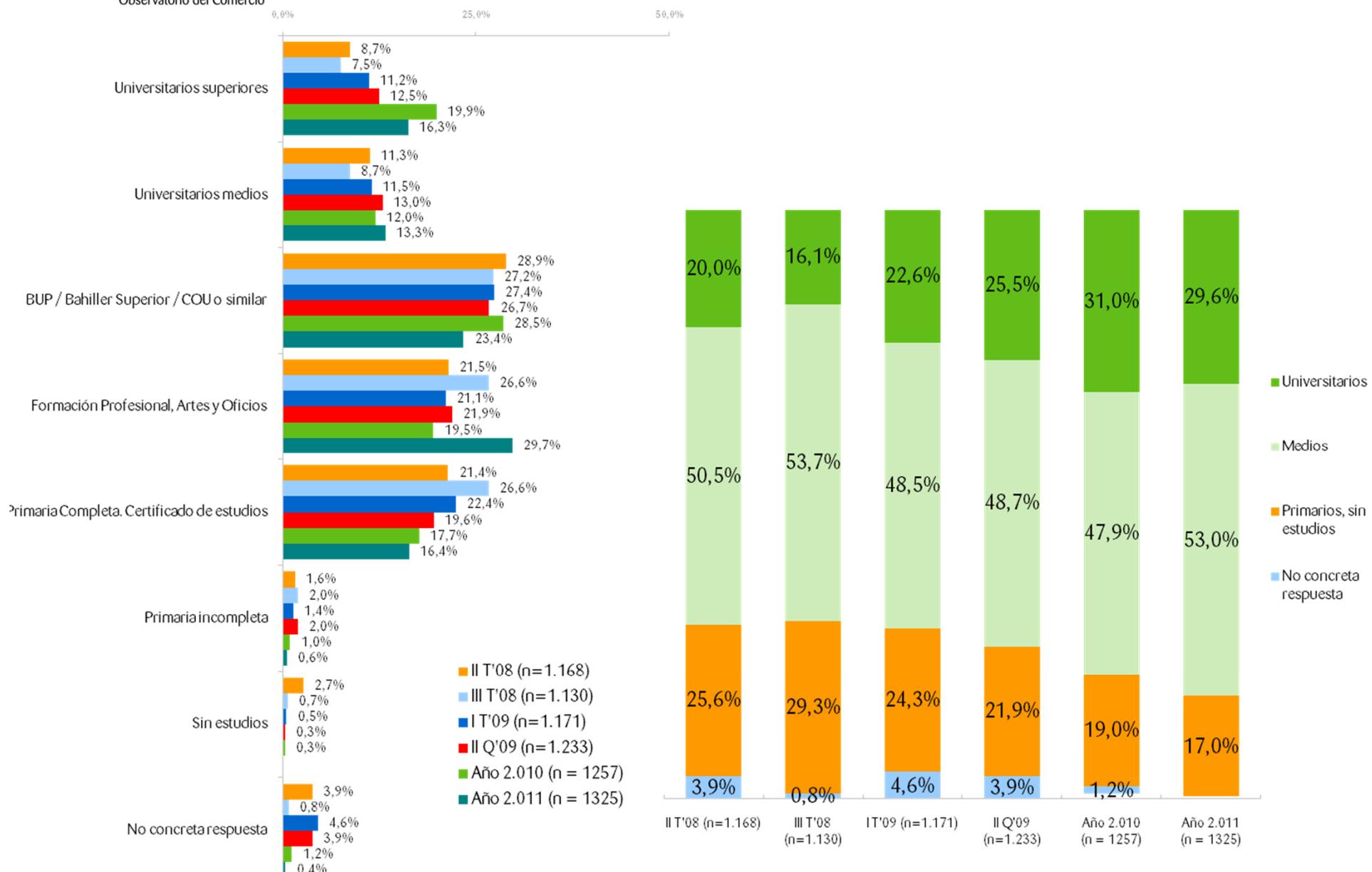


- El nivel de formación de los/as dueños/as, gestores/as de los comercios minoristas se puede categorizar como medio.
 - El 53,0%* de los/as dueños/as, gestores/as ha completado estudios, o bien de B.U.P / C.O.U., o bien de Formación Profesional, Artes y Oficios.
- El nivel formativo más alto, con estudios universitarios, entre los/as dueños/as, gestores/as de comercios, continua siendo más elevado entre:
 - Los/as dueños/as, gestores/as de comercios de Bilbao, Vitoria-Gasteiz y Donostia.
 - Los/as dueños/as, gestores/as de comercios de más de 2 empleados/as.
 - Los/as dueños/as, gestores/as de comercios que no se dedican a la actividad comercial de la alimentación.

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

D.2: Nivel de estudios*

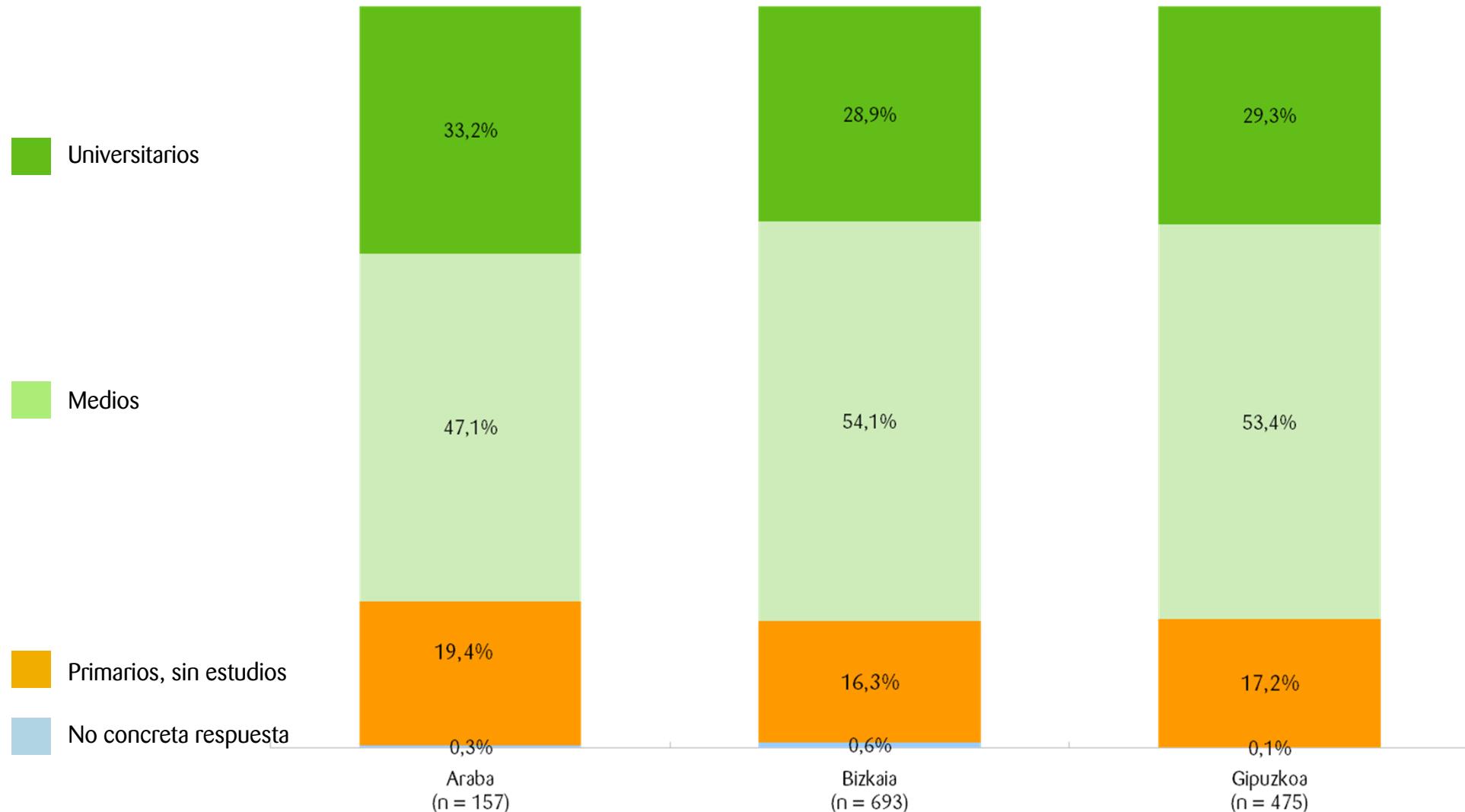
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

D.2: Nivel de estudios (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

D.2: Nivel de estudios (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales/Resto Territorio						
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Universitarios	39,8%	21,0%	31,1%	27,4%	32,4%	27,4%
Medios	44,2%	52,5%	50,0%	57,1%	49,5%	55,8%
Primarios, sin estudios	15,6%	26,5%	17,8%	15,3%	17,9%	16,7%
No concreta respuesta	0,4%	---	1,1%	0,2%	0,2%	---

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

D.2: Nivel de estudios (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Universitarios	23,9%	28,4%	41,2%	45,6%	44,5%	71,3%
Medios	51,9%	56,5%	49,1%	46,2%	51,5%	28,7%
Primarios, sin estudios	23,7%	15,0%	9,4%	6,4%	4,0%	---
No concreta respuesta	0,5%	0,2%	0,2%	1,9%	---	---

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

D.2: Nivel de estudios (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Universitarios	15,0%	35,3%	30,8%	34,9%	40,2%
Medios	54,2%	53,1%	50,9%	59,6%	50,6%
Primarios, sin estudios	30,2%	11,2%	18,3%	5,1%	9,1%
No concreta respuesta	0,6%	0,4%	---	0,4%	0,1%

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

1.5.

**“Estilos de actividad
comercial”**

- Los estilos de actividad comercial es un ratio calculado que nos permite segmentar a los comercios minoristas vascos.
- Este ratio de estilos de actividad comercial se calcula a partir de los ítems de las preguntas P.32 y P.33. Así, partimos de dos grandes estilos de actividad comercial: “Estilo de comercios 1.0” y “Estilo de comercios 2.0”

Estilos de comercios 1.0

- Mantener una clientela fiel (P.32)
- Conocer bien el producto (P.32)
- Tener una historia, prestigio por años en la actividad comercial (P.33)
- Tener una atención diferenciada (P.33)

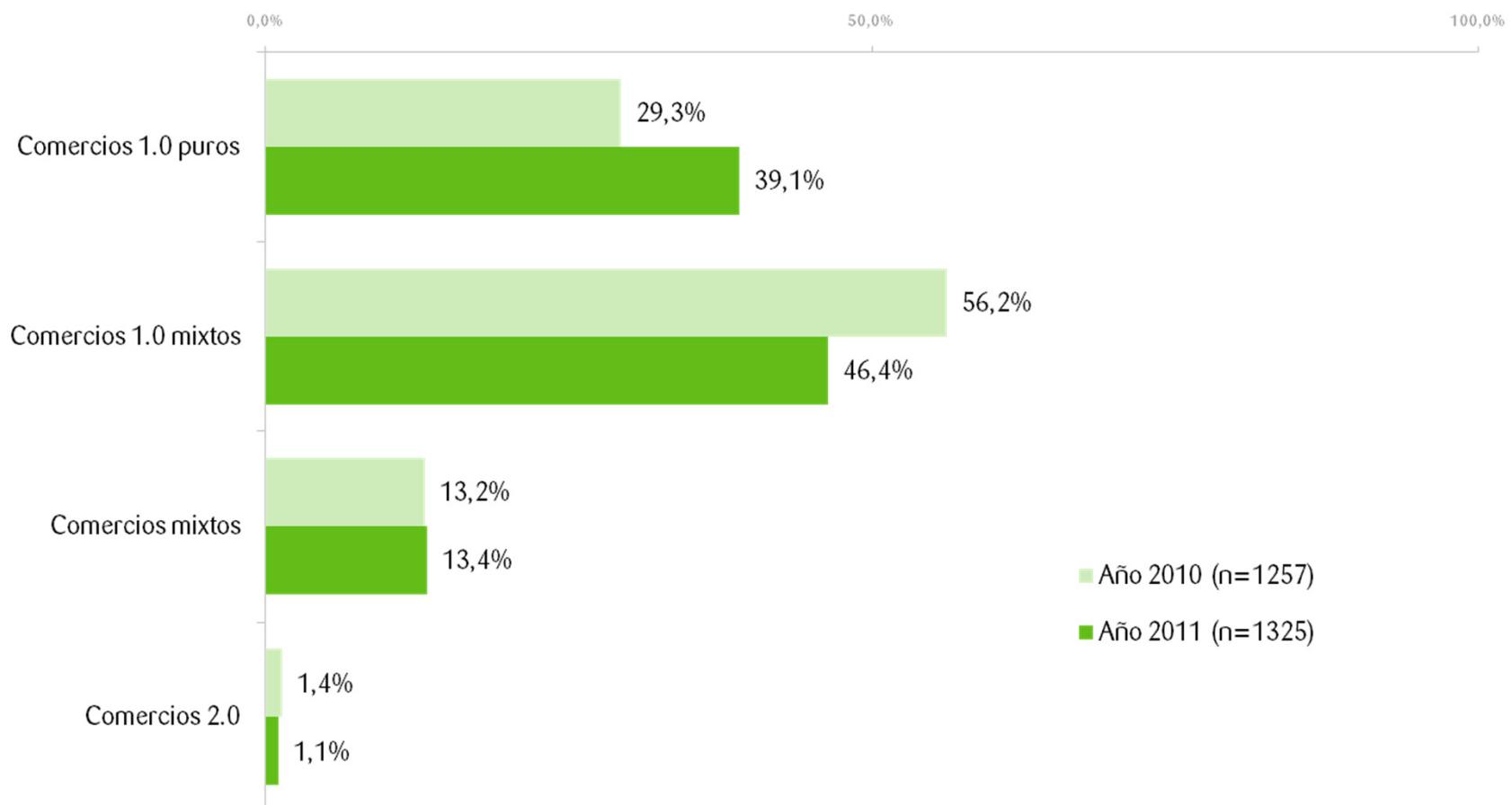
Estilos de comercios 2.0

- Asumir riesgos, no tener miedo a fracasar (P.32)
- Escuchar más a mis clientes (P.32)
- Estar en red, conectados con otros comercios (P.33)
- Tener una página web como comercio (P.33)

- El cálculo de este ratio de estilos comerciales se ha implementado de la siguiente manera:
 - Se ha proporcionado una puntuación de 1, por pregunta, si ha elegido los dos ítems de comercios 1.0
 - Se ha computado con una puntuación de 2, por pregunta, si ha elegido un ítem de comercios 1.0 y otro ítem de comercios 2.0
 - Se ha computado una puntuación de 3, por pregunta, si ha elegido los ítems de comercios 2.0
- El rango de este ratio se moverá entre un mínimo de 2 y un máximo de 6.
- El índice de los valores de los comerciantes minoristas vascos, nos permite establecer la siguiente segmentación:
 - Comercios 1.0 puntos. En P.32 y P.33 elige los ítems de estilos comerciales 1.0 (Puntuación de 2).
 - Comercios 1.0 mixtos. Elección en una pregunta de ítems de estilos comerciales 1.0 y en otra de ítems mixtos (Puntuación de 3).
 - Comercios mixtos (Puntuación de 4)
 - Comercios 2.0, o bien en P.32 y P.33 elige los ítems de estilos comerciales 2.0 (puntuación de 6), o bien en una pregunta elige ítems de estilos comerciales 2.0 y en otro ítems mixtos (puntuación de 5).

- El comercio minorista vasco, conceptualmente, continua teniendo interiorizado una forma de hacer actividad muy de “mostrador”, muy alejado de las innovaciones tanto tecnológicas como de talento.
- Así, uno de cada cuatro comercios minoristas vascos pone en valor factores como el prestigio, la historia en la actividad comercial, la atención diferenciada, el conocimiento del producto y el mantenimiento de una clientela fiel. En concreto, aspectos que chocan con la “innovación en valor”, con ir más allá de la demanda existente, con reimaginarse como empresa, etc.
- En el lado opuesto, a fecha de hoy, es marginal el ratio de comercios minoristas vascos que quieran o valoren como clave para su actividad ir más allá del comercio como “mostrador”.
- Es en los comercios minoristas de Donostia; los comercios minoristas de un empleado; de la actividad de la alimentación u hogar donde se detectan comercios menos “innovadores” o con una visión de la actividad comercial, aparentemente, “menos innovadora”.

P26-P27/P32.-P33.: Estilos de actividad comercial
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.32-P.33: Estilos de actividad comercial (año 2011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio Histórico			
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Comercios 1.0 puros	36,7%	38,1%	41,3%
Comercios 1.0 mixtos	50,7%	45,9%	45,8%
Mixtos	11,3%	14,5%	12,3%
Comercios 2.0	1,3%	1,4%	0,6%

P.32-P.33: Estilos de actividad comercial (año 2011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Comercios 1.0 puros	36,6%	36,8%	37,7%	38,4%	47,1%	37,6%
Comercios 1.0 mixtos	49,8%	52,5%	45,9%	45,9%	39,2%	49,9%
Mixtos	11,7%	10,5%	14,9%	14,3%	12,4%	12,3%
Comercios 2.0	1,9%	0,2%	1,4%	1,4%	1,3%	0,2%

P.32-P.33: Estilos de actividad comercial (año 2011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Número de Trabajadores					
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Comercios 1.0 puros	43,5%	37,0%	35,5%	40,9%	19,7%	32,4%
Comercios 1.0 mixtos	43,5%	48,3%	47,5%	42,1%	62,9%	50,9%
Mixtos	11,3%	14,3%	15,6%	13,8%	17,5%	16,7%
Comercios 2.0	1,7%	0,5%	1,4%	3,2%	---	---

P.32-P.33: Estilos de actividad comercial (año 2011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Comercios 1.0 puros	46,3%	36,1%	41,0%	34,4%	33,6%
Comercios 1.0 mixtos	42,9%	51,6%	40,0%	59,6%	45,2%
Mixtos	10,4%	10,7%	18,0%	5,1%	19,7%
Comercios 2.0	0,4%	1,7%	1,0%	0,9%	1,6%

- Los comerciantes, según la percepción con relación lo que valoran sus clientes, realizan una jerarquización de esos valores idéntica a la apuntada en 2010.
 - En primer lugar, desde el servicio, atención.
 - En segundo lugar, desde la confianza.
 - En tercer lugar, desde el precio.
 - En cuarto lugar, desde la cercanía, ubicación.
 - Y, en quinto lugar o último, por lo tanto a priori menos relevante, desde la variable tiempo. Aspecto que más relevancia media pierde.
- En el contexto actual, entendemos que los comerciantes en sus valoraciones están mitigando, diluyendo el peso la variable precio que otorgarían sus clientes.

P28/P34: *Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente**

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Año 2.010 (n=1257)	Año 2.011 (n=1325)
Servicio/Atención	3,9	4,1
Confianza	3,8	3,8
Precio	3,1	3,1
Cercanía/Ubicación	2,4	2,3
Tiempo	2,0	1,7

- Primer aspecto
- Segundo aspecto
- Tercer aspecto
- Cuarto aspecto
- Quinto aspecto

* Escala de 1 “menos importante” a 5 “más importante”.

P.34: *Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente* (año 2011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	C.A.P.V. (n = 1325)	Territorio Histórico		
		Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Servicio/Atención	4,1	4,3	4,0	4,3
Confianza	3,8	3,8	3,8	3,8
Precio	3,1	3,0	3,1	3,1
Cercanía/Ubicación	2,3	2,1	2,4	2,2
Tiempo	1,7	1,7	1,7	1,7

- Primer aspecto
- Segundo aspecto
- Tercer aspecto
- Cuarto aspecto
- Quinto aspecto

* Escala de 1 “menos importante” a 5 “más importante”.

P.34: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente (año 2011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

C.A.P.V. (n = 1325)	Capitales / Resto Territorio						
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)	
Servicio/Atención	4,1	4,3	4,3	4,0	4,0	4,3	4,2
Confianza	3,8	3,9	3,7	3,7	3,8	3,8	3,7
Precio	3,1	3,0	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1
Cercanía/Ubicación	2,3	2,1	2,2	2,4	2,4	2,0	2,3
Tiempo	1,7	1,8	1,6	1,7	1,8	1,9	1,6

- Primer aspecto
- Segundo aspecto
- Tercer aspecto
- Cuarto aspecto
- Quinto aspecto

* Escala de 1 “menos importante” a 5 “más importante”.

P.34: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente (Año 2011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

C.A.P.V. (n = 1325)	Tamaño de comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6 a 9 empleados/as (n = 40)	De 10-29 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)	
Servicio/Atención	4,1	4,2	4,1	4,2	4,1	4,4	4,0
Confianza	3,8	3,8	3,7	3,9	3,7	3,9	4,0
Precio	3,1	3,0	3,2	2,9	2,9	2,6	3,3
Cercanía/Ubicación	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,2	2,0
Tiempo	1,7	1,8	1,7	1,7	2,0	1,9	1,8

- Primer aspecto
- Segundo aspecto
- Tercer aspecto
- Cuarto aspecto
- Quinto aspecto

* Escala de 1 “menos importante” a 5 “más importante”.

P.34: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente (año 2011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

C.A.P.V. (n = 1325)	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Servicio/Atención	4,1	4,1	4,2	4,2	4,1
Confianza	3,8	3,9	3,6	3,6	3,9
Precio	3,1	3,0	3,1	3,4	3,1
Cercanía/Ubicación	2,3	2,4	2,3	2,0	2,2
Tiempo	1,7	1,6	1,8	1,8	1,8

- Primer aspecto
- Segundo aspecto
- Tercer aspecto
- Cuarto aspecto
- Quinto aspecto

* Escala de 1 “menos importante” a 5 “más importante”.

2.

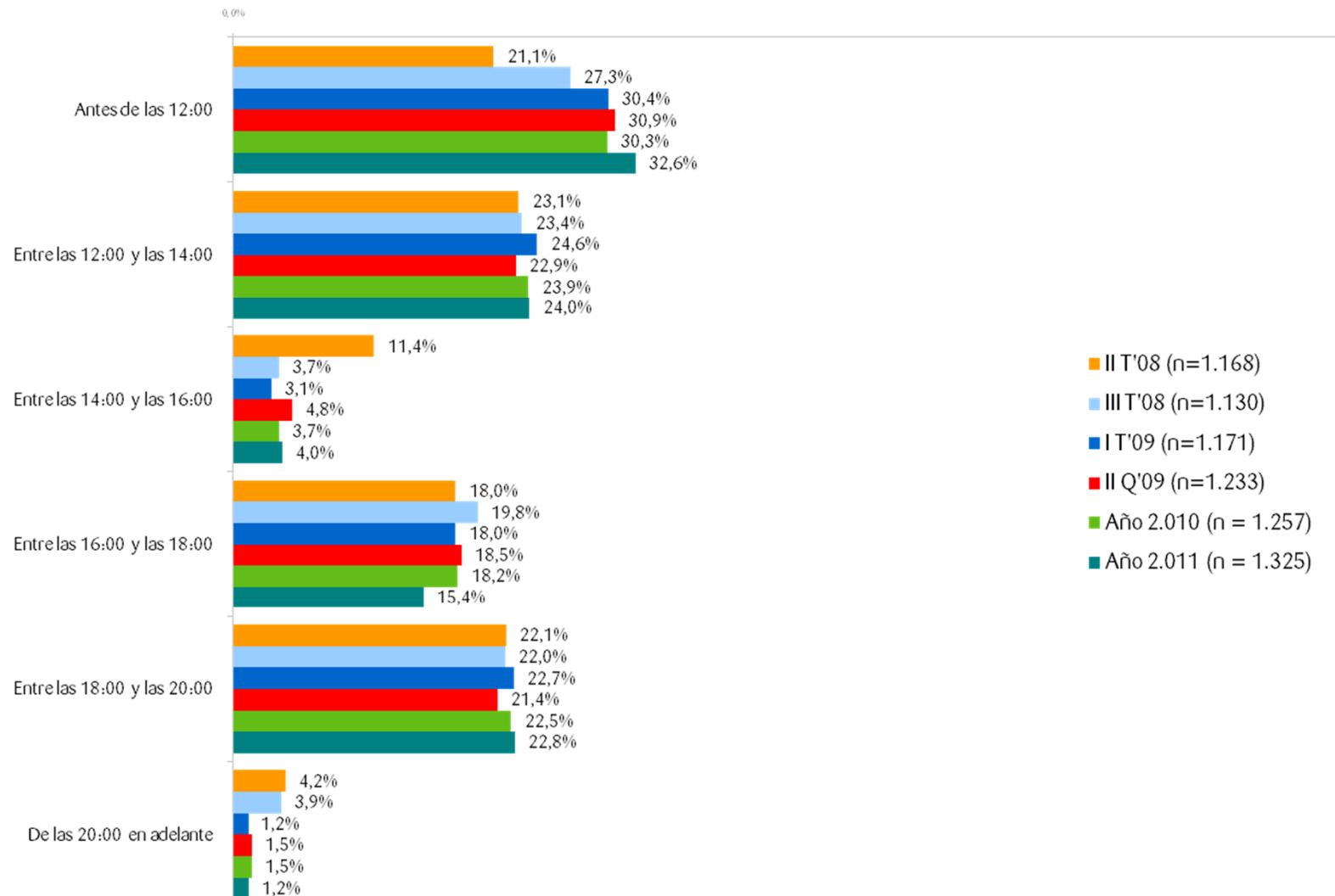
***“Los ventas del comercio
minorista vasco”***

2.1.

***“Las ventas a lo largo de un
día”***

- El 56,7% de las ventas del comercio vasco, durante el año 2.011, se concentra en el tramo horario de la mañana (antes de las 14:00). Por quinto momento consecutivo, más del 50% de las ventas se concentran antes de las 14:00 horas, presentando una tendencia de incremento de ventas en este tramo horario.
- En torno al 40% de las ventas del comercio minorista vasco continúa realizándose en la franja horaria de las 16:00 a las 20:00 horas.
- Por último, se confirma que las ventas de “última hora”, más allá de las 20:00 horas, siguen siendo muy residuales.

P.3/P.3/P.3/P.3/P.10/P.10: 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 minoristas entrevistados



* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

- Como tendencias más significativas cabe reseñar las siguientes:
 - Una cuarta parte de las ventas de los comercios minoristas de Vitoria-Gasteiz, de Donostia y de Resto de Gipuzkoa se concentran en el tramo horario de las 18:00 horas a las 20:00 horas.
 - Los comercios más grandes, según número de empleados/as, continúan presentando una distribución de ventas más “homogénea” a lo largo del día.
 - Por último, algo más de una cuarta parte de las ventas de los comercios minoristas dedicados a la actividad de moda o de hogar o de salud-belleza se concentran entre las 18:00 horas y las 20:00 horas.

P.10: En relación a las ventas realizadas, en su comercio/negocio, siendo el total de los mismos el 100%, ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Antes de las 10:00	9,8%	9,9%	8,6%
Entre las 10:00 y las 12:00	25,1%	23,8%	21,8%
Entre las 12:00 y las 14:00	21,8%	25,3%	22,8%
Entre las 14:00 y las 16:00	4,4%	3,7%	4,3%
Entre las 16:00 y las 18:00	14,7%	14,5%	16,8%
Entre las 18:00 y las 20:00	23,4%	21,4%	24,5%
De las 20:00 en adelante	1,0%	1,4%	1,1%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P10: En relación a las ventas realizadas, en su comercio/negocio, siendo el total de los mismos el 100%, ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Antes de las 10:00	10,2%	8,9%	9,9%	9,8%	9,3%	8,2%
Entre las 10:00 y las 12:00	23,0%	28,9%	22,6%	24,7%	21,5%	22,0%
Entre las 12:00 y las 14:00	20,6%	23,9%	25,8%	25,1%	23,2%	22,6%
Entre las 14:00 y las 16:00	3,5%	6,0%	4,4%	3,2%	5,3%	3,6%
Entre las 16:00 y las 18:00	15,2%	13,6%	14,0%	14,9%	15,5%	17,7%
Entre las 18:00 y las 20:00	26,4%	17,8%	21,8%	21,2%	24,1%	24,7%
De las 20:00 en adelante	1,0%	0,9%	1,7%	1,1%	0,9%	1,3%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P10: En relación a las ventas realizadas, en su comercio/negocio, siendo el total de los mismos el 100%, ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Antes de las 10:00	7,6%	11,3%	8,0%	9,4%	11,7%	13,9%
Entre las 10:00 y las 12:00	24,8%	23,0%	20,3%	17,5%	25,8%	25,2%
Entre las 12:00 y las 14:00	24,7%	22,5%	27,0%	22,3%	28,0%	21,2%
Entre las 14:00 y las 16:00	3,5%	4,2%	4,1%	5,8%	3,9%	7,6%
Entre las 16:00 y las 18:00	15,6%	15,0%	16,4%	16,5%	12,5%	11,1%
Entre las 18:00 y las 20:00	23,0%	22,7%	23,0%	25,8%	15,2%	14,8%
De las 20:00 en adelante	0,8%	1,4%	1,2%	2,8%	2,8%	6,3%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P10: En relación a las ventas realizadas, en su comercio/negocio, siendo el total de los mismos el 100%, ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios? (año 2.011)*

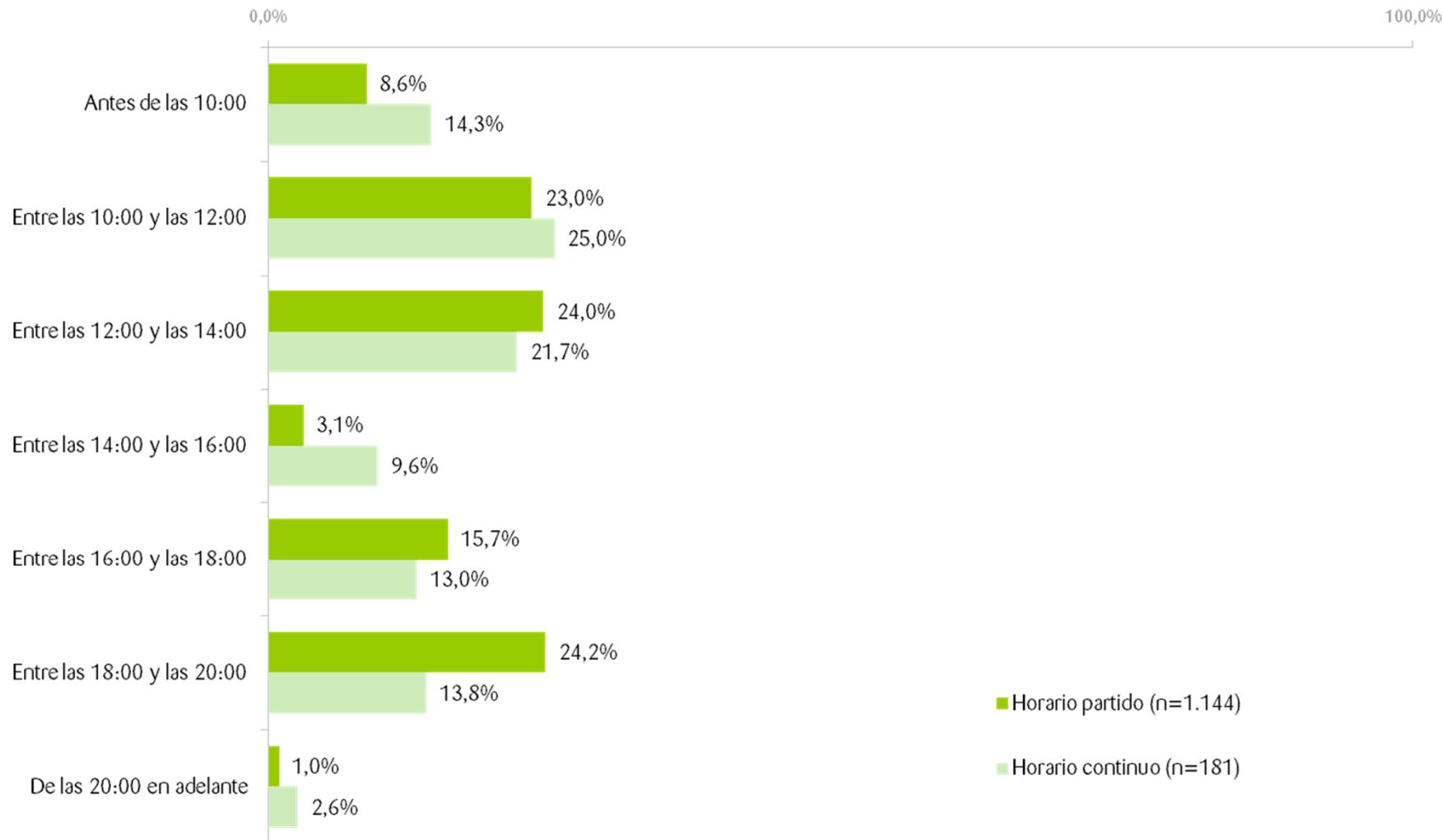
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Antes de las 10:00	12,0%	7,3%	7,5%	5,2%	9,6%
Entre las 10:00 y las 12:00	28,3%	21,6%	17,8%	20,8%	20,9%
Entre las 12:00 y las 14:00	27,8%	22,0%	17,7%	26,5%	22,5%
Entre las 14:00 y las 16:00	3,3%	4,4%	3,4%	5,2%	4,2%
Entre las 16:00 y las 18:00	11,2%	16,8%	21,2%	16,5%	17,1%
Entre las 18:00 y las 20:00	15,8%	26,7%	30,7%	25,4%	24,7%
De las 20:00 en adelante	1,6%	1,1%	1,7%	0,4%	1,0%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

- Por último, el diferencial de ventas, de la distribución de las mismas, entre los comercios minoristas con horario partido y los comercios minoristas con horario continuo sigue marcando las tendencias de anteriores barómetros:
 - Que los comercios con horario partido tienen a lo largo del día, tres grandes momentos, según concentración de ventas: entre las 10:00 horas y las 12:00 horas; entre las 12:00 horas y las 14:00 horas; y, entre las 18:00 horas y las 20:00 horas.
 - Y, que en el tramo horario de las 14:00 horas a las 16:00 horas y en los comercios con horario continuo, se concentra una décima parte de las ventas de los mismos.

P10: 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? (año 2.011)*
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

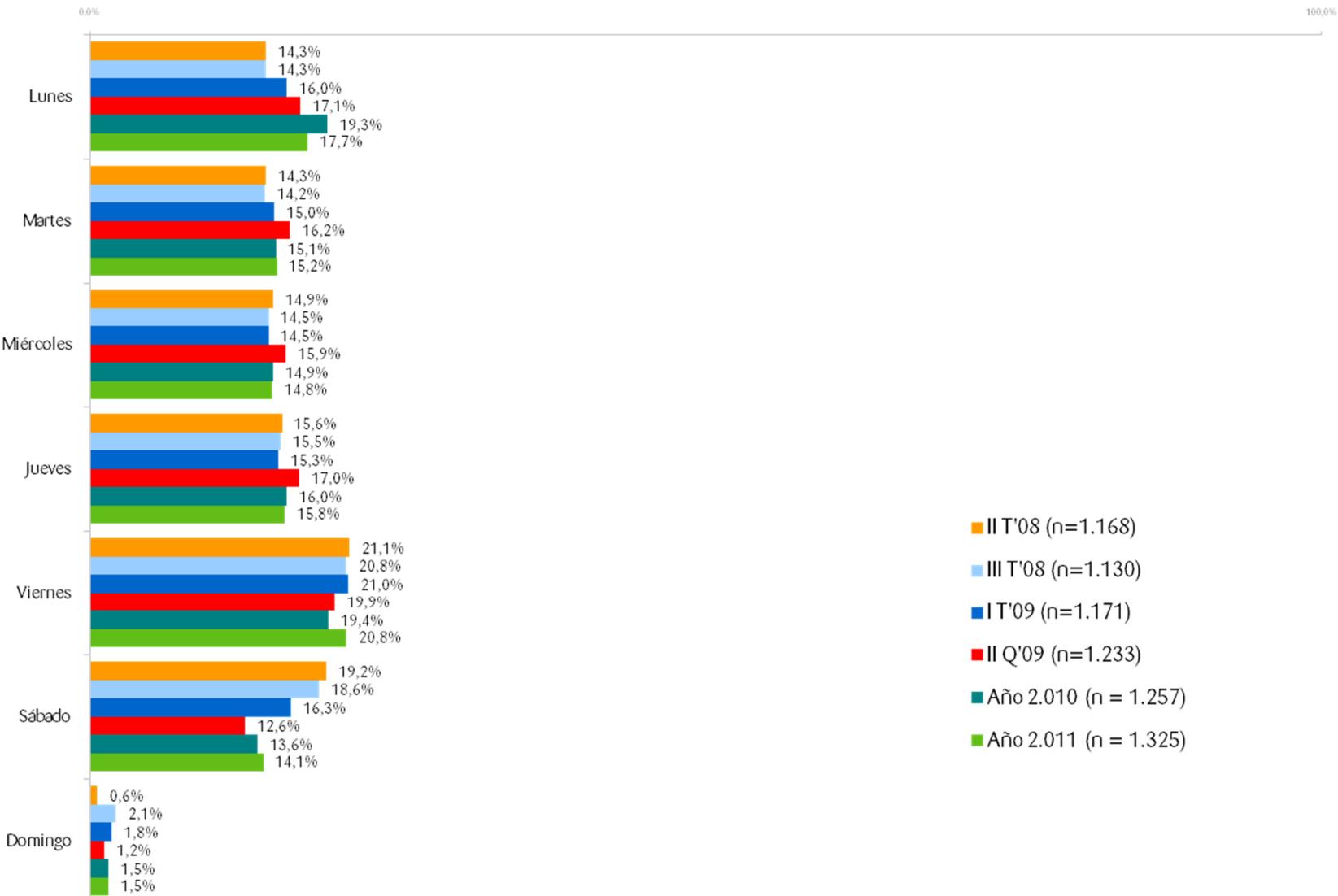
2.2.

“Las ventas a lo largo de la semana”

- La distribución de las ventas a lo largo de la semana, confirman tendencias ya apuntadas en anteriores olas y revelan otras que sería preciso determinar si son coyunturales o marcan ritmos de ventas que se consolidarán en el futuro.
 - Se confirma el viernes como día estrella de ventas en el comercio minorista vasco, situándose en ratios del año 2.008.
 - Se confirma la pérdida de relevancia del sábado. De hecho, la pérdida de las ventas en sábado es una realidad, pese a cierta recuperación con relación al año 2010. La alimentación ejerce tracción en esta recuperación a tenor de lo manifestado por los responsables de comercios minoristas de este ramo de actividad.
 - El lunes continua siendo el segundo día de la semana en ventas, pese a la desaceleración de ventas detectada en comparación con el año 2010.

P.4/P.4/P.4/P.4/P.11/P.11: Y, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



- El viernes y lunes se convierten en días clave para las ventas de la práctica totalidad de los comercios a excepción de:
 - Los comercios de los municipios de fuera de Vitoria-Gasteiz del Territorio Histórico de Araba.
 - Los comercios de alimentación.
 - Los comercios de salud y belleza.
 - Los comercios de mas de 5 empleados/as.

P11: Y, durante el año 2.011, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Lunes	17,7%	18,1%	17,3%
Martes	15,7%	15,3%	15,0%
Miércoles	16,1%	14,7%	14,4%
Jueves	15,9%	15,9%	15,7%
Viernes	20,2%	21,8%	19,6%
Sábado	11,9%	13,1%	16,3%
Domingo	2,6%	1,1%	1,6%

P11: Y, durante el año 2.011, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales/Resto Territorio						
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Lunes	19,4%	14,6%	16,4%	19,3%	16,6%	17,7%
Martes	16,5%	14,2%	14,4%	16,0%	14,3%	15,5%
Miércoles	15,5%	17,2%	14,3%	15,0%	14,0%	14,7%
Jueves	16,3%	15,1%	16,3%	15,6%	15,8%	15,6%
Viernes	19,1%	22,3%	25,1%	19,5%	20,3%	19,2%
Sábado	12,1%	11,6%	12,3%	13,7%	16,9%	16,0%
Domingo	1,2%	5,0%	1,2%	1,1%	2,1%	1,4%

P11: Y, durante el año 2.011, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Lunes	16,9%	18,6%	17,3%	18,8%	16,6%	14,6%
Martes	16,8%	14,2%	14,0%	13,9%	15,2%	13,9%
Miércoles	14,6%	15,3%	13,7%	14,6%	15,1%	14,1%
Jueves	17,0%	15,3%	13,7%	15,1%	18,2%	15,3%
Viernes	20,4%	21,2%	21,6%	16,9%	22,1%	21,1%
Sábado	13,3%	13,5%	17,8%	18,1%	10,4%	17,6%
Domingo	0,9%	1,7%	1,9%	2,7%	2,4%	3,5%

P11: Y, durante el año 2.011, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

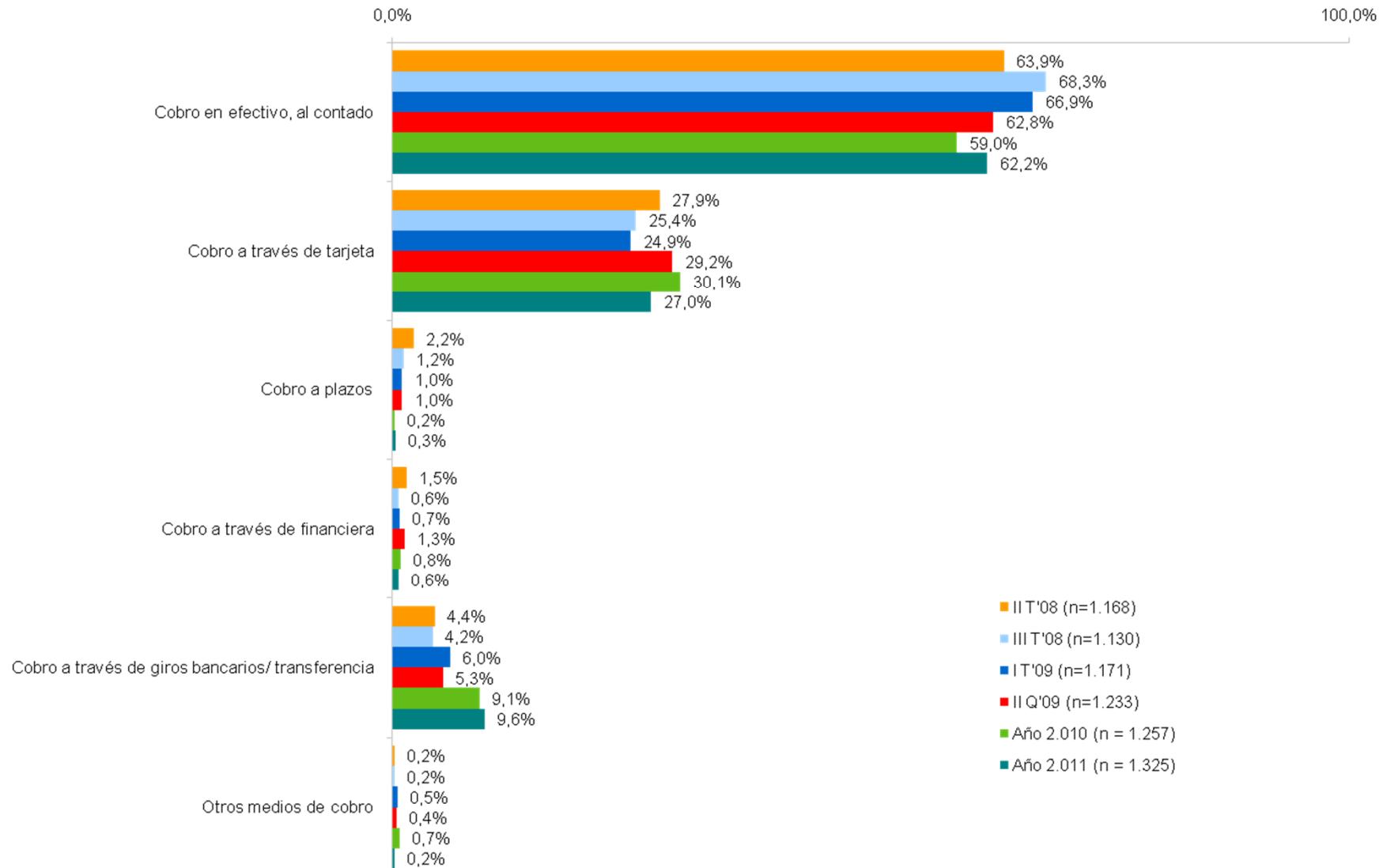
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Lunes	12,8%	19,3%	22,7%	15,3%	21,3%
Martes	12,9%	15,3%	17,6%	17,4%	16,6%
Miércoles	11,6%	16,6%	15,8%	16,8%	16,1%
Jueves	13,8%	17,0%	15,3%	18,9%	16,6%
Viernes	26,7%	17,1%	17,0%	19,1%	18,5%
Sábado	18,7%	14,7%	11,5%	12,5%	9,6%
Domingo	3,4%	0,0%	0,1%	0,0%	1,2%

2.3.

***“Distribución de las ventas
según medios de pago”***

- El cobro en efectivo continua representando casi dos de cada tres operaciones de venta en el comercio minorista vasco.
- El cobro a través de tarjeta en comparación con el año 2010, experimenta un retroceso de 3,1 puntos porcentuales (un descenso interanual del 10% como medio de cobro/pago).

P.7/P.6/P.6/P.6/P.13/P.12: Y, de este número total de ventas, en función de los siguientes medios de pago, ¿cómo se distribuyen las ventas durante el trimestre?
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



- A nivel de tendencia contrastada con momentos anteriores, cabe reseñar que la generalización o predominio del cobro en efectivo en los comercios minoristas sólo se ve superada por la tarjeta o la transferencia bancaria, en los siguientes supuestos:
 - Cuando el comercio se dedica a la actividad de moda, el cobro a través de tarjeta supera al cobro en efectivo.
 - Y, cuando el comercio es grande, por grande entendemos 10 o más empleados/as, el cobro a través de transferencias supera al cobro en efectivo.

P12: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Efectivo, al contado	56,5%	66,5%	57,9%
Tarjeta	28,3%	23,0%	32,5%
A plazos	0,6%	0,4%	0,2%
A través de financiera	0,1%	0,8%	0,4%
A través de giros/transferencias	14,4%	9,1%	8,9%
Otros medios de pago	0,0%	0,4%	0,0%

P12: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Efectivo, al contado	57,4%	55,0%	70,8%	63,4%	57,9%	57,9%
Tarjeta	31,8%	22,0%	21,7%	23,9%	31,3%	33,3%
A plazos	0,8%	0,4%	0,3%	0,4%	0,1%	0,3%
A través de financiera	0,1%	0,1%	0,2%	1,2%	0,4%	0,5%
A través de giros/transferencias	10,0%	22,5%	7,0%	10,5%	10,3%	8,0%
Otros medios de pago	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%

P12: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Efectivo, al contado	71,4%	60,9%	51,1%	42,0%	27,2%	33,2%
Tarjeta	22,4%	28,4%	33,7%	39,3%	25,0%	28,1%
A plazos	0,1%	0,3%	0,7%	1,2%	2,4%	1,0%
A través de financiera	0,3%	0,3%	2,0%	0,3%	2,7%	4,1%
A través de giros/transferencias	5,8%	9,6%	12,5%	17,2%	42,7%	33,5%
Otros medios de pago	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

P12: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Efectivo, al contado	89,3%	42,3%	38,4%	65,5%	52,5%
Tarjeta	7,4%	54,7%	25,5%	33,0%	27,2%
A plazos	0,0%	0,1%	0,8%	0,0%	0,9%
A través de financiera	0,2%	0,2%	2,0%	0,0%	1,2%
A través de giros/transferencias	3,1%	2,8%	33,2%	1,5%	17,5%
Otros medios de pago	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%



3.

“La afluencia de clientes y visitantes”

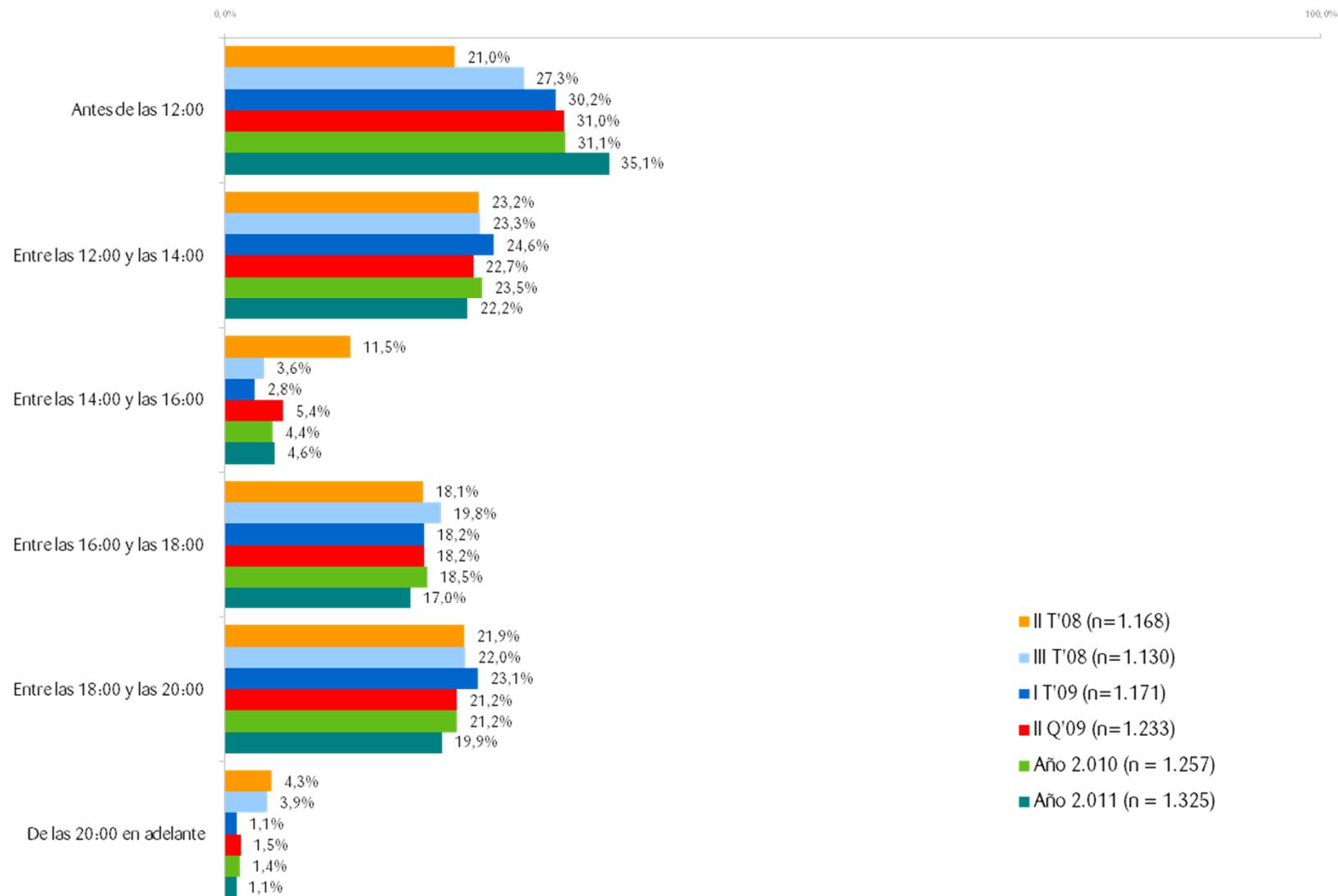
3.1.

“La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día”

- El 57,4% de la afluencia a los comercios minoristas vascos comprende el tramo horario anterior a las 14:00 horas. Este ratio de afluencia, en este tramo horario, supone un incremento respecto a la anterior toma de datos.
- Durante el año 2011, el tramo horario que más crece es aquel que comprende antes de las 12:00 horas.
- El ritmo de afluencia vespertina experimenta un retroceso con relación a Barómetros anteriores, siendo la afluencia de clientes vespertina más baja desde 2008, año de inicio de los estudios del Barómetro del Comercio Minorista Vasco.

*P.11/P.9/P.9/P.9/P.16/P.17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?**

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

- Los comercios de moda o de hogar continúan concentrando en el tramo horario de las 18:00 horas a las 20:00 horas, algo más de una cuarta parte de su afluencia.
- Por el contrario, esta misma proporción de afluencia, en el caso de los comercios de alimentación y de salud o belleza se tiende a concentrar en el tramo horario de las 12:00 horas a las 14:00 horas, tal y como se apuntó en el año 2.010.

P.17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Antes de las 10:00	12,9%	12,1%	12,3%
Entre las 10:00 y las 12:00	23,6%	23,9%	21,0%
Entre las 12:00 y las 14:00	19,7%	23,5%	21,2%
Entre las 14:00 y las 16:00	6,6%	4,2%	4,5%
Entre las 16:00 y las 18:00	17,1%	15,9%	18,6%
Entre las 18:00 y las 20:00	19,1%	19,0%	21,5%
De las 20:00 en adelante	1,0%	1,3%	0,9%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Antes de las 10:00	14,1%	10,7%	12,1%	12,2%	12,7%	12,1%
Entre las 10:00 y las 12:00	22,9%	24,9%	23,2%	24,4%	20,8%	21,2%
Entre las 12:00 y las 14:00	19,0%	21,1%	24,3%	23,0%	21,0%	21,4%
Entre las 14:00 y las 16:00	5,6%	8,4%	5,0%	3,7%	5,7%	3,7%
Entre las 16:00 y las 18:00	16,5%	18,1%	15,4%	16,3%	17,8%	19,1%
Entre las 18:00 y las 20:00	21,0%	15,5%	18,3%	19,5%	21,4%	21,5%
De las 20:00 en adelante	0,9%	1,2%	1,6%	1,0%	0,7%	1,0%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Antes de las 10:00	11,2%	12,7%	12,9%	14,3%	15,6%	16,2%
Entre las 10:00 y las 12:00	24,3%	22,5%	21,2%	18,1%	19,6%	21,5%
Entre las 12:00 y las 14:00	22,8%	21,8%	22,3%	20,7%	22,9%	20,9%
Entre las 14:00 y las 16:00	4,0%	4,6%	5,1%	6,6%	8,9%	6,5%
Entre las 16:00 y las 18:00	16,5%	17,7%	16,6%	16,6%	17,5%	13,6%
Entre las 18:00 y las 20:00	20,6%	19,4%	20,6%	21,0%	13,2%	15,1%
De las 20:00 en adelante	0,5%	1,2%	1,3%	2,7%	2,1%	6,1%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

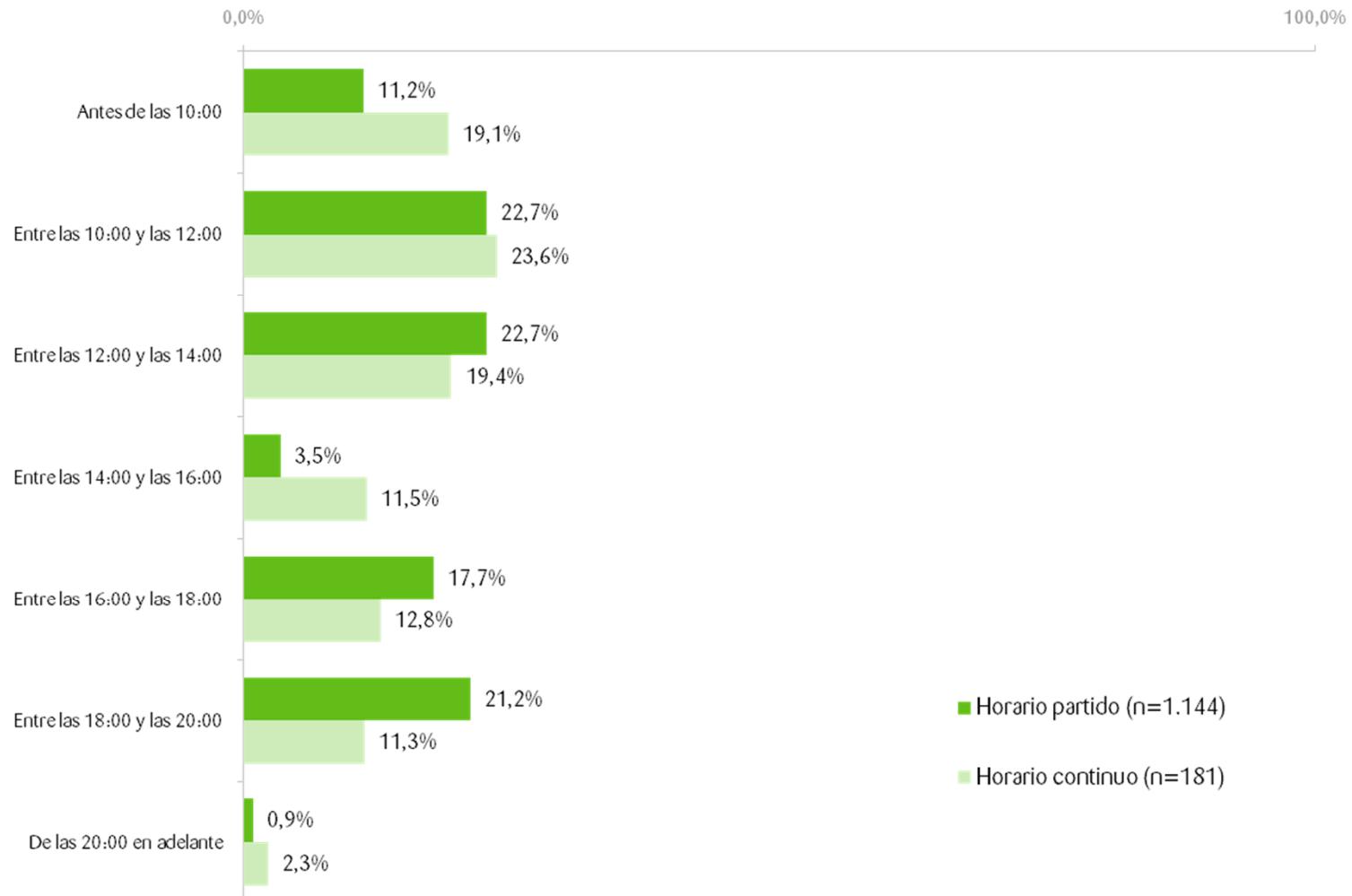
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Antes de las 10:00	14,7%	9,4%	14,5%	8,9%	12,0%
Entre las 10:00 y las 12:00	26,5%	21,0%	18,5%	22,0%	21,5%
Entre las 12:00 y las 14:00	25,6%	20,7%	16,9%	24,3%	20,6%
Entre las 14:00 y las 16:00	4,8%	4,5%	3,3%	5,4%	4,6%
Entre las 16:00 y las 18:00	13,1%	20,5%	18,8%	17,4%	18,2%
Entre las 18:00 y las 20:00	13,8%	22,9%	27,1%	21,5%	22,0%
De las 20:00 en adelante	1,4%	1,0%	0,9%	0,4%	1,0%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

- Por otro lado, los diferentes ritmos de la afluencia de clientes a los comercios minoristas vascos, según el horario de atención al público del comercio, continúan poniendo de manifiesto que:
 - Los comercios con horarios continuo tienden a concentrar en el tramo horario de las 14:00 horas a las 16:00 horas una décima parte de su afluencia.
 - Los comercios con horario continuo, a partir de las 16:00 horas concentran, el 26,4% de su afluencia, reflejando una tendencia a la baja significativa.
 - En esta misma franja horaria, los comercios con horario partido concentran el 40,0% de su afluencia, reflejando, en menor medida, esta desaceleración vespertina de la afluencia de clientes.

P.17: En relación a la entrada de visitantes o clientes, durante el año 2.011, 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? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



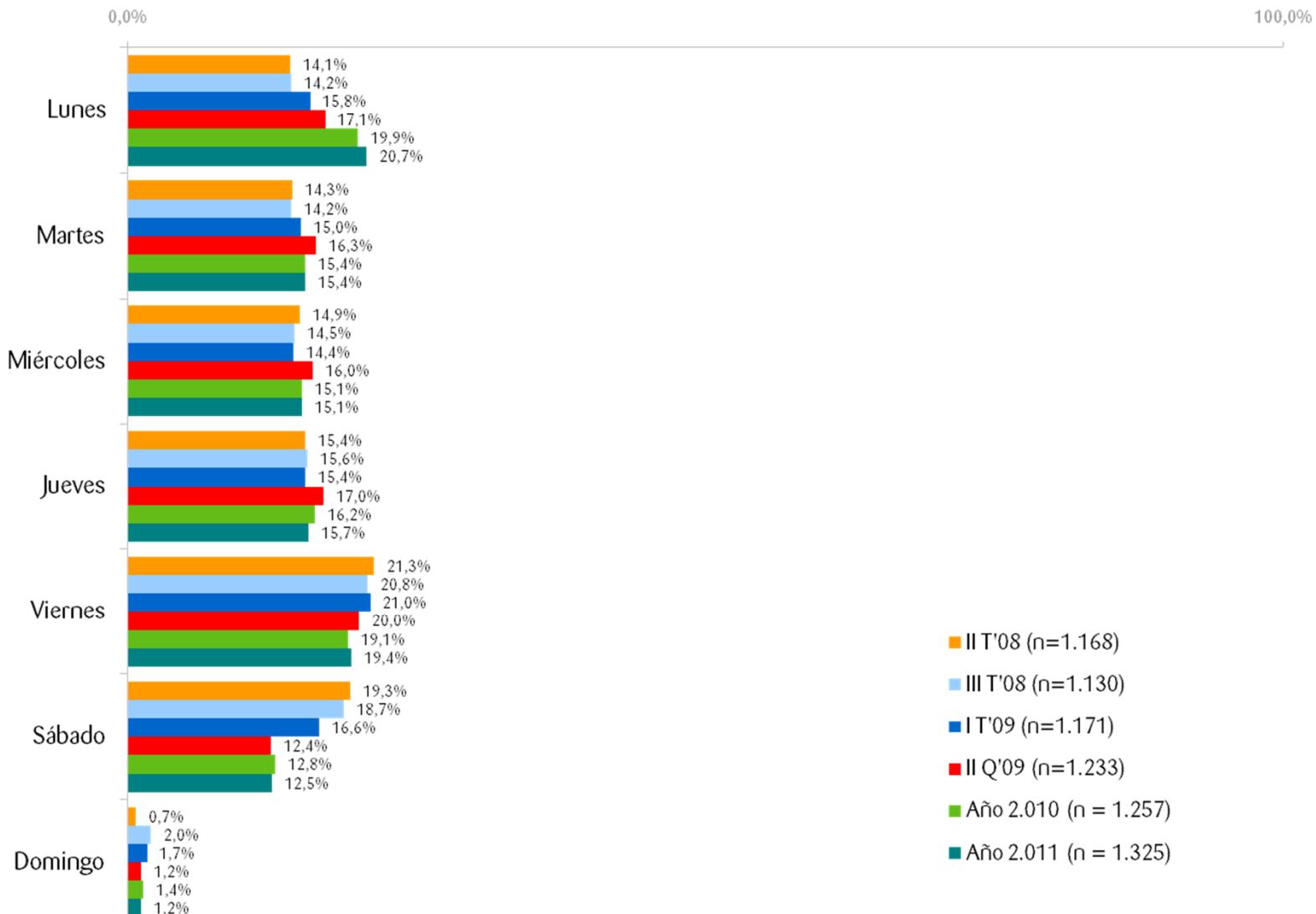
* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

3.2.

“La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana”

- La afluencia de clientes a los comercios minoristas vascos, en función de la distribución realizada por los propios comerciantes, presenta las tendencias ya apuntadas en relación a la distribución de ventas.
- El lunes se convierte junto con el viernes en los días de mayor afluencia. Marcando dos tendencias, una alcista (lunes) y la otra de desaceleración-mantenimiento (viernes).
- El sábado continúa situándose en último lugar, a distancia de días como martes, miércoles. Ola tras ola, el sábado pierde peso, relevancia en la distribución de la afluencia a los comercios.

P.12/P10/P10/P10/P17/P18: Y, durante este trimestre, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana?
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



- Las principales tendencias, durante el año 2.011, con relación a la afluencia semanal a los comercios minoristas, son:
 - El sábado los comercios de las tres capitales presentan un ratio de afluencia de clientes ligeramente inferior que el resto de comercios de los tres Territorio Históricos.
 - Los comercios de salud y belleza presentan un ritmo de la afluencia de clientes más equilibrado, sin grandes puntas.
 - Los comercios que concentran más del 20% de su afluencia en viernes, son: comercios minoristas de Bilbao; comercios minoristas del ramo de la alimentación; y, comercios minorista de 20 o más empleados/as.

P18: Y, durante el año 2.011, ¿cómo se reporte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Lunes	20,5%	20,3%	21,2%
Martes	15,7%	15,7%	15,0%
Miércoles	16,6%	15,0%	14,7%
Jueves	16,2%	15,6%	15,7%
Viernes	18,2%	20,4%	18,2%
Sábado	11,1%	11,9%	13,8%
Domingo	1,6%	1,0%	1,4%

P18: Y, durante el año 2.011, ¿cómo se reporta la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Lunes	22,3%	17,2%	19,2%	21,2%	21,1%	21,2%
Martes	16,1%	15,0%	14,7%	16,4%	14,7%	15,1%
Miércoles	16,9%	16,0%	14,5%	15,4%	14,3%	15,0%
Jueves	15,6%	17,4%	16,0%	15,4%	16,1%	15,5%
Viernes	17,2%	20,1%	23,2%	18,5%	18,7%	18,0%
Sábado	10,7%	11,7%	11,4%	12,3%	13,3%	14,1%
Domingo	1,1%	2,5%	1,0%	0,9%	1,9%	1,1%

P18: Y, durante el año 2.011, ¿cómo se reporte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Lunes	20,3%	21,0%	20,4%	22,1%	20,5%	19,5%
Martes	16,2%	15,2%	14,0%	14,1%	17,2%	15,0%
Miércoles	15,2%	15,4%	14,0%	15,0%	16,2%	12,0%
Jueves	16,6%	15,5%	14,3%	14,5%	17,3%	13,5%
Viernes	19,6%	19,3%	19,6%	16,1%	19,7%	21,4%
Sábado	11,5%	12,2%	16,0%	16,0%	7,4%	15,1%
Domingo	0,6%	1,4%	1,7%	2,2%	1,7%	3,5%

P18: Y, durante el año 2.011, ¿cómo se reporte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Lunes	18,4%	21,8%	26,0%	17,3%	21,7%
Martes	13,3%	15,8%	17,4%	16,9%	16,6%
Miércoles	12,6%	16,8%	14,9%	17,3%	16,1%
Jueves	13,9%	17,0%	14,5%	18,3%	16,6%
Viernes	23,6%	15,7%	16,1%	18,4%	18,6%
Sábado	15,6%	12,8%	11,2%	11,9%	9,2%
Domingo	2,6%	0,1%	0,0%	0,0%	1,1%

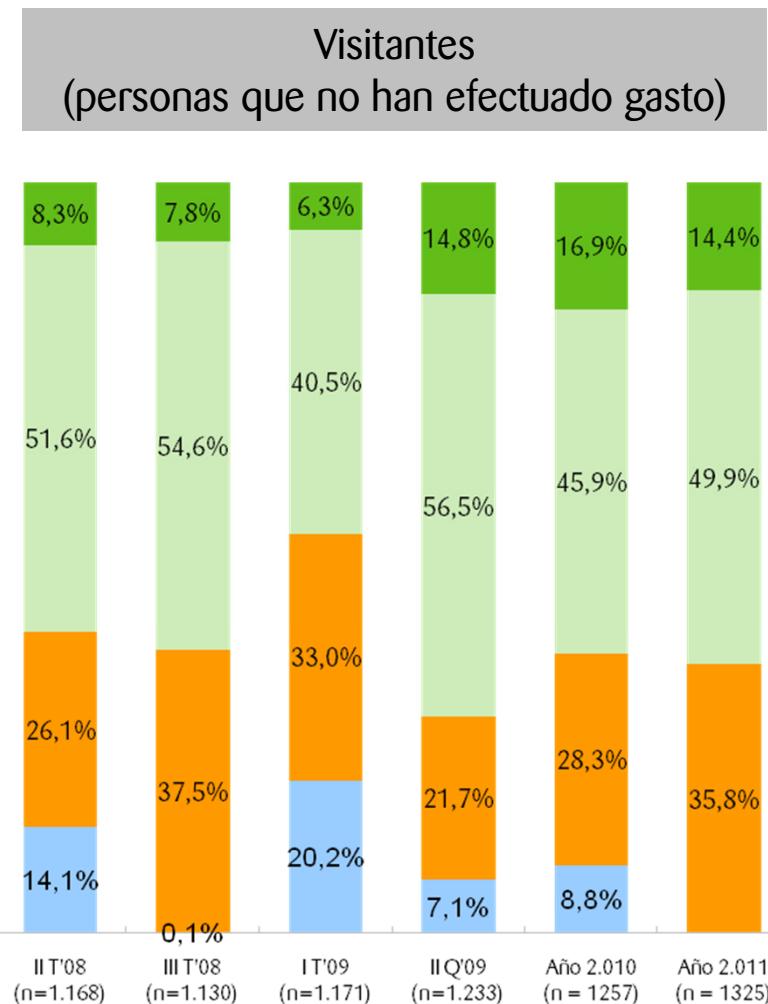
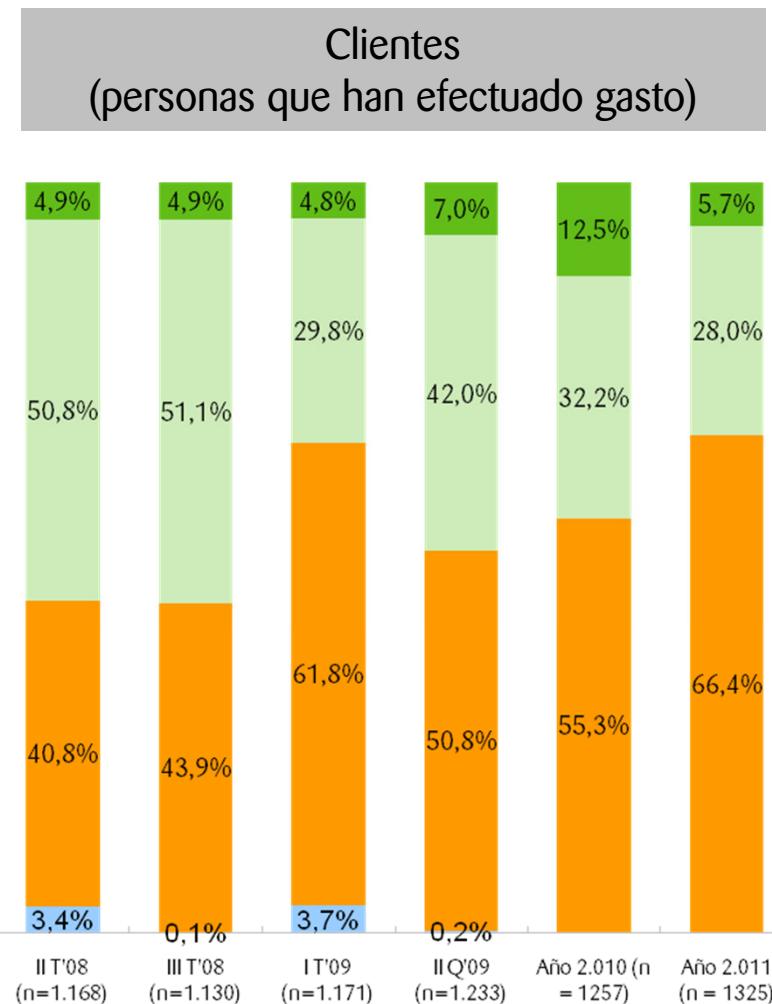
3.3.

*“Evolución de la afluencia de
clientes y visitantes”*

- El año 2.011 ha sido, también, un año malo para los comercios minoristas vascos. Dos de cada tres comerciantes entrevistados/as perciben un descenso de la afluencia de clientes respecto de un año ya de por sí muy malo como fue el año 2.010.
- Los comercios que manifiestan una mayor pérdida de clientes respecto al año 2010, son:
 - Los comercios de Bilbao.
 - Los comercios de moda.
 - Los comercios del ramo de hogar.
 - Los comercios de 2 o menos empleados/as y de 10 a 19 empleados/as.

P.10/ P.7 – P .8/P.7 – P.8/P.7 – P.8/P14B-P15B/ P.14.-P16.: ¿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 minoristas entrevistados



P14 – P16: ¿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? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio Histórico			
	Clientes (personas que han efectuado gasto)		Visitante (personas que no han efectuado gasto)
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 693)	Gipuzkoa (n = 475)
Mayor	8,6%	4,7%	6,2%
Igual	33,7%	26,5%	28,2%
Menor	57,7%	68,9%	65,6%

P14 – P16: ¿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? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales/Resto Territorio						
	Clientes (personas que han efectuado gasto)					Visitante (personas que no han efectuado gasto)
	Vitoria/ Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Mayor	9,6%	6,8%	5,6%	4,0%	9,7%	4,0%
Igual	36,9%	27,9%	22,7%	29,1%	25,7%	29,8%
Menor	53,6%	65,3%	71,7%	66,9%	64,6%	66,2%

P14 : ¿Diría que la afluencia de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Mayor	4,7%	4,9%	8,6%	7,5%	16,1%	11,9%
Igual	24,0%	28,6%	34,9%	40,5%	18,9%	46,2%
Menor	71,4%	66,5%	56,5%	52,0%	65,0%	41,8%

P16 : *¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Mayor	13,2%	15,0%	13,6%	13,6%	24,1%	26,4%
Igual	45,4%	49,4%	62,6%	54,9%	52,2%	56,6%
Menor	41,4%	35,6%	23,8%	31,5%	23,8%	17,0%

P14: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Mayor	4,7%	5,9%	3,4%	6,8%	6,9%
Igual	29,5%	17,3%	26,4%	34,7%	33,1%
Menor	65,8%	76,8%	70,2%	58,5%	60,0%

P16: ¿Diría que la afluencia de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Mayor	9,0%	19,8%	19,3%	12,5%	15,4%
Igual	58,8%	37,6%	28,6%	61,4%	52,4%
Menor	32,3%	42,6%	52,0%	26,1%	32,2%

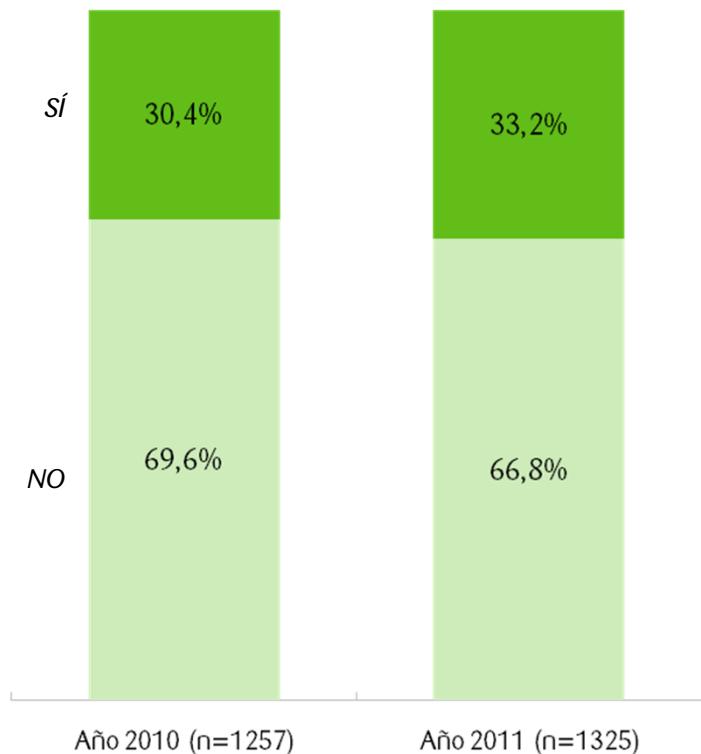
3.4.

*“Dispositivos de control de la
afluencia”*

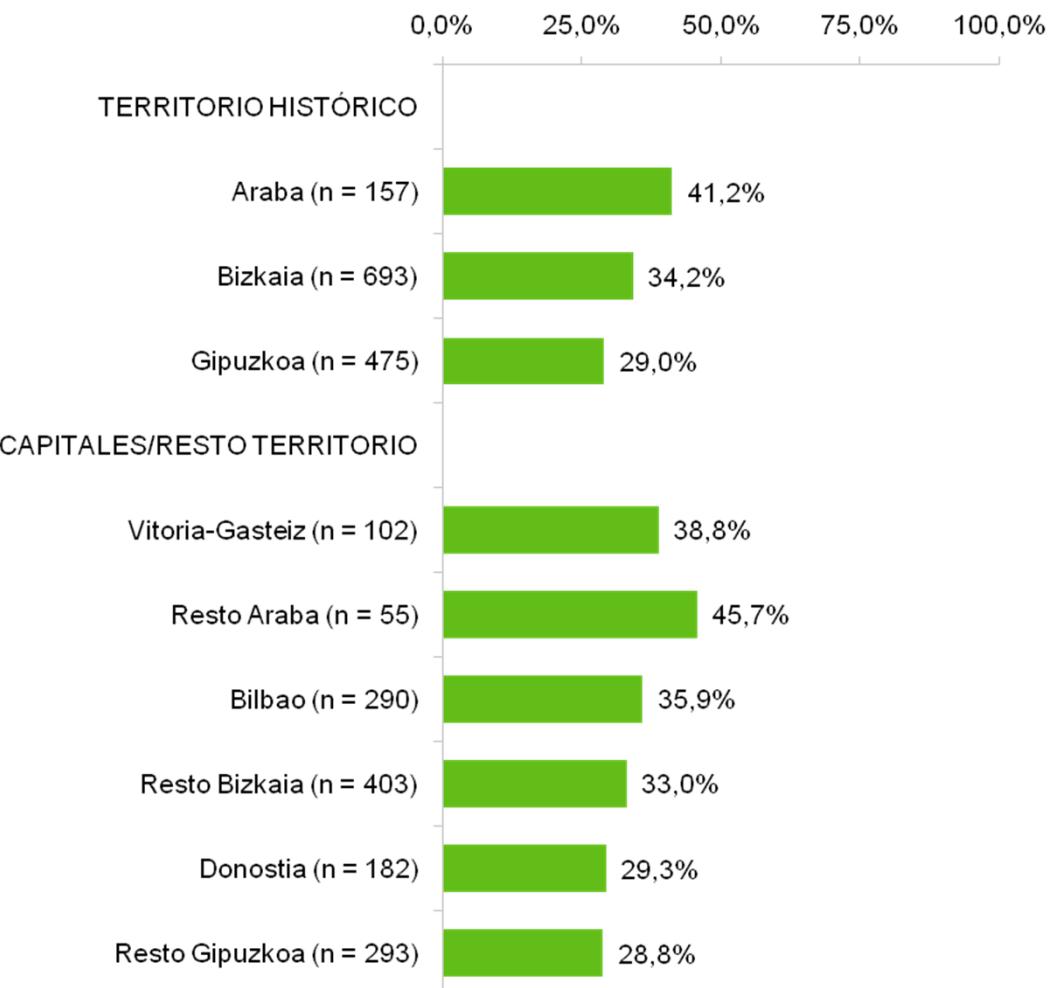
- El/la comerciante tiende a dotarse de dispositivos, mecanismos para gestionar la afluencia de clientes más que de visitantes. En concreto, uno de cada tres comerciantes entrevistados/as afirma que dispone de un registro de control del número de personas que efectúan gasto.
- Este tipo de control, de registro de control es más perceptible en:
 - Los comercios minoristas del Territorio Histórico de Araba.
 - Los comercios minoristas más grandes, según número de empleados/as.
 - Los comercios minoristas del hogar, comercios minoristas del ramo de salud y belleza.
 - Los/las comerciantes con estudios universitarios.
 - Los/las comerciantes más jóvenes.

P14A:/P13: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

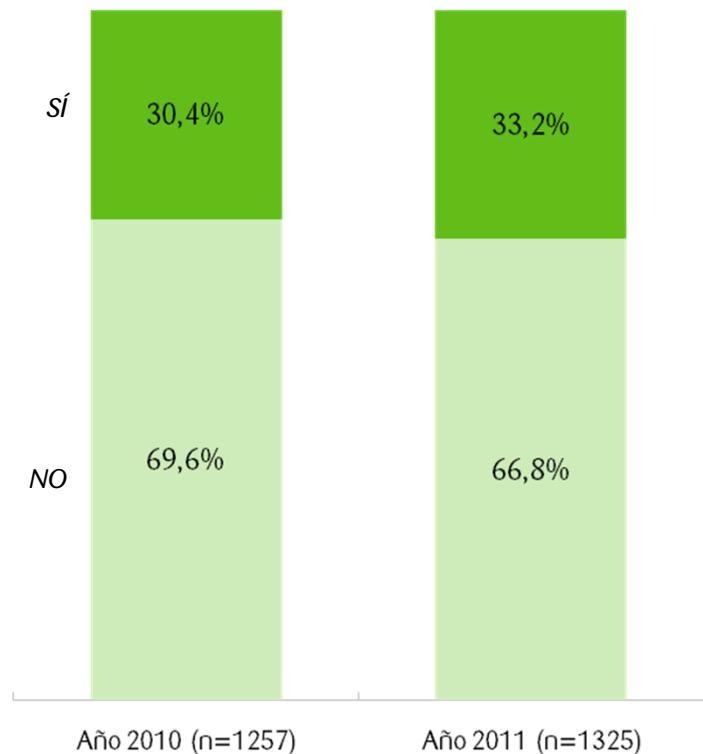


*Grado de presencia de algún registro de control de clientes
(Año 2011)*

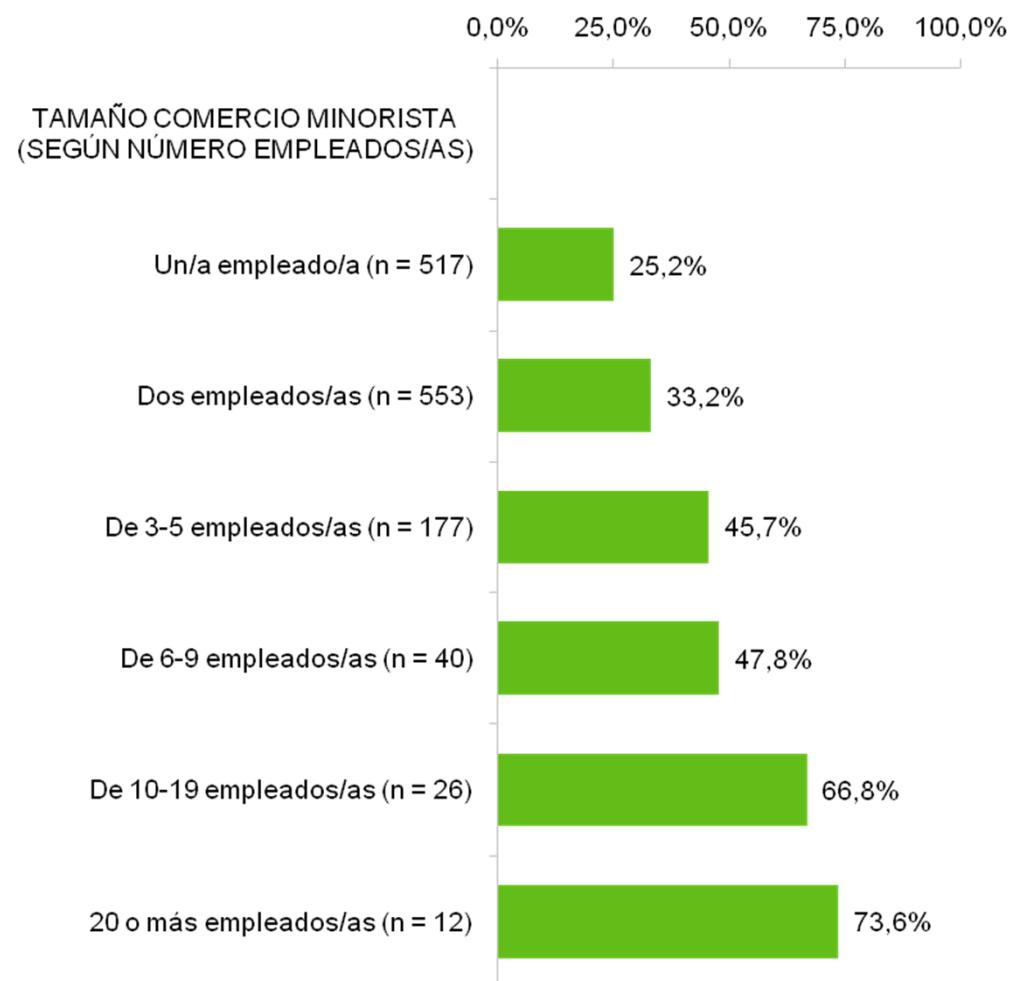


P14A/P13: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

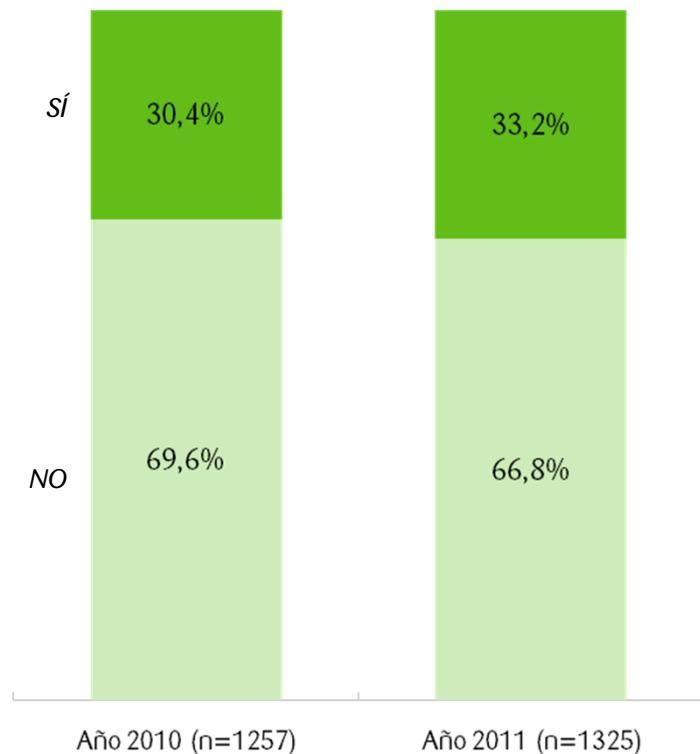


Grado de presencia de algún registro de control de clientes
(año 2011)

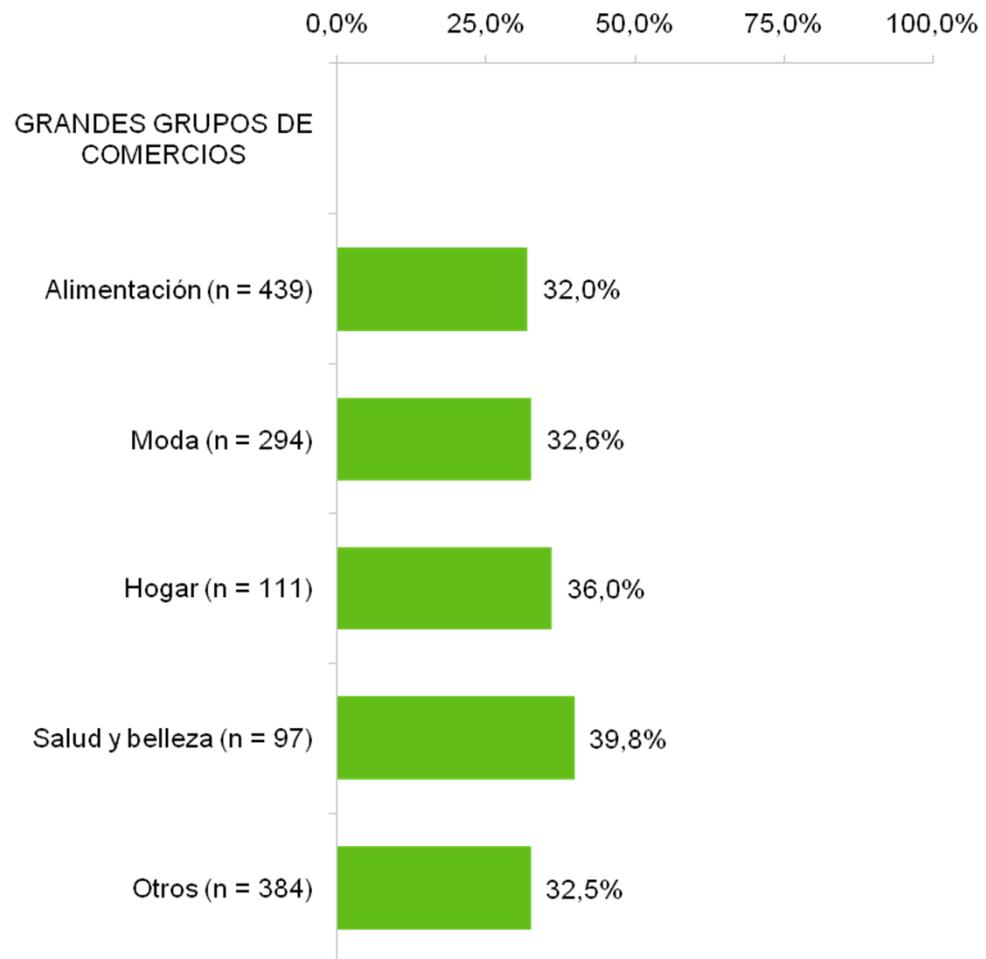


P14A/P13: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



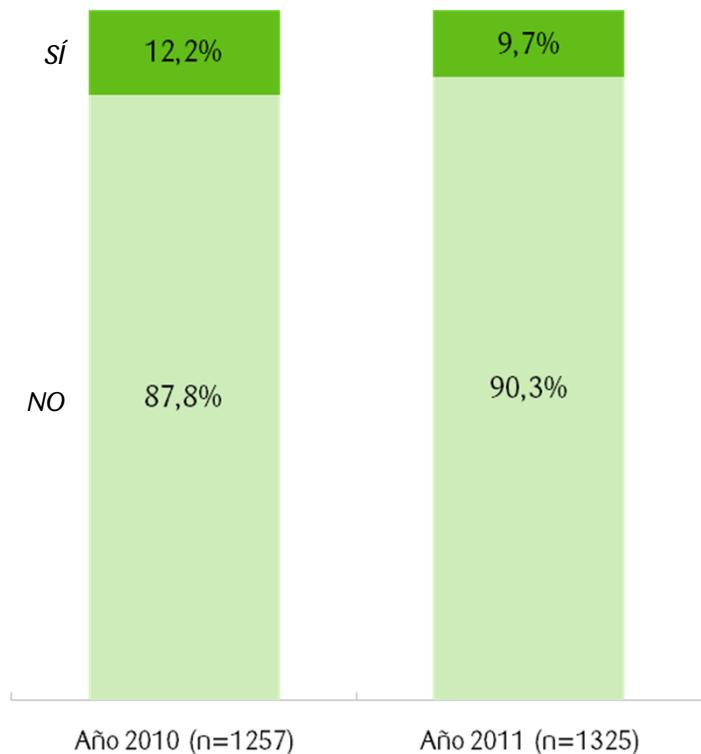
Grado de presencia de algún registro de control de clientes
(año 2011)



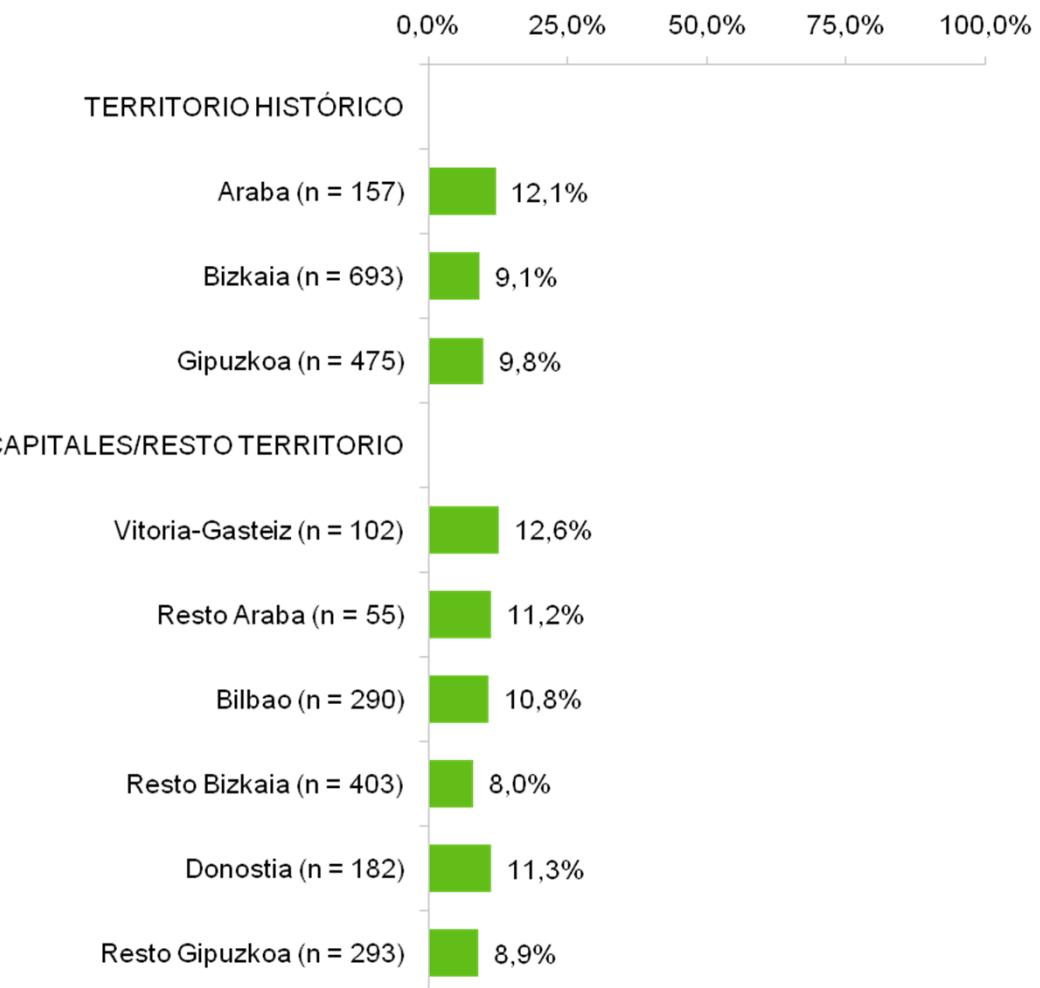
- Como ya hemos apuntado, los sistemas, registros de control de visitantes son menos corrientes en el comercio minorista vasco. En concreto, tan sólo uno de cada diez comerciantes entrevistados/as afirma disponer de algún sistema, control de visitantes.
- En los comercios del ramo hogar o salud y belleza continua siendo más recurrente la presencia de este tipo de registros, sistemas.

P.15A/P.15: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de visitantes (personas que no efectúan gasto) en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

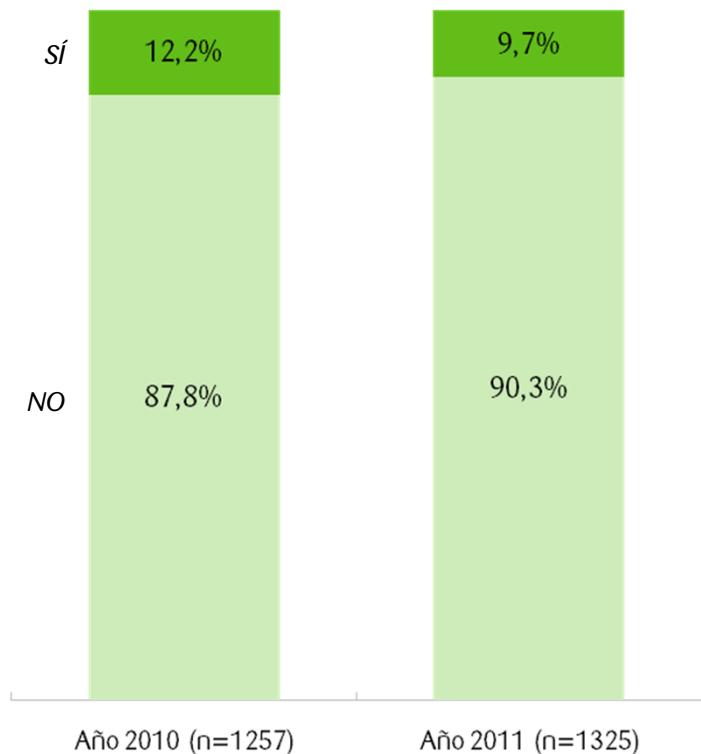


Grado de presencia de algún registro de control de visitantes (año 2011)

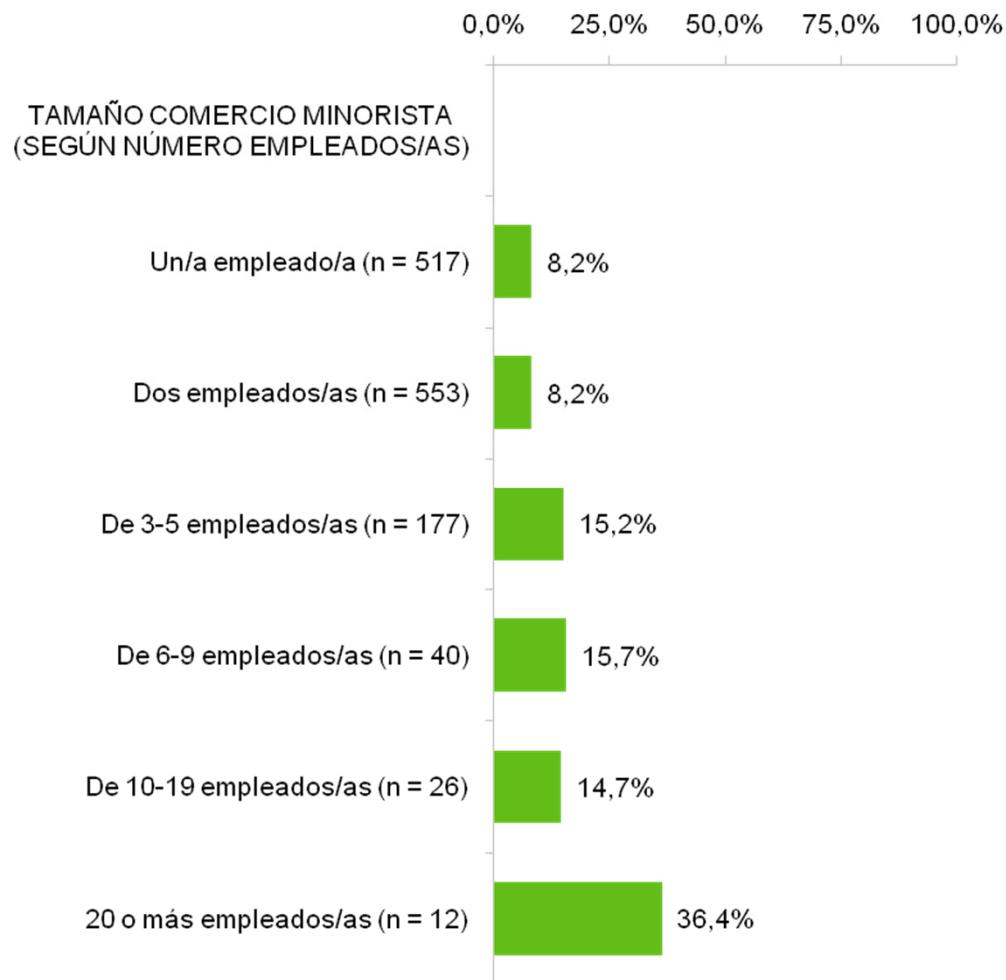


P.15A/P.15: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de visitantes (personas que no efectúan gasto) en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Grado de presencia de algún registro de control de visitantes (año 2011)

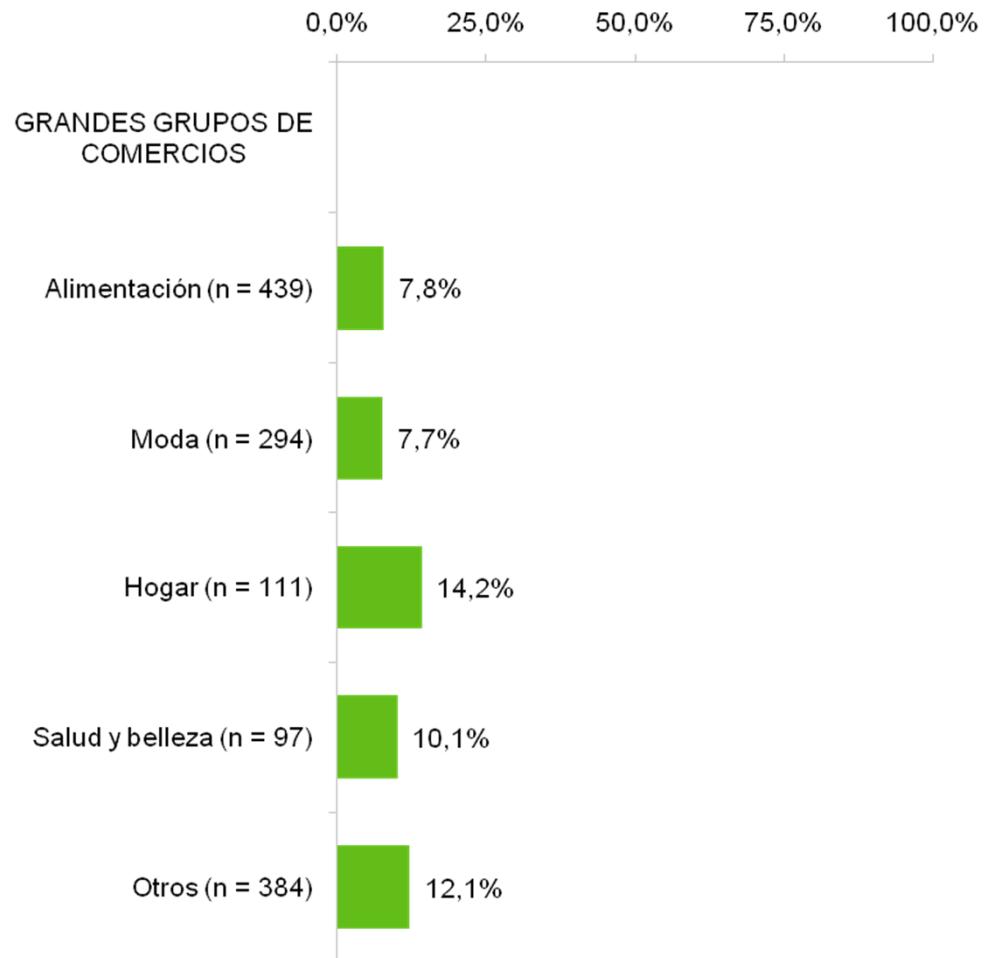


P.15A/P.15: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de visitantes (personas que no efectúan gasto) en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Grado de presencia de algún registro de control de visitantes (año 2011)



4.

*“El peso del turismo en el
comercio minorista vasco ”*

4.1.

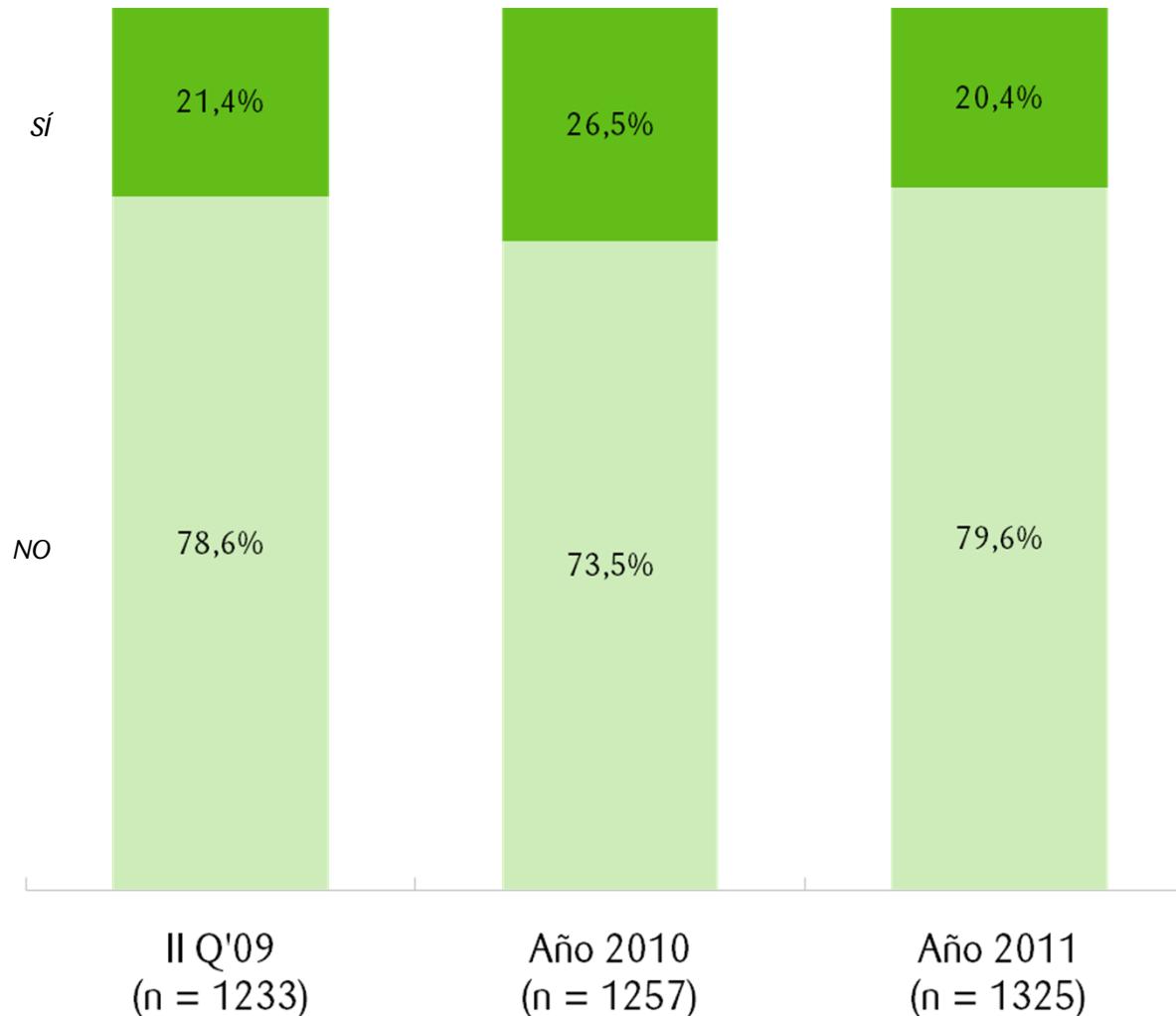
“La ofluencia de turistas”

- La incidencia del turismo, entendemos por turista cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma o de otro País, en la actividad del comercio minorista supone, alcanza a uno de cada cinco comercios. En un año, esta incidencia ha experimentado un descenso de 6,1 puntos porcentuales, con relación al año 2010 (en comparación con el año 2010, la variación interanual es de un descenso del 23,0%).
- Los comercios minoristas vascos en los cuales la incidencia del turismo es mayor, son:
 - Los comercios de del Territorio Histórico de Gipuzkoa.
 - Los comercios de 3 a 9 empleados/as.
 - Los comercios dedicados a la actividad de la moda.

ES DECIR, UN PERFIL MUY SIMILAR AL DETECTADO EN EL AÑO 2010.

P14N/P18/P19: *En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas*?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



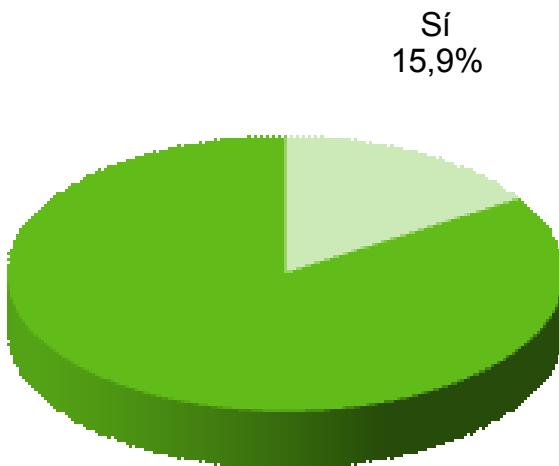
* Por turista entendemos cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P.19: *En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas*? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

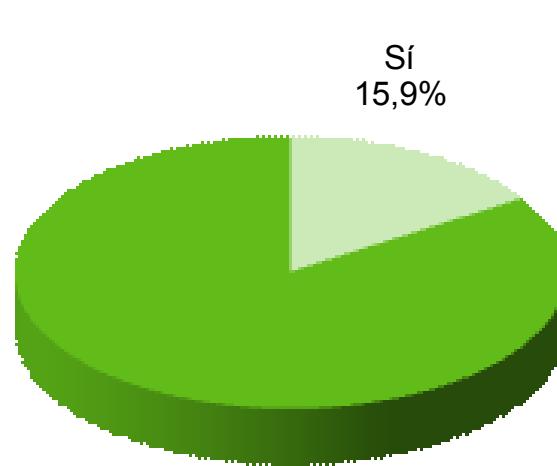


ARABA
(n = 157)



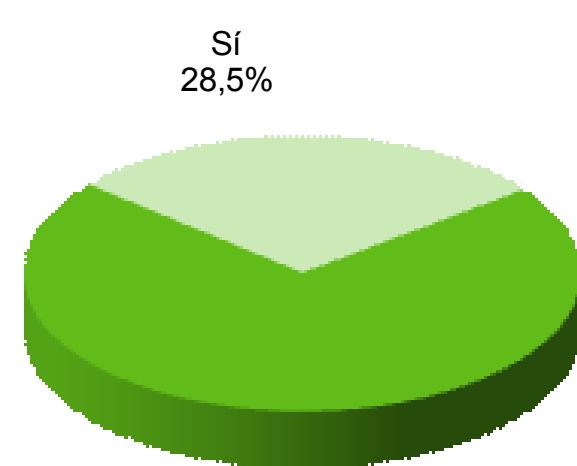
No
84,1%

BIZKAIA
(n = 693)



No
84,1%

GIPUZKOA
(n = 475)



No
71,5%

* Por turista entendemos cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P19: *En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas*? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

		Capitales/Resto Territorio				
		Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)
Sí		16,6%	14,5%	20,8%	12,4%	28,9%
No		83,4%	85,5%	79,2%	87,6%	71,1%

* Por turista entendemos cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P19: *En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas*? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Sí	15,2%	22,5%	26,0%	34,2%	19,4%	23,2%
No	84,8%	77,5%	74,0%	65,8%	80,6%	76,8%

* Por turista entendemos cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P19: *En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas*? (año 2.011)*

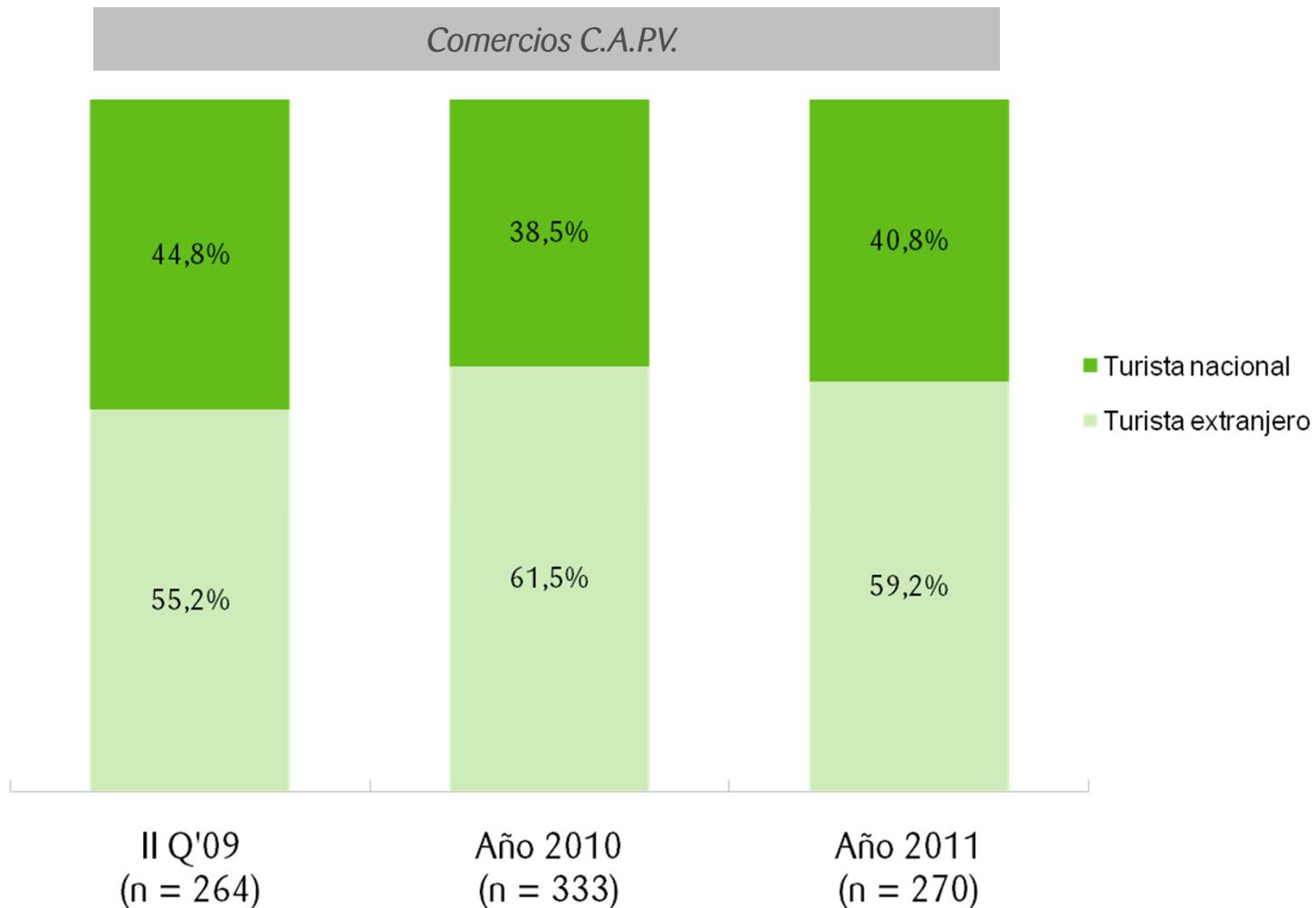
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Sí	16,9%	25,6%	10,8%	19,6%	23,4%
No	83,1%	74,4%	89,2%	80,4%	76,6%

* Por turista entendemos cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

- La afluencia de turistas nacionales, entendemos por turistas nacionales aquellos turistas provenientes de otras comunidades autónomas, a los comercios minoristas es superior a la afluencia de extranjeros. En el último año, la presencia de turistas nacionales en el comercio minorista vasco se ha estancado.

P.15N/P.19/P.20: ¿Cuántos son nacionales y cuántos son extranjeros?
Base: Comercios minoristas entrevistados donde entran turistas



4.2.

“Hitos de mayor afluencia de turistas”

- La afluencia de turistas al comercio minorista vasco, en función de cuatro momentos clave, se tiende a estructurar de la siguiente manera:
 - El verano es el momento clave de afluencia de turistas a los comercios minoristas vascos. Ocho de cada diez responsables, gestores, etc. del comercio minorista vasco que afirman recibir turistas en sus establecimientos, manifiestan como momento de mayor afluencia de turistas el verano.
 - Semana Santa y los puentes son el segundo y tercer momento.
 - Por último, la Navidad es el periodo donde menor afluencia de turistas se detecta en el comercio minorista vasco.

P.21: A lo largo de un año, ¿en cuáles de los siguientes momentos que le sugiero, nota más la afluencia de turistas a su comercio?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercer lugar?, ¿y en último lugar? (año 2.011)

Base: 270 comercios minoristas entrevistados donde entran turistas

	Momentos de mayor afluencia de turistas				
	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	No concreta respuesta
Navidad	6,2%	12,1%	6,5%	66,6%	8,6%
Semana Santa	3,6%	36,0%	49,6%	3,0%	7,9%
Verano	79,8%	10,3%	6,4%	3,0%	0,5%
Los puentes	10,5%	35,0%	28,0%	17,6%	---

5.

*“El personal empleado en el
comercio minorista vasco”*

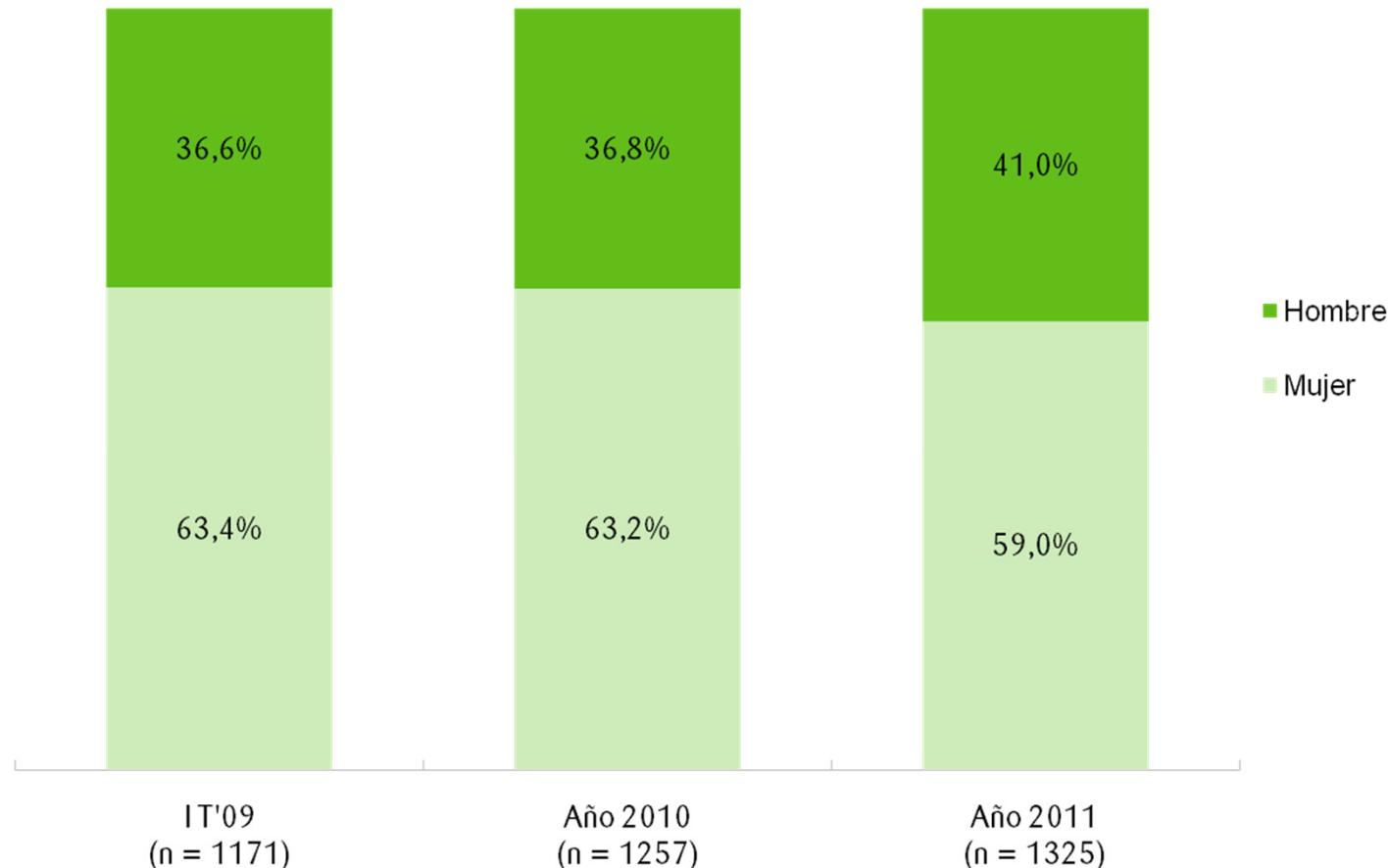
5.1.

***“Personal empleado en el
comercio minorista vasco
desde la perspectiva de
género”***

- En el comercio minorista vasco, seis de cada diez empleados/as son mujeres.
- Los comercios minoristas vascos donde se detecta una tendencia al equilibrio entre hombres y mujeres son:
 - Comercios minoristas de alimentación.
 - Comercios minoristas de hogar.
 - Comercios minoristas de más de 9 empleados/as.
 - Comercios minoristas del Territorio Histórico de Bizkaia.

P.13/P.5/P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

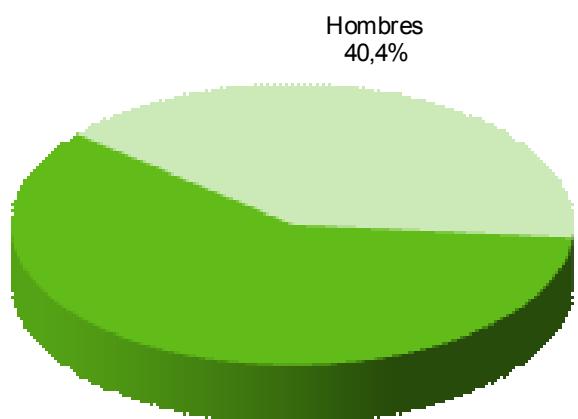


P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.011)

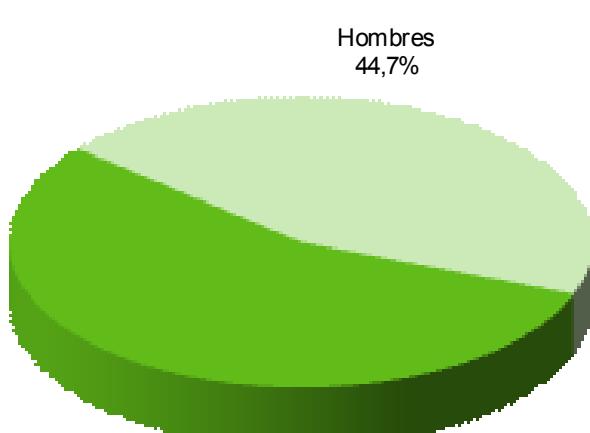
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



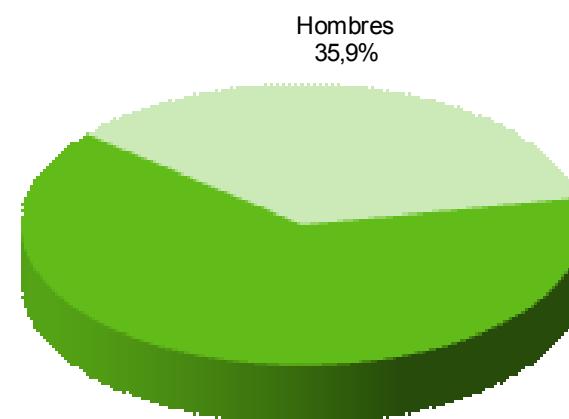
ARABA
(n = 157)



BIZKAIA
(n = 693)



GIPUZKOA
(n = 475)



P5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales/Resto Territorio						
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Sí	39,5%	42,0%	43,5%	45,6%	40,9%	32,8%
No	60,5%	58,0%	56,5%	54,4%	59,1%	67,2%

P5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Hombres	44,5%	38,6%	36,8%	38,9%	49,6%	53,5%
Mujeres	55,5%	61,4%	63,2%	61,1%	50,4%	46,5%

P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.011)

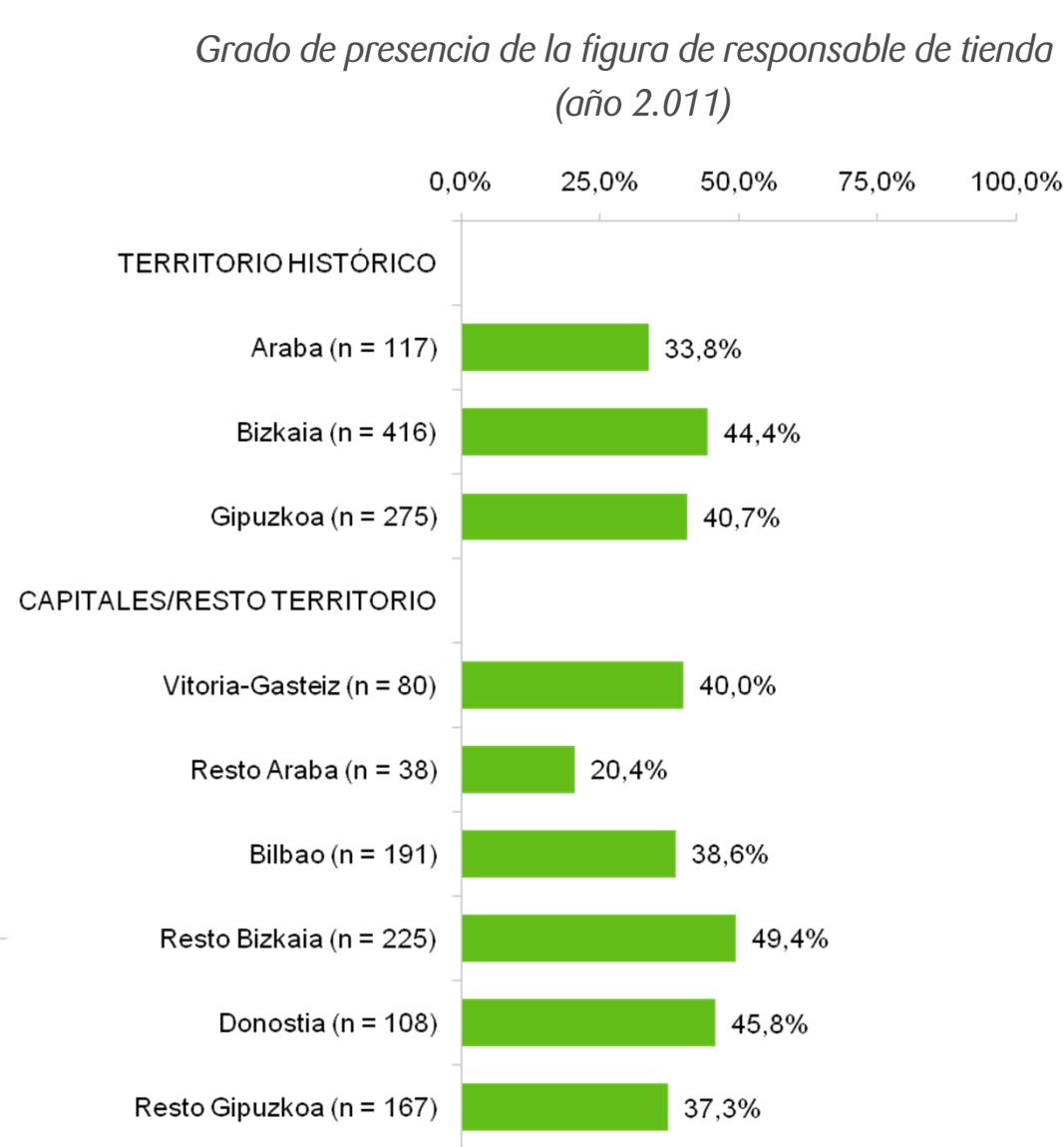
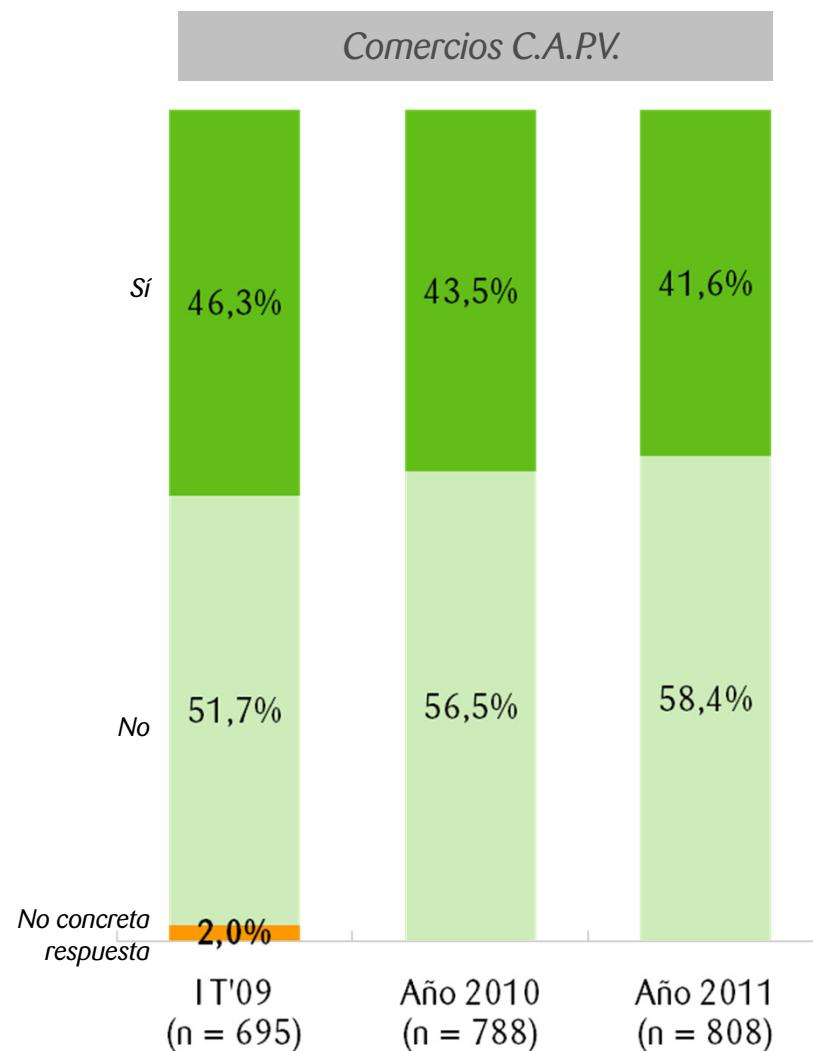
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Hombres	46,0%	29,2%	47,0%	11,6%	50,1%
Mujeres	54,0%	70,8%	53,0%	88,4%	49,9%

- La figura de responsable de tienda, establecimiento, dada la estructura, tamaño del comercio minorista vasco, está poco “institucionalizada”. Las tendencias apunadas en el año 2010 se reiteran en parte.
- Exceptuando el Territorio Histórico de Bizkaia, continua siendo una figura o cargo más presente en los comercios minoristas de las capitales que en el resto de cada uno de los Territorios Históricos.
- Continua siendo un recurso más utilizado por dueños/as, gestores/as jóvenes, menos de 45 años.
- Más propio, también, ,de comercios minoristas que se dedican al ramo, actividad del hogar.

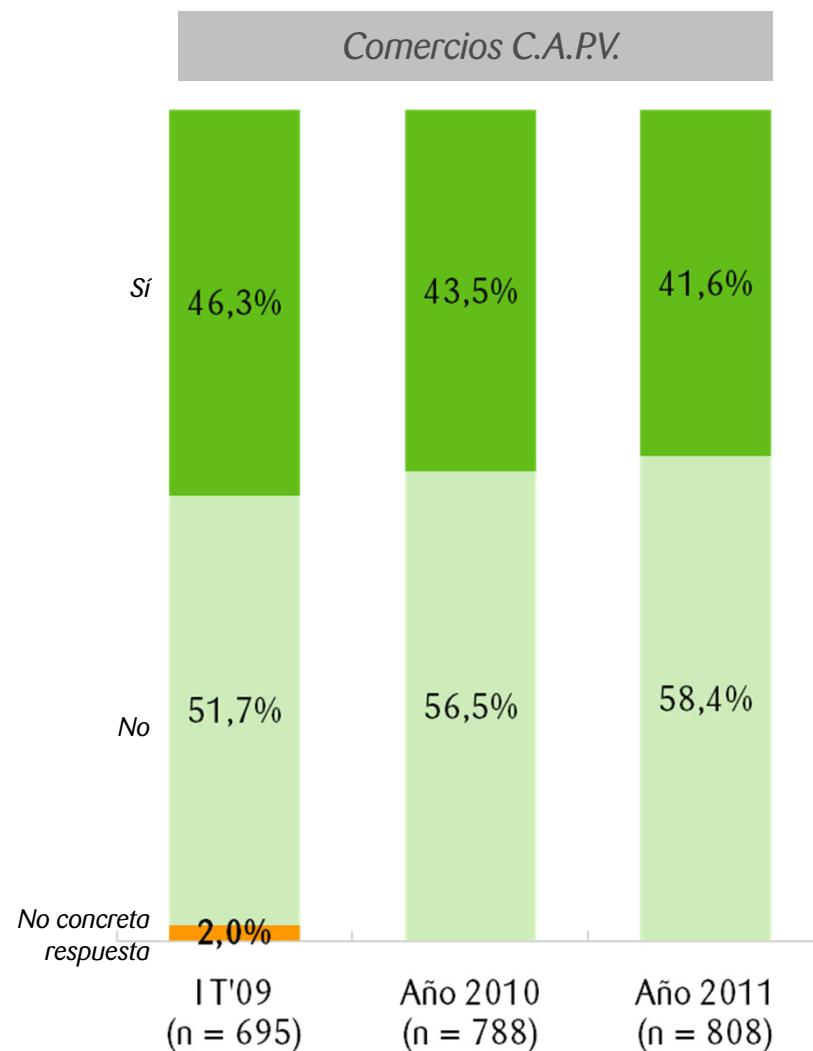
P14/P6/P6: Excluyéndose usted, ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento?

Base: Comercios minoristas entrevistados con más de un empleado/a

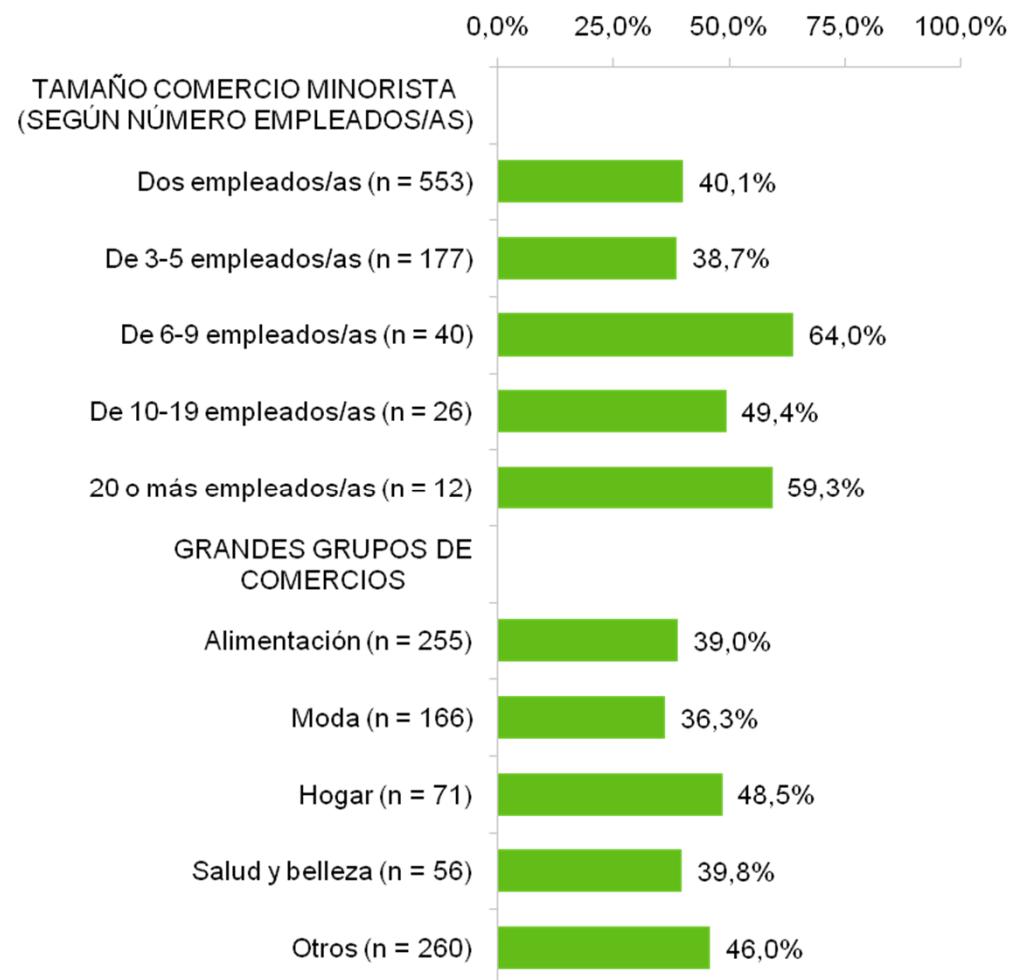


P.14/P.6/P.6: Excluyéndose usted, ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento?

Base: Comercios minoristas entrevistados con más de un empleado/a



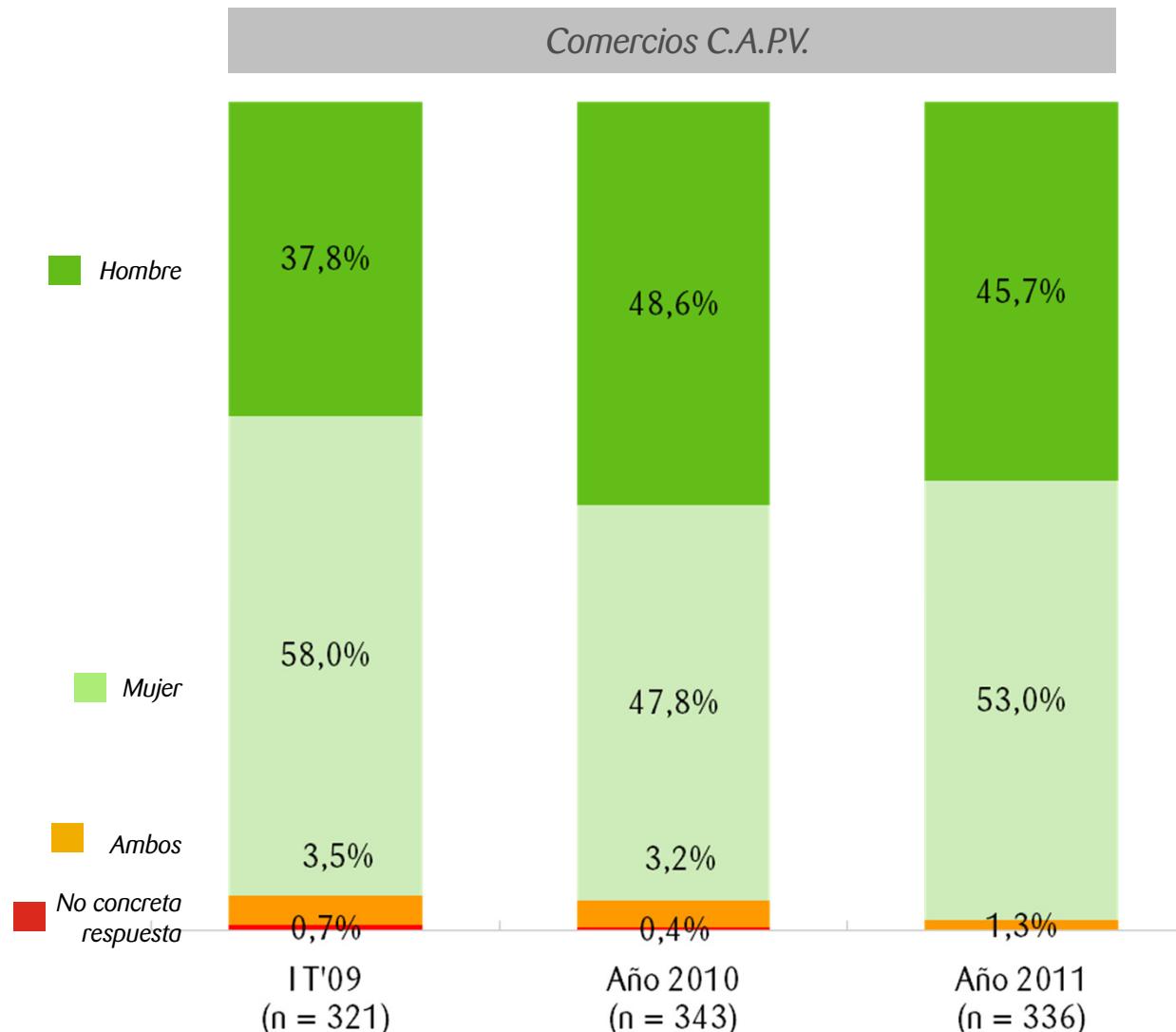
Grado de presencia de la figura de responsable de tienda (año 2.011)



- En aquellos comercios minoristas donde existe la figura del responsable de tienda, en líneas generales, tiende a responder más a un rol, cargo femenino (53,0%) que a uno masculino (45,7%).
- La fotografía obtenida en 2011 se aproxima más a la fotografía del año 2009 que a la del año 2010.

P15/P7/P7: ¿Este responsable de tienda, establecimiento, es un hombre o una mujer?

Base: Comercios minoristas entrevistados con figura de responsable de tienda



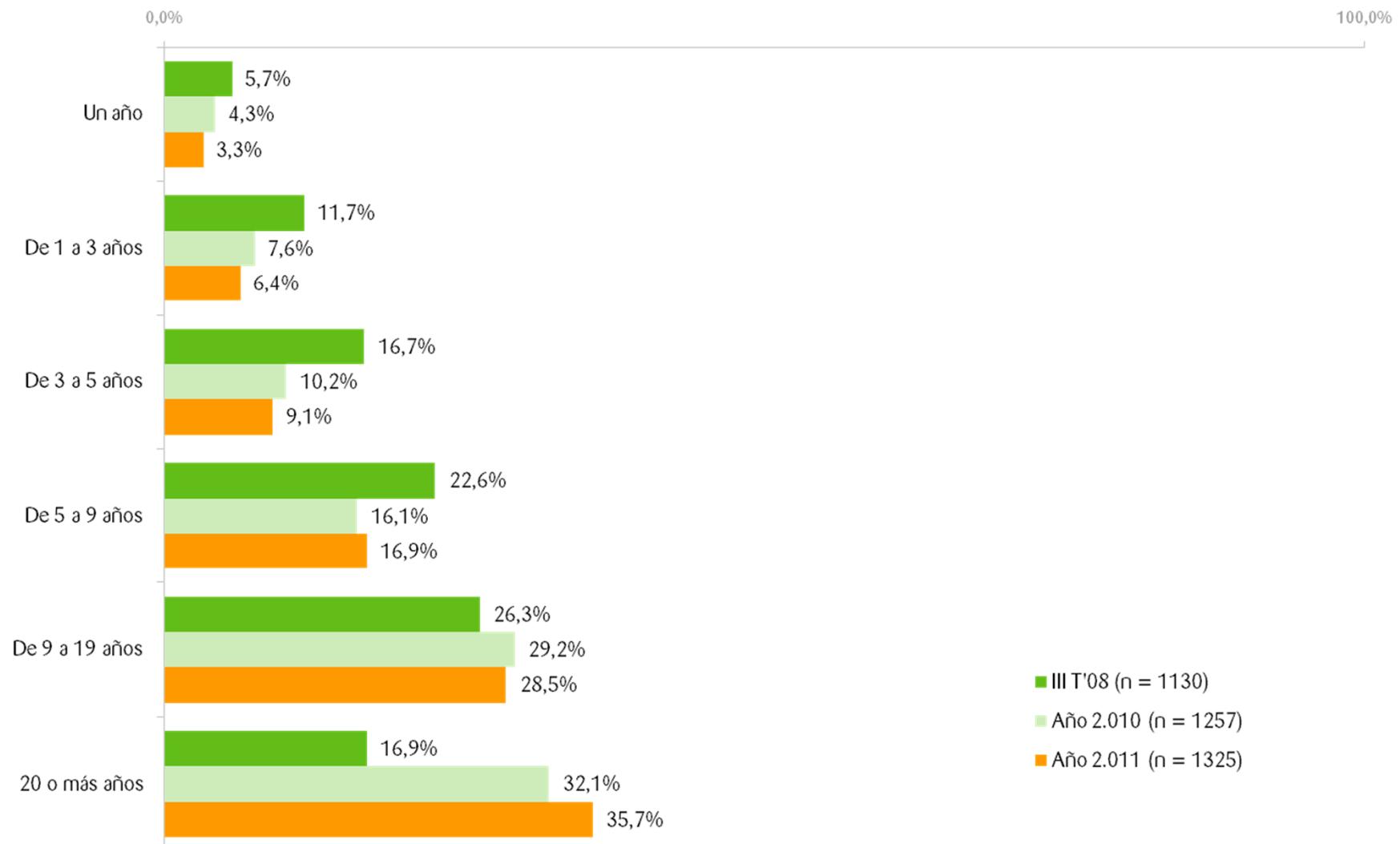
5.2.

“Antigüedad del personal”

- Uno de cada diez empleados/as continua teniendo una antigüedad de tres años o menos. Por el contrario, un tercio de los/las empleados/as tiene una antigüedad de 20 o más años. Fotografía muy similar a lo detectado en el año 2010.
- La incorporación de nuevos empleados/as al comercio minorista y su consolidación inicial (menos de 3 años) continua siendo más perceptible en los mismos segmentos de comercios que en el año 2010.
 - Los comercios minoristas del Territorio Histórico de Araba y del Territorio Histórico de Gipuzkoa.
 - Los comercios con más de tres empleados/as.
 - Los comercios dedicados a la salud y belleza.

P13/P8/P8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 157)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Un año	5,7%	2,1%	4,4%
De 1 a 3 años	6,6%	5,9%	6,9%
De 3 a 5 años	10,3%	8,9%	9,1%
De 5 a 9 años	11,7%	18,0%	17,0%
De 9 a 19 años	33,4%	28,3%	27,4%
20 años o más	32,2%	36,8%	35,3%

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 102)	Resto Araba (n = 55)	Bilbao (n = 290)	Resto Bizkaia (n = 403)	Donostia (n = 182)	Resto Gipuzkoa (n = 293)
Un año	5,1%	6,8%	1,1%	2,7%	4,0%	4,7%
De 1 a 3 años	6,1%	7,6%	4,4%	7,0%	9,5%	5,3%
De 3 a 5 años	11,7%	7,9%	9,8%	8,3%	11,2%	7,8%
De 5 a 9 años	13,0%	9,4%	17,3%	18,5%	21,4%	14,3%
De 9 a 19 años	30,9%	37,9%	30,7%	26,6%	27,1%	27,5%
20 años o más	33,2%	30,4%	36,7%	36,9%	26,9%	40,5%

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 517)	Dos empleados/as (n = 553)	De 3-5 empleados/as (n = 177)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 26)	20 o más empleados/as (n = 12)
Un año	2,4%	3,6%	5,0%	4,6%	3,7%	2,6%
De 1 a 3 años	4,8%	6,2%	9,6%	11,1%	9,2%	11,9%
De 3 a 5 años	6,7%	8,6%	15,2%	18,2%	10,4%	13,8%
De 5 a 9 años	15,4%	17,3%	17,0%	23,4%	25,0%	22,0%
De 9 a 19 años	28,3%	28,4%	27,5%	26,9%	44,4%	32,0%
20 años o más	42,2%	36,0%	25,8%	15,8%	7,3%	17,7%

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de comercios					
	Alimentación (n = 439)	Moda (n = 294)	Hogar (n = 111)	Salud y belleza (n = 97)	Otros (n = 384)
Un año	4,0%	3,5%	4,0%	1,7%	2,8%
De 1 a 3 años	5,4%	5,7%	5,5%	12,7%	6,5%
De 3 a 5 años	5,1%	10,3%	8,5%	12,4%	12,2%
De 5 a 9 años	14,3%	16,8%	16,3%	13,7%	21,0%
De 9 a 19 años	27,4%	25,4%	29,8%	22,5%	33,5%
20 años o más	43,9%	38,3%	35,9%	37,1%	24,1%

5.3.

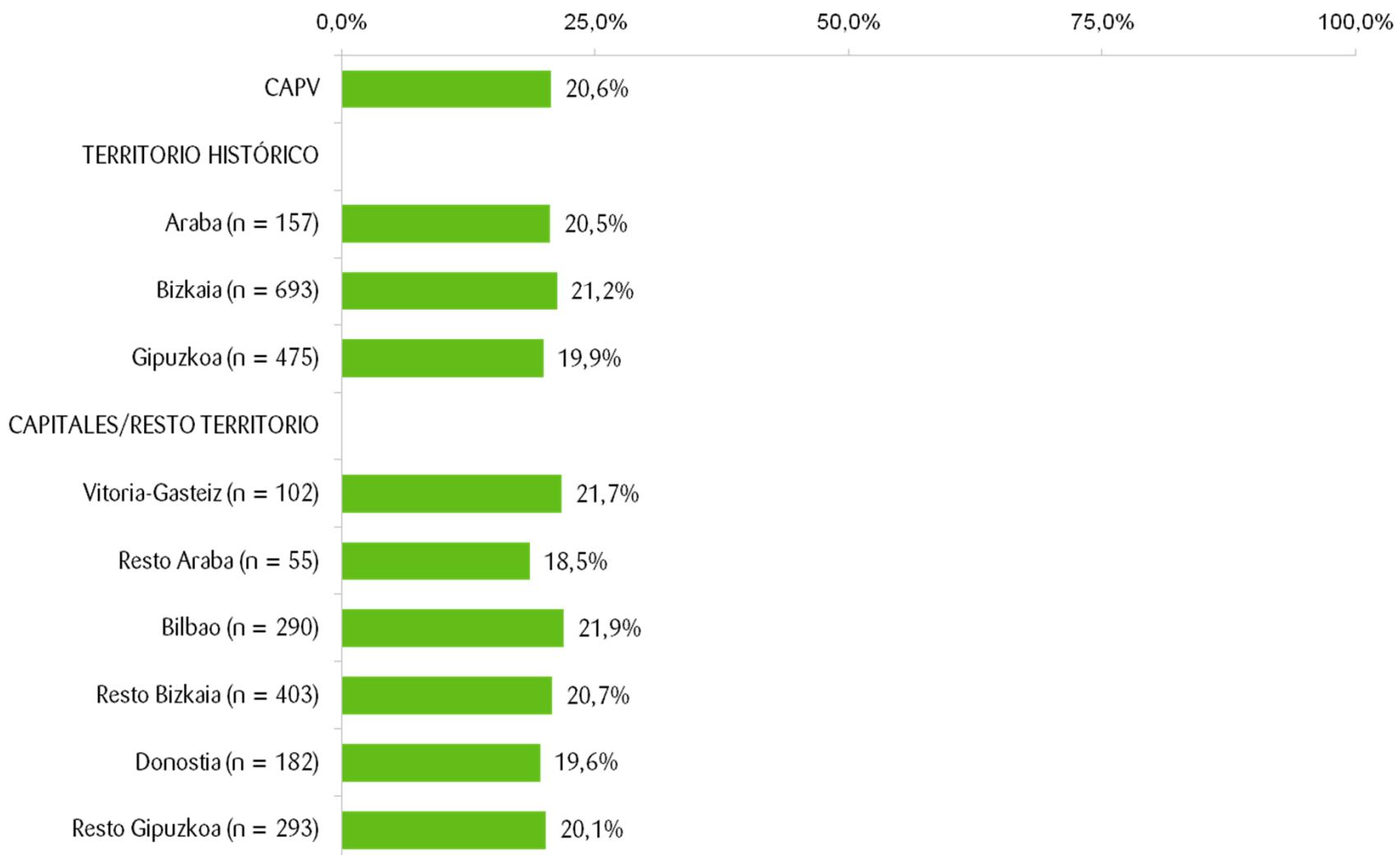
**“El nivel de estudio de los/las
empleados/as en el comercio
minorista”**

- La tasa de empleados/as del comercio minorista vasco con estudios universitarios es del 20,6, 4,5 puntos porcentuales menos que en el año 2010.
- Los comercios donde esta tasa es mayor a la media, son:
 - Comercios de Bilbao, de Vitoria-Gasteiz.
 - Comercios de 3 a 9 empleados/as.
 - Comercios del ramo de salud y belleza.
 - Comercios cuyo gerente, dueño/a tiene menos de 45 años.
 - Comercios cuyo gerente, dueño/a tiene estudios universitarios.

P.9.: Y de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios medios, universitarios? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

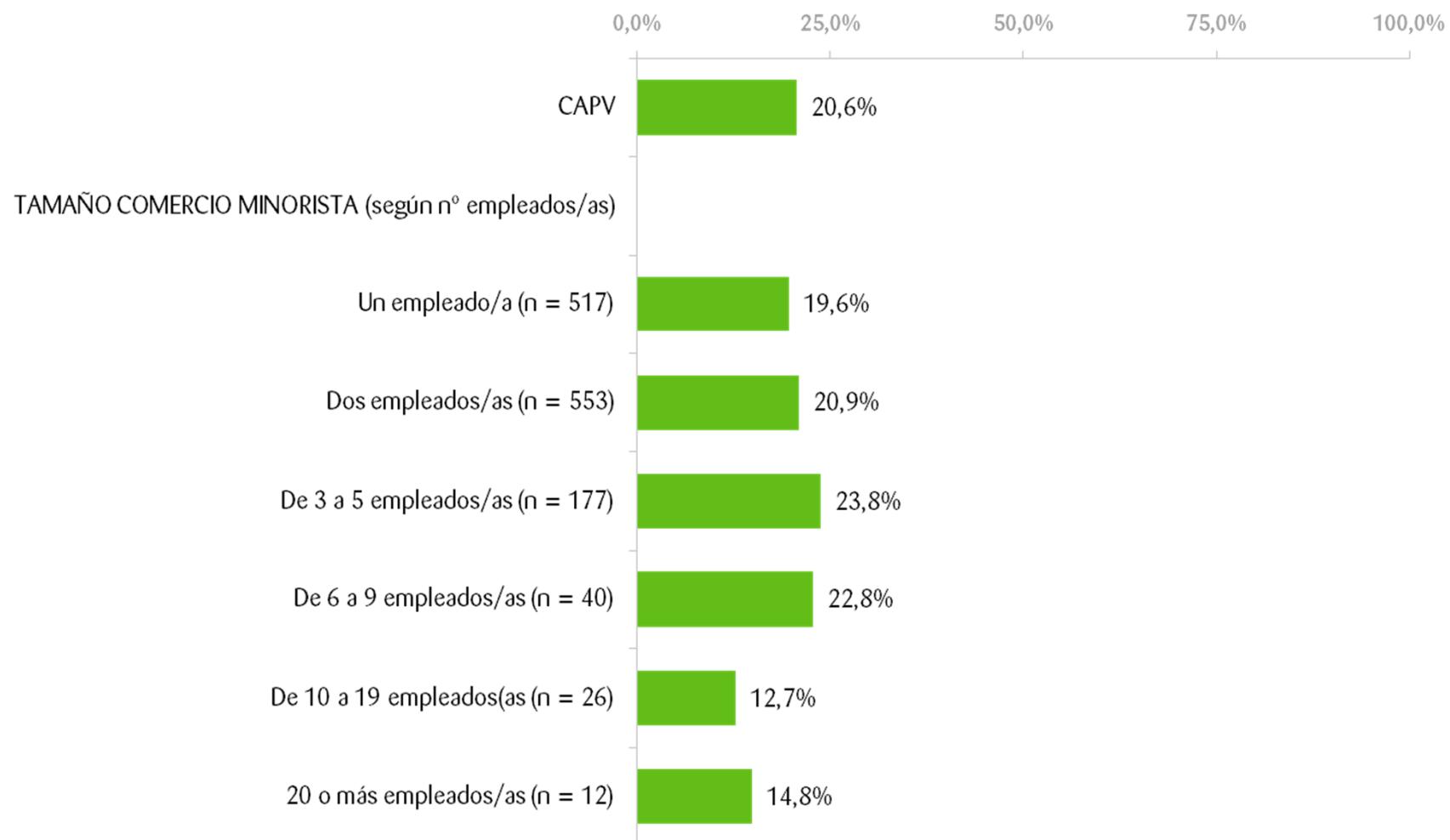
Ratio de empleados/as con estudios universitarios



P.9.: *Y de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios medios, universitarios? (año 2.011)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

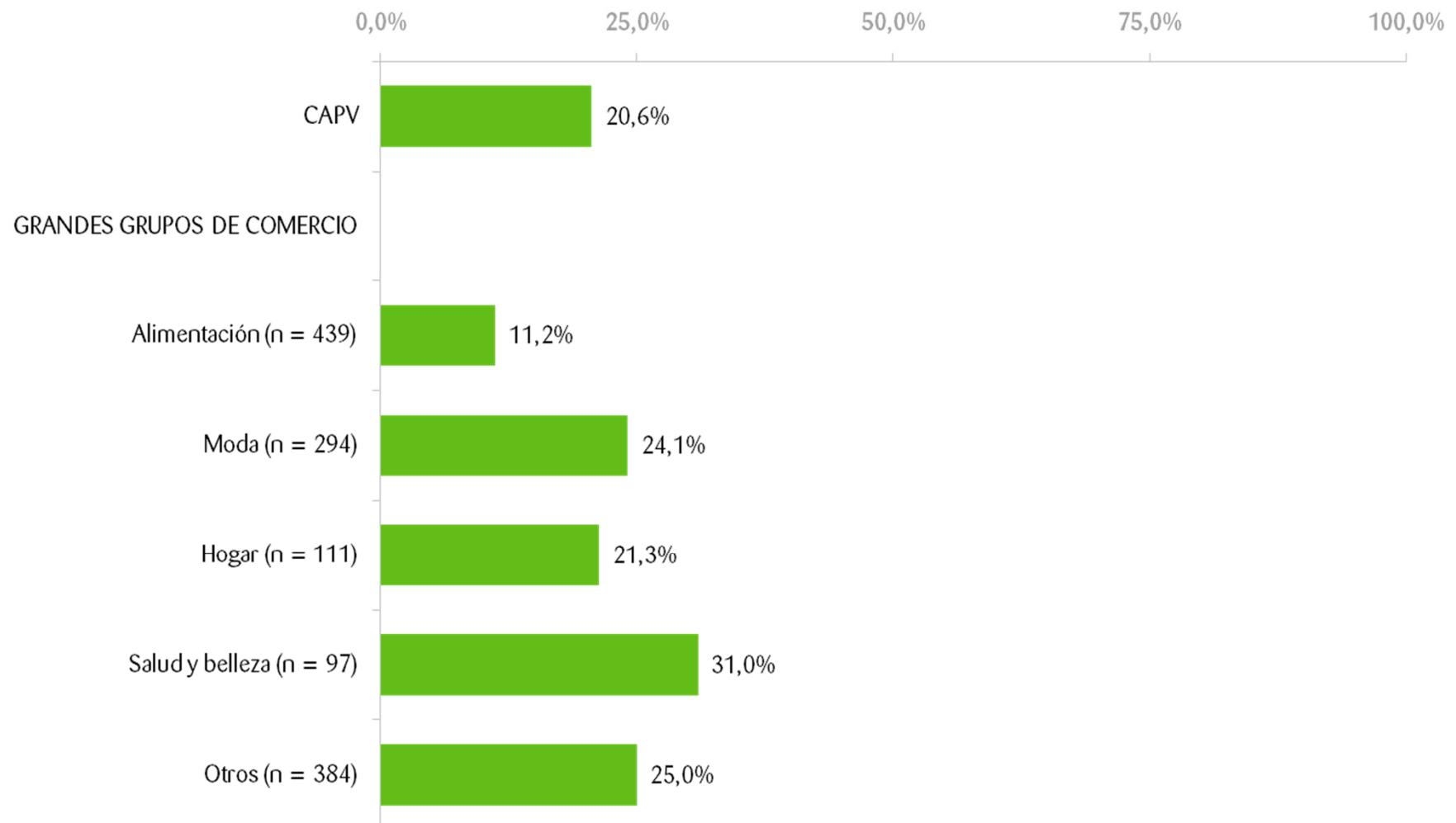
Ratio de empleados/as con estudios universitarios



P.9: Y de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios medios, universitarios? (año 2.011)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Ratio de empleados/as con estudios universitarios

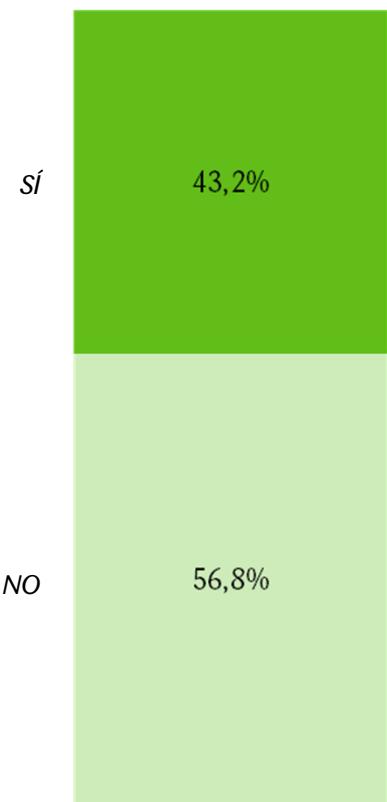


6.

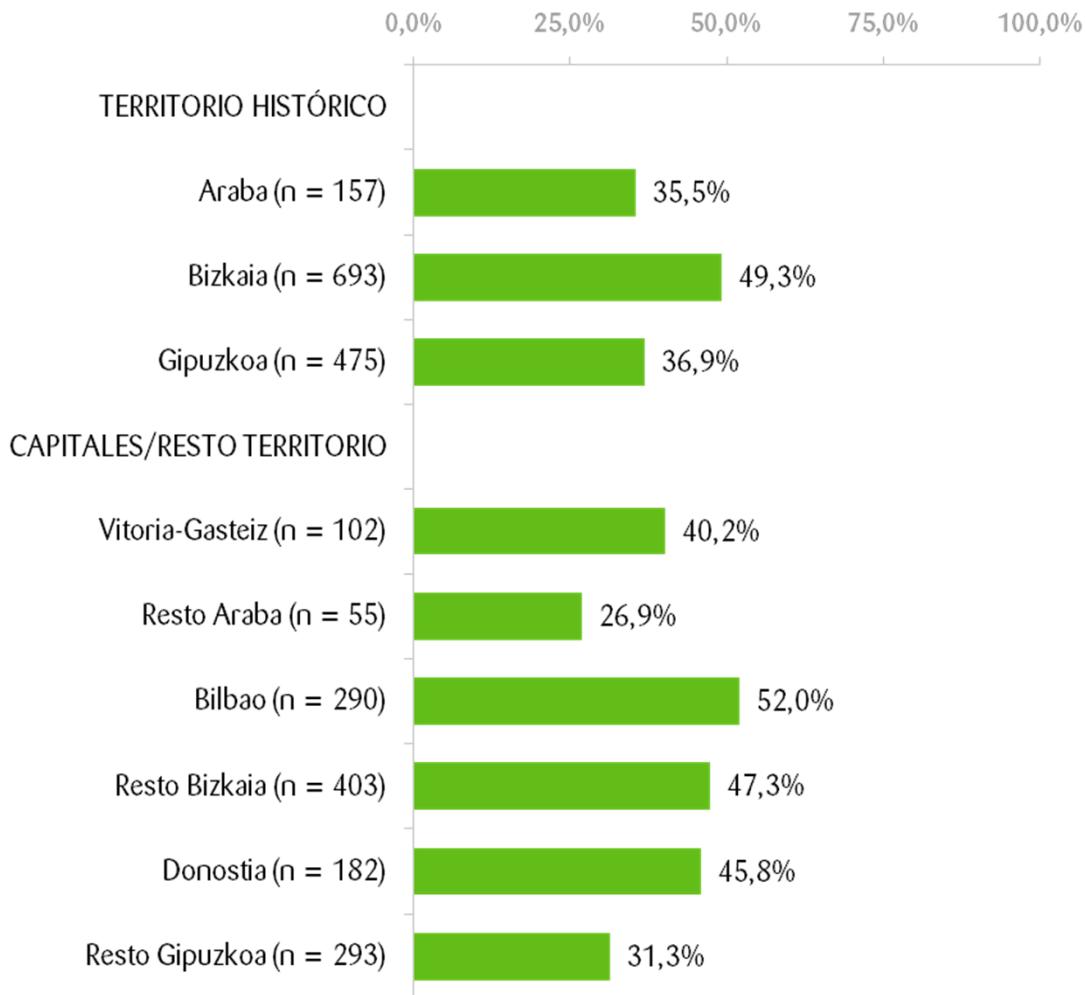
“El alquiler de los locales comerciales”

- El 43,2% de los/las responsables, dueños/as, gerentes de establecimientos comerciales manifiesta que el local comercial está en régimen de alquiler.
- El régimen de alquiler del local de los establecimientos comerciales es más perceptible en los siguientes segmentos de comercios minoristas:
 - Comercios del Territorio Histórico de Bizkaia y de Donostia.
 - Comercios del ramo, actividad comercial del hogar.
 - Comercios de dos a nueve empleados/as.

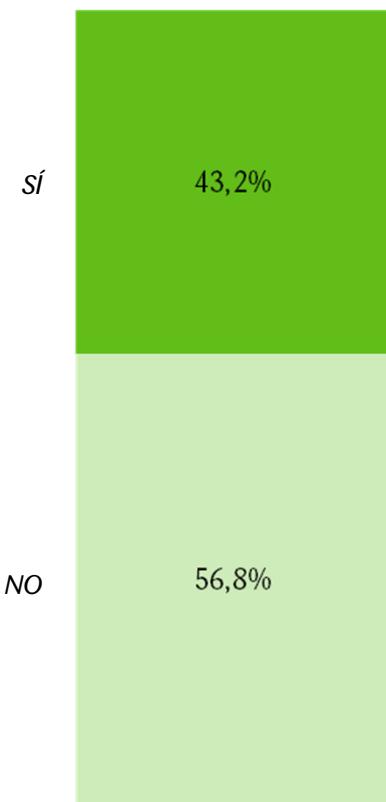
P.25: *¿El local del establecimiento, del comercio está en régimen de alquiler? (año 2011)*
 Base: Total de comercios minoristas entrevistados



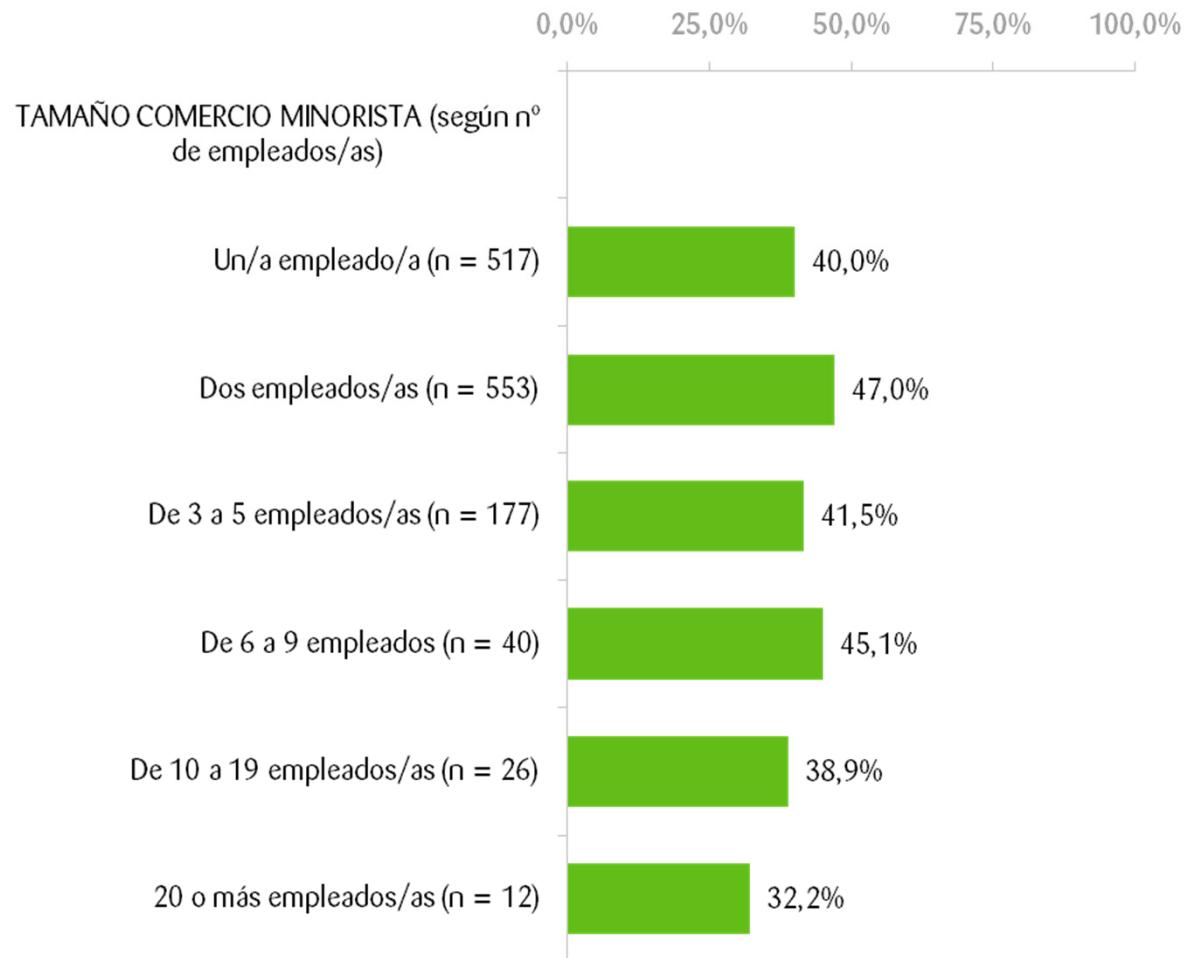
Grado/tasa de locales comerciales en régimen de alquiler



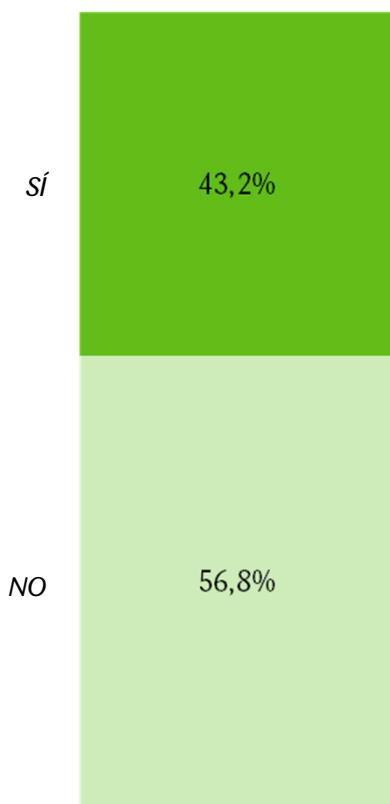
P.25: *¿El local del establecimiento, del comercio está en régimen de alquiler? (año 2011)*
 Base: Total de comercios minoristas entrevistados



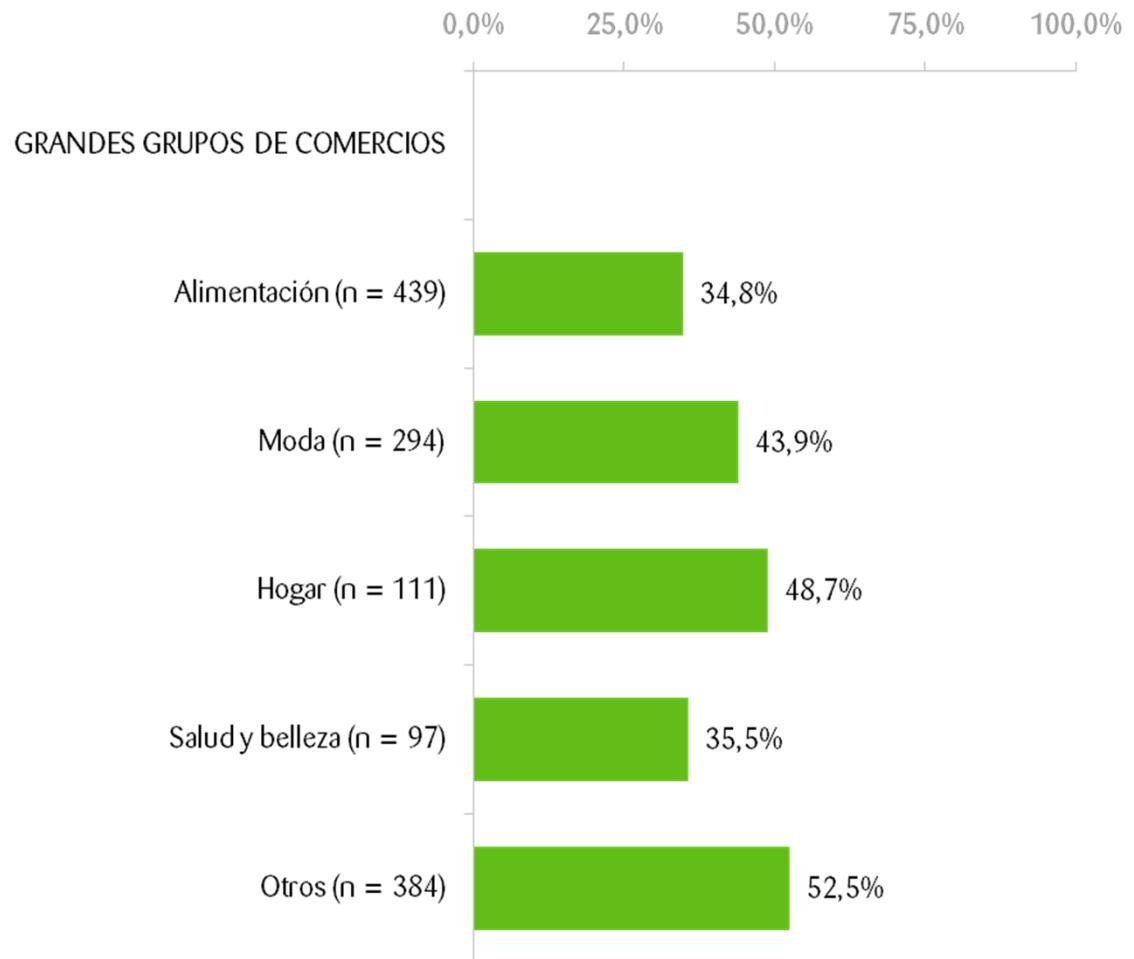
Grado/tasa de locales comerciales en régimen de alquiler



P.25: *¿El local del establecimiento, del comercio está en régimen de alquiler? (año 2011)*
 Base: Total de comercios minoristas entrevistados



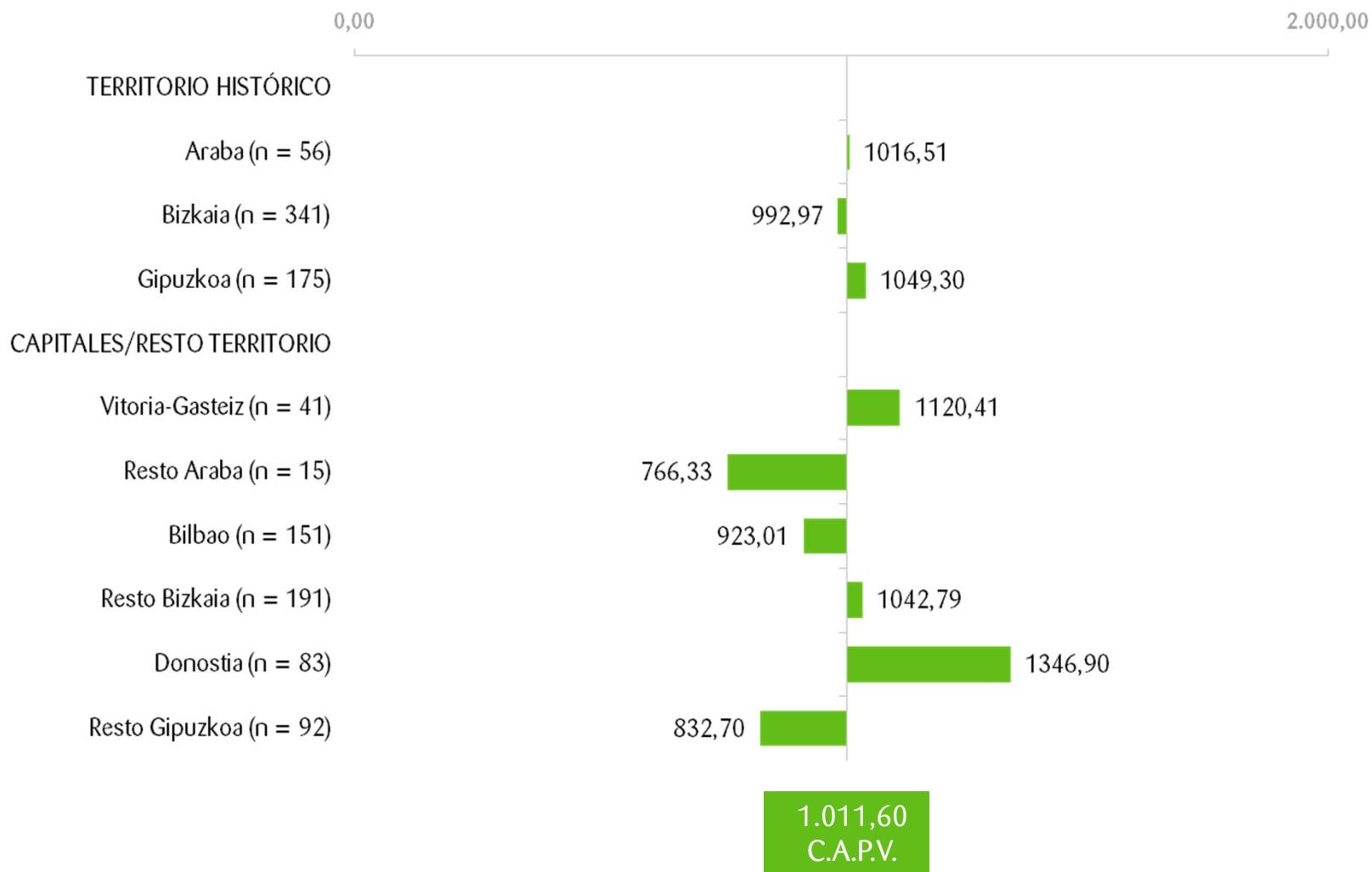
Grado/tasa de locales comerciales en régimen de alquiler



- El alquiler medio mensual de estos comercios es de 1.011,6 euros. En este sentido, a excepción del Territorio Histórico de Bizkaia, el alquiler medio mensual en las capitales de los Territorios Históricos es superior al alquiler medio del resto de municipios.
- Por otro lado, el alquiler medio mensual de los comercios del ramo o actividad de moda, de hogar y de salud&belleza es muy similar, en torno a 1.200 euros mensuales de media.

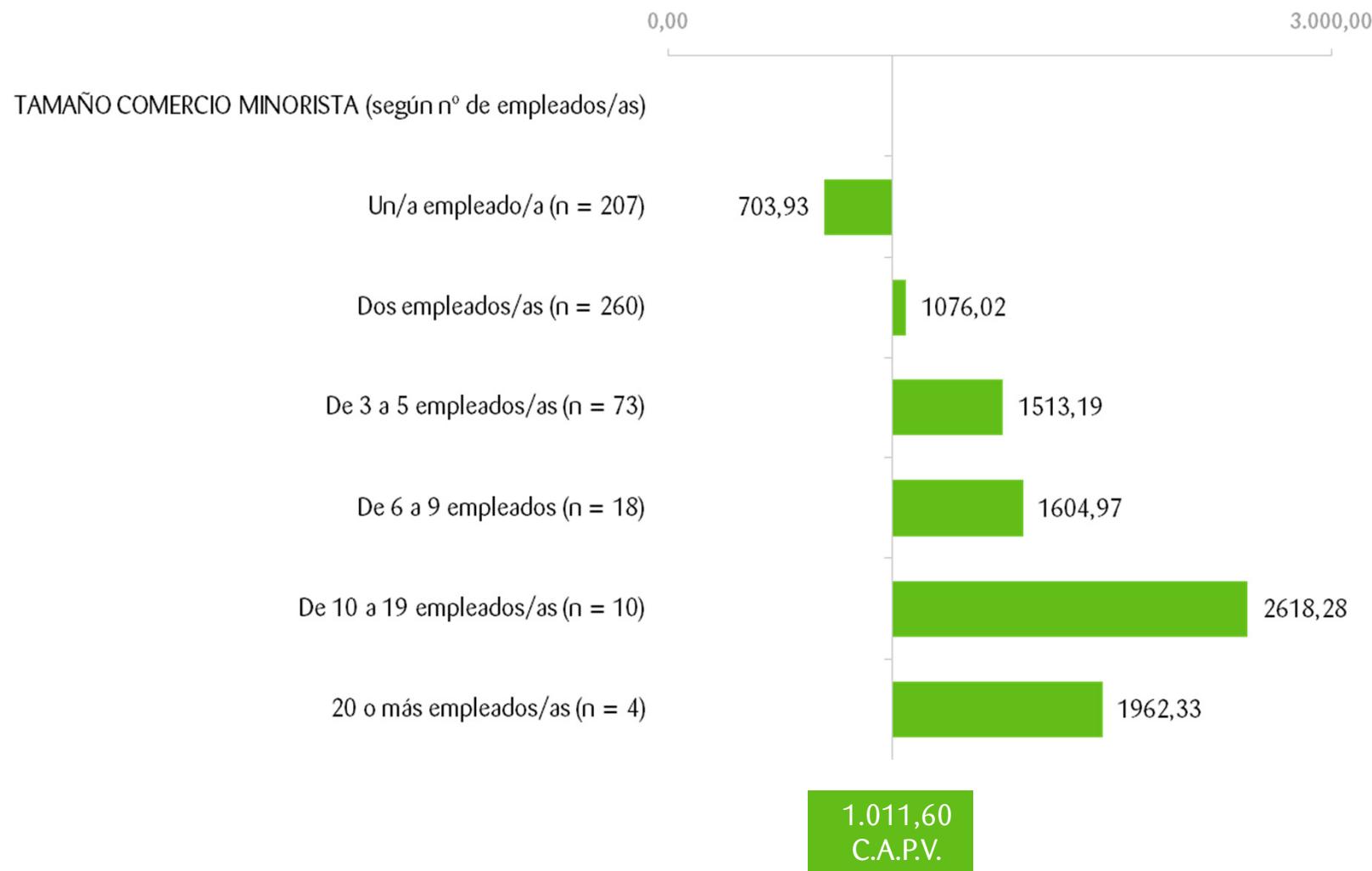
P.26: ¿Podría deciros, aproximadamente, cuanto paga al mes por el alquiler del local? (año 2011)

Base: 572 comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler



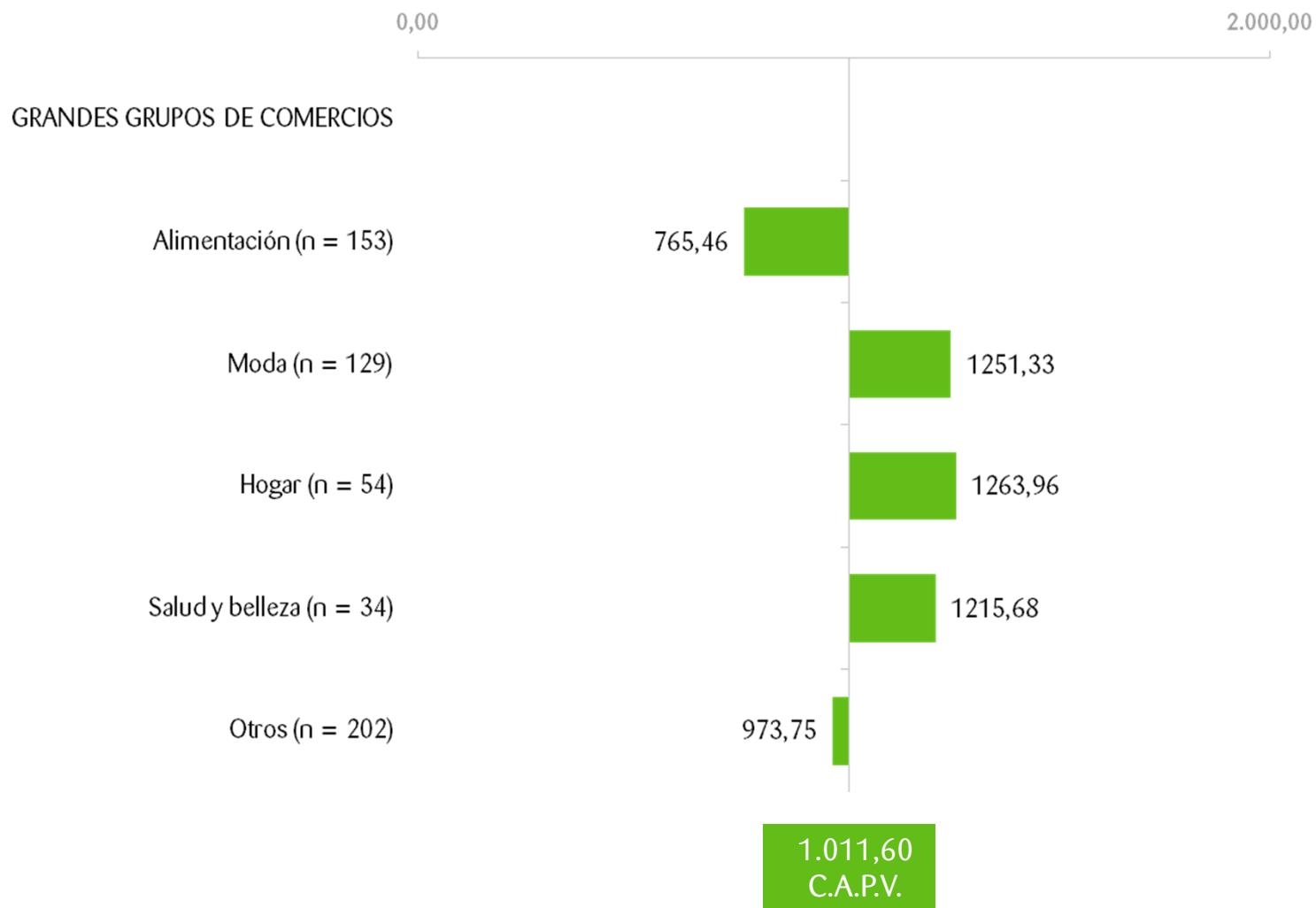
P.26: ¿Podría deciros, aproximadamente, cuánto paga al mes por el alquiler del local? (año 2011)

Base: 572 comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler



P.26: ¿Podría deciros, aproximadamente, cuanto paga al mes por el alquiler del local? (año 2011)

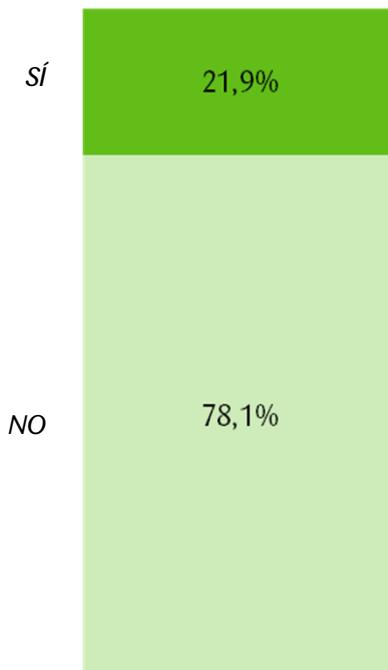
Base: 572 comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler



- El 21,9% de los comerciantes, responsables, dueños, gentes, etc... que tienen el local en régimen de alquiler ha intentado renegociar el precio del mismo.
- En concreto, uno de cada tres comerciantes, responsables, dueños, gerentes, etc.. que han intentado renegociar la cuantía del mismo, ha conseguido reducir el precio del mismo.
- La reducción media del alquiler se sitúa en un 12,6%.
- Cara al año 2012, los intentos de renegociación del alquiler del comercio por parte de quienes no ha intentado renegociar en 2011, nos presentan una tasa similar a la detectada en 2011.

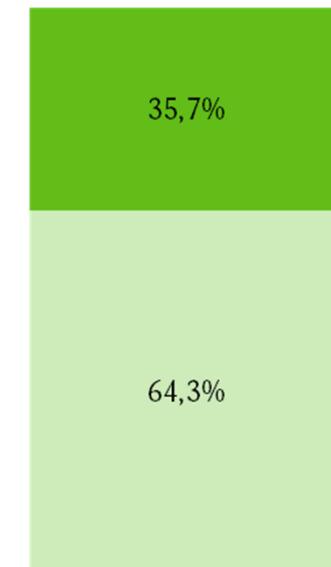
P.27: Durante el año 2011, ¿ha intentado renegociar el precio del alquiler con el propietario del mismo?
(año 2011)

Base: 572 comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler



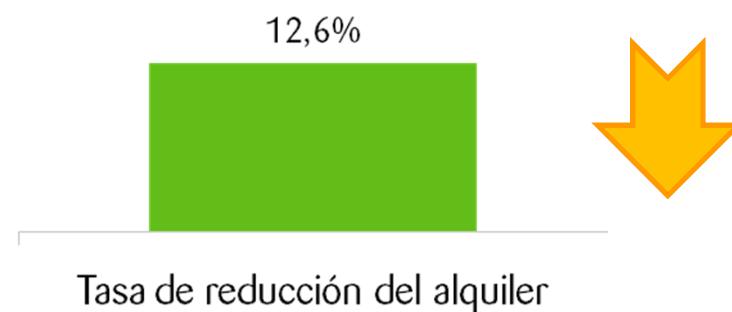
P.28: ¿Ha conseguido reducir el precio del alquiler del local?
(año 2011)

Base: 125 comercios minoristas que han intentado renegociar el precio del alquiler



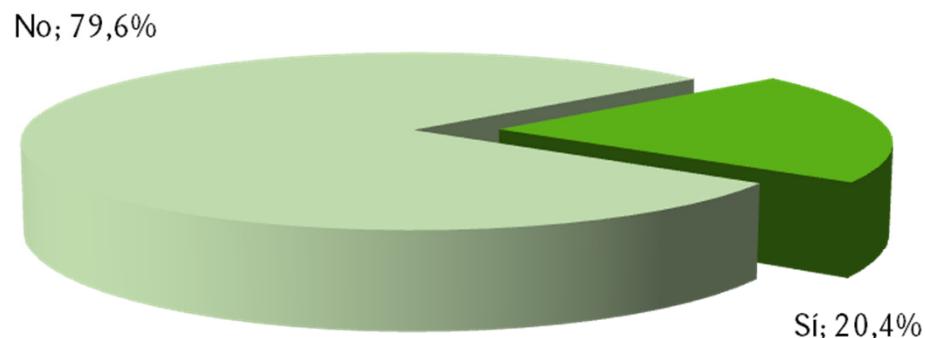
P29: Aproximadamente, ¿qué porcentaje de reducción del alquiler ha conseguido? (año 2011)

Base: 45 comercios minoristas que han conseguido reducir el precio del alquiler del local



P30: *Contra al año que viene, ¿tiene intención de renegociar el precio del alquiler del local? (año 2011)*

Base: 447 comercios minoristas que no han intentado renegociar durante el año 2011 el alquiler



ALQUILER DE LOCALES COMERCIALES

No están en régimen de alquiler
56,8%

Están en régimen de alquiler
43,2%

*No han intentando
renegociar el alquiler
en 2011*
33,7%

*Han intentado
renegociar el alquiler
en 2011*
9,5%

*No lo
intentaron
en 2012*
26,8%

*Lo
intentaron
en 2012*
6,9%

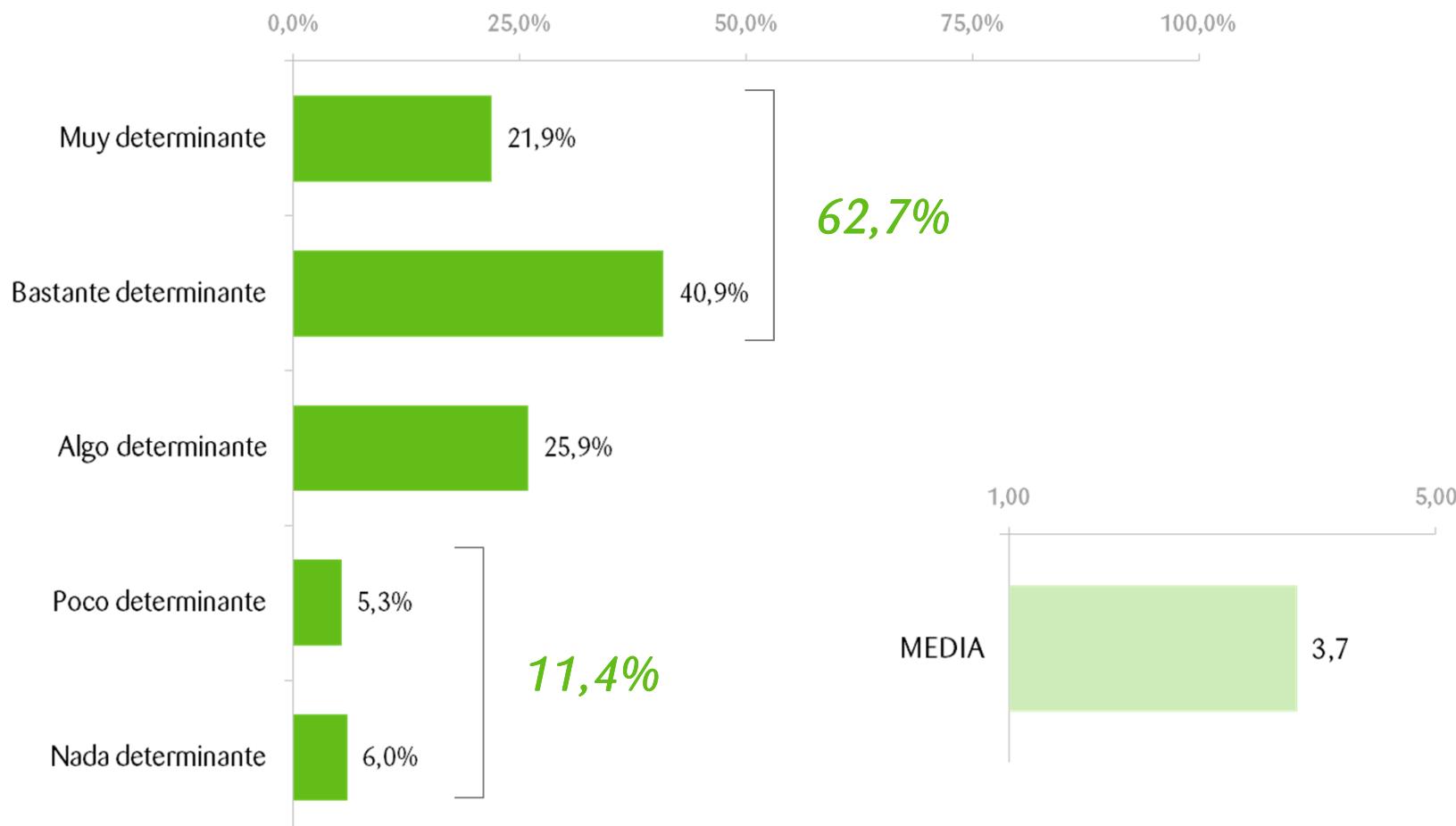
*No ha
logrado
reducción*
6,1%

*Ha logrado
reducción*
3,4%

- Casi dos de cada tres comerciantes, responsables, dueños/as, etc... cuyo local está en régimen de alquiler, consideran muy o bastante determinante el precio del alquiler del local en la gestión de su negocio.
- En el lado opuesto, el 11,4% de los/as comerciantes, responsables, dueños/as... cuyo local está en régimen de alquiler, valora como poco o nada relevante el precio del mismo en la gestión del comercio.

P31: ¿Hasta qué punto es determinante el precio del alquiler en la gestión de su negocio?* (año 2011)

Base: 572 comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler



* Escala de mínimo 1 "nada determinante" a máximo 5 "muy determinante"