



Barómetro del comercio minorista vasco (año 2013)

SINTESIS DE RESULTADOS

16 de Diciembre de 2013

Índice

1.- INTRODUCCIÓN: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	3
1.1. Objetivos del Barómetro del comercio minorista vasco	4
1.2. Ficha técnica	7
2.- BREVE DESCRIPCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	14
3.- EL/LA RESPONSABLE, DUEÑO/A DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	26
4.- LA PERCEPCIÓN DE LAS DEMANDAS DE LOS Y LAS CONSUMIDORES/AS DESDE LA ÓPTIMA DE LOS/LAS RESPONSABLES, DUEÑOS/AS DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	34
5.- EL/LA EMPLEADO/A DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	38
6.- LAS VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	48
7.- LA AFLUENCIA DE CLIENTES DE VISITANTES	56
8.- EL PESO DEL TURISMO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO	60
9.- EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES	67
10.- COSTES DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	79
11.- CONSIDERACIONES FINALES	83



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 para 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 2013, sobre los que se ha trabajado, son los siguientes:
 - **Análisis de las ventas del comercio minorista vasco** durante el año 2013 (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 2013 (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 con relación al año 2012).
 - 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, praxis 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.
 - El **comercio minorista**: su actividad exclusiva o principal consiste en la reventa de mercancías al consumidor final y a los pequeños usuarios.

- 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.
 - Venta al por menor de combustible para vehículos de motor.
 - Reparación de efectos personales y enseres domésticos.
 - La actividad de intermediarios, corredores de mercancías y otros mayoristas que comercian por cuenta de terceros.

DETALLE DE PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: LA MUESTRA REALIZADA

- Se han realizado 1507 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de $e = \pm 2,6\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, 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 tipo de actividad según CNA-09. Aún así comarcas de Araba como Montaña Alavesa, Rioja Alavesa o Etribaciones de Gorbea y de Bizkaia como Arratia Nervión, Encartaciones, Gernika-Bermeo, Markina - Ondarroa y Plentzia – Mungía, quedan con muestras muy bajas y seguramente en un segundo análisis del muestreo se deberán de subir estas muestras para dar a los comercios de estas comarcas un nivel de fiabilidad adecuado.

- El diseño de la muestra resultante fue el siguiente:

		De 1 a 2 trabajadores/as	De 3 a 5 trabajadores/as	De 6 a 9 trabajadores/as	De 10 a 19 trabajadores/as	De 20 a 49 trabajadores/as	50 o más trabajadores/as	Total
Araba	Llanada Alavesa	99	73	23	11	13	6	225
	Rioja Alavesa	7	1	---	---	1	---	9
	Estribaciones del Gorbea	---	---	---	1	---	---	1
	Cantábrica Alavesa	30	16	2	---	3	1	52
	ARABA	136	90	25	12	17	7	287
Bizkaia	Arratia - Nervión	7	2	---	1	1	---	11
	Gran Bilbao	197	132	44	35	19	8	435
	Duranguesado	51	26	9	7	1	1	95
	Encartaciones	16	8	2	2	---	---	28
	Gernika - Bermeo	20	10	3	1	---	1	35
	Markina - Ondarroa	10	6	---	2	---	---	18
	Plentzia - Mungia	16	10	6	2	---	---	34
	BIZKAIA	317	194	64	50	21	10	656
Gipuzkoa	Bajo Bidasoa	28	19	3	7	4	---	61
	Bajo Deba	26	14	5	4	---	---	49
	Alto Deba	20	11	1	4	---	2	38
	Donostia - San Sebastián	125	95	29	17	6	2	274
	Goierri	42	18	3	3	1	---	67
	Tolosa	16	12	2	2	2	---	34
	Urola costa	24	10	1	4	1	1	41
	GIPUZKOA	281	179	44	41	14	5	564
TOTAL CAPV	734	463	133	103	52	22	1.507	

- 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 Directorio de Establecimientos de Comercio, DIRAE, 2012.
- Así, la distribución muestral resultante, una vez equilibrada, es la siguiente:

		De 1 a 2 trabajadores/as	De 3 a 5 trabajadores/as	De 6 a 9 trabajadores/as	De 10 a 19 trabajadores/as	De 20 a 49 trabajadores/as	50 o más trabajadores/as	Total
Araba	Llanada Alavesa	110	34	8	6	2	1	160
	Rioja Alavesa	6	1	---	---	1	---	8
	Estribaciones del Gorbea	---	---	---	6	---	---	6
	Cantábrica Alavesa	14	2	1	---	0	0	18
	ARABA	130	37	9	12	4	1	192
Bizkaia	Arratia - Nervión	10	2	---	0	0	---	13
	Gran Bilbao	463	102	32	19	11	2	628
	Duranguesado	50	9	2	2	1	0	64
	Encartaciones	16	2	1	0	---	---	19
	Gernika - Bermeo	23	4	1	1	---	0	29
	Markina - Ondarroa	15	3	---	0	---	---	18
	Plentzia - Mungia	22	3	1	1	---	---	27
	BIZKAIA	599	125	37	23	12	2	799
Gipuzkoa	Bajo Bidasoa	45	11	3	2	1	---	62
	Bajo Deba	29	6	1	2	---	---	38
	Alto Deba	27	6	1	1	---	0	35
	Donostia - San Sebastián	177	49	13	8	4	1	252
	Goierri	34	6	1	1	0	---	43
	Tolosa	26	6	1	1	0	---	34
	Urola costa	42	7	1	1	0	0	52
	GIPUZKOA	381	91	22	16	6	1	517
TOTAL CAPV	1.110	254	68	51	21	4	1.507	

DETALLE DE PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: COMERCIO MINORISTA

- En concreto, se han realizado 1.187 entrevistas a comercios minoristas que, una vez aplicado el criterio de ponderación, anteriormente definido, suponen 1.275 entrevistas.
- Es por ello, que el margen de error, para este colectivo es de $e = \pm 2,8\%$ (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.

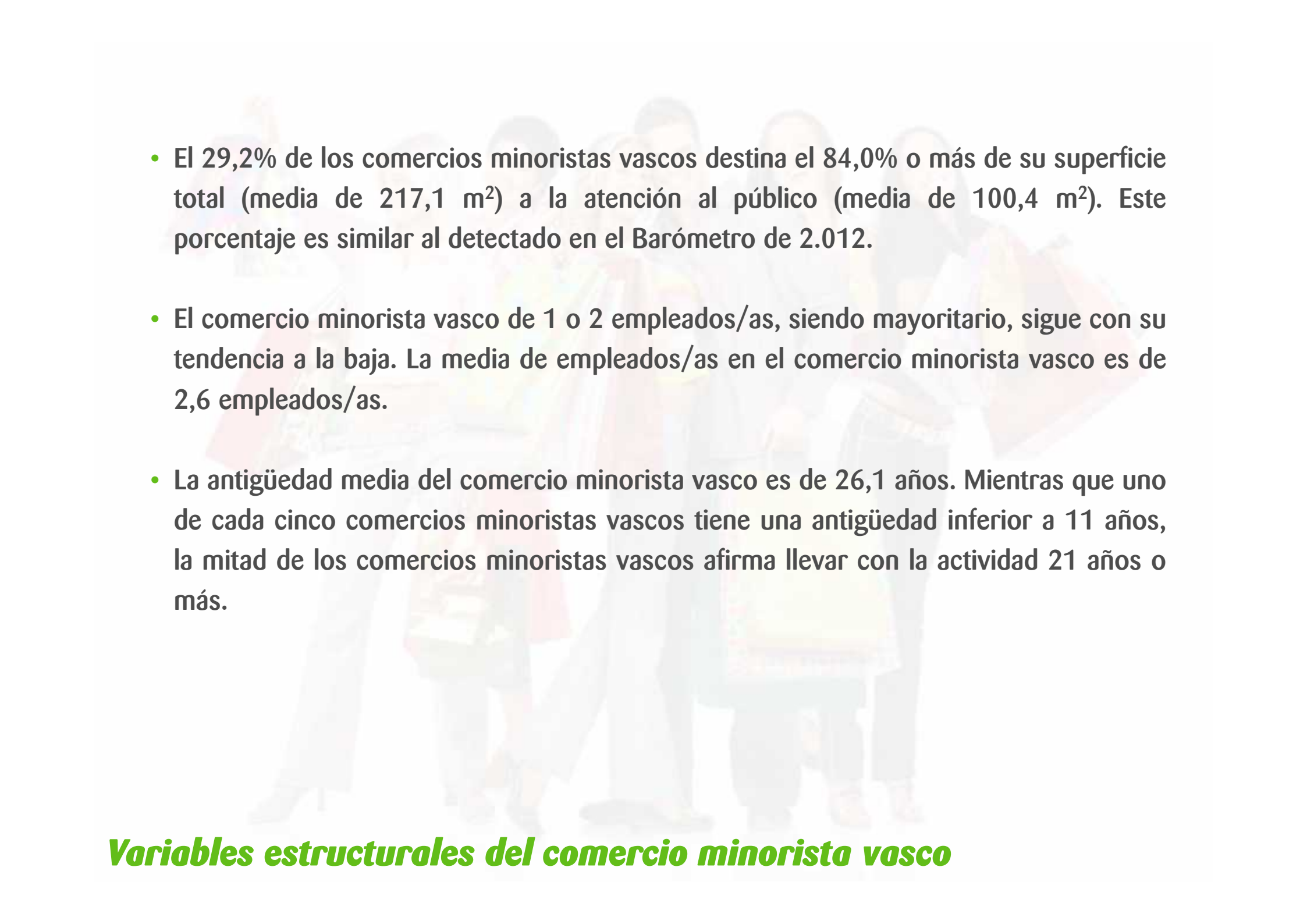
FECHAS DE REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- Las fechas de implementación de este Barómetro son las siguientes:
 - Aprobación del cuestionario: 11 de noviembre de 2013.
 - Inicio del trabajo de encuestación: 11 de noviembre de 2013.
 - Finalización del trabajo de encuestación: 29 de noviembre de 2013.
 - Tabulación, proceso de datos: del 2 al 9 de noviembre de 2013.
 - Presentación del informe de resultados: 16 de diciembre de 2013.

The background of the slide features a grid of fashion sketches. The sketches are rendered in a light, faded style, showing various models in elegant, flowing dresses and gowns. Some models are wearing hats, and one is carrying a large, patterned handbag. The sketches are arranged in a grid pattern, with some overlapping. The overall aesthetic is classic and artistic, typical of fashion design portfolios.

2.

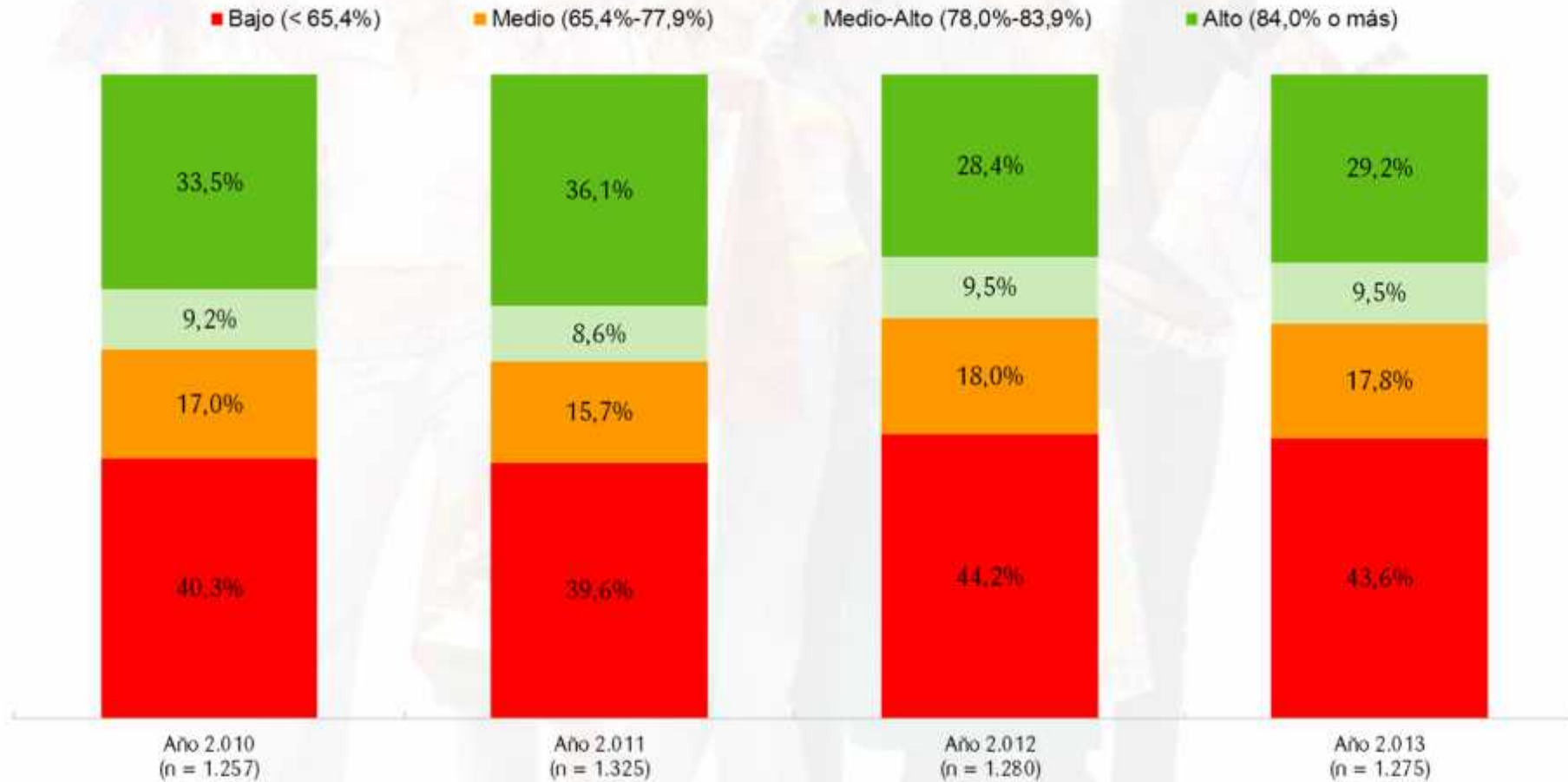
“Breve descripción del comercio minorista vasco”

- 
- El 29,2% de los comercios minoristas vascos destina el 84,0% o más de su superficie total (media de 217,1 m²) a la atención al público (media de 100,4 m²). Este porcentaje es similar al detectado en el Barómetro de 2.012.
 - El comercio minorista vasco de 1 o 2 empleados/as, siendo mayoritario, sigue con su tendencia a la baja. La media de empleados/as en el comercio minorista vasco es de 2,6 empleados/as.
 - La antigüedad media del comercio minorista vasco es de 26,1 años. Mientras que uno de cada cinco comercios minoristas vascos tiene una antigüedad inferior a 11 años, la mitad de los comercios minoristas vascos afirma llevar con la actividad 21 años o más.

Variables estructurales del comercio minorista vasco

Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista

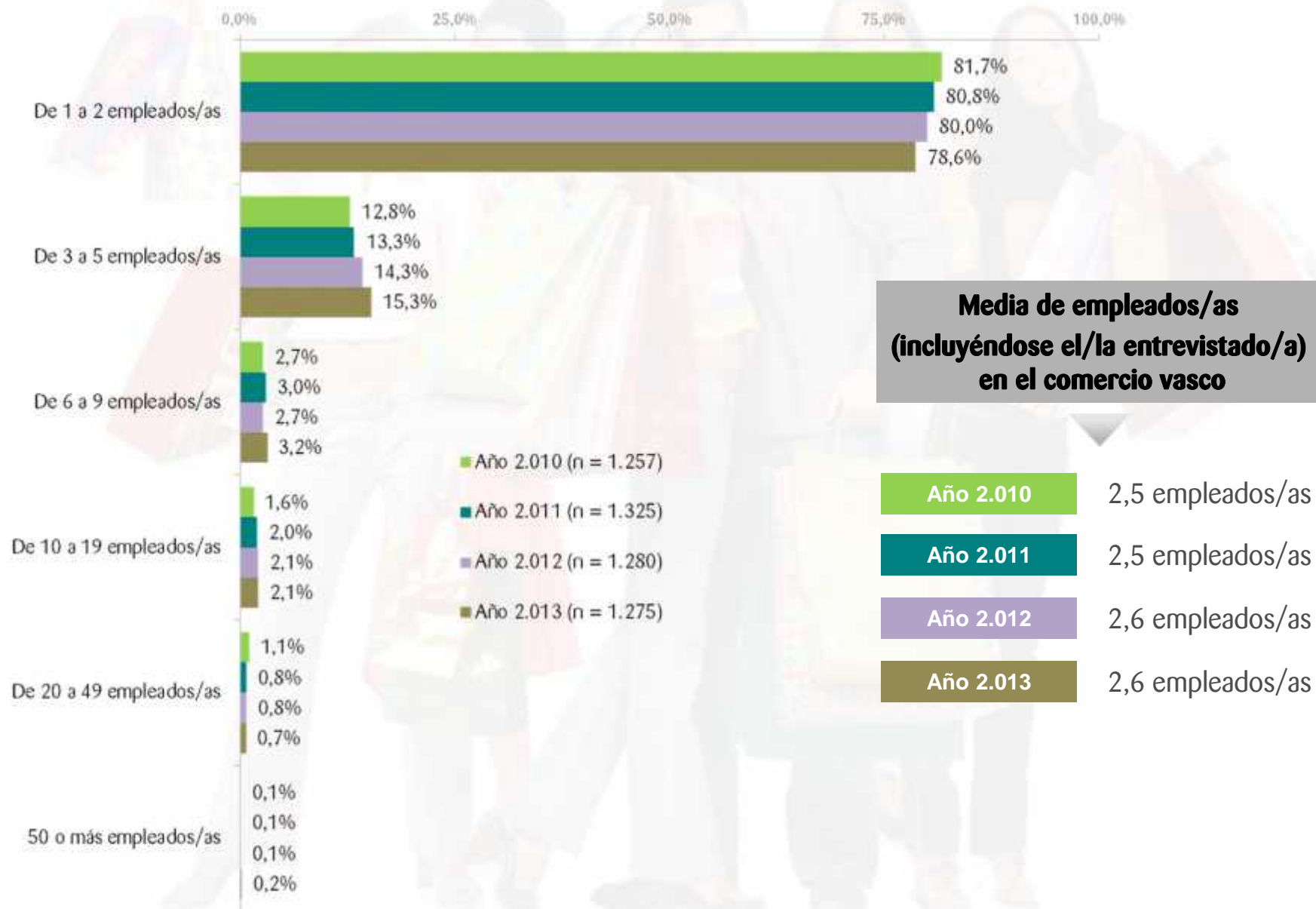
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Ratio de superficie de atención al público/superficie total

P.4: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Número de empleados/as

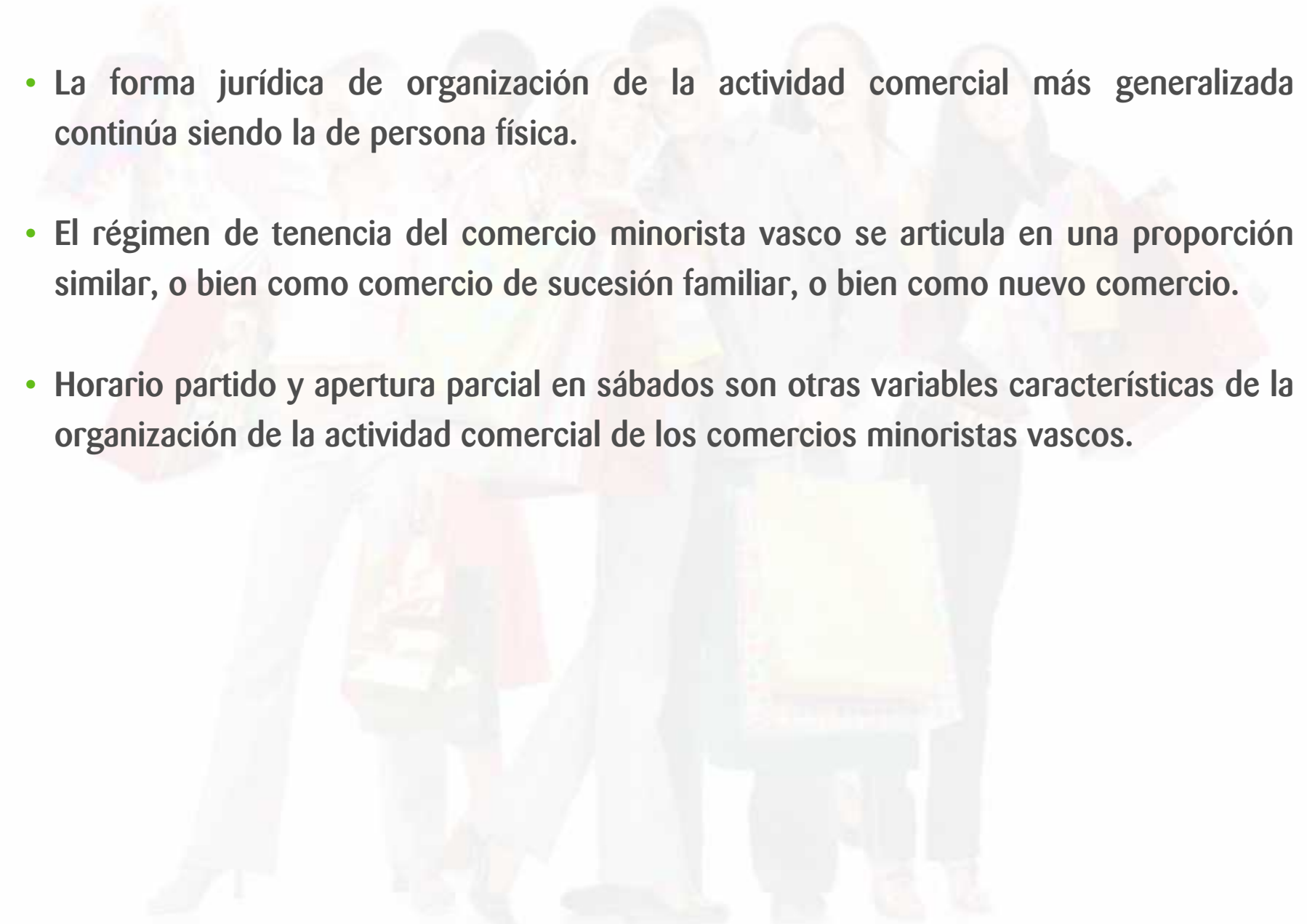
P.22: Año de apertura del comercio minorista
 Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Año 2.010 (n=1.257)	Año 2.011 (n=1.325)	Año 2.012 (n=1.280)	Año 2.013 (n=1.275)
Hasta 5 años	13,6%	11,6%	7,9%	8,8%
De 6 a 8 años	7,8%	7,6%	7,7%	8,0%
De 9 a 10 años	6,4%	6,0%	4,8%	4,6%
De 11 a 13 años	8,1%	8,9%	8,3%	7,6%
De 14 a 17 años	8,5%	9,6%	11,2%	9,4%
De 18 a 20 años	8,3%	6,6%	6,6%	8,1%
De 21 a 25 años	10,1%	11,6%	11,3%	11,3%
De 26 a 30 años	12,2%	11,5%	10,9%	11,2%
De 31 a 45 años	14,0%	13,3%	18,1%	17,4%
Más de 45 años	11,0%	11,1%	12,4%	12,5%
No concreta respuesta	0,0%	2,2%	0,7%	1,1%

**Antigüedad media
de los comercios
minoristas vascos**

Año 2.010	23,7 años
Año 2.011	23,6 años
Año 2.012	25,8 años
Año 2.013	26,1 años

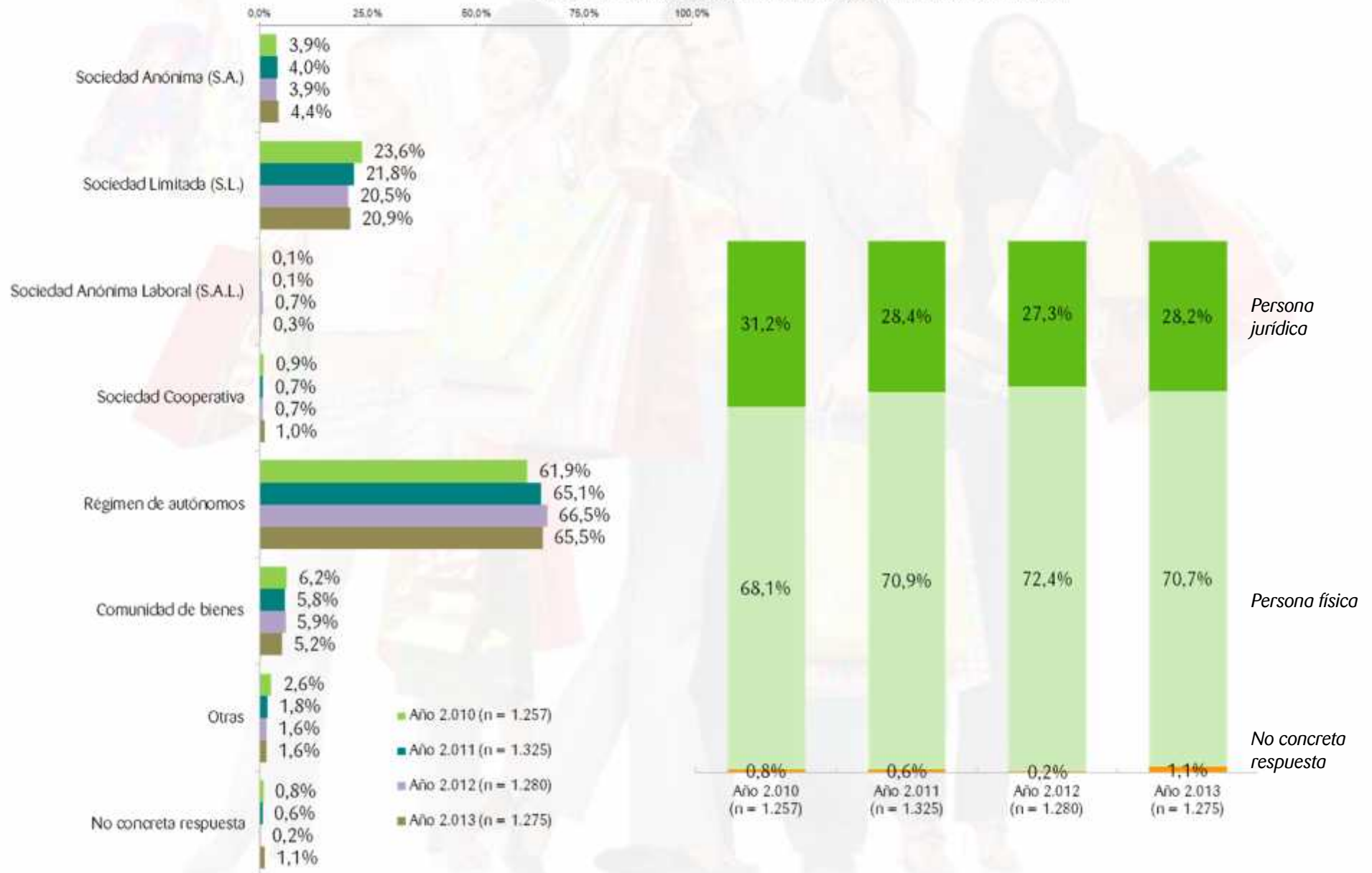
Antigüedad del comercio minorista vasco

- 
- La forma jurídica de organización de la actividad comercial más generalizada continúa siendo la de persona física.
 - El régimen de tenencia del comercio minorista vasco se articula en una proporción similar, o bien como comercio de sucesión familiar, o bien como nuevo comercio.
 - Horario partido y apertura parcial en sábados son otras variables características de la organización de la actividad comercial de los comercios minoristas vascos.

Variables de gestión-organización de la actividad comercial

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

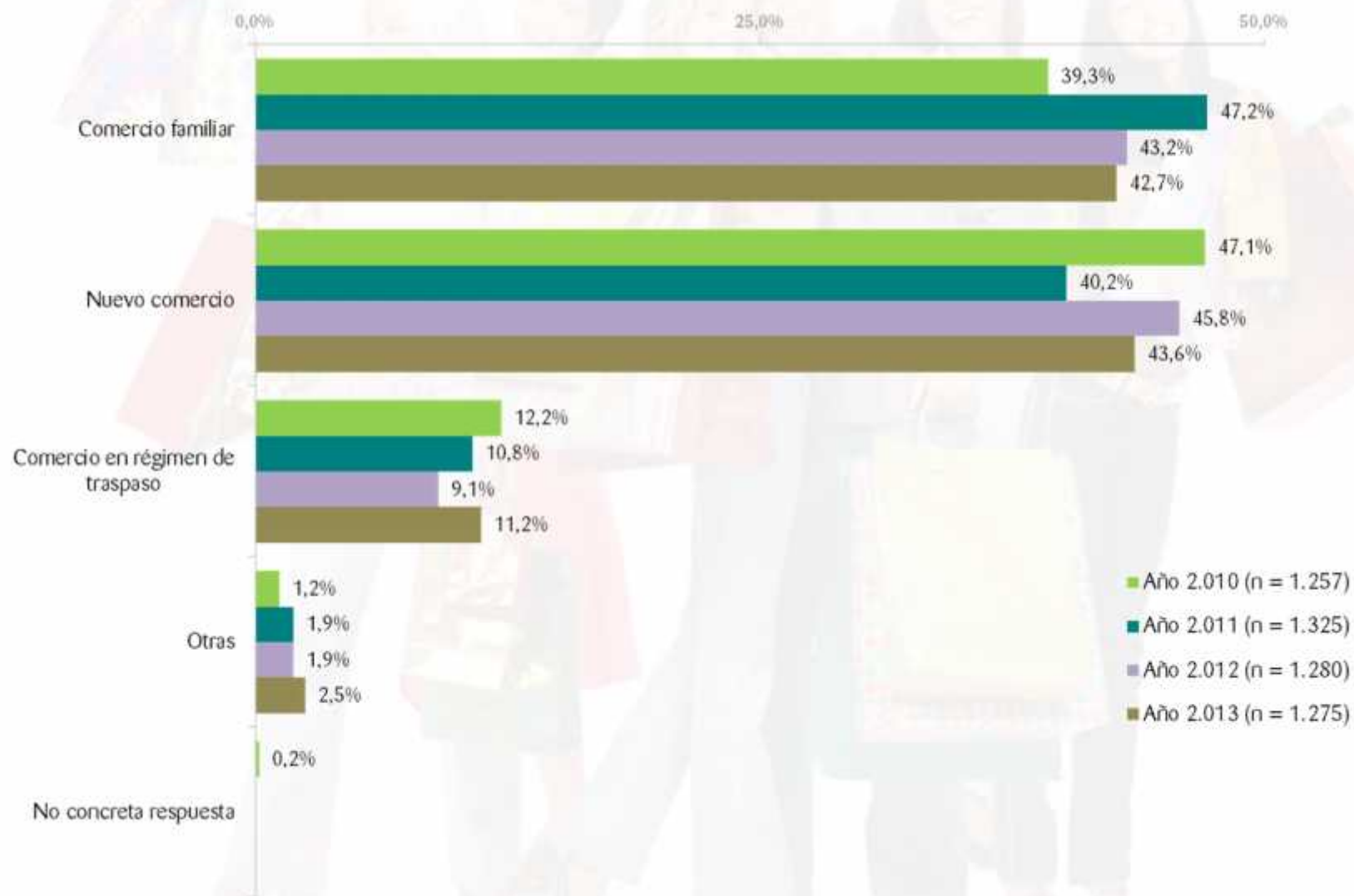
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Forma jurídica del comercio minorista vasco

P.22/P.23/P.23/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. Solo se admitió una respuesta.

Régimen de tenencia del comercio minorista vasco

P.1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?

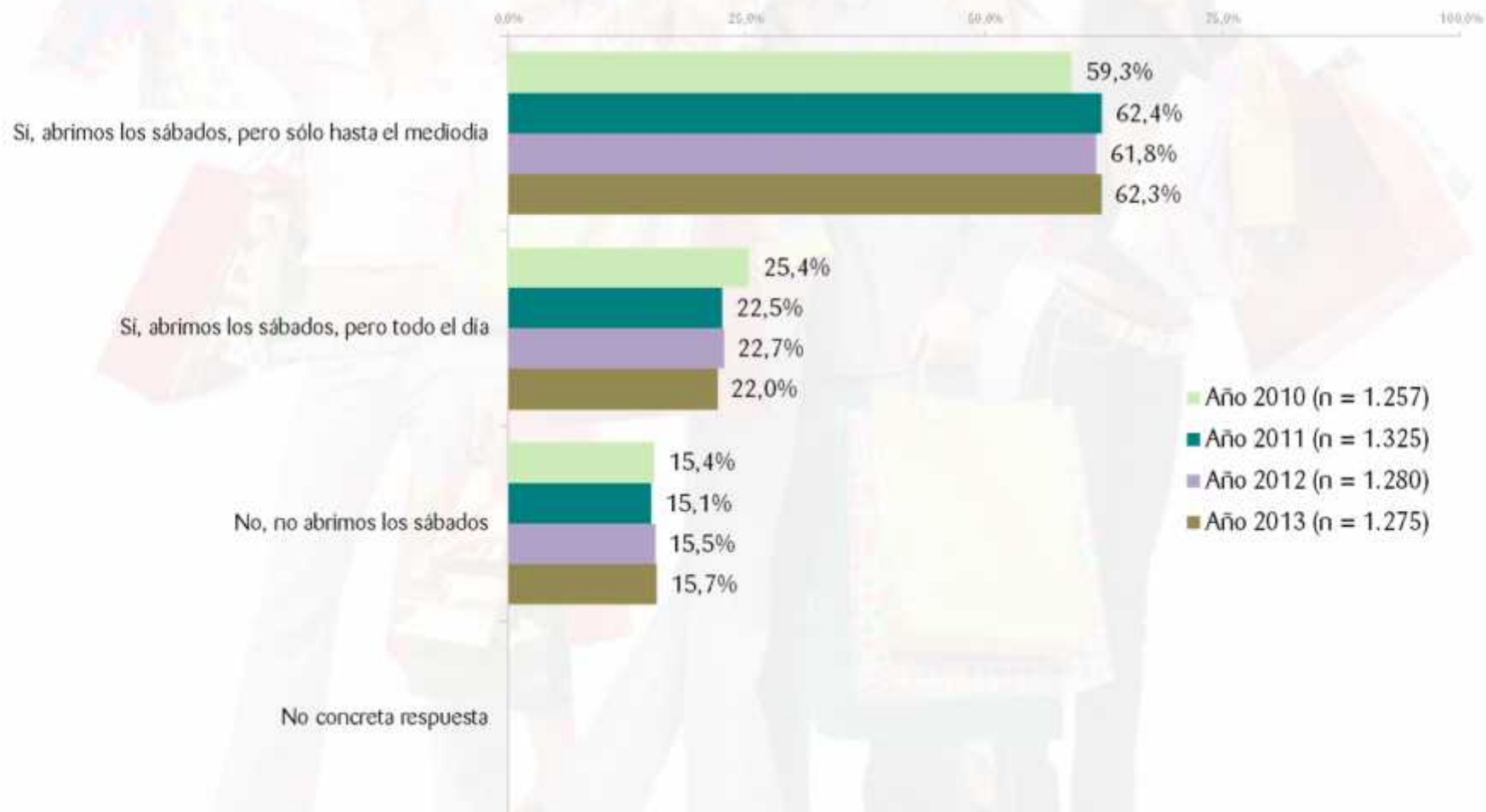
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Horario del comercio minorista vasco

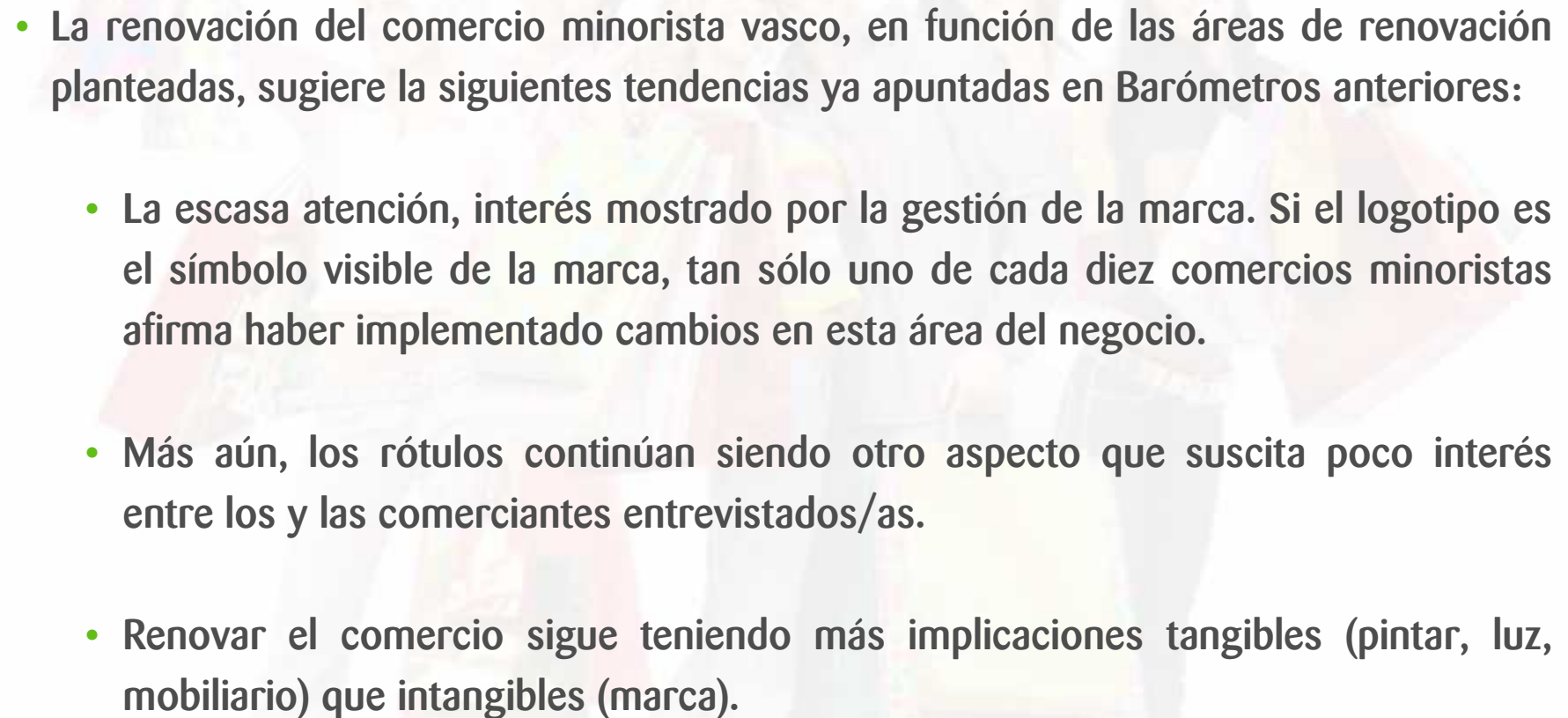
P.2: Su comercio, negocio ¿abre los sábados?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

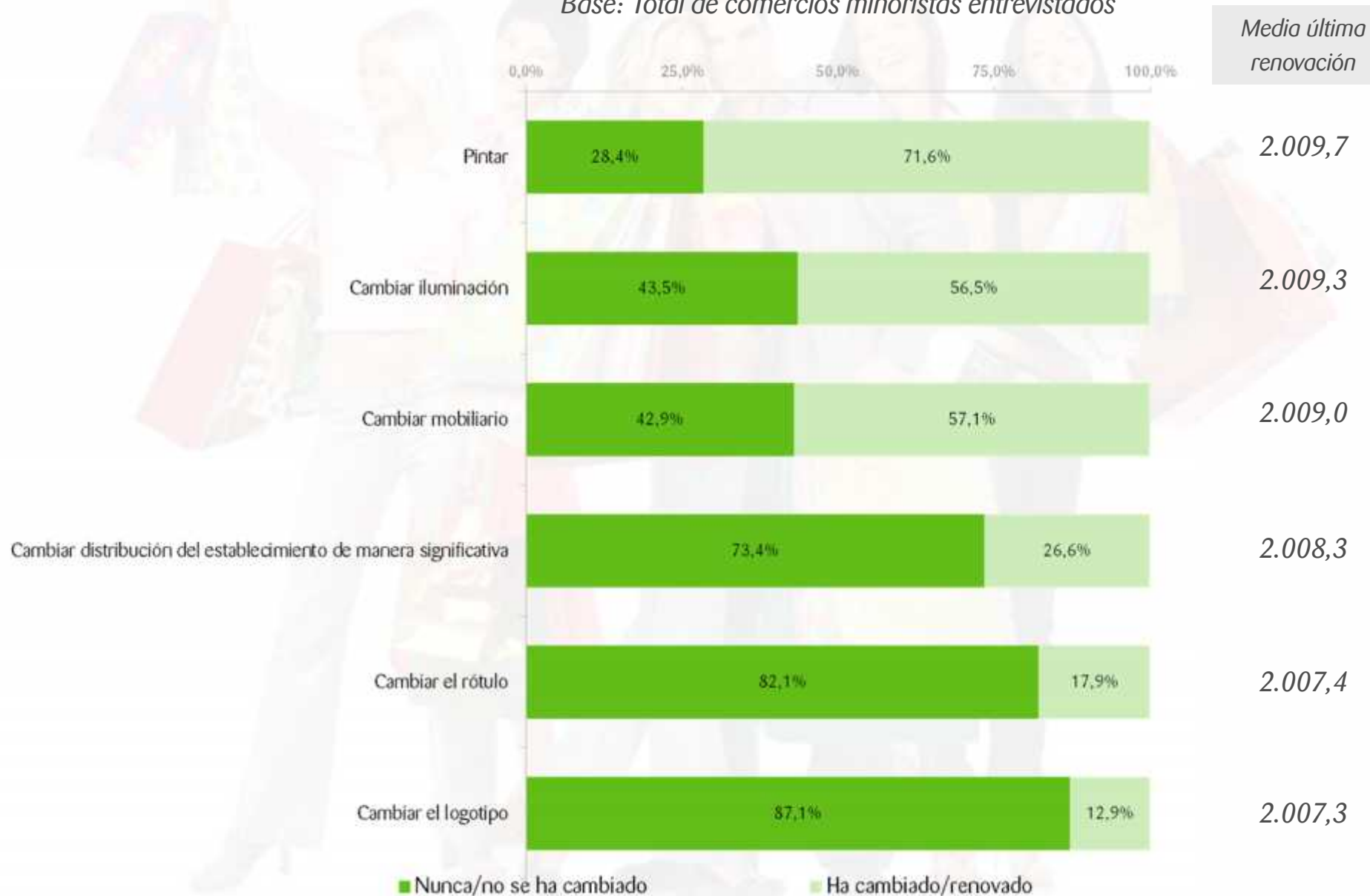
Apertura en sábados

- 
- La renovación del comercio minorista vasco, en función de las áreas de renovación planteadas, sugiere las siguientes tendencias ya apuntadas en Barómetros anteriores:
 - 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 diez comercios minoristas afirma haber implementado cambios en esta área del negocio.
 - Más aún, los rótulos continúan siendo otro aspecto que suscita poco interés entre los y las comerciantes entrevistados/as.
 - Renovar el comercio sigue teniendo más implicaciones tangibles (pintar, luz, mobiliario) que intangibles (marca).

Renovación del comercio minorista vasco

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 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

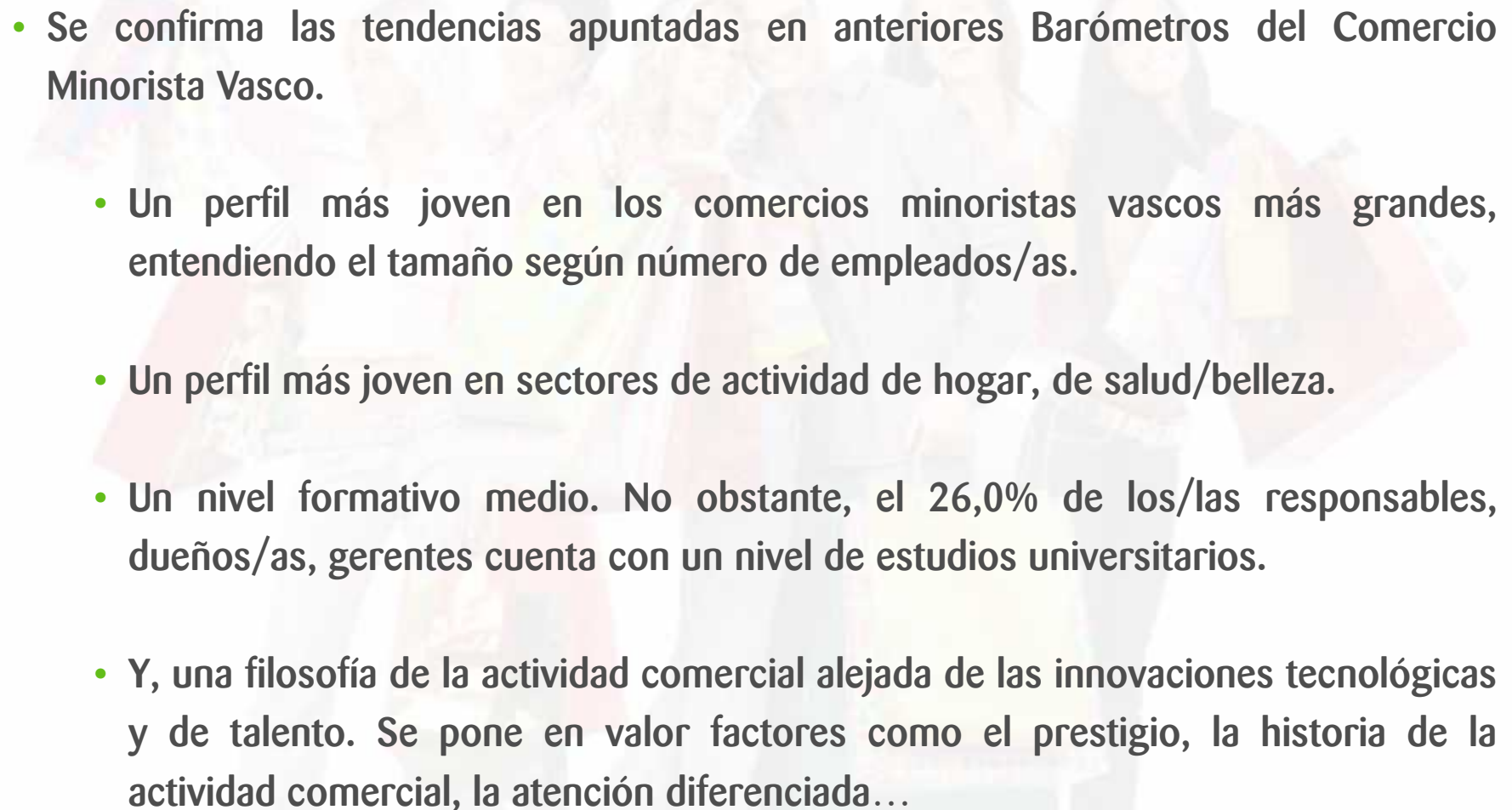


Renovación del comercio minorista vasco



3.

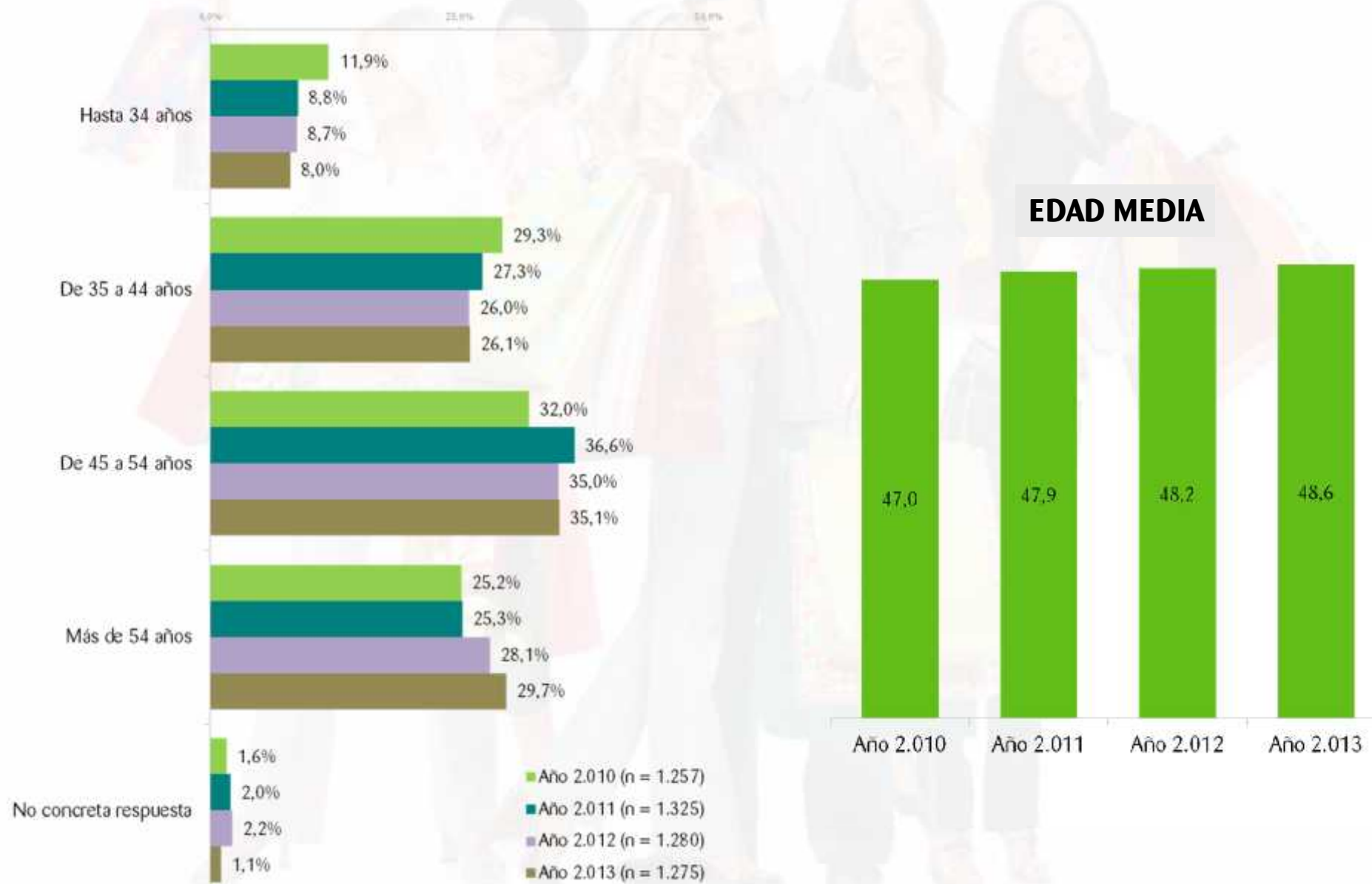
***“El/la responsable, dueño/a
del comercio minorista vasco”***

- 
- Se confirma las tendencias apuntadas en anteriores Barómetros del Comercio Minorista Vasco.
 - Un perfil más joven en los comercios minoristas vascos más grandes, entendiendo el tamaño según número de empleados/as.
 - Un perfil más joven en sectores de actividad de hogar, de salud/belleza.
 - Un nivel formativo medio. No obstante, el 26,0% de los/las responsables, dueños/as, gerentes cuenta con un nivel de estudios universitarios.
 - Y, una filosofía de la actividad comercial alejada de las innovaciones tecnológicas y de talento. Se pone en valor factores como el prestigio, la historia de la actividad comercial, la atención diferenciada...

La figura del responsable, dueño/a

D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco

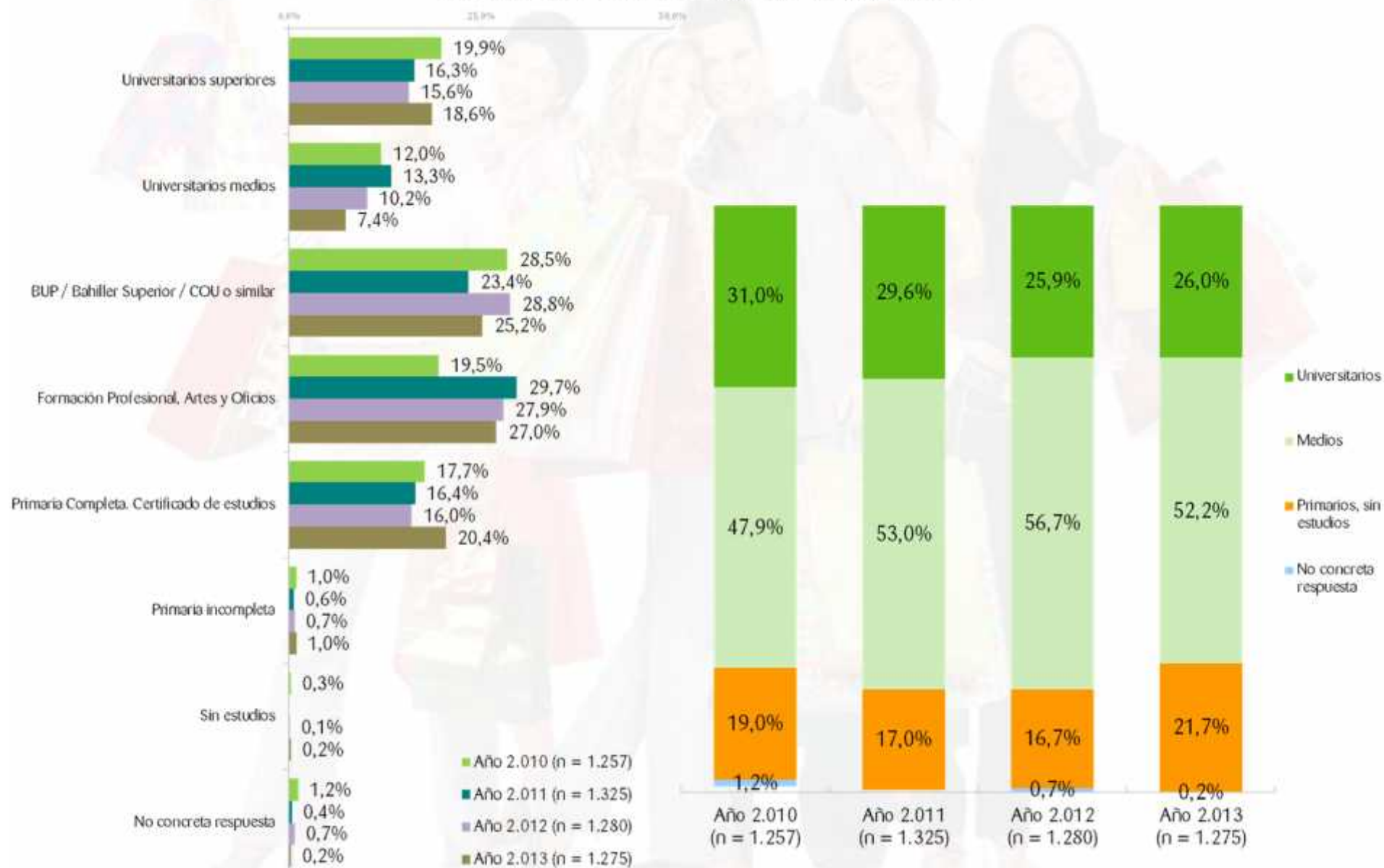
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Edad del responsable, dueño/a

D.2: Nivel de estudios*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

Estudios del responsable, dueño/a

- Los estilos de actividad comercial es un ratio 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.34 y P.35. Así, partimos de dos grandes estilos de actividad comercial: “Estilo de comercios 1.0” y “Estilo de comercios 2.0”

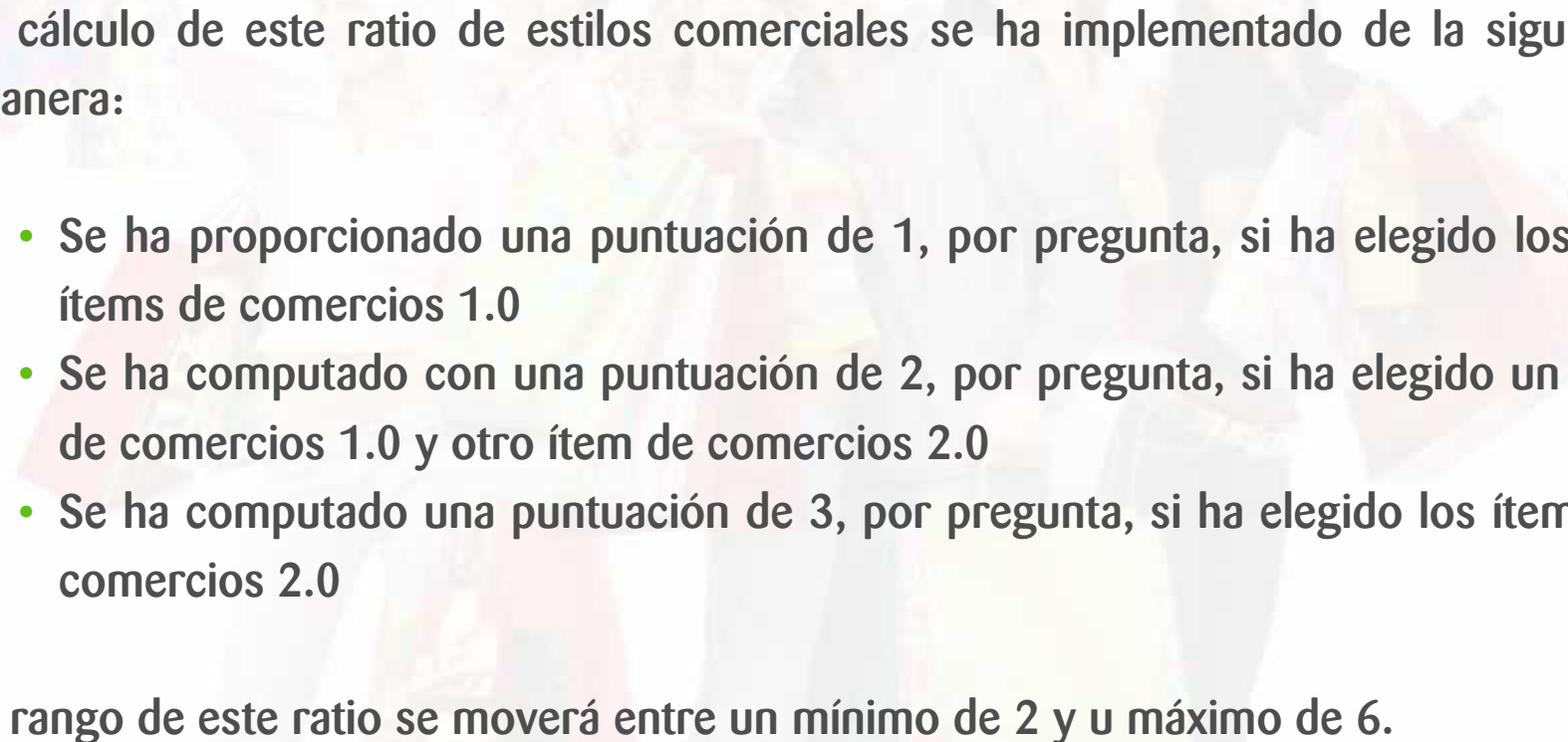
Estilos de comercios 1.0

- Mantener una clientela fiel (P.34)
- Conocer bien el producto (P.34)
- Tener una historia, prestigio por años en la actividad comercial (P.35)
- Tener una atención diferenciada (P.35)

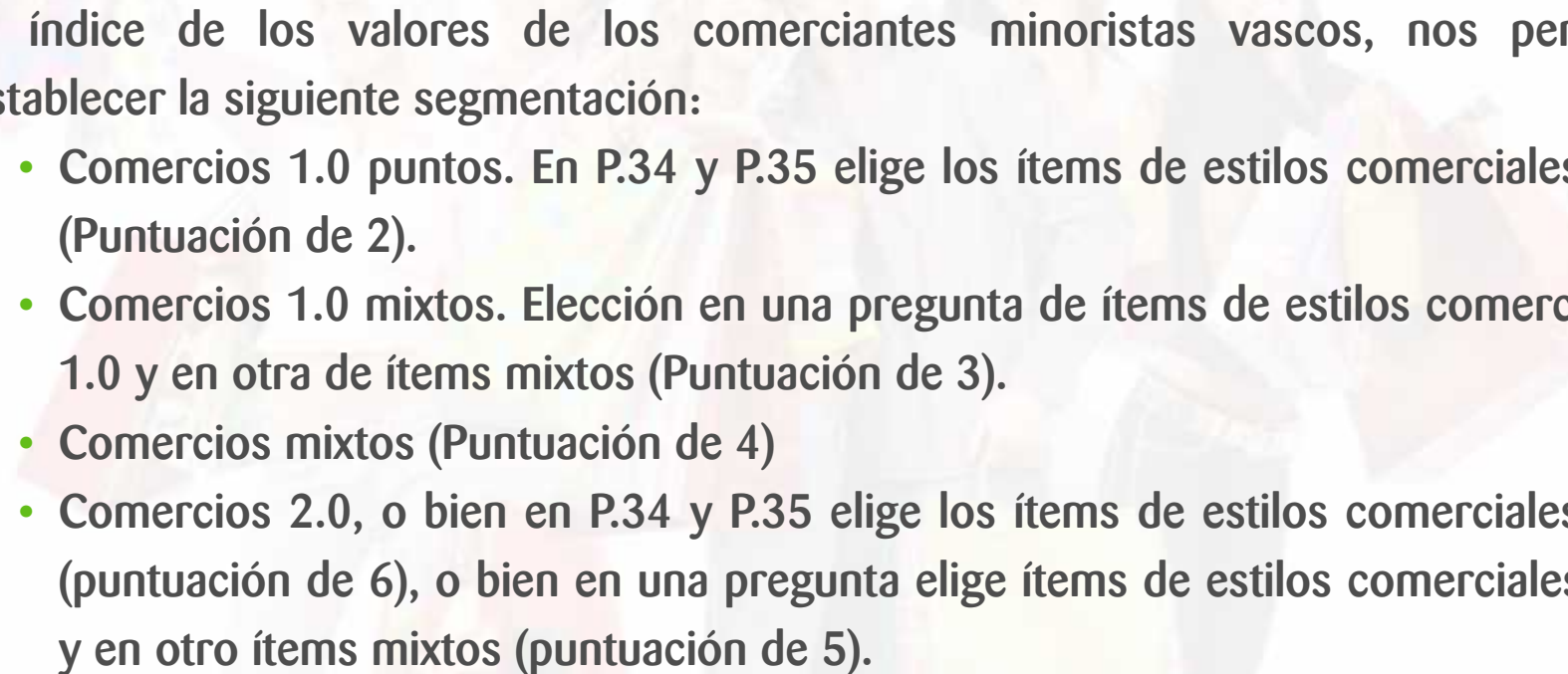
Estilos de comercios 2.0

- Asumir riesgos, no tener miedo a fracasar (P.34)
- Escuchar más a mis clientes (P.34)
- Estar en red, conectados con otros comercios (P.35)
- Tener una página web como comercio (P.35)

Estilos de actividad comercial

- 
- 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.

Estilos de actividad comercial

- 
- El índice de los valores de los comerciantes minoristas vascos, nos permite establecer la siguiente segmentación:
 - Comercios 1.0 puntos. En P.34 y P.35 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.34 y P.35 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).

Estilos de actividad comercial

P.26-P.27/P.3.-P.33/P.34-P.35/P.34-P.35: Estilos de actividad comercial

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

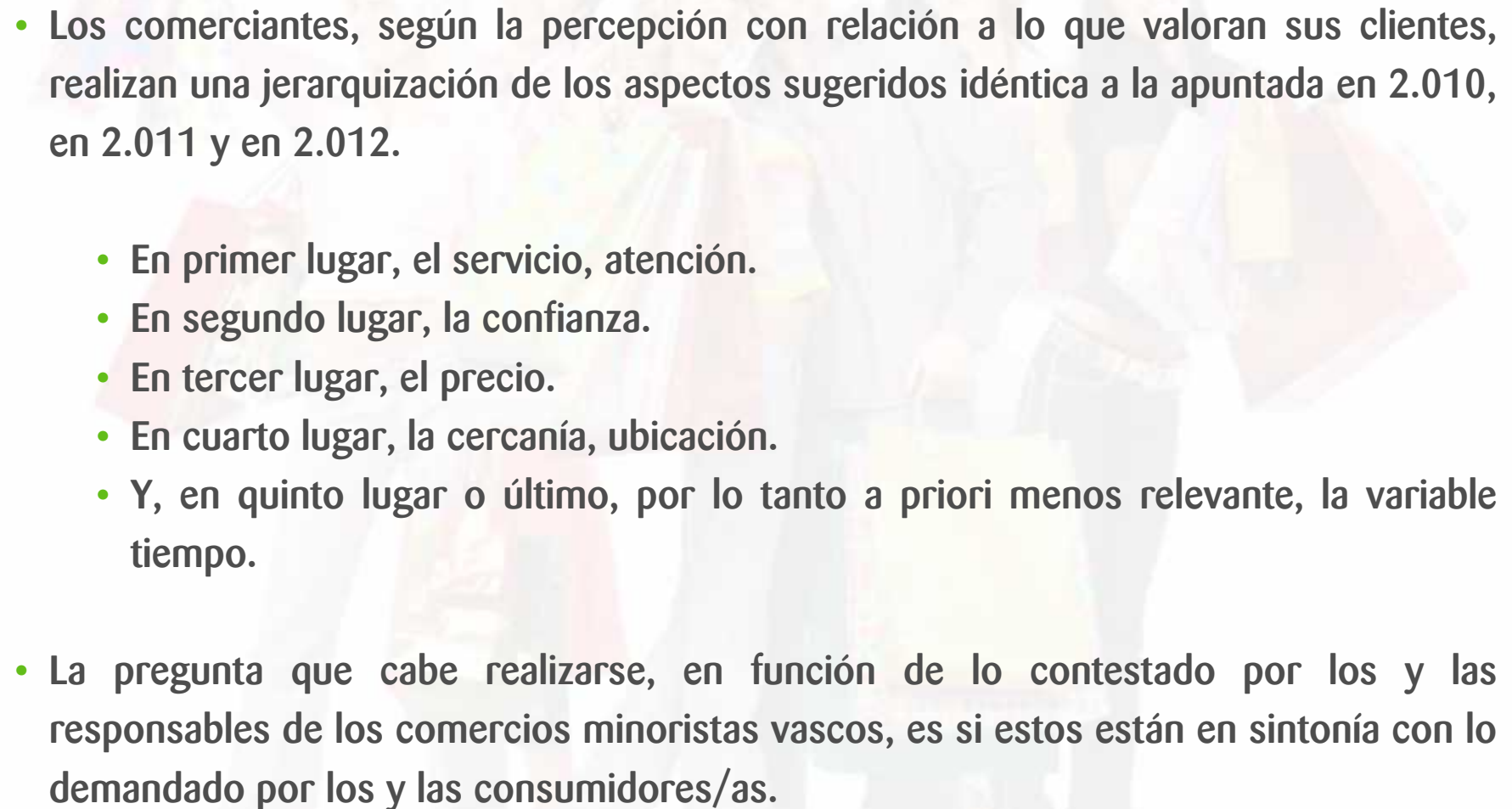


Estilos de actividad comercial



4.

“La percepción de las demandas de los y las consumidores/as desde la óptima de los/las responsables, dueños/as del comercio minorista vasco”

- 
- Los comerciantes, según la percepción con relación a lo que valoran sus clientes, realizan una jerarquización de los aspectos sugeridos idéntica a la apuntada en 2.010, en 2.011 y en 2.012.
 - En primer lugar, el servicio, atención.
 - En segundo lugar, la confianza.
 - En tercer lugar, el precio.
 - En cuarto lugar, la cercanía, ubicación.
 - Y, en quinto lugar o último, por lo tanto a priori menos relevante, la variable tiempo.
 - La pregunta que cabe realizarse, en función de lo contestado por los y las responsables de los comercios minoristas vascos, es si estos están en sintonía con lo demandado por los y las consumidores/as.

*P.28/P.34/P.36/P.36: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente**

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Año 2.010 (n=1.257)	Año 2.011 (n=1.325)	Año 2012 (n=1.280)	Año 2.013 (n=1.275)
Servicio/Atención	3,9	4,1	4,1	3,9
Confianza	3,8	3,8	3,7	3,6
Precio	3,1	3,1	3,3	3,2
Cercanía/Ubicación	2,4	2,3	2,2	2,4
Tiempo	2,0	1,7	1,6	2,0

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

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

P.36: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente (año 2.013)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	C.A.E. (n = 1.275)	Capitales / Resto Territorio					
		Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Servicio/Atención	3,9	3,8	3,6	3,9	3,8	4,0	3,9
Confianza	3,6	3,5	3,5	3,4	3,6	3,7	3,6
Precio	3,2	3,2	3,6	3,3	3,2	3,0	3,1
Cercanía/Ubicación	2,4	2,5	2,4	2,4	2,4	2,3	2,3
Tiempo	2,0	2,1	1,9	2,0	2,1	1,9	2,1

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

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



5.

“El/la empleado/a del comercio minorista vasco”

- En el comercio minorista vasco, seis de cada diez empleados/as son mujeres. Distribución que presenta una tendencia de ligera desaceleración.
- Los comercios minoristas vascos donde se detecta una tendencia al equilibrio entre hombres y mujeres continúan respondiendo al mismo perfil que en Barómetros anteriores. Así, es más perceptible este equilibrio entre hombres y mujeres en:
 - Comercios minoristas del Territorio Histórico de Bizkaia, sobre todo, en los comercios minoristas de Bilbao capital.
 - Comercios minorista del ramo o actividad de alimentación y del ramo o actividad de hogar.
 - Y, comercio minoristas con 10 o más empleados/as. Este equilibrio en la presencia de hombres y mujeres se detecta en un segmento de comercio más grande, por tamaño y entendido este como el número de empleados/as, que en el Barómetro de 2.012.
- En cuatro años, la presencia de hombres en el comercio minorista vasco se ha incrementado en 5,4 puntos porcentuales (14,7% de incremento con relación a la tasa detectada en el Barómetro de 2.010).

Perspectiva de género

P.13/P.5/P.5/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



Perspectiva de género

- La presencia de la figura del responsable de tienda, establecimiento experimenta un incremento con relación a Barómetros anteriores. En 2.013, en aquellos comercios minoristas con más de un/a empleado/a, es el momento de más alta presencia en la serie.
- Como datos más relevantes, destacamos los siguientes:
 - Continúa siendo en el Territorio Histórico de Araba donde esta figura de responsable de tienda, establecimiento adquiere una mayor presencia.
 - Continúan siendo en los comercios minoristas del ramo o actividad de moda donde la presencia de esta figura es inferior al resto de comercio minorista.
- La figura del responsable de tienda, establecimiento presenta un equilibrio entre la asunción de dicha responsabilidad según la variable genero.
- Excepto en el Barómetro de 2.011 donde se detectó una mayor presencia de mujeres responsables de tiendas, en el resto de años la tendencia al equilibrio ha sido la nota o característica predominante.

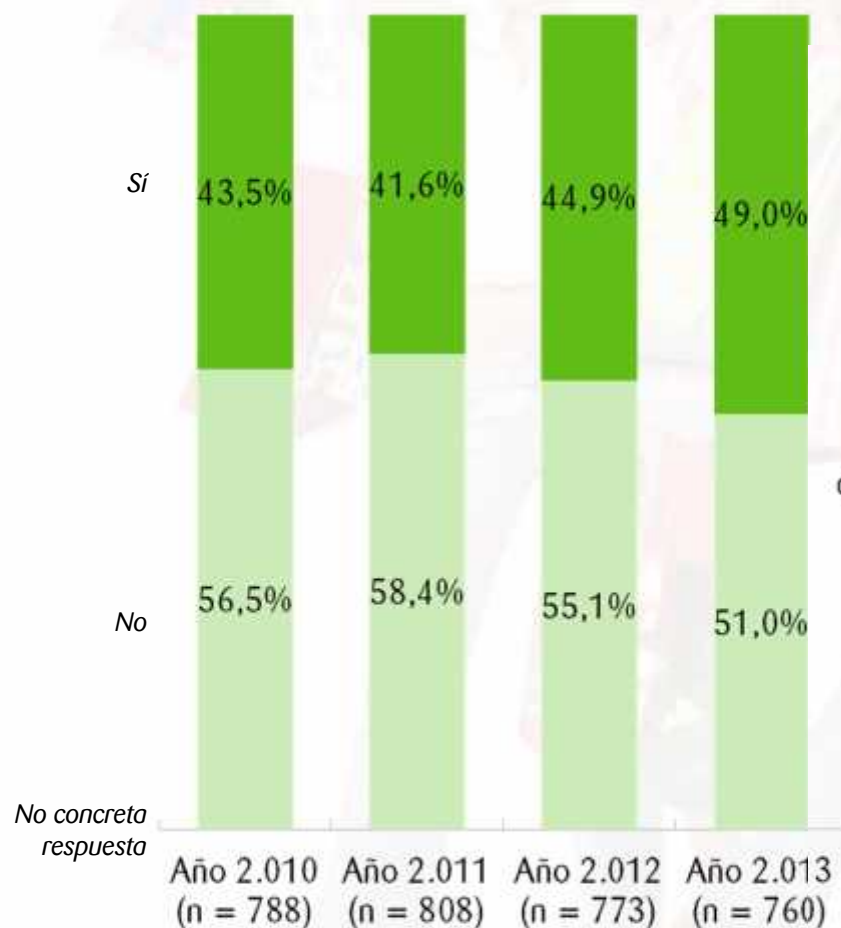
El/la responsable de tienda

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/a empleado/a

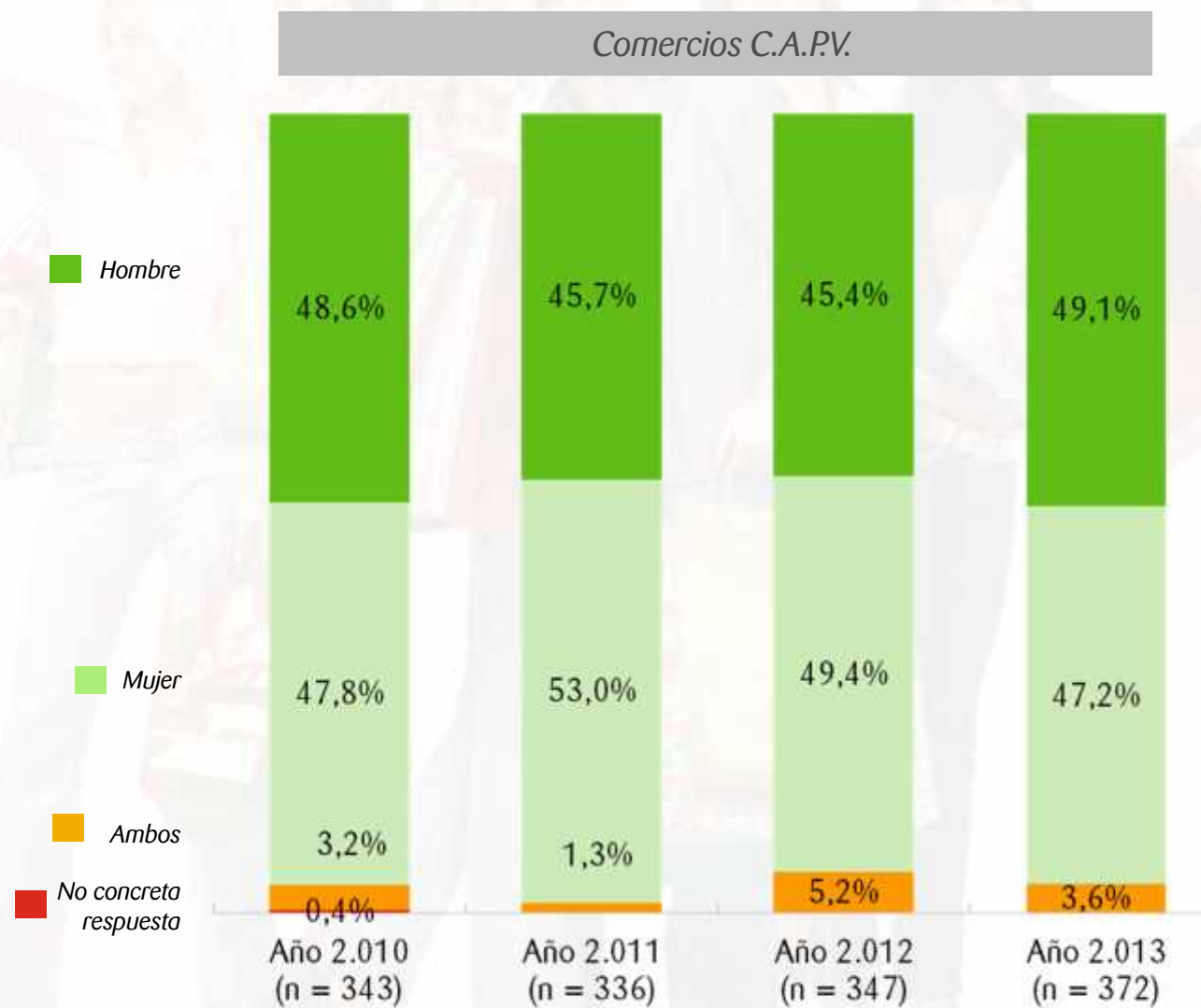
Comercios C.A.E.

Grado de presencia de la figura de responsable de tienda (año 2.013)

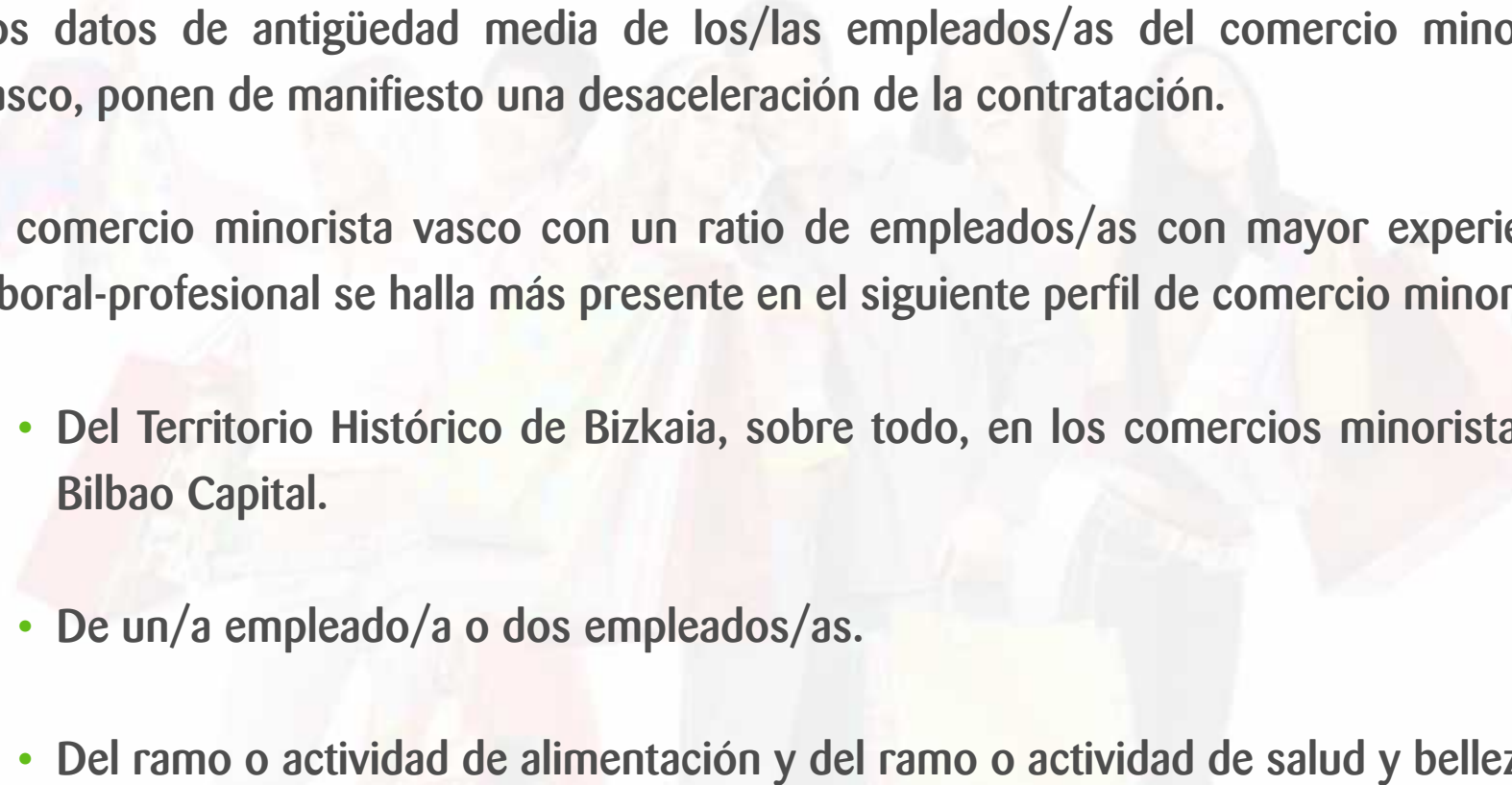


El/la responsable de tienda

P.7: ¿Este responsable de tienda, establecimiento, es un hombre o una mujer?
Base: Comercios minoristas entrevistados con figura de responsable de tienda



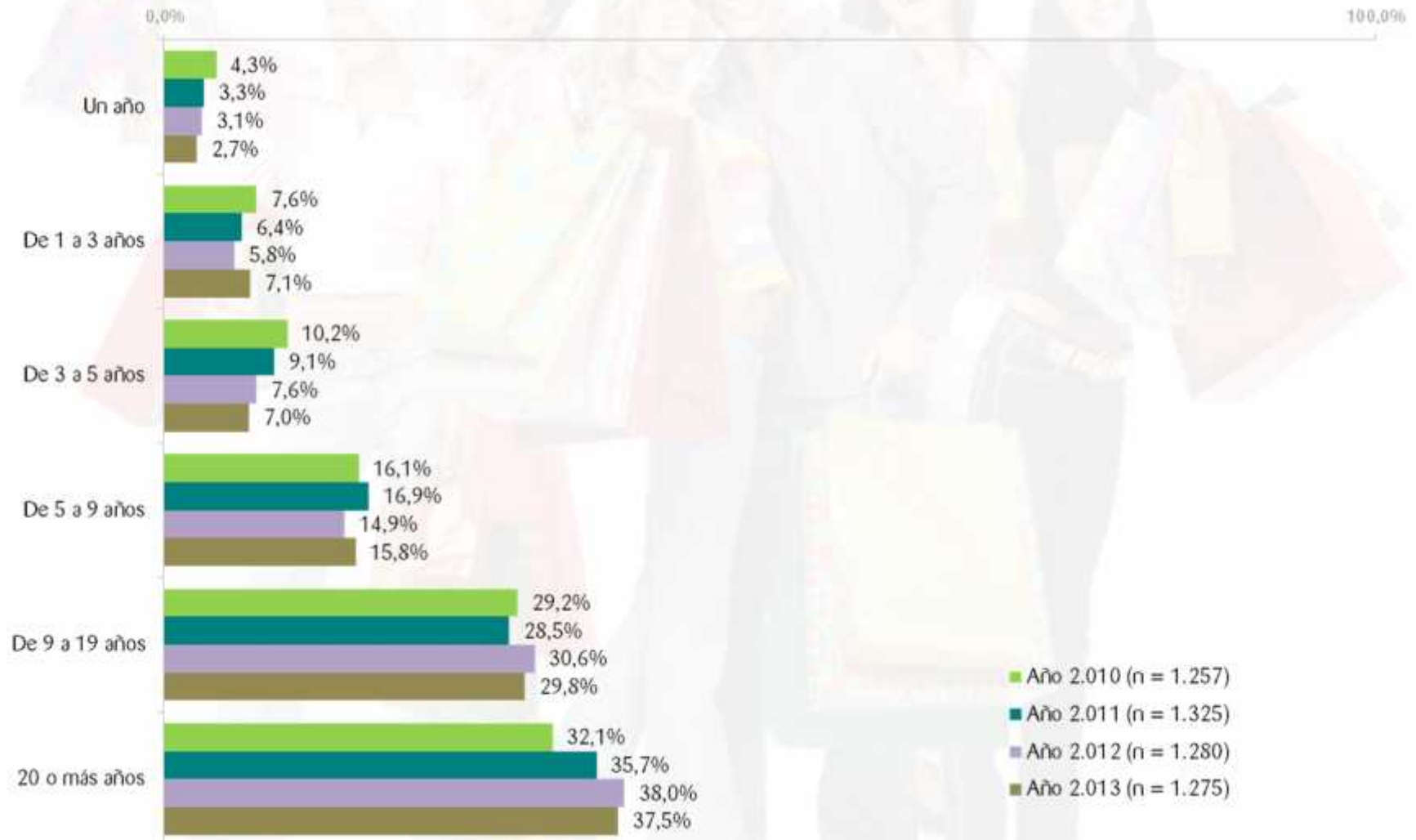
El/la responsable de tienda

- 
- Los datos de antigüedad media de los/las empleados/as del comercio minorista vasco, ponen de manifiesto una desaceleración de la contratación.
 - El comercio minorista vasco con un ratio de empleados/as con mayor experiencia laboral-profesional se halla más presente en el siguiente perfil de comercio minorista:
 - Del Territorio Histórico de Bizkaia, sobre todo, en los comercios minoristas de Bilbao Capital.
 - De un/a empleado/a o dos empleados/as.
 - Del ramo o actividad de alimentación y del ramo o actividad de salud y belleza.

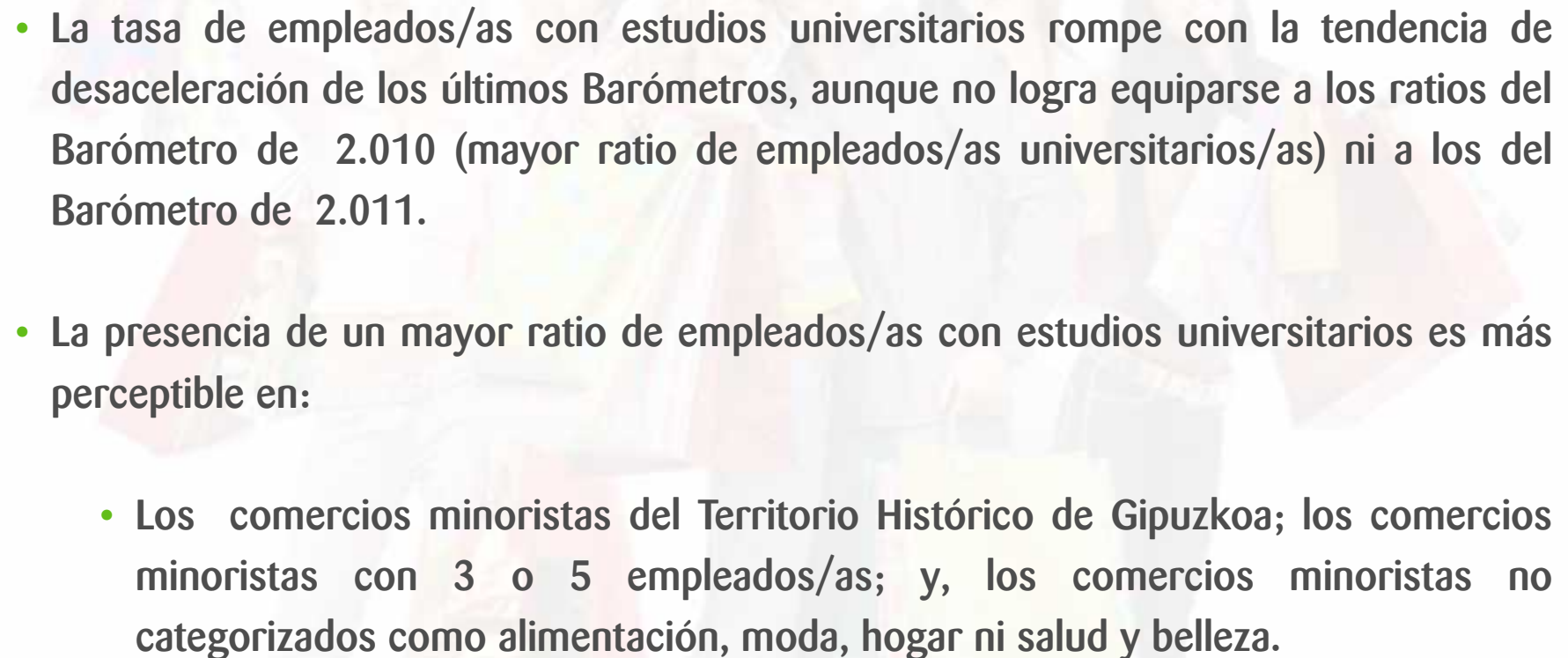
Antigüedad de los/las empleados/as

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Antigüedad de los/las empleados/as

- 
- La tasa de empleados/as con estudios universitarios rompe con la tendencia de desaceleración de los últimos Barómetros, aunque no logra equiparse a los ratios del Barómetro de 2.010 (mayor ratio de empleados/as universitarios/as) ni a los del Barómetro de 2.011.
 - La presencia de un mayor ratio de empleados/as con estudios universitarios es más perceptible en:
 - Los comercios minoristas del Territorio Histórico de Gipuzkoa; los comercios minoristas con 3 o 5 empleados/as; y, los comercios minoristas no categorizados como alimentación, moda, hogar ni salud y belleza.

Nivel de estudios universitarios de los/las empleados/as

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Ratio de empleados/as con estudios universitarios

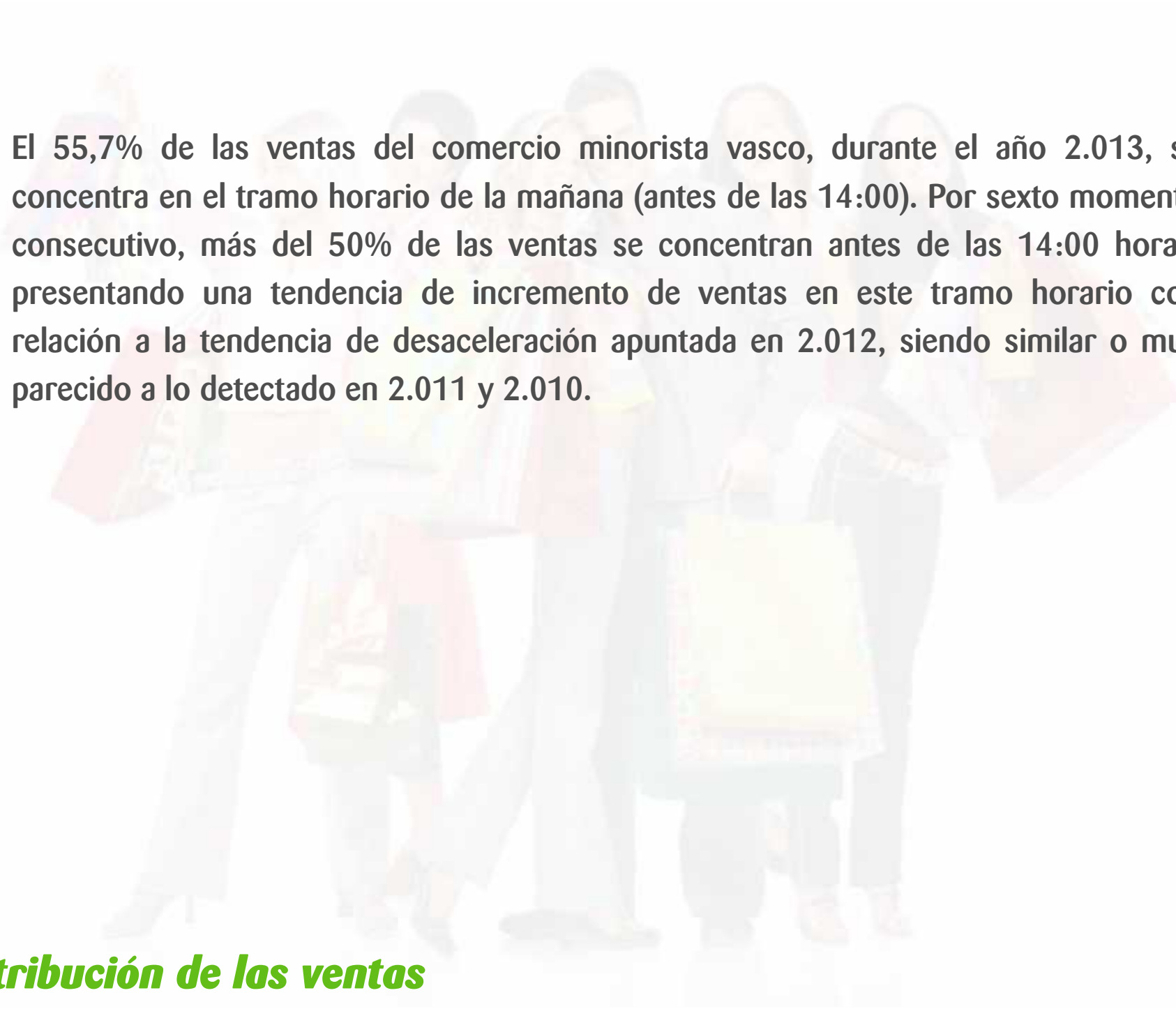


Nivel de estudios universitarios de los/las empleados/as

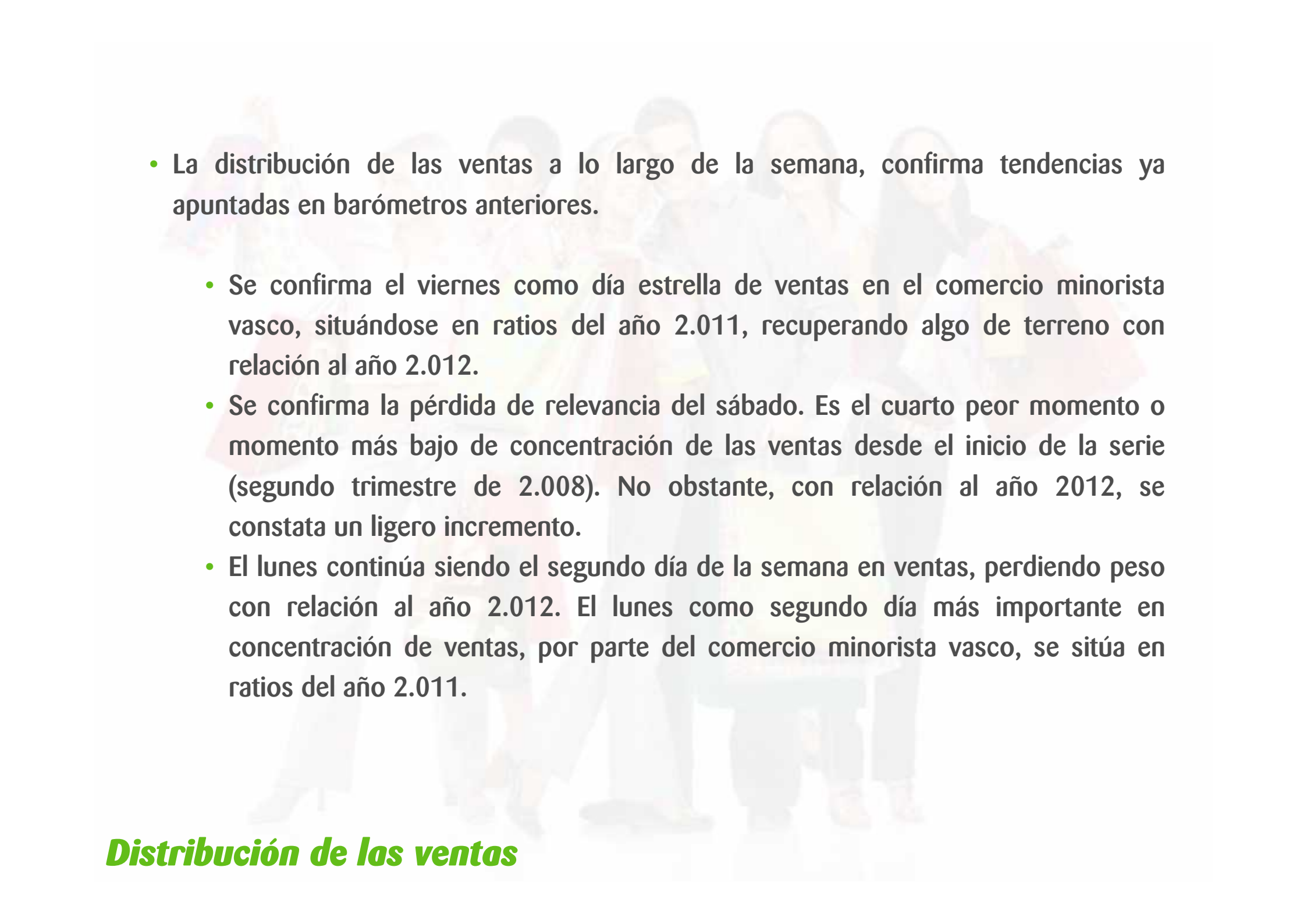


6.

“Las ventas del comercio minorista vasco”

- 
- El 55,7% de las ventas del comercio minorista vasco, durante el año 2.013, se concentra en el tramo horario de la mañana (antes de las 14:00). Por sexto 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 con relación a la tendencia de desaceleración apuntada en 2.012, siendo similar o muy parecido a lo detectado en 2.011 y 2.010.

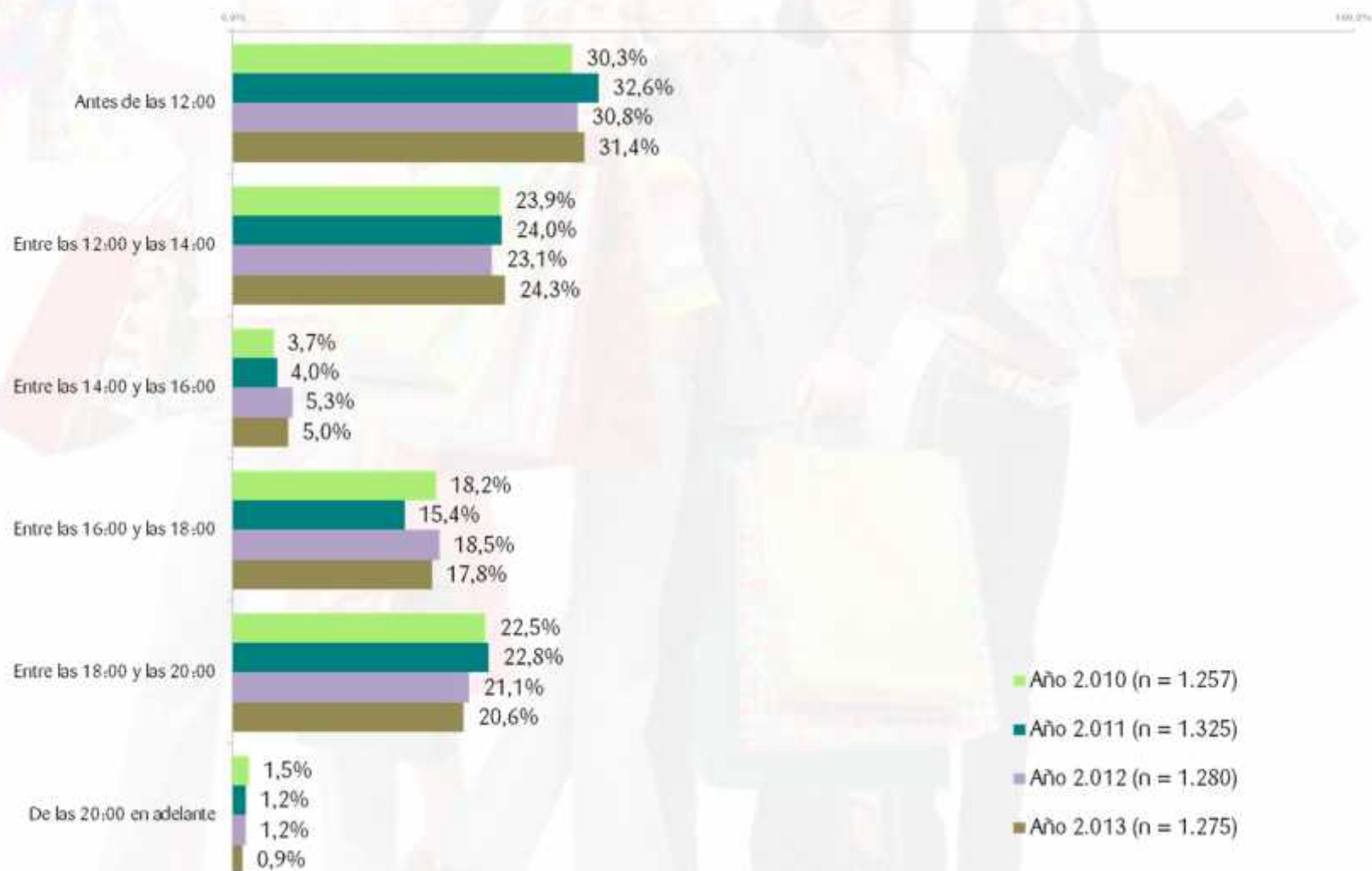
Distribución de las ventas

- 
- La distribución de las ventas a lo largo de la semana, confirma tendencias ya apuntadas en barómetros anteriores.
 - Se confirma el viernes como día estrella de ventas en el comercio minorista vasco, situándose en ratios del año 2.011, recuperando algo de terreno con relación al año 2.012.
 - Se confirma la pérdida de relevancia del sábado. Es el cuarto peor momento o momento más bajo de concentración de las ventas desde el inicio de la serie (segundo trimestre de 2.008). No obstante, con relación al año 2012, se constata un ligero incremento.
 - El lunes continúa siendo el segundo día de la semana en ventas, perdiendo peso con relación al año 2.012. El lunes como segundo día más importante en concentración de ventas, por parte del comercio minorista vasco, se sitúa en ratios del año 2.011.

Distribución de las ventas

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?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

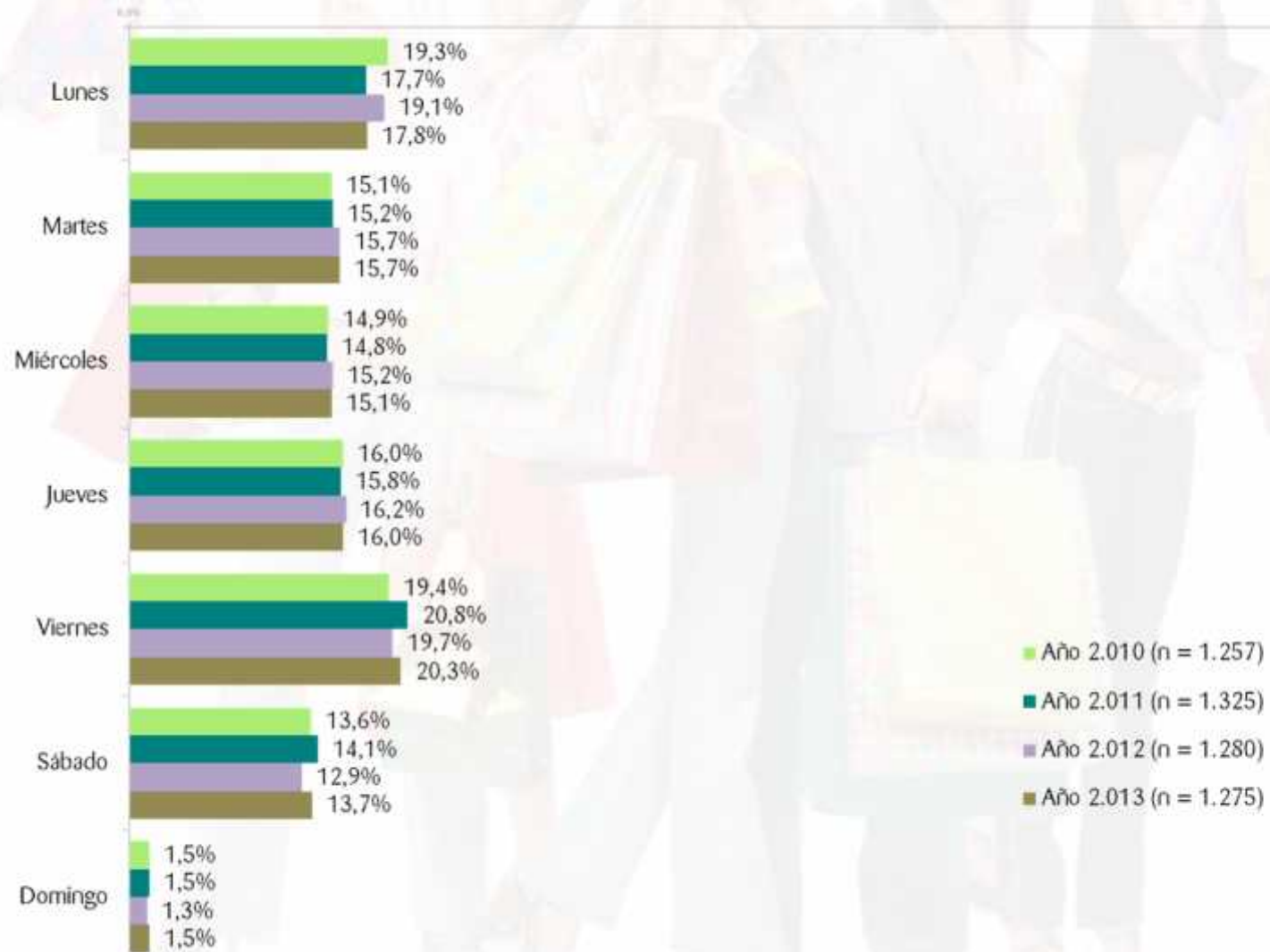


* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

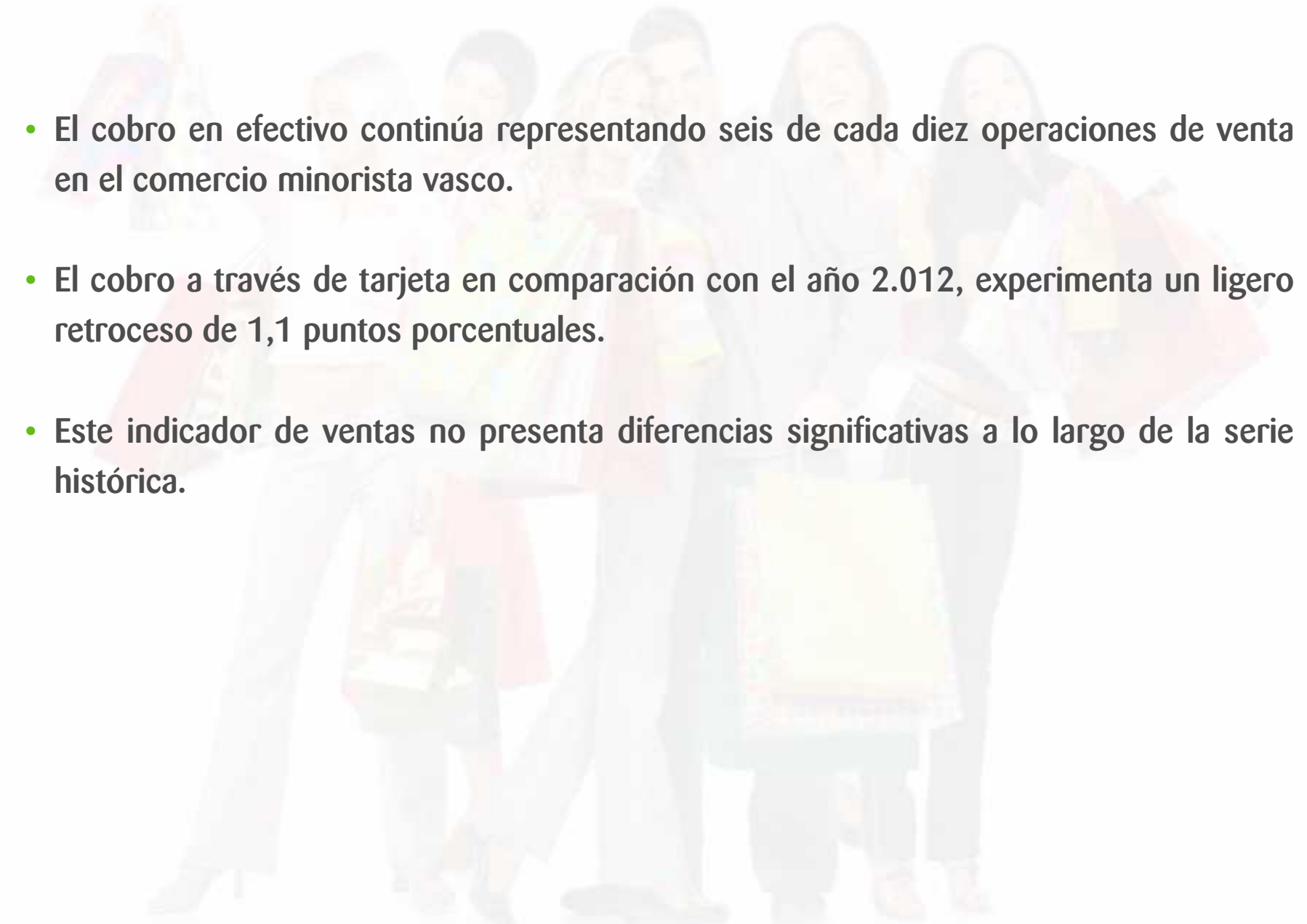
Ventas a lo largo del día

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



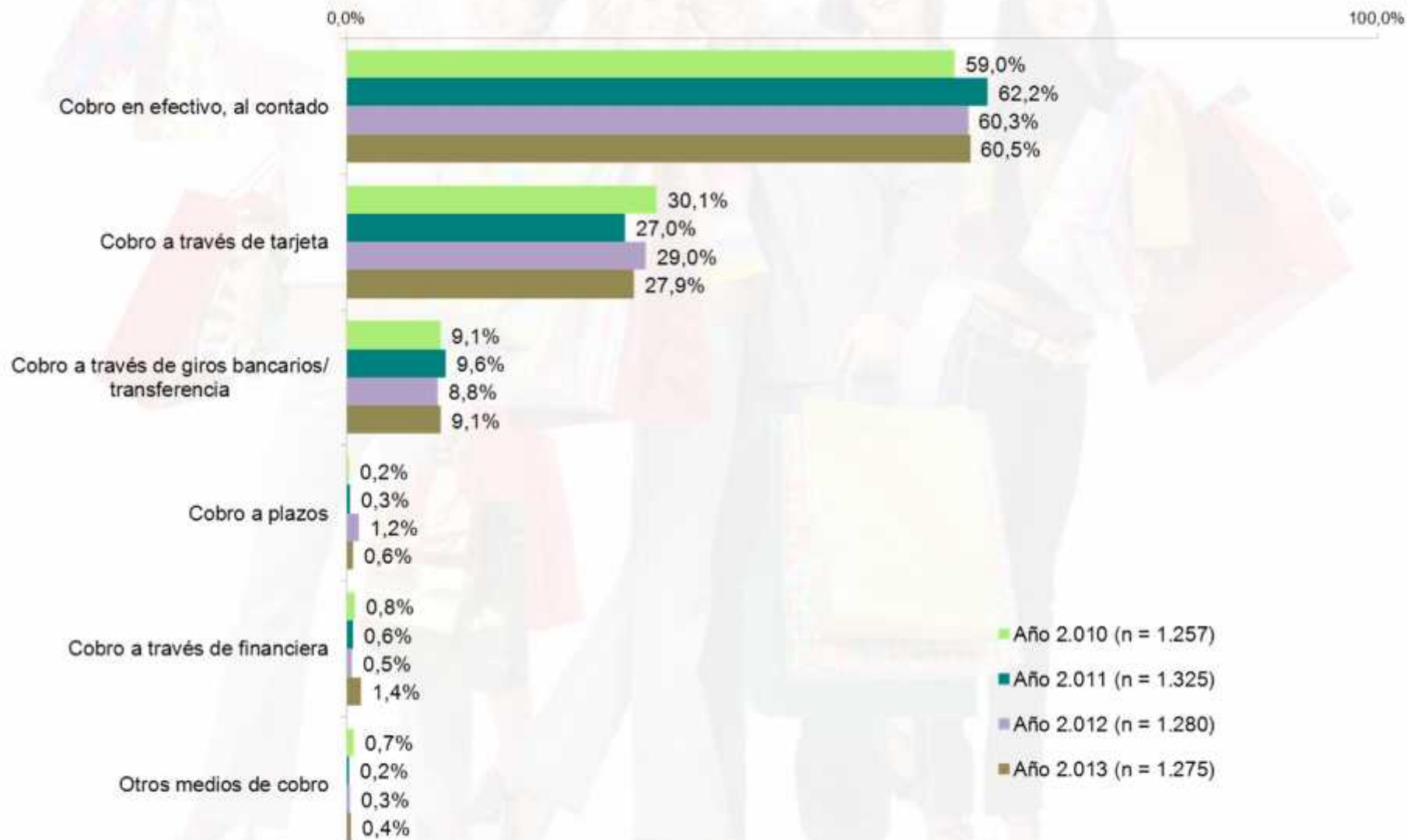
Ventas a lo largo de la semana

- 
- El cobro en efectivo continúa representando seis de cada diez operaciones de venta en el comercio minorista vasco.
 - El cobro a través de tarjeta en comparación con el año 2.012, experimenta un ligero retroceso de 1,1 puntos porcentuales.
 - Este indicador de ventas no presenta diferencias significativas a lo largo de la serie histórica.

Ventas según medios de cobro

P.13/P.12/P.12/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



Ventas según medios de cobro

P.12: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

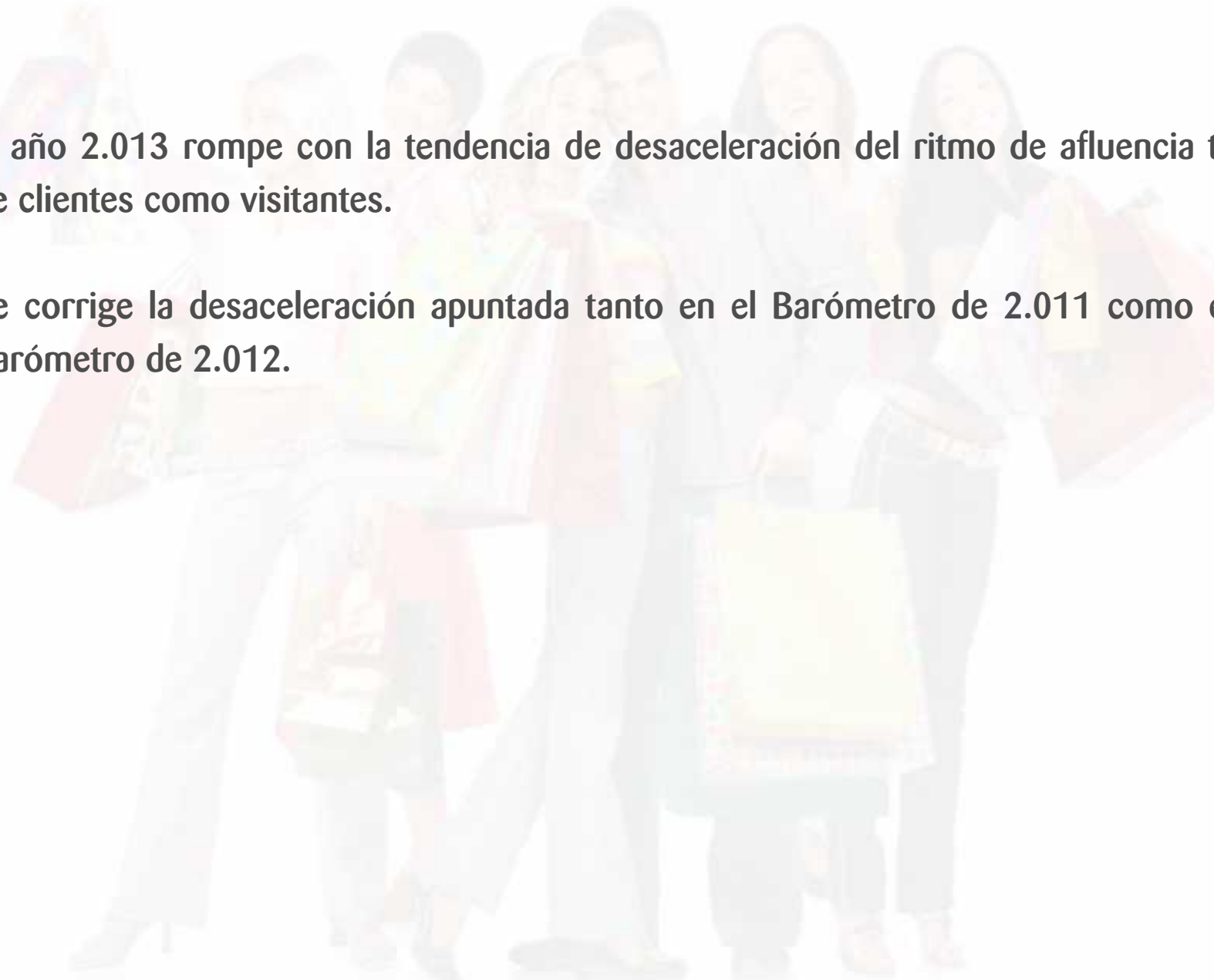
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
Efectivo, al contado	87,6%	45,2%	33,3%	69,2%	49,4%
Tarjeta	8,8%	51,1%	31,9%	28,5%	29,7%
A través de giros/transferencias	2,7%	2,7%	27,4%	0,4%	17,1%
A plazos	0,2%	0,4%	0,8%	0,7%	1,1%
A través de financiera	0,4%	0,6%	6,3%	0,0%	1,9%
Otros medios de pago	0,3%	0,0%	0,3%	0,0%	0,8%

Ventas según medios de cobro



7

***“La afluencia de clientes y
visitantes”***

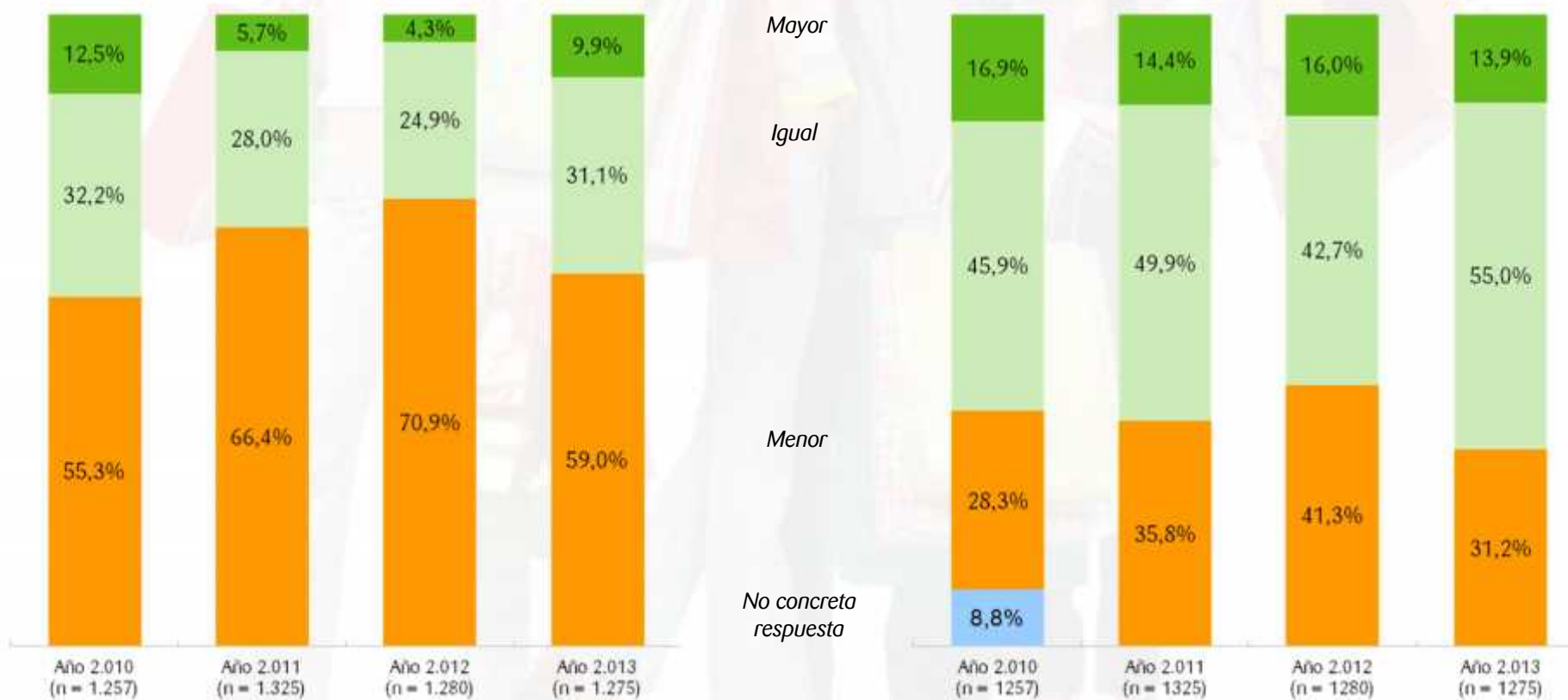
- 
- El año 2.013 rompe con la tendencia de desaceleración del ritmo de afluencia tanto de clientes como visitantes.
 - Se corrige la desaceleración apuntada tanto en el Barómetro de 2.011 como en el Barómetro de 2.012.

P.14B-P.15B/ P.14-P.16/P.14-P.16/P.14-P.16: ¿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

Cientes (personas que han efectuado gasto)

Visitantes (personas que no han efectuado gasto)



P.14 – P.16: ¿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 2.013)

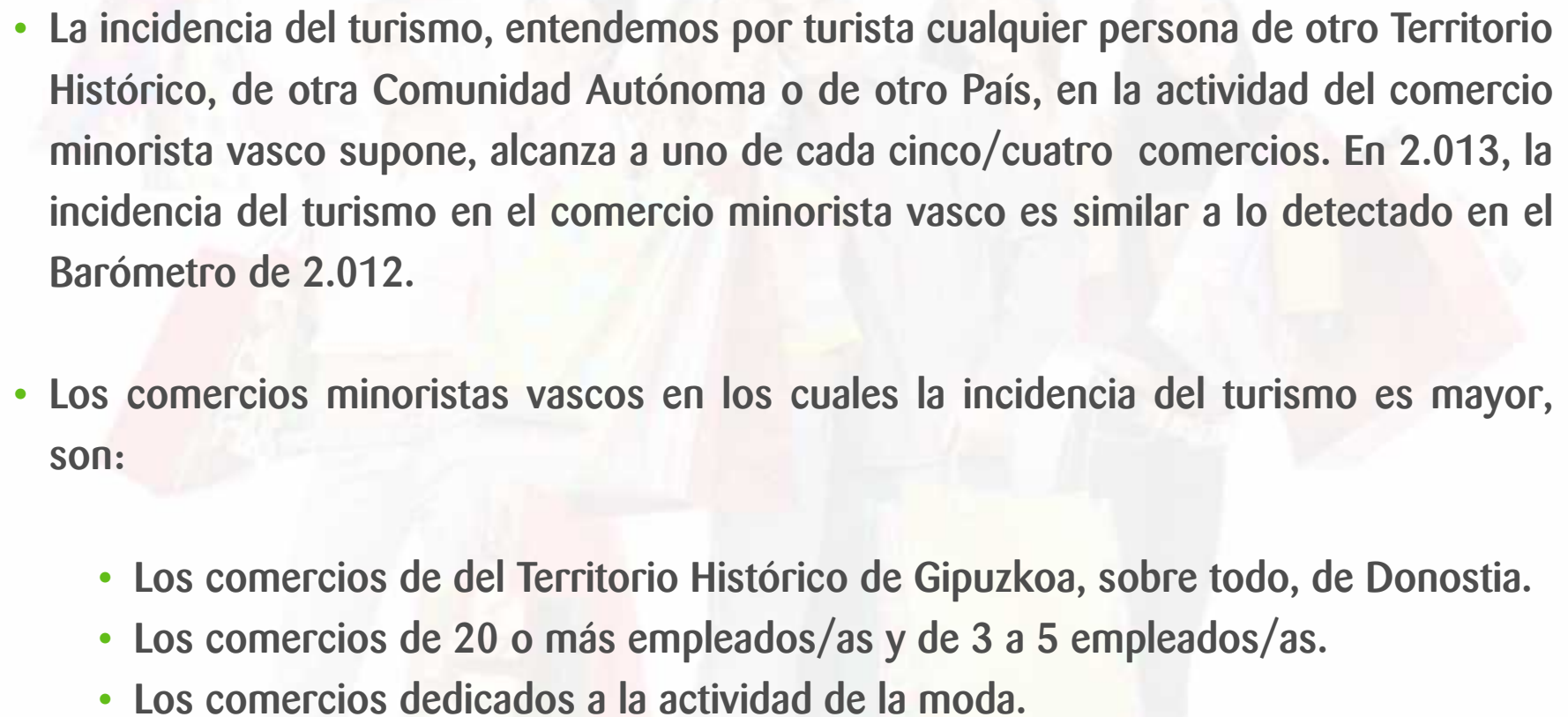
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico					
	Clientes (personas que han efectuado gasto)			Visitante (personas que no han efectuado gasto)		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Mayor	14,2%	8,2%	10,9%	15,3%	13,6%	13,8%
Igual	32,6%	30,9%	30,9%	55,3%	55,0%	54,8%
Menor	53,1%	60,9%	58,1%	29,4%	31,4%	31,4%



8.

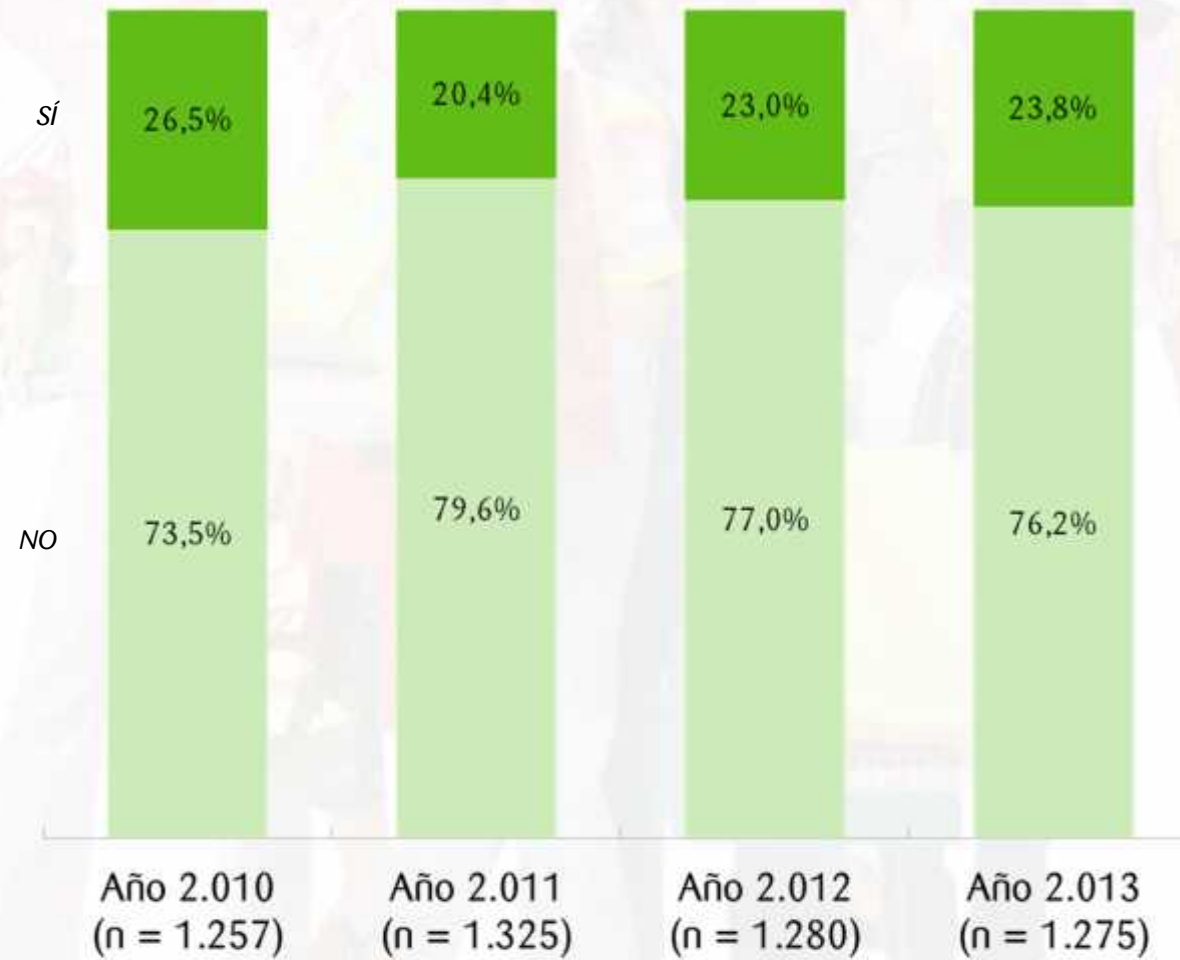
“El peso del turismo en el comercio minorista vasco”

- 
- 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 vasco supone, alcanza a uno de cada cinco/cuatro comercios. En 2.013, la incidencia del turismo en el comercio minorista vasco es similar a lo detectado en el Barómetro de 2.012.
 - Los comercios minoristas vascos en los cuales la incidencia del turismo es mayor, son:
 - Los comercios de del Territorio Histórico de Gipuzkoa, sobre todo, de Donostia.
 - Los comercios de 20 o más empleados/as y de 3 a 5 empleados/as.
 - Los comercios dedicados a la actividad de la moda.

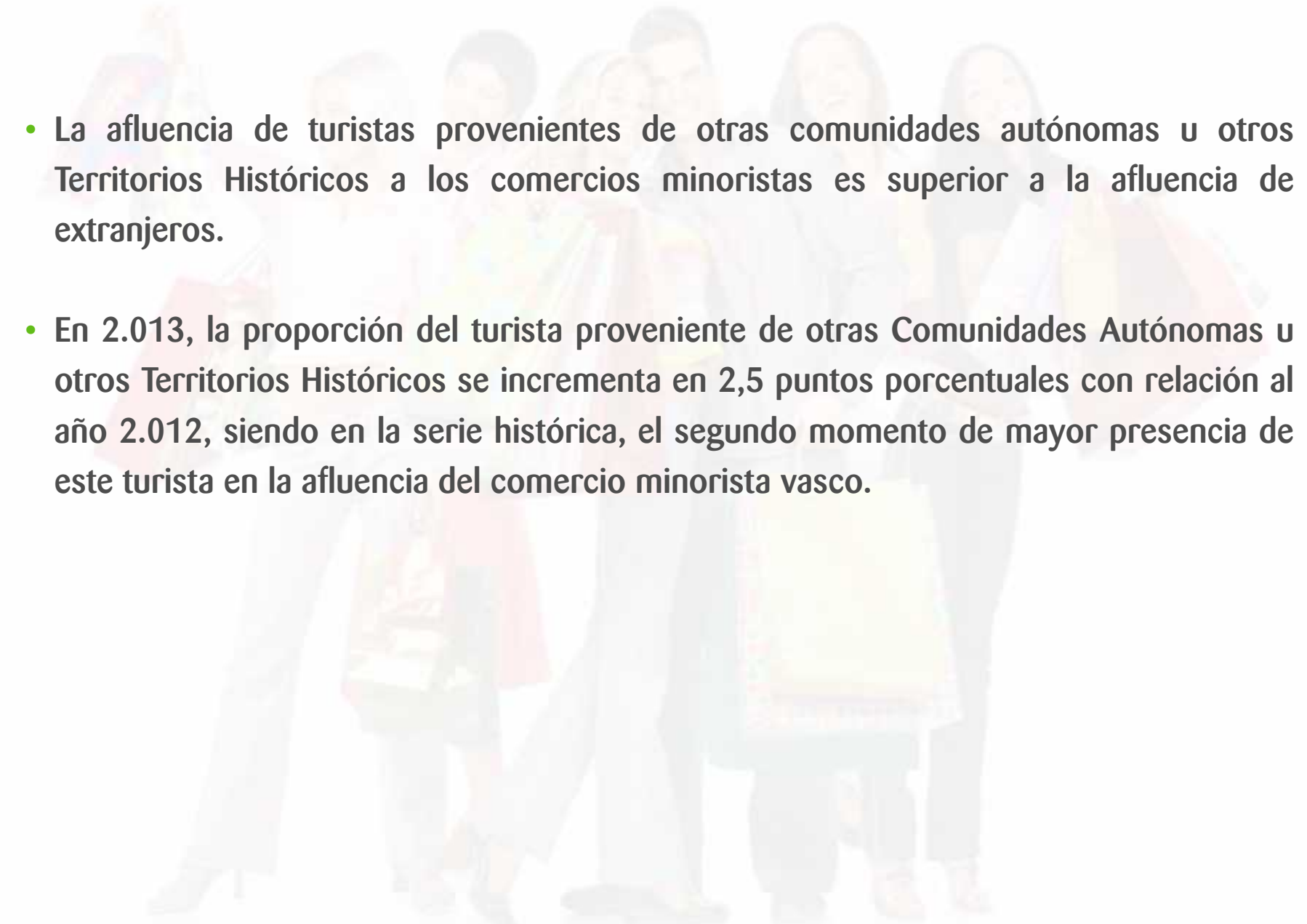
ES DECIR, UN PERFIL MUY SIMILAR AL DETECTADO EN BARÓMETROS ANTERIORES

P.18/P.19/P.19/P.19: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas*?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



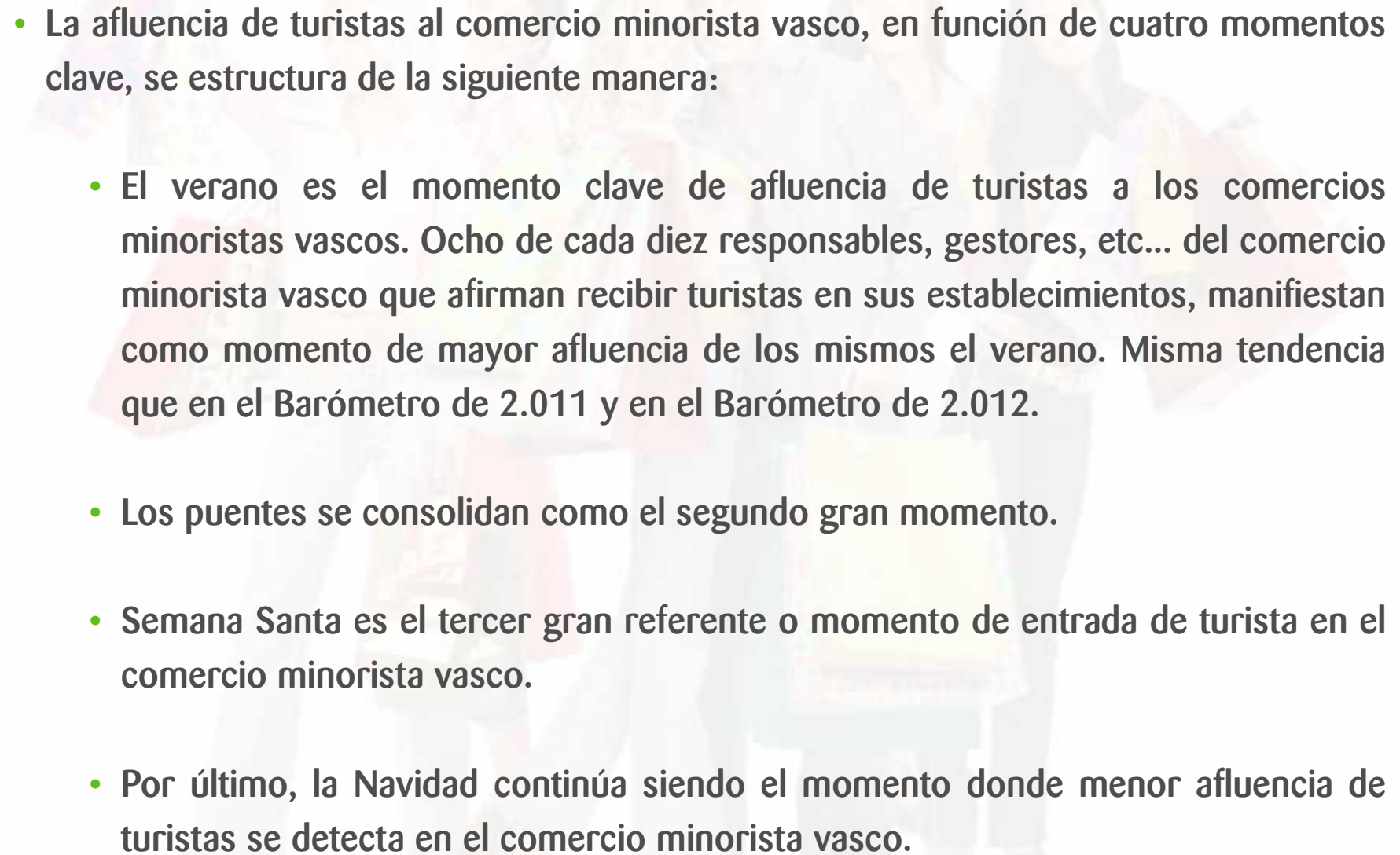
* Por turista entendemos cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

- 
- La afluencia de turistas provenientes de otras comunidades autónomas u otros Territorios Históricos a los comercios minoristas es superior a la afluencia de extranjeros.
 - En 2.013, la proporción del turista proveniente de otras Comunidades Autónomas u otros Territorios Históricos se incrementa en 2,5 puntos porcentuales con relación al año 2.012, siendo en la serie histórica, el segundo momento de mayor presencia de este turista en la afluencia del comercio minorista vasco.

P.19/P.20/P.20/P.20: ¿Cuántos son nacionales y cuántos son extranjeros?

Base: Comercios minoristas entrevistados donde entran turistas



- 
- La afluencia de turistas al comercio minorista vasco, en función de cuatro momentos clave, se estructura 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 los mismos el verano. Misma tendencia que en el Barómetro de 2.011 y en el Barómetro de 2.012.
 - Los puentes se consolidan como el segundo gran momento.
 - Semana Santa es el tercer gran referente o momento de entrada de turista en el comercio minorista vasco.
 - Por último, la Navidad continúa siendo el momento donde menor afluencia de turistas se detecta en el comercio minorista vasco.

Momentos de afluencia de turistas

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 2.013)

Base: 304 comercios minoristas entrevistados donde entran turistas

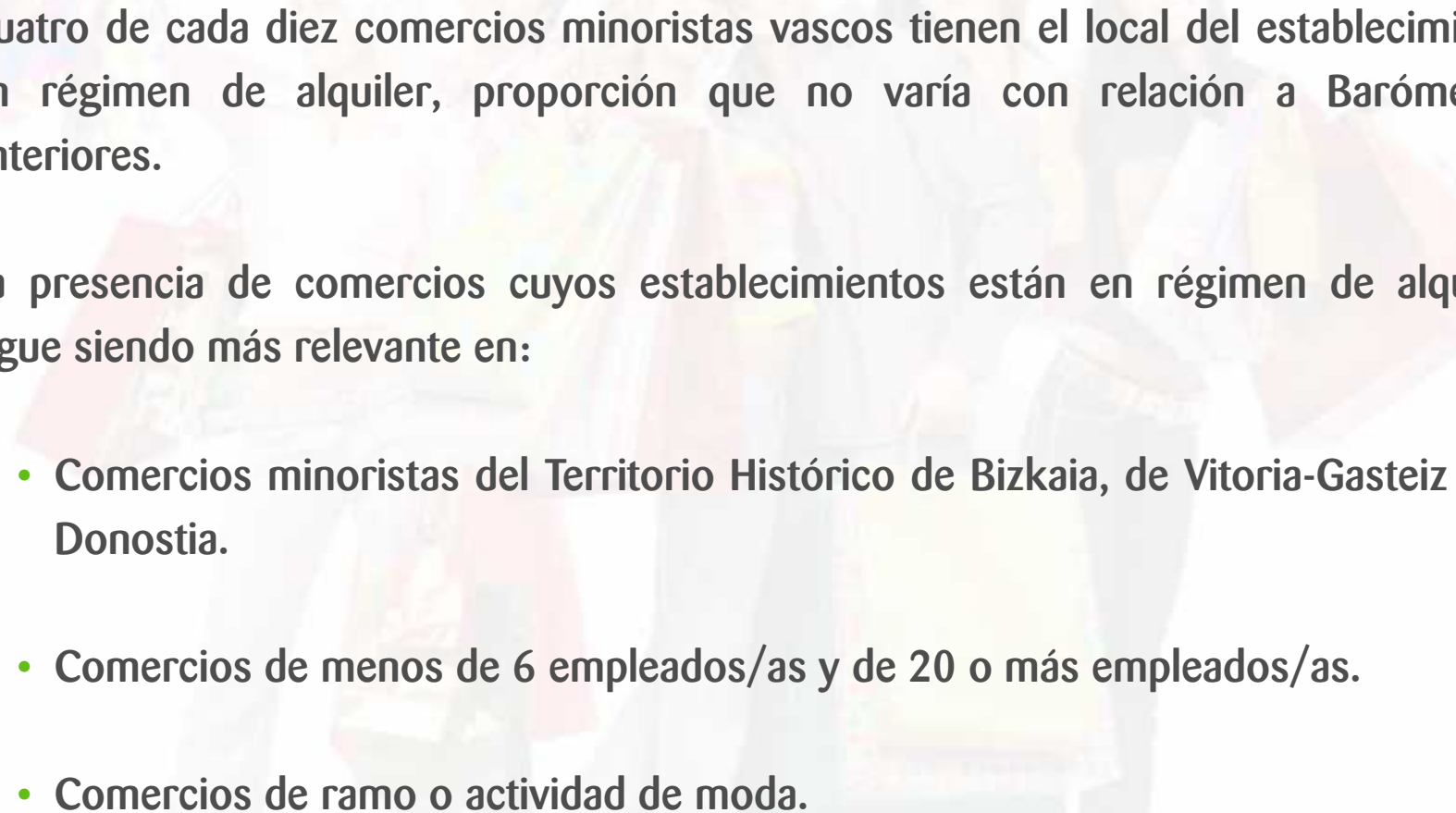
	Momentos de mayor afluencia de turistas				
	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	No concreta respuesta
Navidad	5,6%	13,3%	15,6%	49,7%	15,9%
Semana Santa	4,6%	29,7%	42,9%	8,6%	14,2%
Verano	79,4%	9,0%	7,8%	3,0%	0,9%
Los puentes	10,4%	38,6%	18,4%	17,1%	15,4%

Momentos de afluencia de turistas



9.

***“El alquiler de los locales
comerciales”***

- 
- Cuatro de cada diez comercios minoristas vascos tienen el local del establecimiento en régimen de alquiler, proporción que no varía con relación a Barómetros anteriores.
 - La presencia de comercios cuyos establecimientos están en régimen de alquiler, sigue siendo más relevante en:
 - Comercios minoristas del Territorio Histórico de Bizkaia, de Vitoria-Gasteiz y de Donostia.
 - Comercios de menos de 6 empleados/as y de 20 o más empleados/as.
 - Comercios de ramo o actividad de moda.

Ratio de arrendamiento de locales

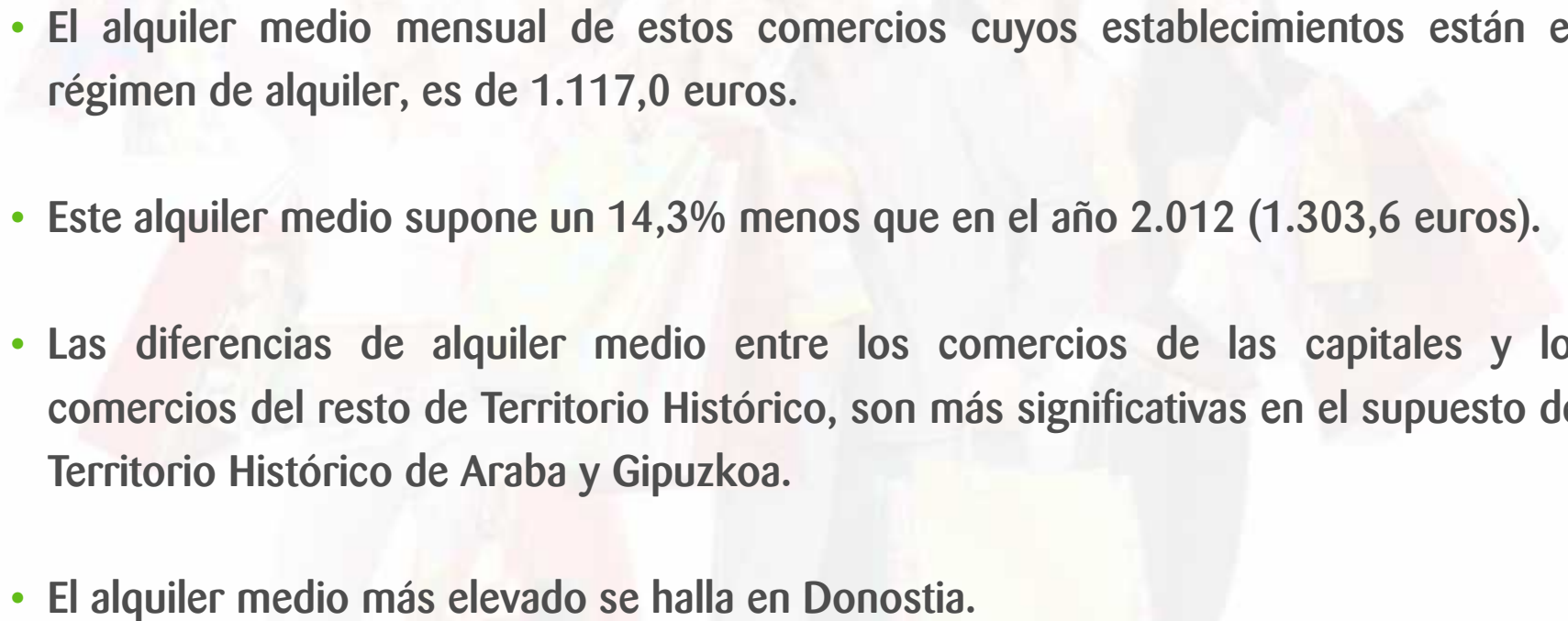
P.25/P.25A/P.25A: ¿El local del establecimiento, del comercio está en régimen de alquiler?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grado/tasa de locales comerciales en régimen de alquiler (año 2013)



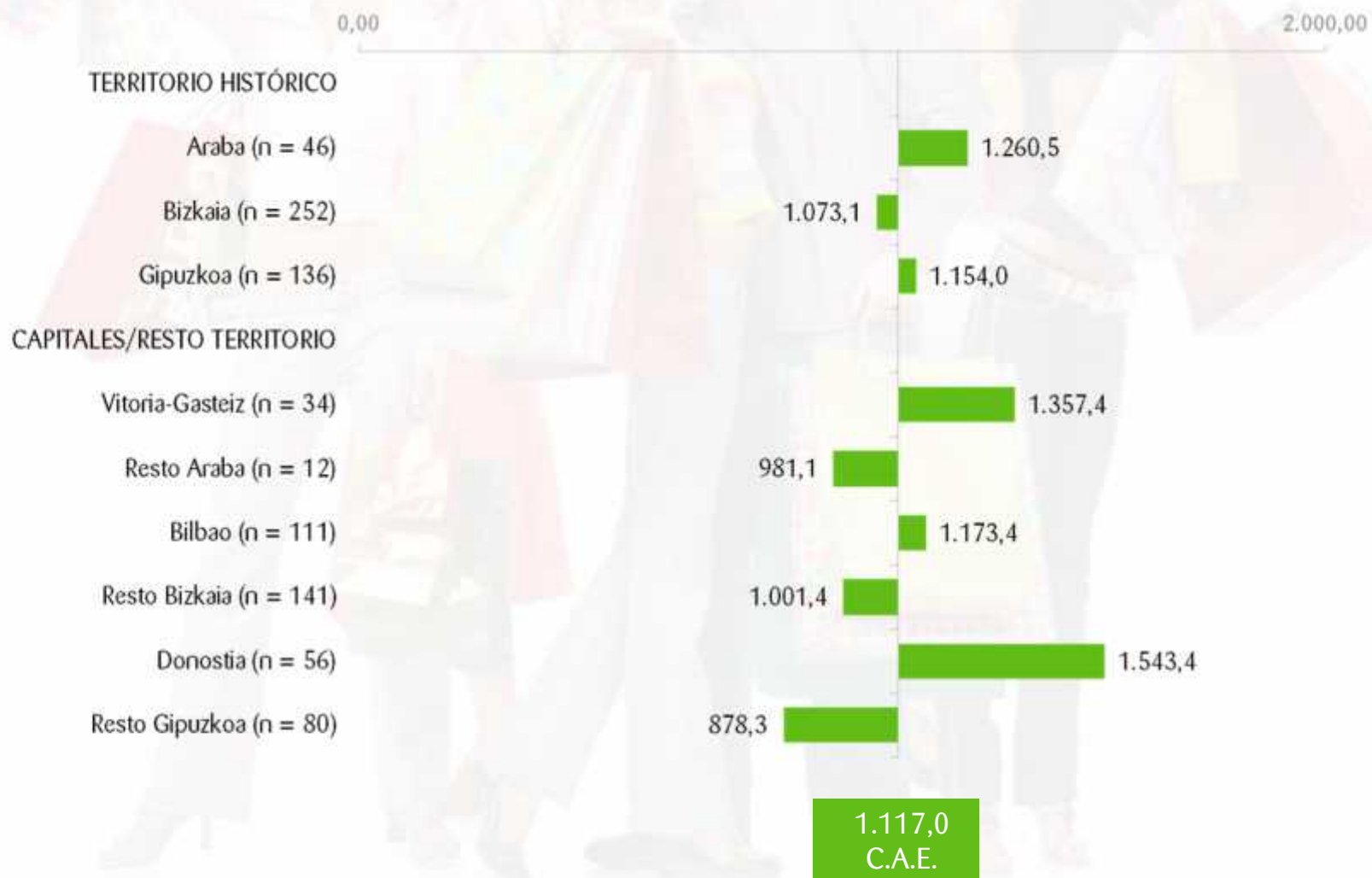
Ratio de arrendamiento de locales

- 
- A group of people, including men and women, are shown from the waist up, holding various shopping bags. They appear to be in a retail or commercial setting. The image is faded and serves as a background for the text.
- El alquiler medio mensual de estos comercios cuyos establecimientos están en régimen de alquiler, es de 1.117,0 euros.
 - Este alquiler medio supone un 14,3% menos que en el año 2.012 (1.303,6 euros).
 - Las diferencias de alquiler medio entre los comercios de las capitales y los comercios del resto de Territorio Histórico, son más significativas en el supuesto del Territorio Histórico de Araba y Gipuzkoa.
 - El alquiler medio más elevado se halla en Donostia.

Precio medio del alquiler

P.26: ¿Podría decirnos, aproximadamente, cuanto paga al mes por el alquiler del local? (año 2013)

Base: 435 comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler



Precio medio del alquiler

- Uno de cada tres comerciantes, responsables, dueños/as, gerentes, etc..., comerciantes que tienen el local en régimen de alquiler, ha intentado renegociar el precio del mismo.
- En concreto, la mitad de esos comerciantes, responsables, dueños/as, gerentes, etc..., comerciantes que han intentado renegociar la cuantía del arrendamiento, ha conseguido reducir el precio del mismo. Porcentaje, ratio de comerciantes superior a lo detectado en los Barómetros de 2.011 y de 2.012.
- La reducción media del alquiler se sitúa en un 15,9%, es decir, 1 punto porcentual más de reducción que en el año 2.012 y 3,3 puntos porcentuales más que en el año 2.011.
- Cara al año 2.014, los intentos de renegociación del alquiler del comercio por parte de quienes no lo han intentado renegociar en 2.013, nos presentan una tasa superior a la detectado en el Barómetro de 2.011 e inferior a lo detectado en el Barómetro de 2.012.

La renegociación del alquiler

P.27: Durante el año 2.011/2.012/2.013, ¿ha intentado renegociar el precio del alquiler con el propietario del mismo?

Base: Comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler



P.28: ¿Ha conseguido reducir el precio del alquiler del local?
Base: Comercios minoristas que han intentado renegociar el precio del alquiler



La renegociación del alquiler

*P.29: Aproximadamente, ¿qué porcentaje de reducción del alquiler ha conseguido?
Base: Comercios minoristas que han conseguido reducir el precio del alquiler del local*

TASA DE REDUCCIÓN DEL ALQUILER

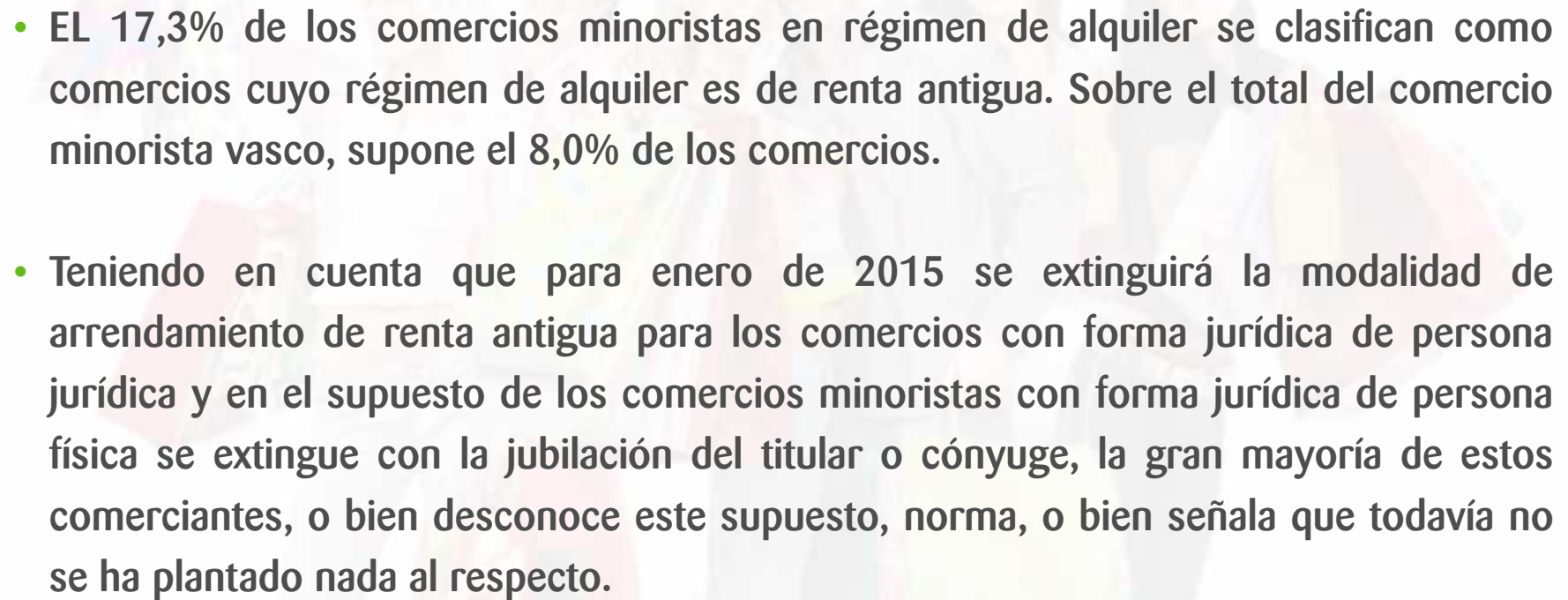


La regeneración del alquiler

*P.30: Cara al año que viene, ¿tiene intención de renegociar el precio del alquiler del local?
Base: Comercios minoristas que no han intentado renegociar durante el año pasado el alquiler*



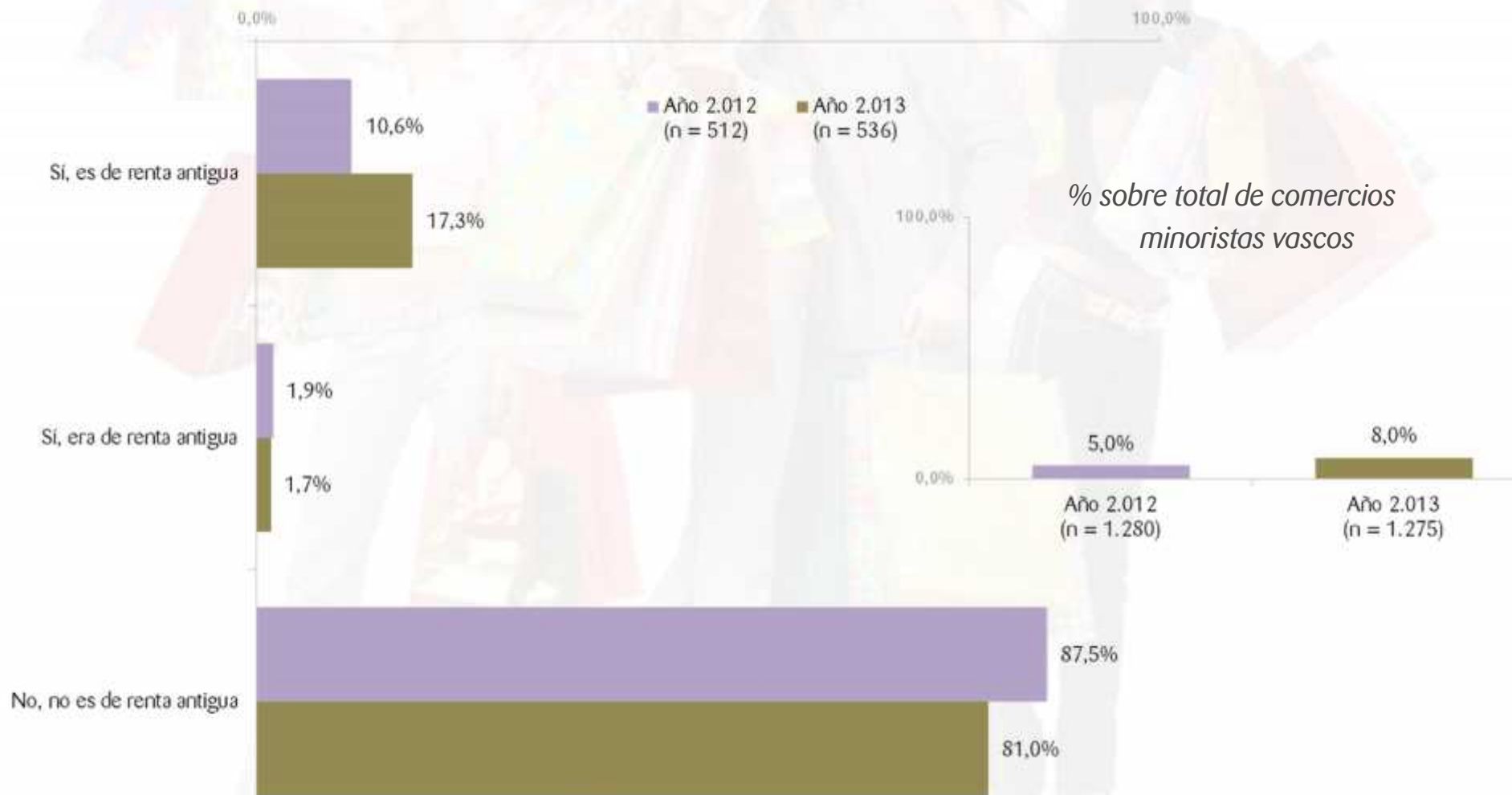
La regeneración del alquiler

- 
- EL 17,3% de los comercios minoristas en régimen de alquiler se clasifican como comercios cuyo régimen de alquiler es de renta antigua. Sobre el total del comercio minorista vasco, supone el 8,0% de los comercios.
 - Teniendo en cuenta que para enero de 2015 se extinguirá la modalidad de arrendamiento de renta antigua para los comercios con forma jurídica de persona jurídica y en el supuesto de los comercios minoristas con forma jurídica de persona física se extingue con la jubilación del titular o cónyuge, la gran mayoría de estos comerciantes, o bien desconoce este supuesto, norma, o bien señala que todavía no se ha plantado nada al respecto.

Comercios minoristas de renta antigua

P.25B: ¿El contrato de alquiler, de arrendamiento del local de su negocio, es de renta antigua?

Base: Comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler



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

Comercios minoristas de renta antigua

ALQUILER DE LOCALES COMERCIALES

No están en régimen de alquiler

Año 2.011 56,8%

Año 2.012 60,0%

Año 2.013 57,9%

Están en régimen de alquiler

Año 2.011 43,2%

Año 2.012 40,0% (5% de renta antigua)

Año 2.013 42,1% (8,0% de renta antigua)

No han intentado renegociar el alquiler

Año 2.011 33,7%

Año 2.012 26,2%

Año 2.013 23,1%

No lo intentan en el próximo año

Año 2.011 26,8%

Año 2.012 18,1%

Año 2.013 18,0%

Lo intentan en el próximo año

Año 2.011 6,9%

Año 2.012 8,1%

Año 2.013 5,1%

Han intentado renegociar el alquiler

Año 2.011 9,5%

Año 2.012 8,7%

Año 2.013 10,9%

No ha logrado reducción

Año 2.011 6,1%

Año 2.012 4,9%

Año 2.013 5,3%

Ha logrado reducción

Año 2.011 3,4%

Año 2.012 3,9%

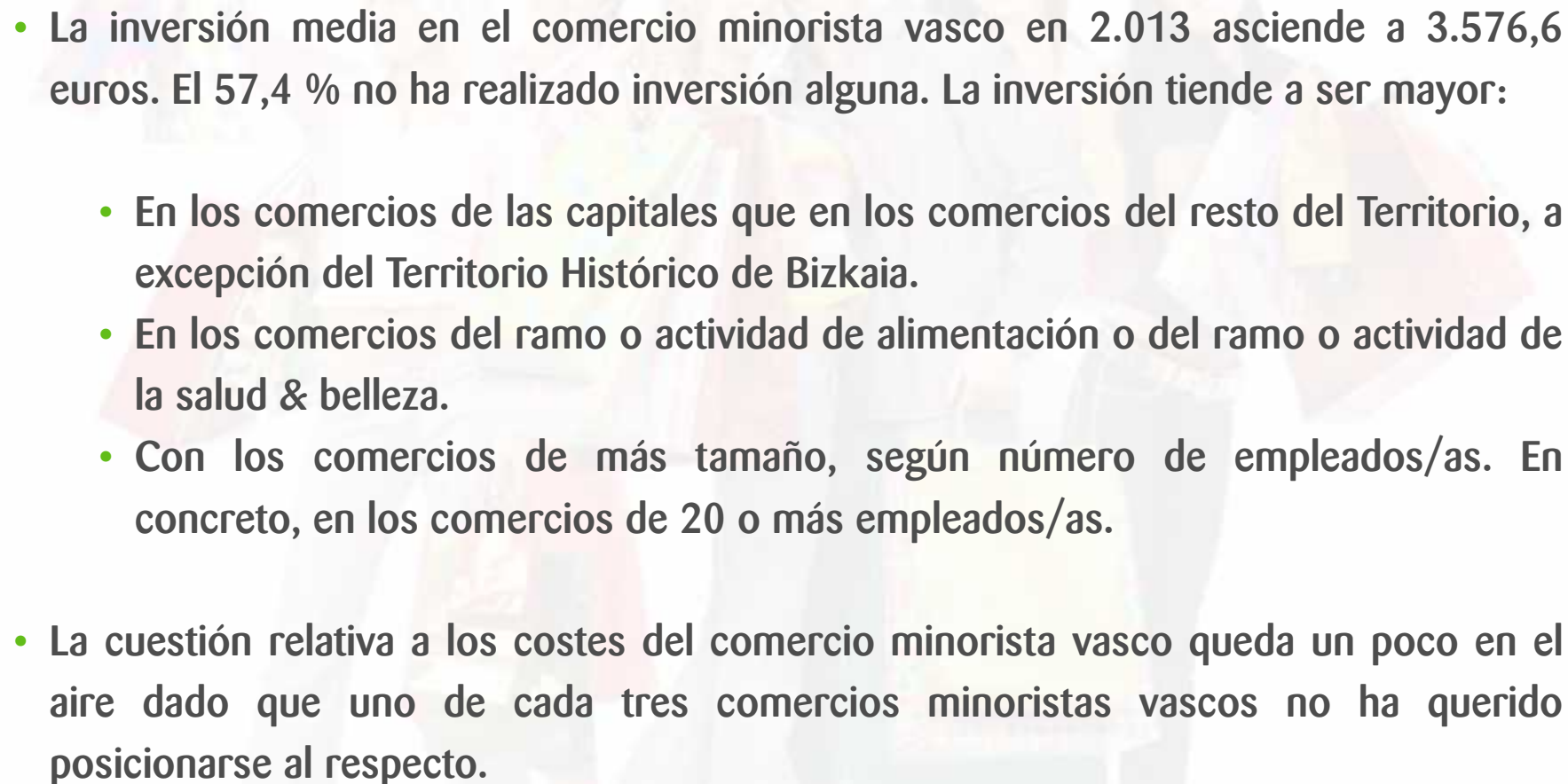
Año 2.013 5,6%

En resumen: alquiler de locales comerciales

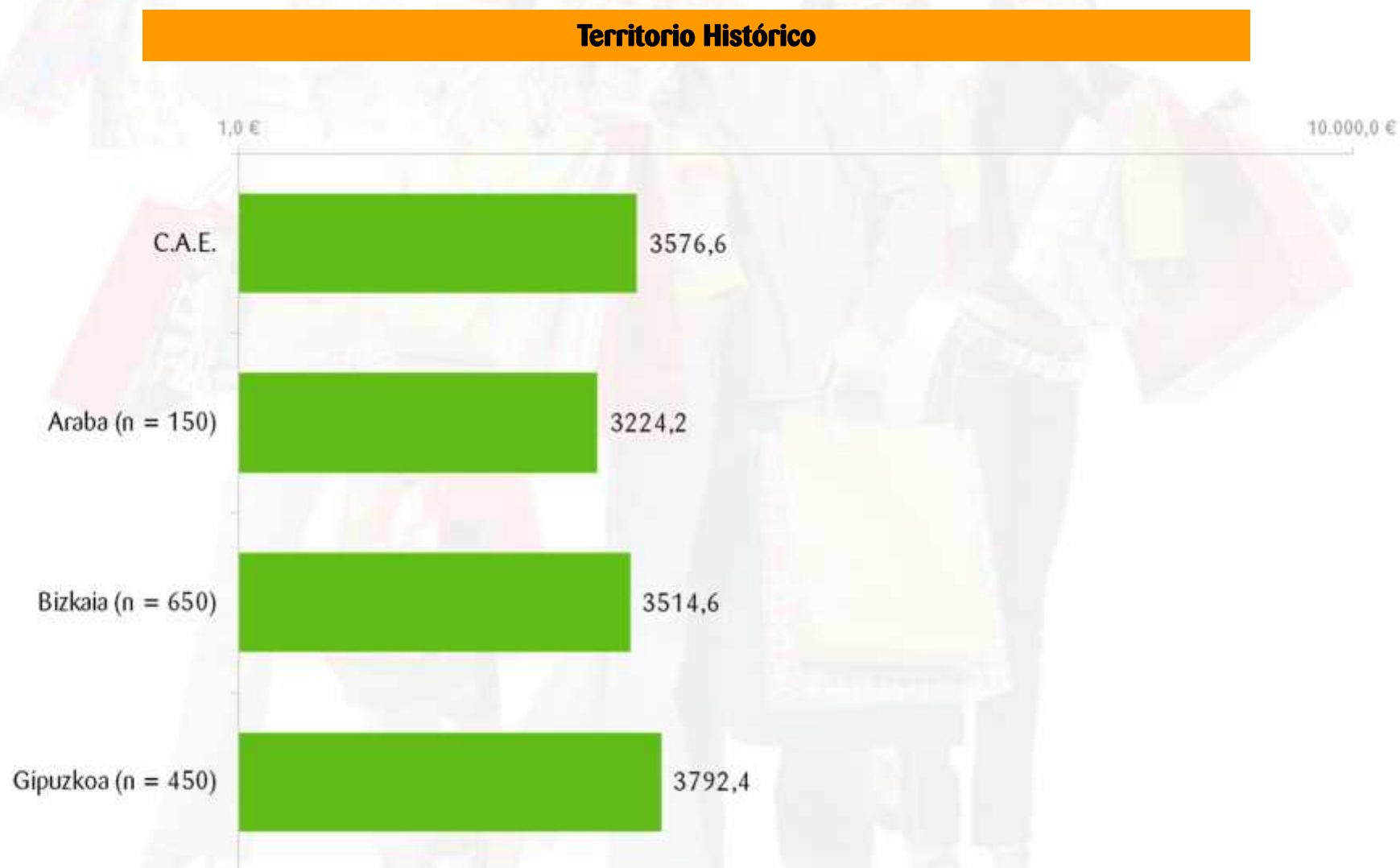


10.

“Costes del comercio minorista vasco”

- 
- La inversión media en el comercio minorista vasco en 2.013 asciende a 3.576,6 euros. El 57,4 % no ha realizado inversión alguna. La inversión tiende a ser mayor:
 - En los comercios de las capitales que en los comercios del resto del Territorio, a excepción del Territorio Histórico de Bizkaia.
 - En los comercios del ramo o actividad de alimentación o del ramo o actividad de la salud & belleza.
 - Con los comercios de más tamaño, según número de empleados/as. En concreto, en los comercios de 20 o más empleados/as.
 - La cuestión relativa a los costes del comercio minorista vasco queda un poco en el aire dado que uno de cada tres comercios minoristas vascos no ha querido posicionarse al respecto.

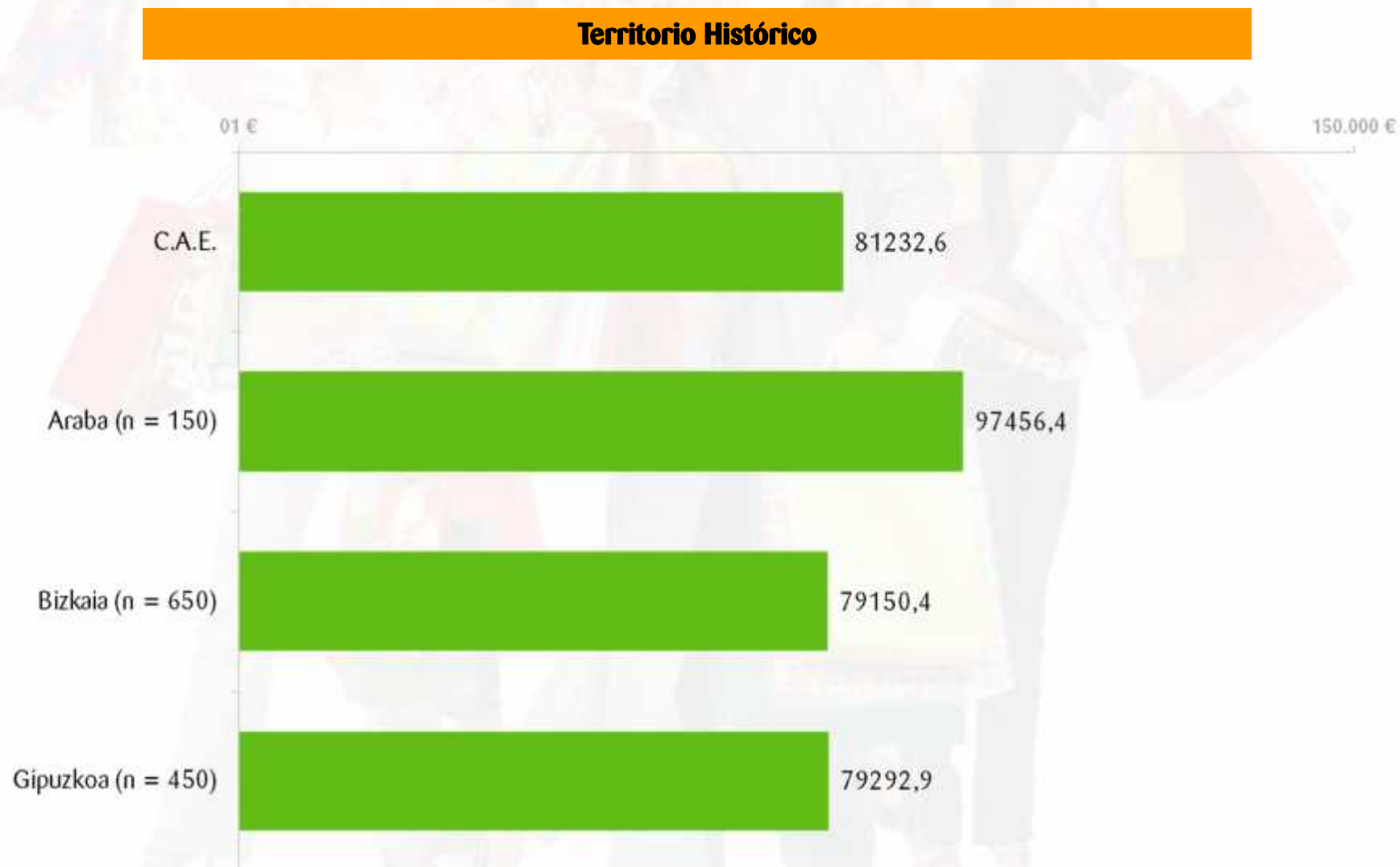
P.37: ¿A cuánto asciende la inversión que ha realizado en su negocio en 2.013? (año 2.013)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Inversión realizada en el comercio minorista vasco

P.38: ¿A cuánto asciende el total de costes de su negocio? (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Costes del comercio minorista vasco



11.

“Consideraciones finales”

- En el anterior Barómetro del comercio minorista vasco, año 2.012, insistíamos en la relevancia de la variable tiempo y la escasa importancia que el/la responsable, dueño/a del comercio minorista vasco parece atribuirle o visualizarlo como un valor para el/la consumidor/a. Por lo tanto, para su negocio.
- Así, hay algunas tendencias detectadas en este barómetro que inciden en esta idea:
 - El sábado no es un día fuerte de ventas para el comercio minorista vasco. De hecho, los comercios minoristas vascos que abren parcialmente en sábado triplican a lo que abren el sábado durante todo el día.
 - El lunes y viernes son los días de mayor concentración de ventas en el comercio minorista vasco.
 - Las primeras horas de la actividad comercial continúan ganando peso o relevancia en la concentración de las ventas del comercio minorista vasco.

- El/la responsable, dueño/a, gerente del comercio minorista vasco no presta atención a los diferentes ritmos de compra a lo largo del año. Son muy pocos los comercios que varían sus horarios comerciales (campañas de primavera-verano; rebajas de verano; campaña de navidad...).
- Unido a todo ello, el valor de la cercanía del comercio minorista vasco resulta también pasa inadvertido en opinión de los/las responsables, dueños/as, gerentes del comercio minorista vasco.

**«EL SHOPPING CONVENCIONAL ESTÁ DESAPARECIENDO Y
NUESTROS COMERCIOS MINORISTAS VASCOS DEBIERAN
ADAPTARSE A LAS NUEVAS FORMAS, RITMOS DEL SHOPPING»**

- Las perspectivas del sector, analizando la evolución de la afluencia de, sobre todo, clientes al comercio minorista vasco, aún siendo preocupantes, apuntan a una leve mejoría con relación a 2.012. Es decir, en 2.013 los/las responsables, dueños/as gerentes son algo menos pesimistas que en 2.012.
- La fotografía de evolución de la afluencia de clientes al comercio minorista vasco se asemeja más a la de 2.010 que a la de 2.012 (peor momento de la serie).

