



ikusmer

Merkataritzaren Behatokia
Observatorio del Comercio

2015eko MAIATZA

Bilbao Dendak,

Gasteiz On

eta San Sebastián Shops-en

laguntzarekin burututako dokumentua

**EUSKADIKO
MERKATARITZA SEKTOREKO
MIKROETE-EN AMIA**

2015

A AHULEZIAK

langileria enpresa
teknologia maila lankidetzak
asoziazionismoa hornitzaileak giza prestigioa adina
merkataritza berriztapena **prestakuntza maila** stock-en errotazioa tamaina merkataritza
bezeroari arreta enpresa kudeaketa fidelizazio programak ordutegia
merkataritza dentsitatea **kudeaketa softwarea finantzaketa**
erosketa taldeak **marketinean tradizionalismoa**
hasierako **publizitatean** enpresa estrategia
inbertsioa **komunikazioan**
inbertsioa

M MEHATXUAK

gizarte euskarria kontsumitzaileak araudia
alokairuak merkataritza mix-a kanal berriak
hornikuntza **krisialdi ekonomikoa**
merkataritza merkataritza ordezkapena logistika
desertifikazioa **gizarte aldaketak**
globalizazioa demografia merkataritza birkokapena

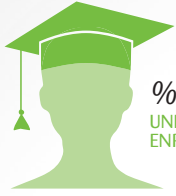
I INDARRAK

aurre lurraldea
egiteko **kokapena** bezeroen arreta
gaitasuna finantzaketa **gertutasuna** erakarpen
leialtasuna lana espezializazioa gaitasuna
esperientzia **prestakuntza jarraia** hirigintza

A AUKERAK

turismoa
kontsumo ohiturak antolaketa erakundeak asoziazionismoa
ekintzailtza **hirigintza egokitzapena**
kanal berriak ezagutza garraioa
laguntzak

AHULEZIAK

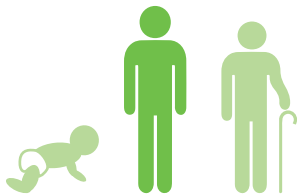


%25,7

UNIBERTSITATE IKASKETAK DITUZTEN
ENPRESABURUAK

1 PRESTAKUNTZA MAILA: Merkataritza enpresa kudeaketan prestakuntza maila eskasa agertzen da, enpresa gizon/emakumeen, %25,7*-ak bakarrik ditu unibertsitate ikasketak, langileei dagokienez, %19*-ak.

5 ADINA: Merkatariairen batezbesteko adin altua, 48,5 urte* honek, negozioaren egokitzapena eta bilakaera zailtzen du, arrail-teknologikoagatik eta erretiro data hurbil izanda interesa galtzeagatik.



48,5 URTE

MERKATARIAREN BATEZ BESTEKO ADINA

8 MARKETIN, PUBIZITATE ETA KOMUNIKAZIOAN INBERTSIOA: Emaizten-kontutik portzentaje txikia erabiltzen da kontzeptu hauetara.

10 HASIERAKO INBERTSIOA: Lokalaren alokairua edo salmenta, honen apainketa edo merkataritza jarduerarako egokitzea eta hasieran stock-ean egin behar den inbertsioa sektorearen sarreara hesiak dira.

2 TEKNOLOGIA MAILA: Saltoki gehienek ordenagailua badute ere (%76,4**), gehienena eguneratu gabeko oinarriko ekipamendu teknologikoa da eta ez da zaharkitze teknikoak eskatzen duen arte berritzen.



ORDENAGAILUA DUTEN SALTOKIAK

%76,4

6 TRADIZIONALISMOA: Euskal merkataritzak ohiko salmenta erabiltzen du bere beziarekin elkar eragiteko sistema bakar moduan. Merkataritza elektronikoa, gizarte sareen bitarteko salmenta edota on line eta off line bideak uztartzen dituena, hondar-salmentak dira.

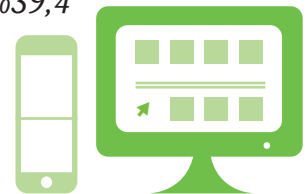
9 GIZA PRESTIGIOA: Saltzailearen lanpostua askotan denbora baterako lana izaten da, prestigio handiagoa duen lan jarduera bilatzen den bitartean betetzen den lana. Negozio eskoletan, ez da araututako prestakuntzarik existitzen, honek sektorean lanbide garapena izateko interesa gutxitzen du.

3 FINANTZAKETA: Kreditu erakundeen aldetik inbertsio berrietarako eta produktuaren eskuraketarako (zirkulatzailea) finantzaketa lortzerako orduan zailtasuna.

4 LANGILERIA: Ematen den errotaio maila altuagatik prestatutako langileri egonkorra aurkitzeko zailtasuna, soldata eta ordutegi hobe bilatzen duten pertsonentzat saltzailearen lanpostua askotan denbora baterako lana izaten delako. Langileriaren mobiltasun maila baxua da, askotan, kobratzaile papera bakarrik betez eta bezeroak saltzeko dagoen produktuaren inguruko informazio gehiago izanik.

KUDEAKETA SOFTWARE-A DUTEN TXIKIZKAKO
SALTOKIAK

%39,4



7 KUDEAKETARAKO SOFTWAREA: Salmenta azaleraren optimizaziorako eta errotaio indizeak edo merkataritza marjinak kalkulatzeko orduan kudeaketarako softwarearen erabilera mugatua. Txikizkako saltokien %39,4**-ak bakarrik erabiltzen du kudeaketarako softwarea.



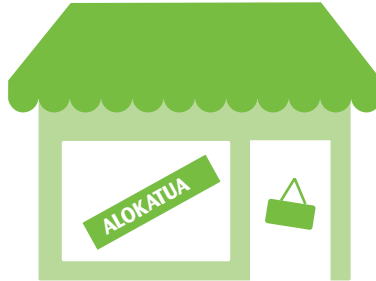
M MEHATXUAK

1 KRISIALDI EKONOMIKOA: Atzeraldi egoera jarraituak, kontsumo eta enpleguaren jaitsieraz gainera erosketa irizpideen aldaketa ekarri du.

2 GIZARTE ALDAKETAK: Zahartutako biztanleriak gero eta indar handiagoa hartzen du, jaiotze tasaren eta etorkin diren biztanleriaren jaitsierak kontsumoan eragina izango duten aldaketak dakartzate, hau uzkertuz, eta kontsumitze-ko moduak aldatuz.

3 GLOBALIZAZIOA: Antolatutako Banaketa Handiko lehiakideen eta mundu mailan merkataritza leia ezartzen duten saltzeko modu berrien igoera.

7 KANAL BERRIAK: Teknologia berrietan oinarritutako banaketa eta komunikazio kanaletara egokitzapen eskasa, 3D shopping-a, smart tv-ak (adimendun telebis-tak), tablet-ak, QR kodeetan oinarritutako saltoki birtualak ...



ALOKAIRUAN DAUDEN LOKALAK

%34,9

4 ALOKAIURUAK: Hiriko saltokien alokairu/erosketa prezio altua. Saltokien %34,9^a alokairu erregimenean dago, 2015.urtean, 1964 urteko Hiri Errentamendurako Legearen (HEL) bitartez araututako antzinako errentako kontratuen iraungitzea emango da. Saltokien %1,5-a aintzinako errenten erregimen honen eraginpean dago.

8 HORNIKUNTZA: Batezbesteko erosketa bolumen baxuaren ondorioz, enpresa hornitzaileekin negoziatzeko botere eskasa.

5 GIZARTE EUSKARRIA: Gizarte mailan, hirietako merkataritza erdiguneek ekartzen dituzte input eta onuren inguruko mesfidantza/ahantzura/ezjakintasuna existitzen da.

6 KONTSUMITZAILEAK: Gazteen erakarpen eta bereganatze falta (etorkizuneko kontsumitzaileak, belaunaldi berriak).

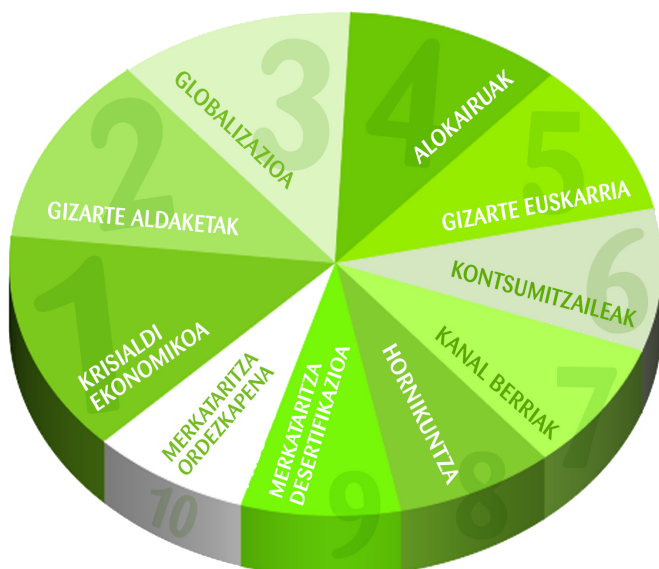
9 MERKATARITZA DESERTIFIKAZIOA: Utzik dauden lokalen areagotzeak, lehen goieneko mailan zeuden guneen merkataritza erakargarritasuna gutxitzen du.



%15,7

ESKUALDAKETA BITARTEZ ESKURATUTAKO SALTOKIAK

10 MERKATARITZA ORDEZKAPE-NA: Jabeen erretiroetatik itxiko diren saltokiak ondokoek, lanean dauden langileek edo ekintzaile berriek ordezkatzeko orduan duten zailtasuna. Ez da ekintzaile berrien eta sektorea utziko dutenen artean elkartzeko punturik existitzen, ezaguera, merkataritza fondoak, instalazioak, ekipamendua... Merkataritza saltokien %15,7^a-a baino ez da negozioaren eskualdatzearen bitartez eskuratu.



INDARRAK

1 GERTUTASUNA: Kontsumitzai-leen helbideetatik hurbil, lehen beharizaneko edo ordezkape-neko erosketa bat burutzerako orduan lehen erreferentea dira. Gertutasun honek gainera haien bezeroan gustu eta lehentasunak ezagutzea baimentzen die.

2 KOKAPENA: Merkataritza ETE gehienak hiri erdiguneetan kokatuta aurkitzen dira, hau erosle potentzialen foku izanik.

5 AURRE EGITEKO GAITASUNA: Krisialdi egoeren aurrean aurre egiteko gaitasun handia.

KRISIALDI EGOEREN AURREAN ERRESISTENTZIA



8 ESPEZIALIZAZIOA: Produktuaren espezializazio handia eta hautemandako kalitate altua.

9 ERAKARPEN GAITASUNA: Merkataritza nork bere lana sortzeko sektore erakargarria da.

3 PRESTAKUNTZA JARRAIA: Sektorearentzako asoziazioen eta sindikatuen aldetik eskaintzen den espezializatutako prestakuntzak sektorearen profesionalizazioaren igoera dakar.

6 BEZEROAREN ARRETA: Pertsonalizatutako tratua, hizketakidearen ezaguera eta honen gustuetara egokitzeko aukera.

%15,36
 MERKATARITZAK SORTZEN DITUEN AFILIAZIOAK

10 LANA: Enplegu sortzaile garrantzitsua, Euskal ekonomiako afiliazioen %15,36 aren ardura-dun izanik.

4 LEIALTASUNA: Ohiko bezeria leiala dute, sarrera minimo batzuk ziurtatuta dituztelarik.

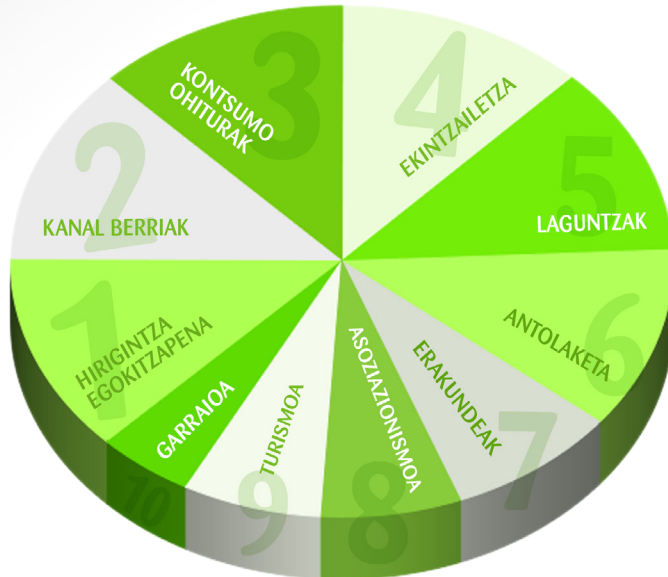
7 ESPERIENTZIA: Sektorean ibilbide luzea duen enpresa gizon/emakumeen presentzia altua. Euskal merkataritzako saltokien batezbesteko adina 25,9* urtetakoa da.



EUSKADIKO SALTOKIEN BATEZ BESTEKO ADINA
25,9 URTE



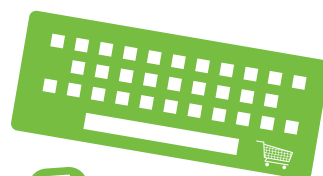
AUKERAK



1 HIRIGINTZA EGOKITZAPENA: Saltokien egokitzapena, oinezkoentzako eremuen gehitzea, hiri barruko kotxearen erabileraren mugatzea, hirien hirigintza birsorkuntzari probetxu ateraz.

2 ESKURA DAUDEN KANAL BERRIAK: e-Commerce, (merkataritza elektronikoa), m-Commerce (mugikorraren bitartezko erosketa), f-Commerce (Facebook edo beste gizarte-sare batzuen bitartezko erosketa), on+off kanalaren erabilera. (On line bilaketa + off line erosketa, dendan).

8 ASOZIAZIONISMOA: Eraginkortasuna handitzen duten eskala ekonomien probetxurako enpresen bilgunerako akordioak.



KANAL BERRIEN BIDEZKO EROSKETAK

9 TURISMOA: Kanpoko erosleak ekartzen dituen eta hazten ari den eskaintza turistikoa, kultural eta gastronomikoari probetxua ateratzeko aukera. Saltokien %18,5* ra turistak sartzen dira.

3 KONTSUMO OHITURAK: Gertutasuneko formatura bueltarako joera versus formatu handiko kanpoaldeko salto-kiak.

4 EKINTZAILETZA: Euskadiko ekintzaietza joera garrantzitsua.

5 LAGUNTZAK: Prestakuntzarako, egokitzapen teknologikorako eta merkataritza dinamizatorako Administrazio Publikoak dituen laguntzak eskuratzeko aukera, honek sektorearen profesionalizatzeko mailaren igoera dakar.

6 ANTOLAKETA: Egitura malgua, jarduera handitzen deneko epealdietara egokitzeko erraztasuna.

7 ERAKUNDEAK: Existitzen diren egitura publiko-privatueta eta eskaintzen dituzten zerbitzuetaz baliatzeko aukera hiri-merkataritzako plataformak eta Merkataritza Dinamizatze Bulegoak kasurako.

10 GARRAIOA: Garraio publikoaren hobekuntza jarraiko prozesuaren probetxua, metroa, trena, tranbia, autobusa...



GARRAIO PUBLIKOAREN HOBEKUNTZA JARRAIA