



Barómetro del comercio minorista vasco (año 2010)

INFORME DE RESULTADOS

30 DE DICIEMBRE DE 2010

Índice

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	138
2.1. Las ventas a lo largo de un día	139
2.2. Las ventas a lo largo de la semana	149
2.3. Distribución de las ventas según medios de pago	157
2.3.1. Punto de partida: grado de presencia de datáfonos o TPVs	158
2.3.2. Distribución de las ventas según medios de pago	163
3.- LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES	171
3.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día	172
3.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana	182
3.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes	190
3.4. Dispositivos de control de la afluencia	199

Índice

4.- EL PESO DEL TURISMO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO	208
4.1. La afluencia de turistas	209
4.2. Hitos de mayor afluencia de turistas	218
5.- EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO	221
5.1. Personal empleado en el comercio minorista vasco desde la perspectiva de género	222
5.2. Antigüedad del personal	234
5.3. El nivel de estudio de los/las empleados/as en el comercio minorista	241
6.- INVERSIÓN Y COSTES TOTALES DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	246
6.1. Inversión en el comercio minorista vasco	247
6.2. Ratio de costes totales del comercio minorista vasco	251



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 de la fase cualitativa

- Los **objetivos específicos** de este cuarto Barómetro del Comercio Minorista Vasco, correspondiente al año 2.010, sobre los que se ha trabajado, son los siguientes:
 - **Análisis de las ventas del comercio minorista vasco** durante el año 2.010 (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 2.010 (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 2.010).
 - 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 (**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 1.543 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de $e = 2,0\%$ (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 Estribaciones de Gorbea y de Bizkaia como Arratia Nervión, Encartaciones, Gernika-Bermeo, Markina - Ondarroa y Plentzia – Mungía, quedan con muestras muy bajas y seguramente en un segundo análisis del muestreo se deberán de subir estas muestras para dar a los comercios de estas comarcas un nivel de fiabilidad adecuado.

- El diseño de la muestra resultante fue el siguiente:

		De 1 a 2 trabajadores/as	De 3 a 5 trabajadores/as	De 6 a 9 trabajadores/as	De 10 a 19 trabajadores/as	De 20 a 49 trabajadores/as	50 o más trabajadores/as	Total	
Provincia	Araba	Llanada Alavesa	95	67	25	14	14	8	223
		Rioja Alavesa	5	2		1			8
		Estribaciones del Gorbea					1		1
		Cantábrica Alavesa	27	16	2	3	2		50
		Total	127	85	27	18	17	8	282
	Bizkaia	Arratia - Nervión	8	2		1		1	12
		Gran Bilbao	182	139	63	46	23	9	462
		Duranguesado	46	19	9	6	2		82
		Encartaciones	16	6	2	1	2		27
		Gernika - Bermeo	21	6	3	1	2	1	34
		Markina - Ondarroa	8	7	2		2		19
		Plentzia - Mungia	18	8	3	3			32
		Total	299	187	82	58	31	11	668
	Gipuzkoa	Bajo Bidasoa	28	11	7	5	7		58
		Bajo Deba	26	15	5	3			49
		Alto Deba	23	11	1	2			37
		Donostia - San Sebastián	131	97	43	24	9	4	308
		Goierri	35	16	7	5	1	1	65
		Tolosa	14	15	3	3			35
		Urola costa	22	10	4	3	2		41
		Total	279	175	70	45	19	5	593
TOTAL		705	447	179	121	67	24	1.543	

- 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	114	33	8	5	3	1	164
		Rioja Alavesa	3	1		1			5
		Estribaciones del Gorbea					6		6
		Cantábrica Alavesa	14	2	1	0	0		18
		Total	132	36	9	6	9	1	193
	Bizkaia	Arratia - Nervión	9	2		0		0	12
		Gran Bilbao	506	97	28	17	10	2	660
		Duranguesado	43	9	2	2	1		57
		Encartaciones	15	2	0	0	0		18
		Gernika - Bermeo	24	4	1	0	0	0	28
		Markina - Ondarroa	13	2	1		0		16
		Plentzia - Mungia	21	3	1	1			26
		Total	631	118	34	20	11	2	816
	Gipuzkoa	Bajo Bidasoa	52	9	2	2	1		67
		Bajo Deba	32	7	1	2			41
		Alto Deba	28	5	1	1			35
		Donostia - San Sebastián	198	47	13	8	4	1	270
		Goierri	34	5	1	1	1	0	42
		Tolosa	24	6	1	1			32
		Urola costa	39	6	1	1	0		47
		Total	407	84	22	15	6	1	534
TOTAL		1.170	239	64	42	26	3	1.543	

DETALLE DE PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: COMERCIO MINORISTA

- En concreto, se han realizado 1.112 entrevistas a comercios minoristas que, una vez aplicado el criterio de ponderación, anteriormente definido, suponen 1.257 entrevistas.
- Es por ello, que el margen de error, para este colectivo es de $e = 2,8\%$ (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: 25 de octubre de 2.010
 - Inicio del trabajo de encuestación: 2 de noviembre de 2.010
 - Finalización del trabajo de encuestación: 24 de noviembre de 2.010
 - Tabulación, proceso de datos: del 24 de noviembre al 3 de diciembre de 2.010
 - Presentación del informe de resultados: 30 de diciembre de 2.010

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)
Valles Alaveses	0,1%	---	---	---	---
Llanada Alavesa	10,6%	11,0%	10,3%	9,6%	9,7%
Montaña Alavesa	---	0,1%	---	---	0,2%
Arratia-Nervión	0,8%	0,7%	0,6%	0,6%	0,4%
Bajo Bidasoa	4,3%	5,1%	4,4%	4,1%	3,9%
Gran Bilbao	41,2%	39,6%	40,8%	41,7%	42,7%
Bajo Deba	2,9%	2,9%	2,8%	2,8%	2,8%
Alto Deba	2,4%	2,2%	2,4%	2,4%	2,6%
Donostia-San Sebastián	17,5%	18,4%	18,7%	18,5%	17,9%
Duranguesado	4,0%	4,2%	3,8%	3,8%	3,9%
Encartaciones	1,3%	1,2%	1,2%	1,2%	1,0%
Rioja Alavesa	0,3%	0,3%	0,1%	0,2%	0,2%
Gernika-Bermeo	2,2%	2,1%	2,3%	2,1%	2,1%
Goierri	2,7%	2,5%	2,5%	2,9%	2,7%
Estribaciones del Gorbea	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%	0,4%
Cantábrica Alavesa	1,4%	1,3%	1,4%	1,3%	1,3%
Markina-Ondarroa	1,1%	0,8%	1,0%	1,0%	1,0%
Plentzia-Mungia	1,3%	1,7%	2,0%	1,9%	1,8%
Tolosa	2,0%	2,3%	2,3%	2,1%	2,1%
Urola Costa	3,7%	3,3%	3,2%	3,4%	3,1%

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)
Un empleado/a	31,8%	26,1%	40,7%	39,4%	37,3%
Dos empleados/as	51,4%	57,5%	42,7%	43,4%	44,4%
3-5 empleados/as	13,1%	12,1%	12,2%	12,7%	12,8%
6-9 empleados/as	2,4%	2,2%	2,2%	2,1%	2,7%
10-19 empleados/as	0,9%	1,1%	1,4%	1,3%	1,6%
20 o más empleados/as	0,5%	1,1%	0,9%	1,2%	1,2%

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)
Alimentación	31,0%	49,2%	35,0%	29,9%	28,1%
Moda	25,2%	18,7%	25,9%	30,0%	27,9%
Hogar	14,1%	9,4%	8,2%	8,1%	7,6%
Salud y Belleza	4,5%	7,0%	6,6%	5,9%	8,3%
Otros	25,2%	15,7%	24,4%	26,1%	28,1%

1.3.3.

“Descripción del comercio minorista vasco según variables estructurales”

“Tamaño del comercio: superficie y personal”

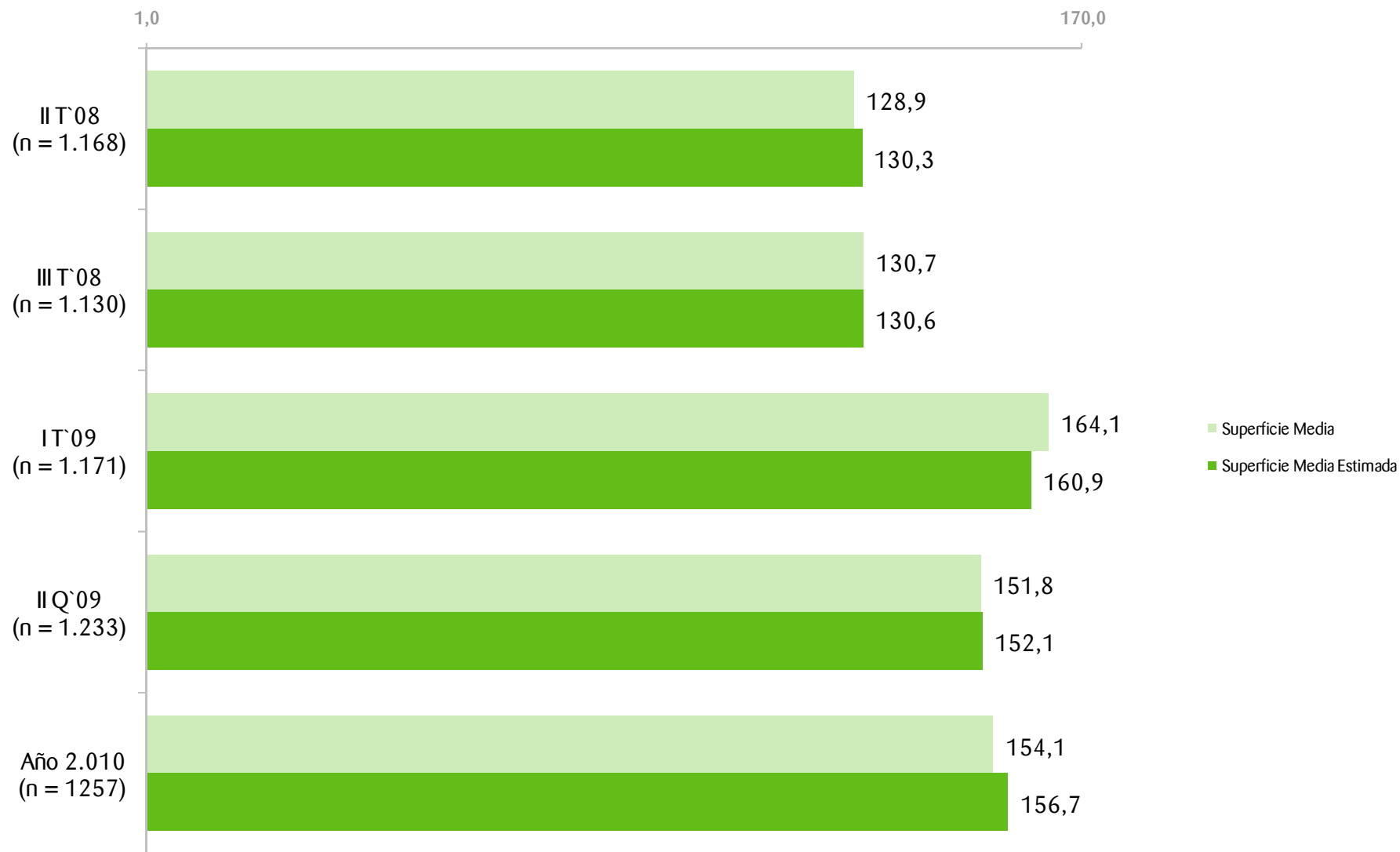
Tamaño del comercio: superficie total del comercio

- El tamaño medio del comercio minorista se sitúa en 154,1 m². El tamaño del comercio minorista vasco tiende a ser mayor en:
 - Los comercios de los municipios, excepto Vitoria-Gasteiz, del Territorio Histórico de Araba (296,8 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

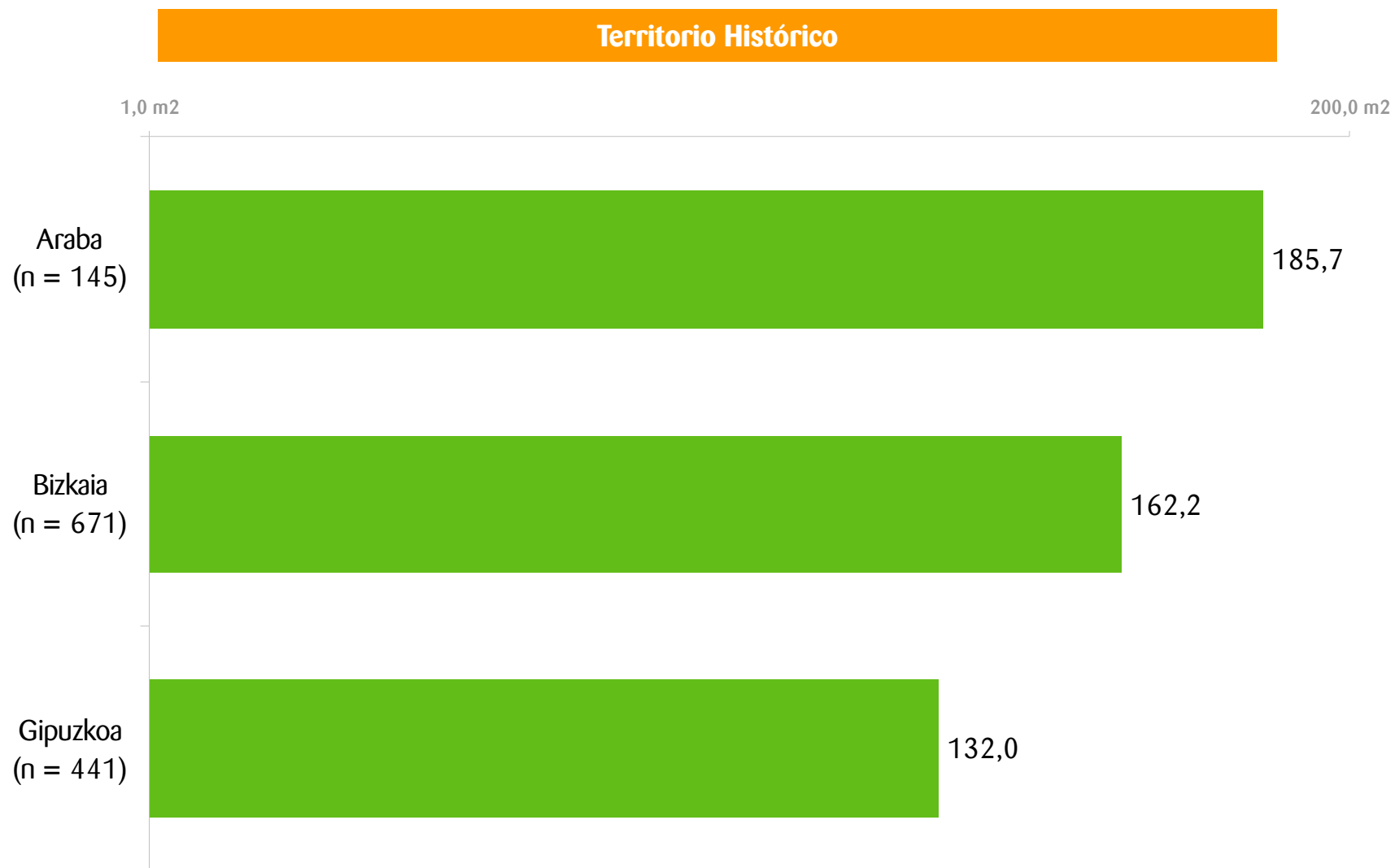
	II T'08 (n=1.168)	III T'08 (n=1.130)	I T'09 (n=1.171)	II Q'09 (n=1.233)	Año 2.010 (n=1.257)
Hasta 45 m2	20,2%	17,3%	26,1%	23,5%	20,6%
De 46 a 64 m2	16,3%	17,3%	17,4%	17,1%	16,8%
De 65 a 80 m2	15,2%	21,4%	16,0%	16,2%	16,2%
De 81 a 99 m2	9,8%	6,8%	5,5%	5,7%	6,4%
De 100 a 120 m2	12,7%	11,6%	12,0%	12,7%	15,4%
De 121 a 199 m2	10,7%	9,2%	8,3%	8,8%	9,3%
De 200 a 299 m2	4,0%	5,4%	3,8%	4,5%	5,1%
De 300 a 450 m2	3,4%	3,1%	2,4%	3,0%	2,9%
De 451 a 999 m2	2,1%	1,4%	1,3%	1,0%	1,8%
1.000 m2 o más	1,5%	1,2%	1,7%	1,5%	1,9%
No concreta respuesta	4,2%	5,2%	5,6%	6,0%	3,6%

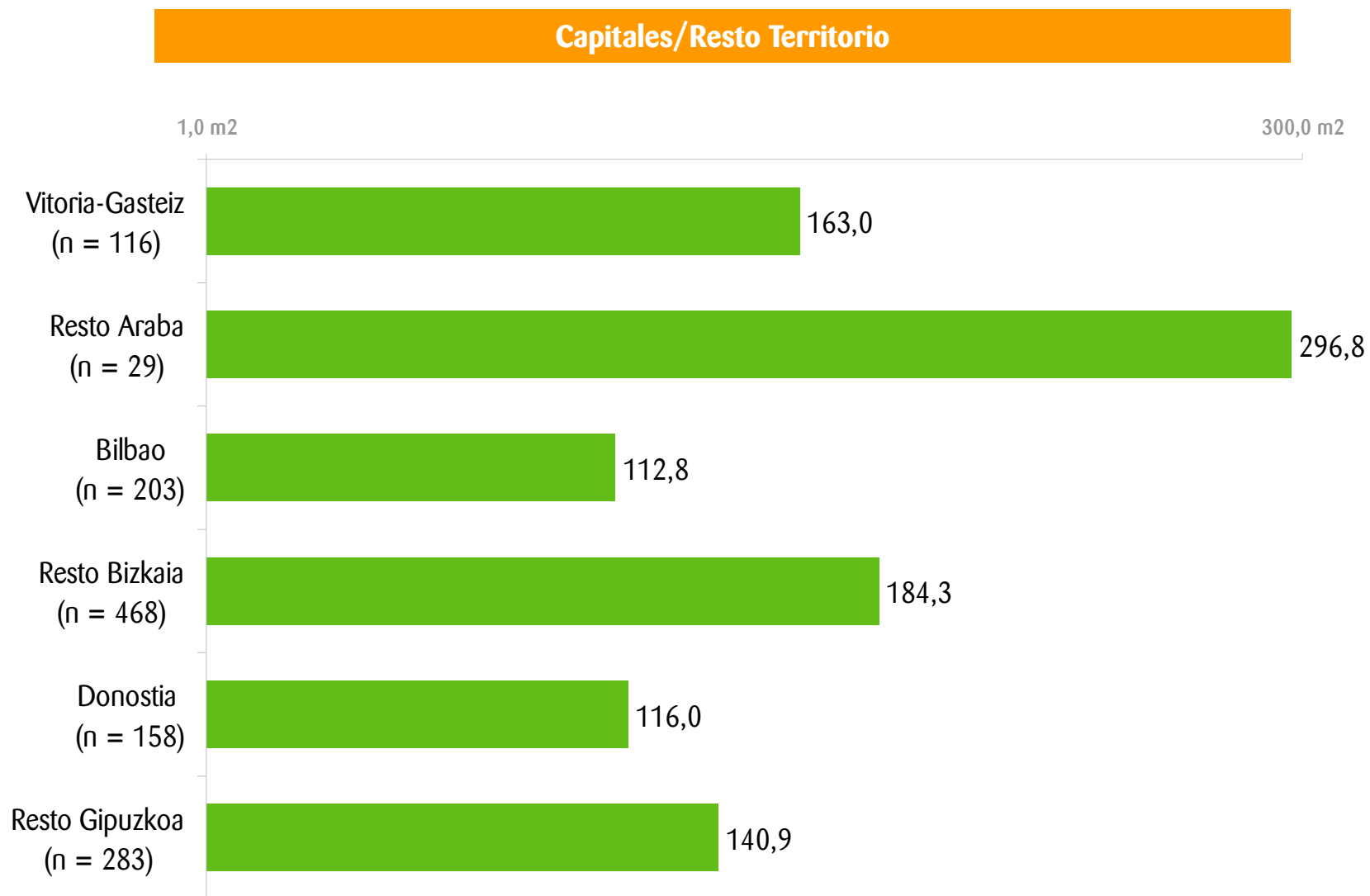
D.3: Evolución de la superficie media del comercio minorista vasco
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



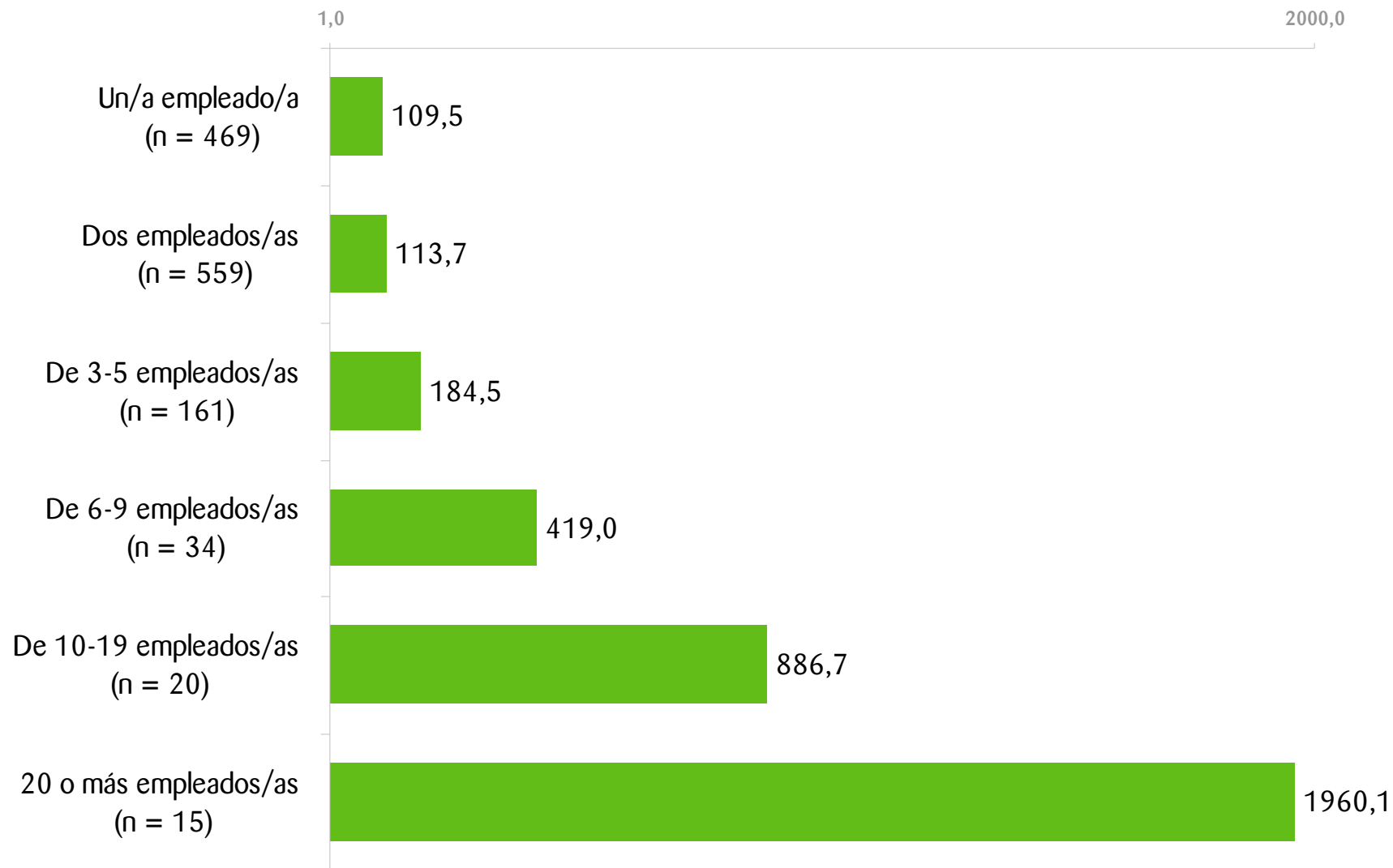
D.3: Superficie media del comercio minorista vasco (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

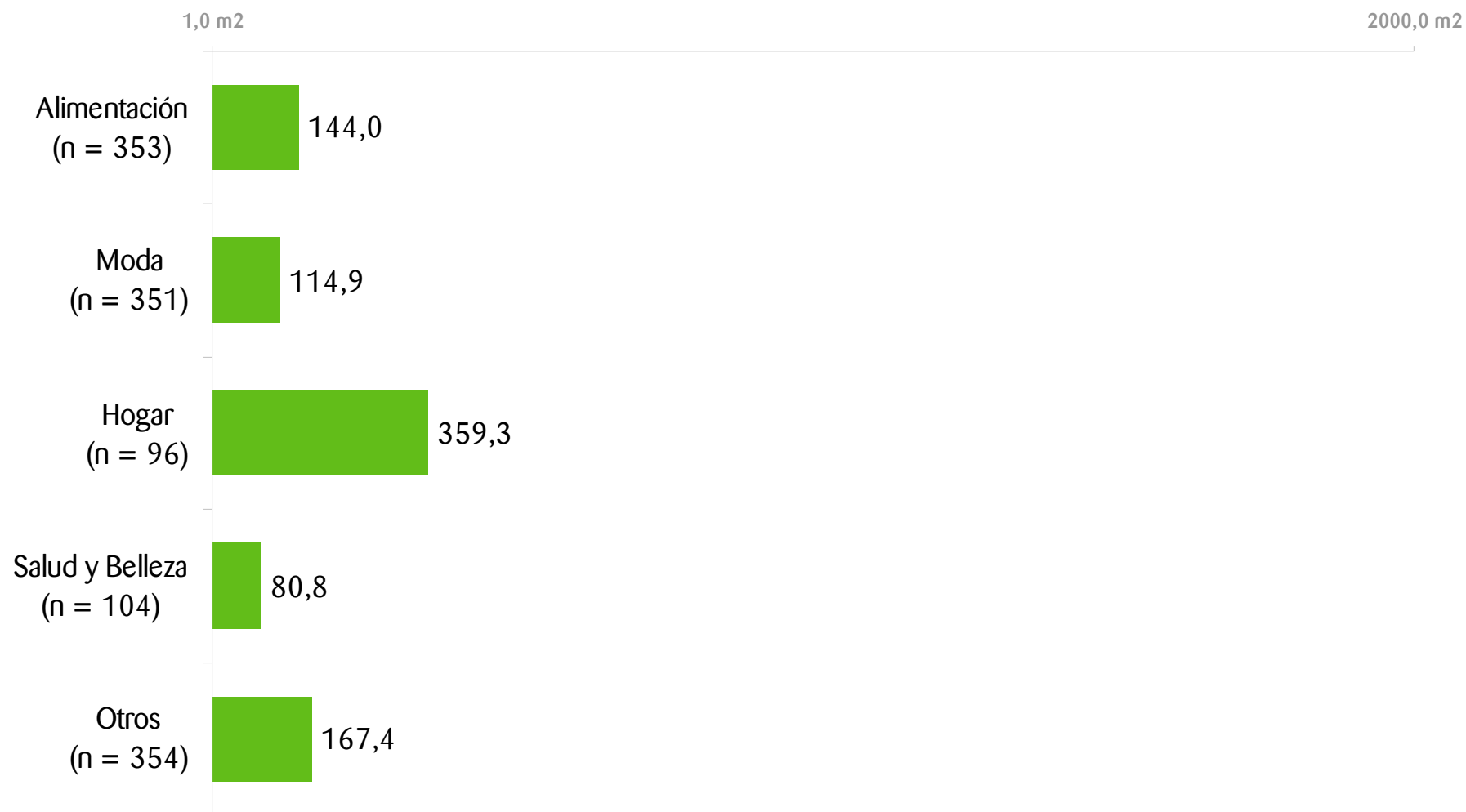




Tamaño comercio minorista (número de empleados/as)



Grandes grupos de comercios



Tamaño del comercio: superficie de atención al público

- La superficie media dedicada a la atención al público es de 94,7 m², es decir, el 61,5% 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 del Territorio Histórico de Gipuzkoa presenta un ratio más alto de superficie de atención al público sobre el total de superficie del comercio. Por el contrario, en el Territorio Histórico de Araba es donde se detecta un mayor porcentaje de comercios categorizados como de baja dedicación a la atención al público del total de superficie.

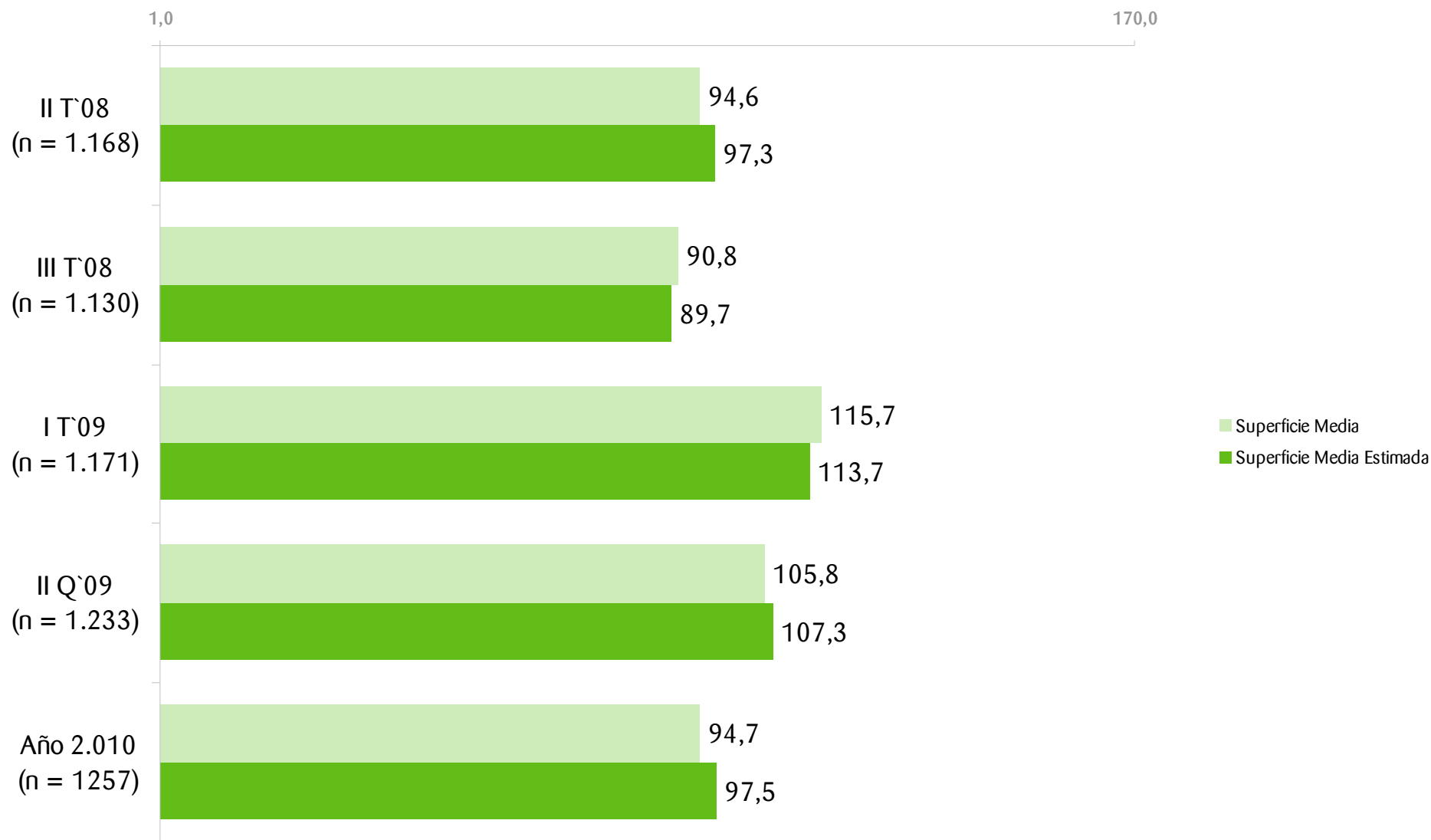
D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público

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 = 1257)
No atención al público	0,0%	0,8%	0,8%	0,6%	2,3%
Menos de 30 m2	13,9%	16,2%	18,2%	18,5%	19,4%
De 30 a 40 m2	17,9%	18,5%	22,7%	19,3%	19,8%
De 41 a 50 m2	13,6%	12,3%	12,2%	13,3%	11,6%
De 51 a 70 m2	15,9%	17,2%	11,5%	12,7%	13,1%
De 71 a 90 m2	10,8%	8,4%	9,9%	10,4%	10,8%
De 91 a 130 m2	8,4%	8,1%	6,9%	6,2%	7,3%
De 131 a 200 m2	7,2%	4,8%	4,0%	5,1%	4,4%
De 201 a 450 m2	3,5%	2,9%	2,4%	2,6%	2,3%
Más de 450 m2	2,4%	1,7%	2,2%	1,5%	2,4%
No concreta respuesta	6,2%	9,0%	9,1%	9,5%	6,6%

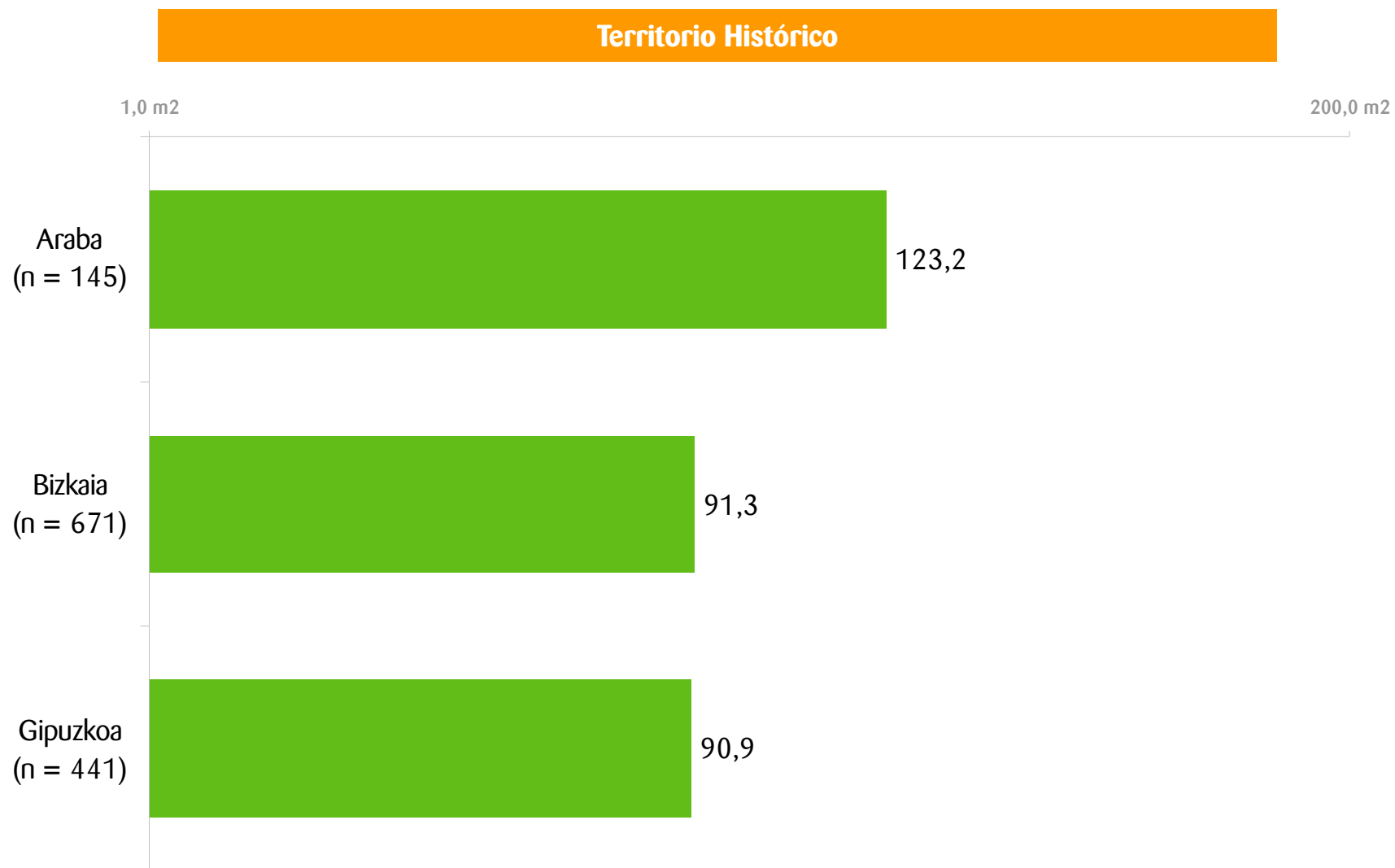
D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



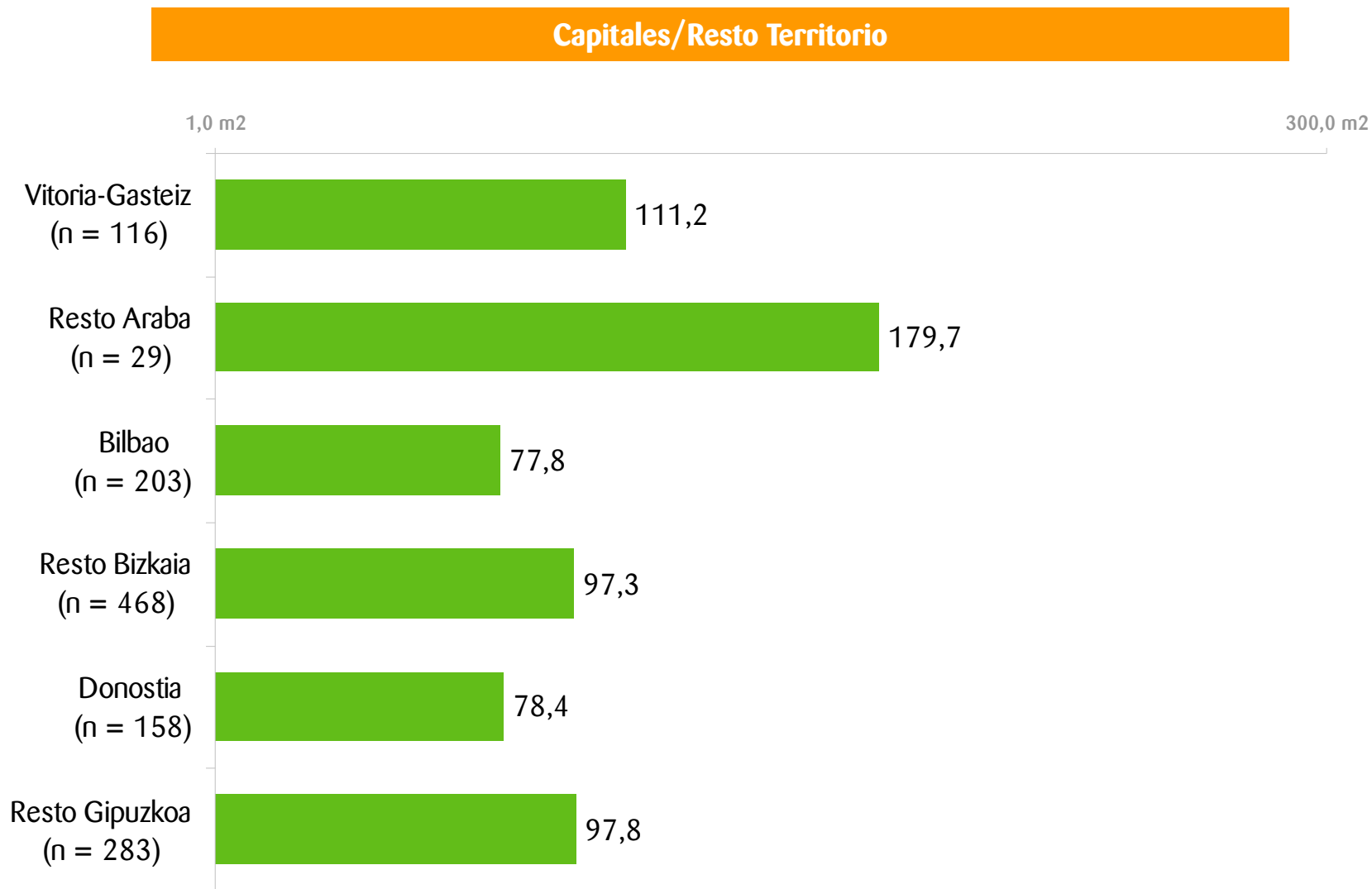
*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada
a la atención al público (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



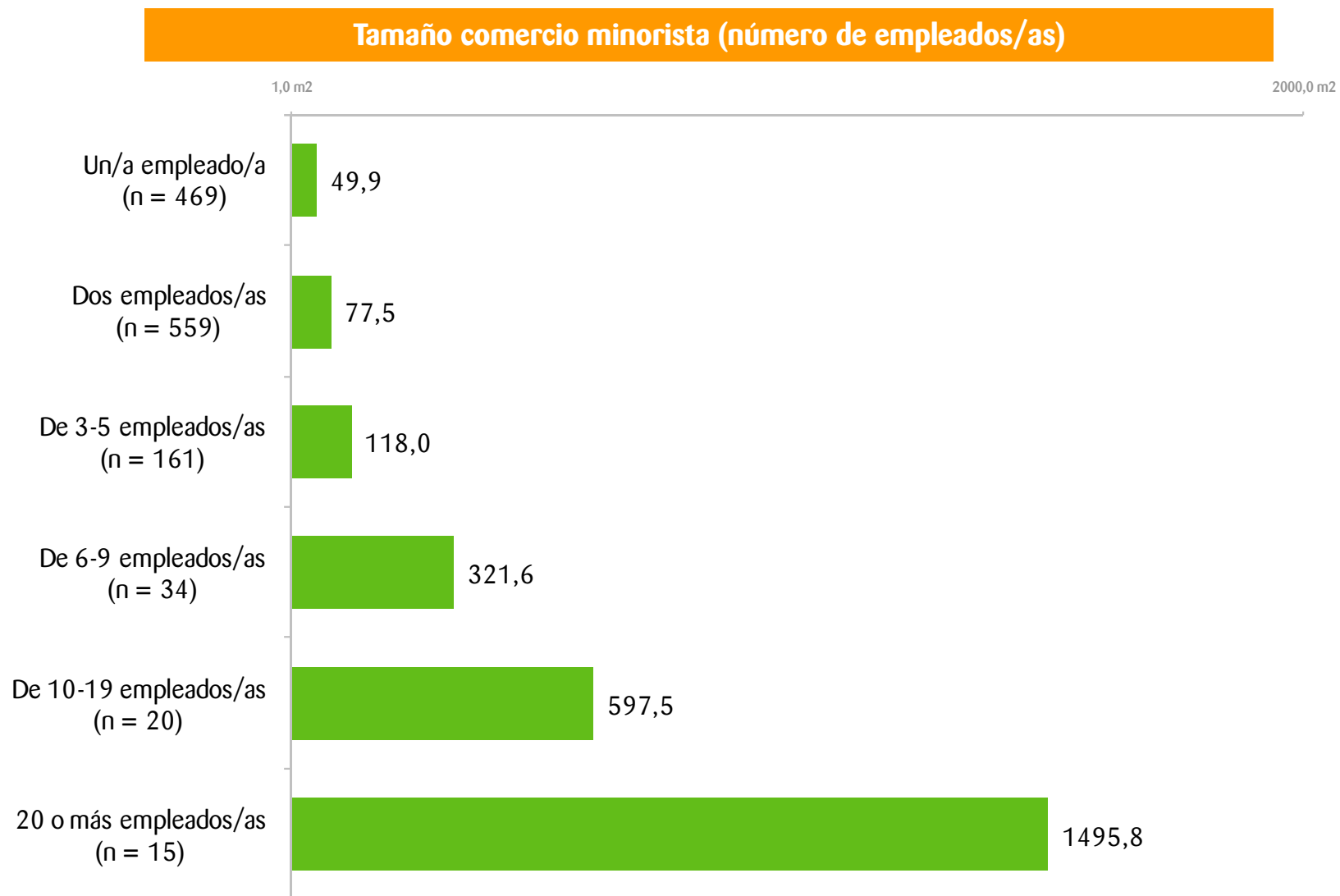
D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



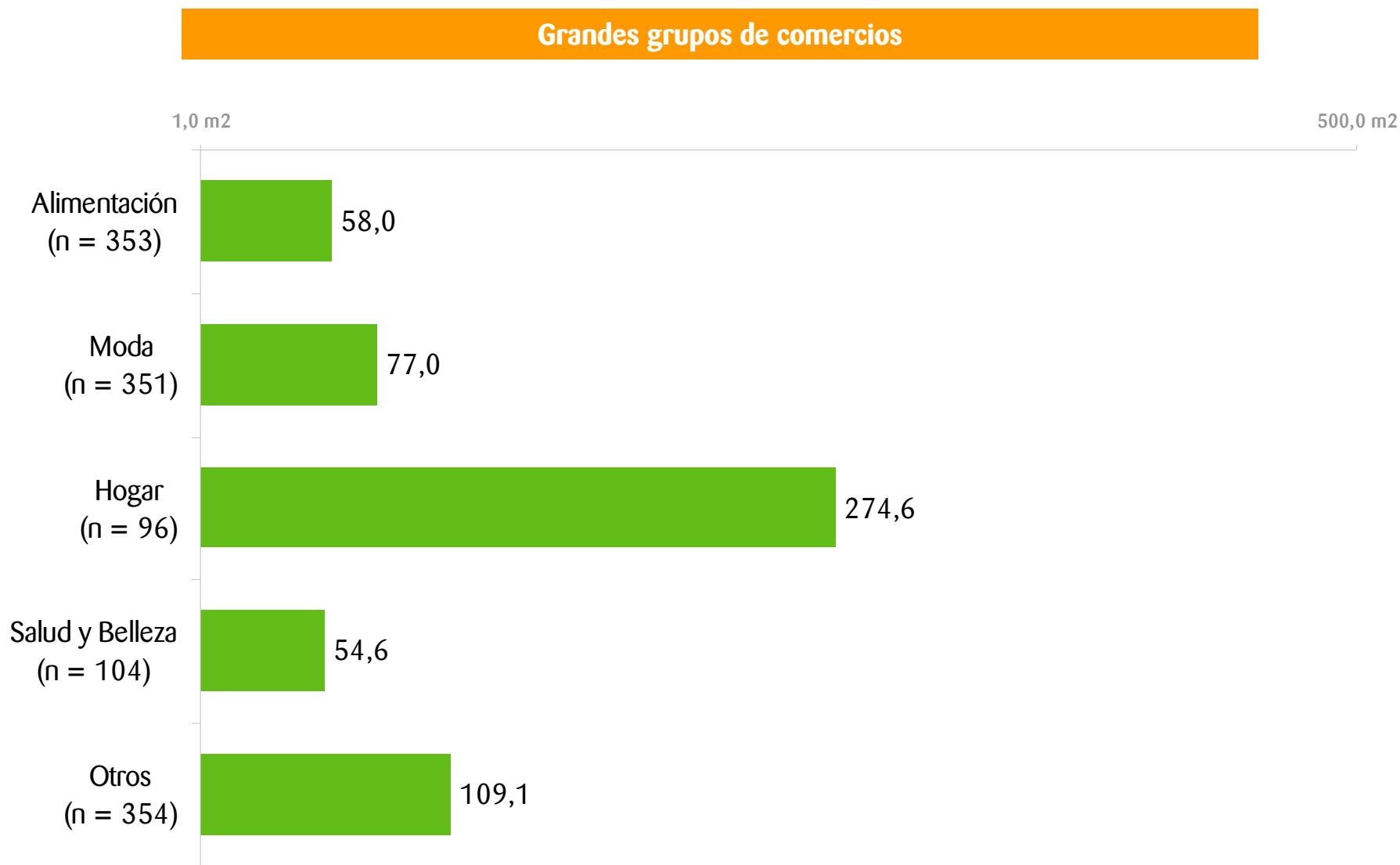
D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público (año 2.010)

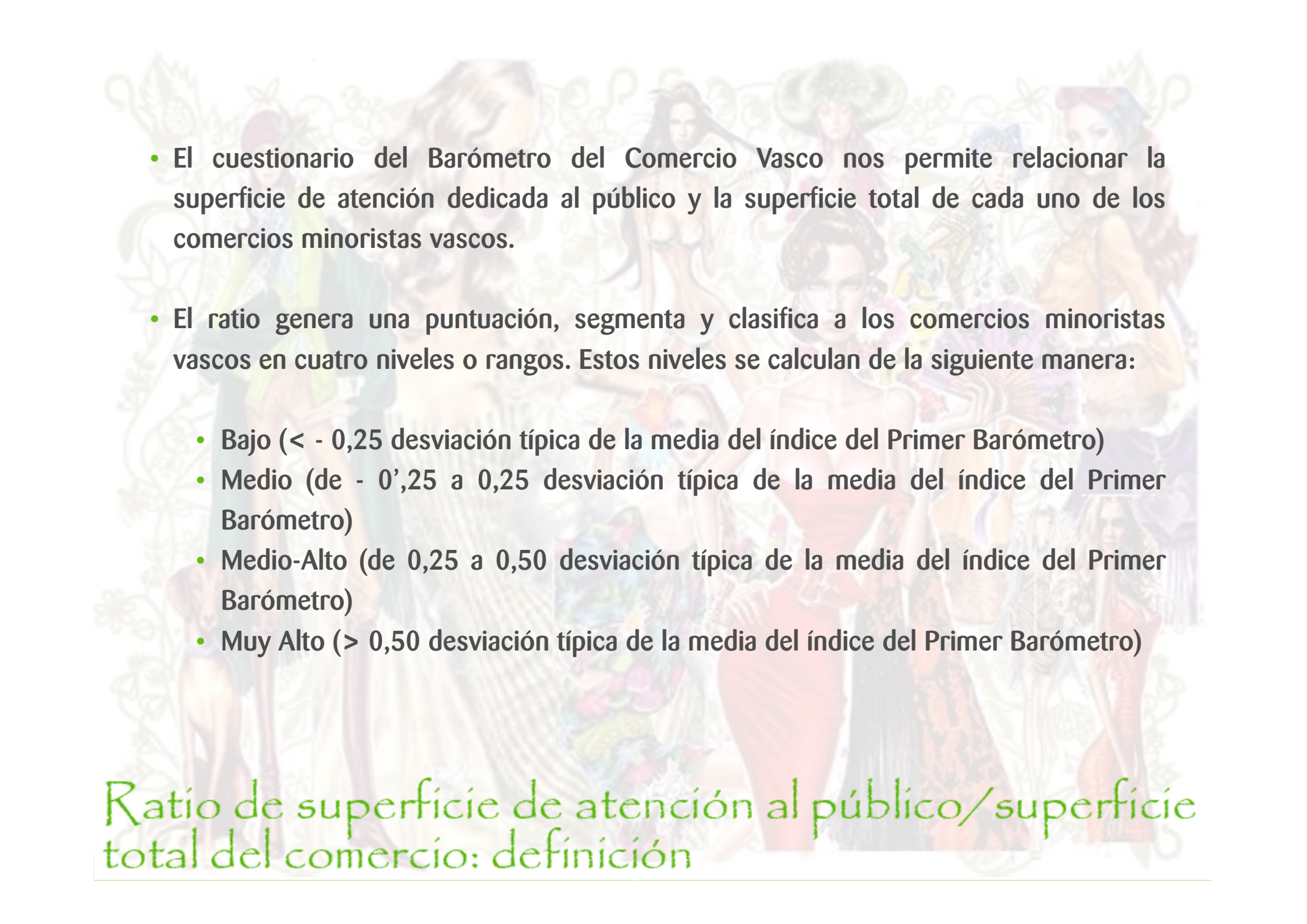
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



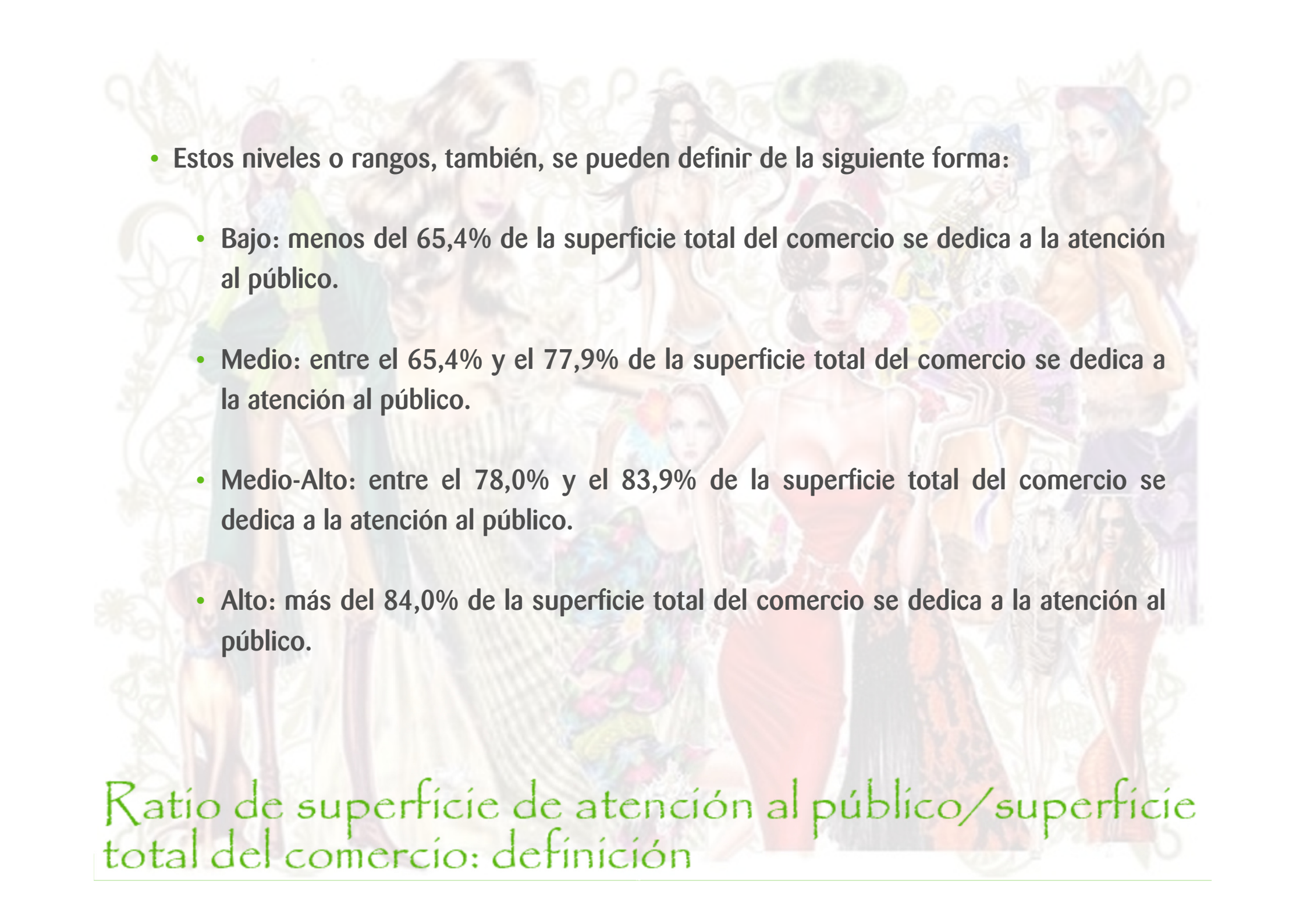
D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

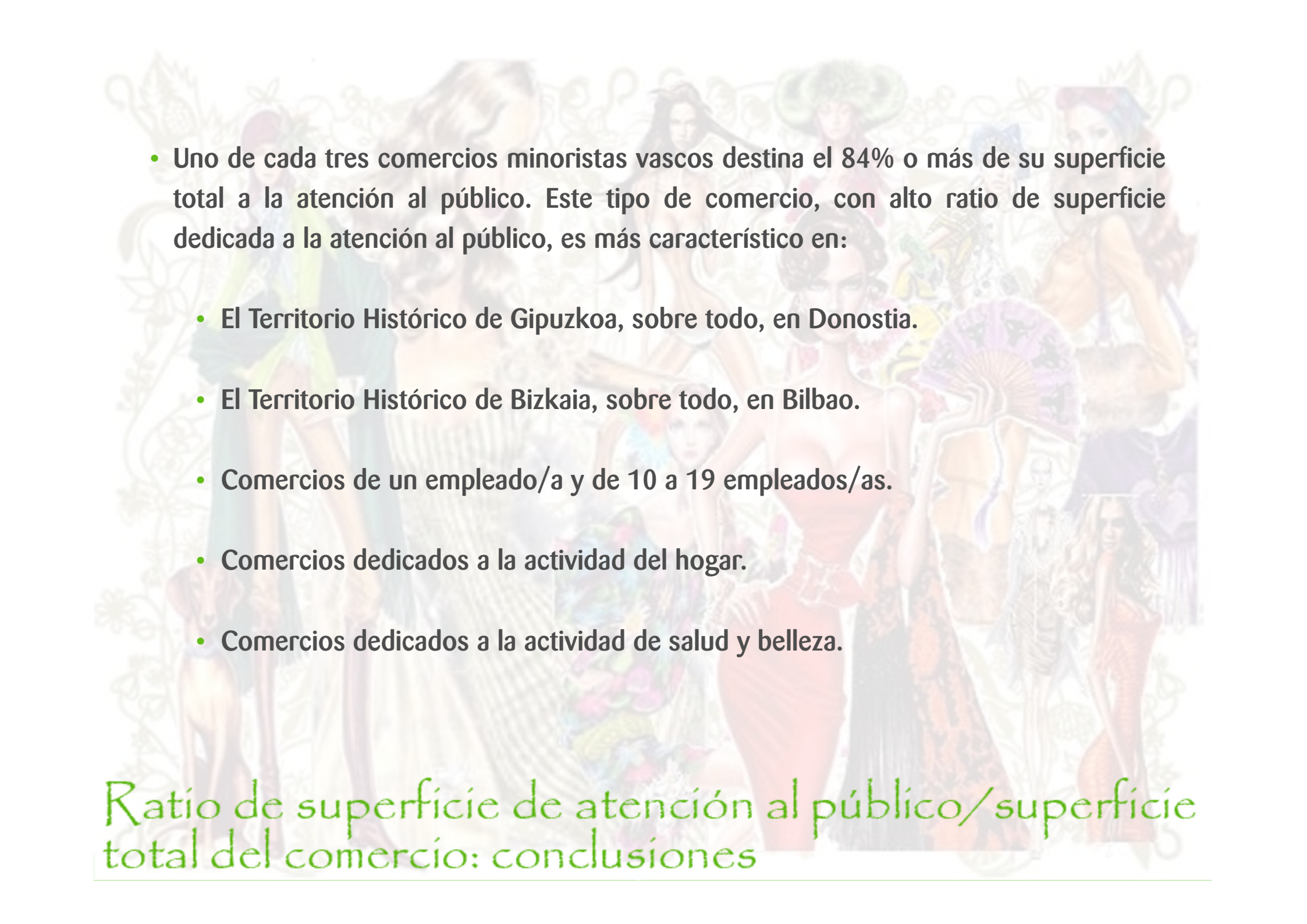


- 
- El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar la superficie de atención dedicada al público y la superficie total de cada uno de los comercios minoristas vascos.
 - El ratio genera una puntuación, segmenta y clasifica a los comercios minoristas vascos en cuatro niveles 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.

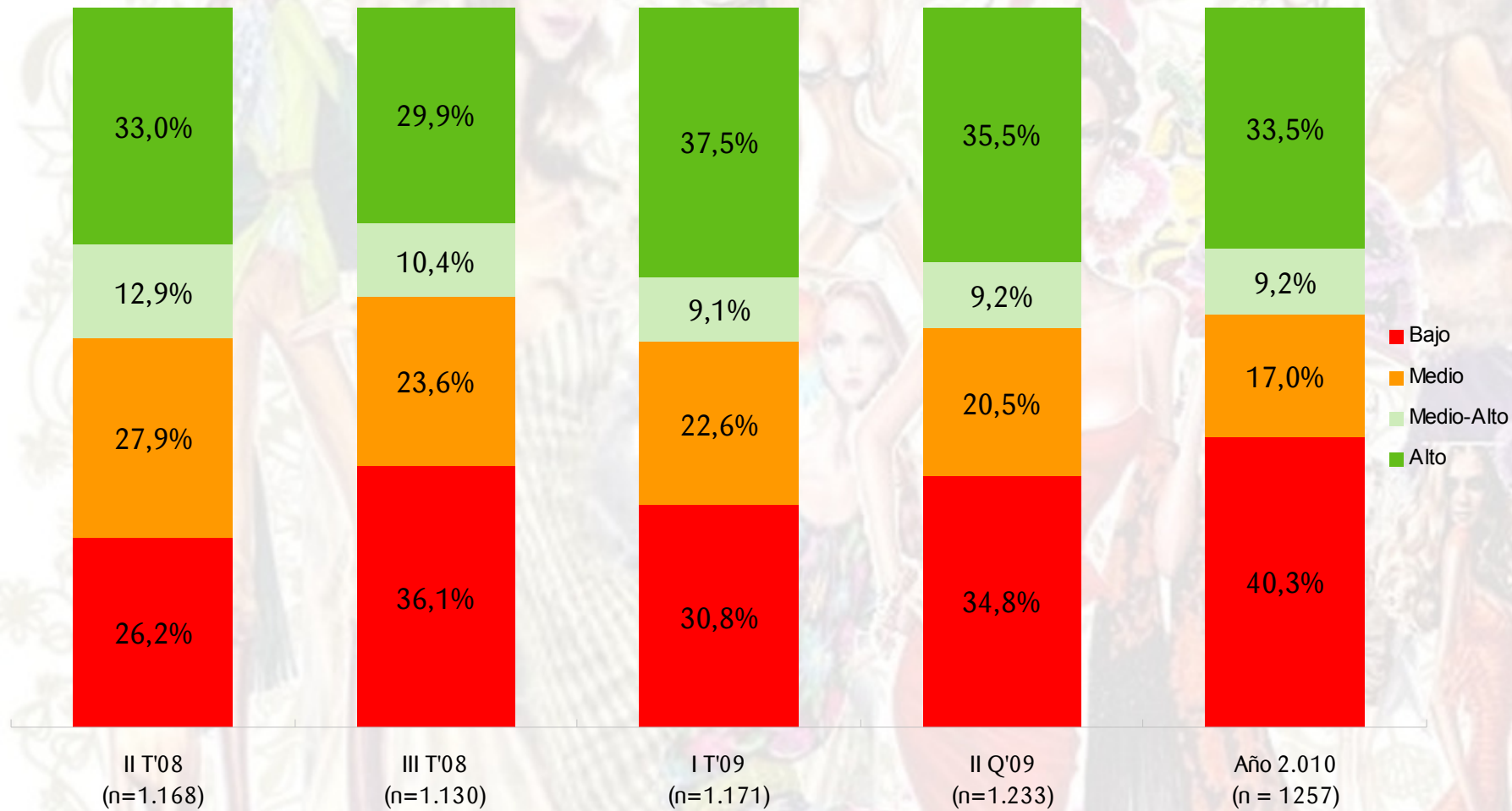
Ratio de superficie de atención al público/superficie total del comercio: definición

- 
- Uno de cada tres 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:

- El Territorio Histórico de Gipuzkoa, sobre todo, en Donostia.
- El Territorio Histórico de Bizkaia, sobre todo, en Bilbao.
- Comercios de un empleado/a y de 10 a 19 empleados/as.
- Comercios dedicados a la actividad del hogar.
- Comercios dedicados a la actividad de salud y belleza.

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

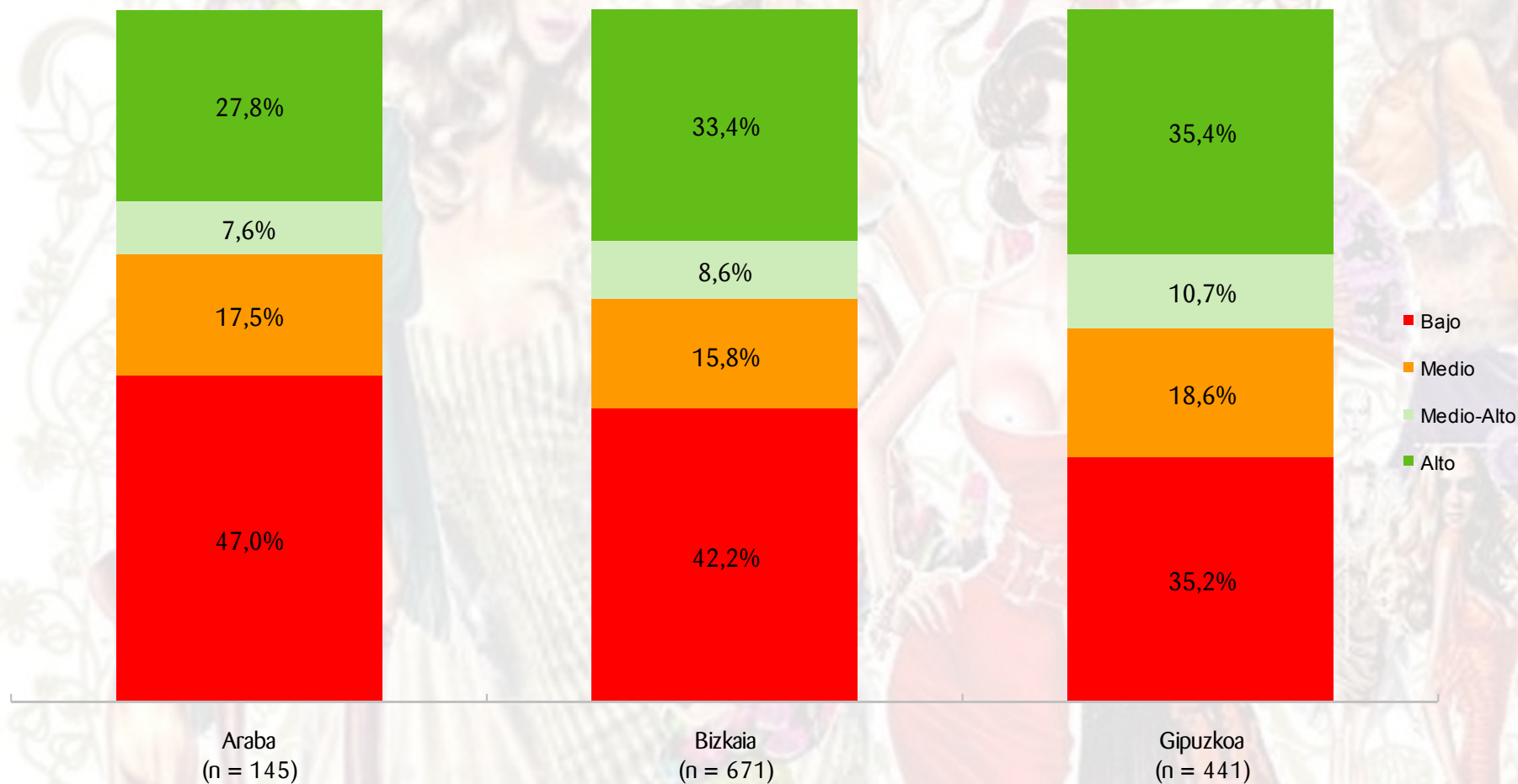
Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista
 Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.010)

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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/ Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Alto	29,0%	23,0%	37,5%	31,6%	37,6%	34,2%
Medio-Alto	7,5%	8,0%	9,5%	8,2%	12,7%	9,6%
Medio	17,5%	17,7%	20,0%	13,9%	18,3%	18,9%
Bajo	46,0%	51,2%	32,9%	46,3%	31,4%	37,4%

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

Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Alto	32,3%	34,7%	33,9%	33,1%	38,8%	14,6%
Medio-Alto	8,8%	9,4%	9,3%	9,2%	10,9%	13,8%
Medio	17,9%	16,8%	14,8%	22,6%	8,8%	16,8%
Bajo	41,1%	39,1%	42,0%	35,0%	41,5%	54,8%

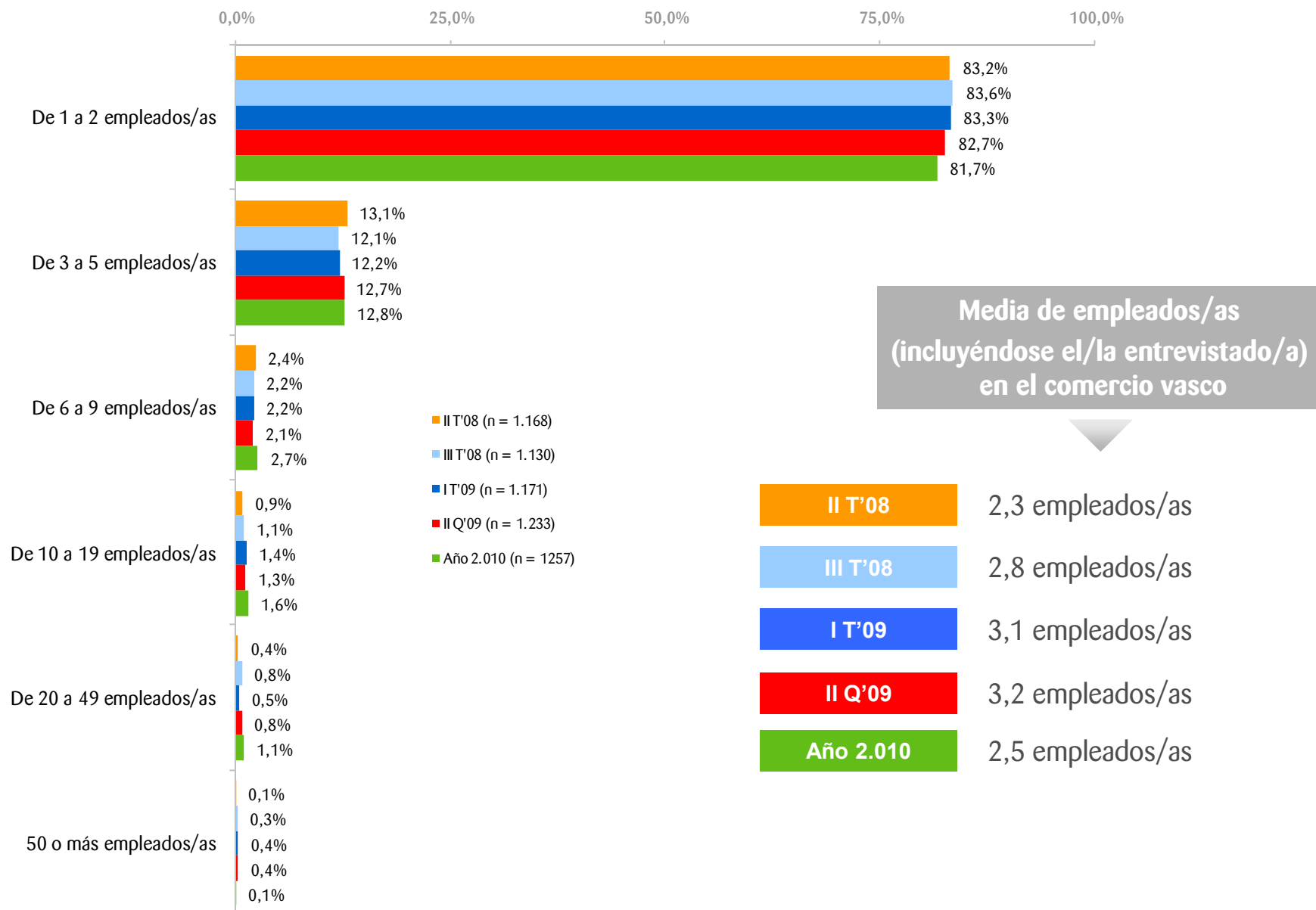
Ratio de superficie de atención al público/superficie total: datos

Tamaño del comercio: personal

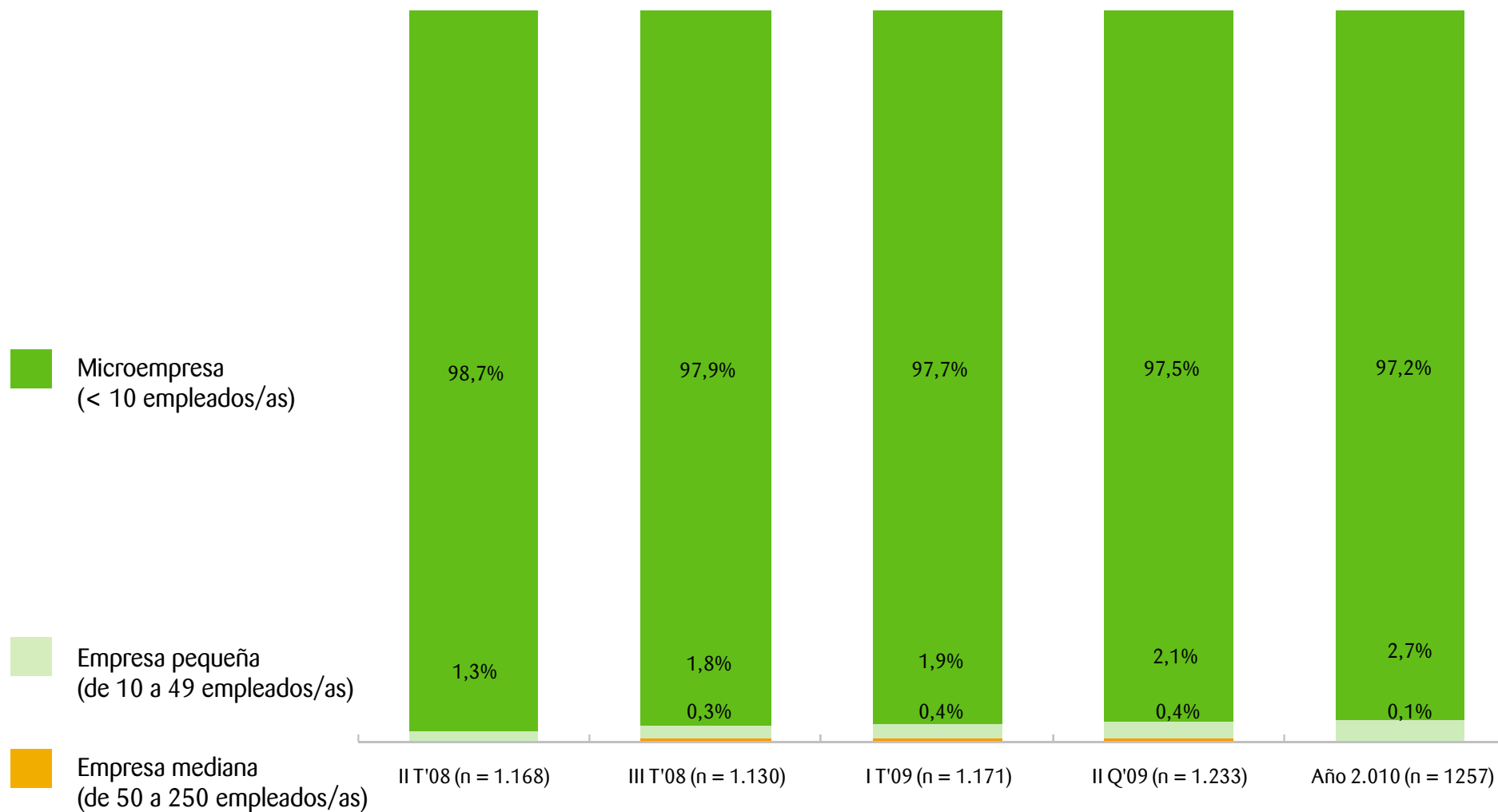
- Ocho de cada diez comercios minoristas vascos tienen en plantilla a un/a empleado/a o son sólo un/a empleado/a.
- La media de empleados/as en el comercio minorista es de 2,5 empleados/as. Se detecta desaceleración en el número de empleados/as del comercio minorista vasco.
- En función de los criterios 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 97,2% 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.

P.13/P.12/P.12/P.12/P.4: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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



*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Microempresa (< 10 empleados/as)	92,5%	97,8%	98,0%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	7,4%	2,1%	2,0%
Empresa mediana (de 50 a 20 empleados/as)	0,1%	0,1%	0,0%

*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme
(año 2.010)*

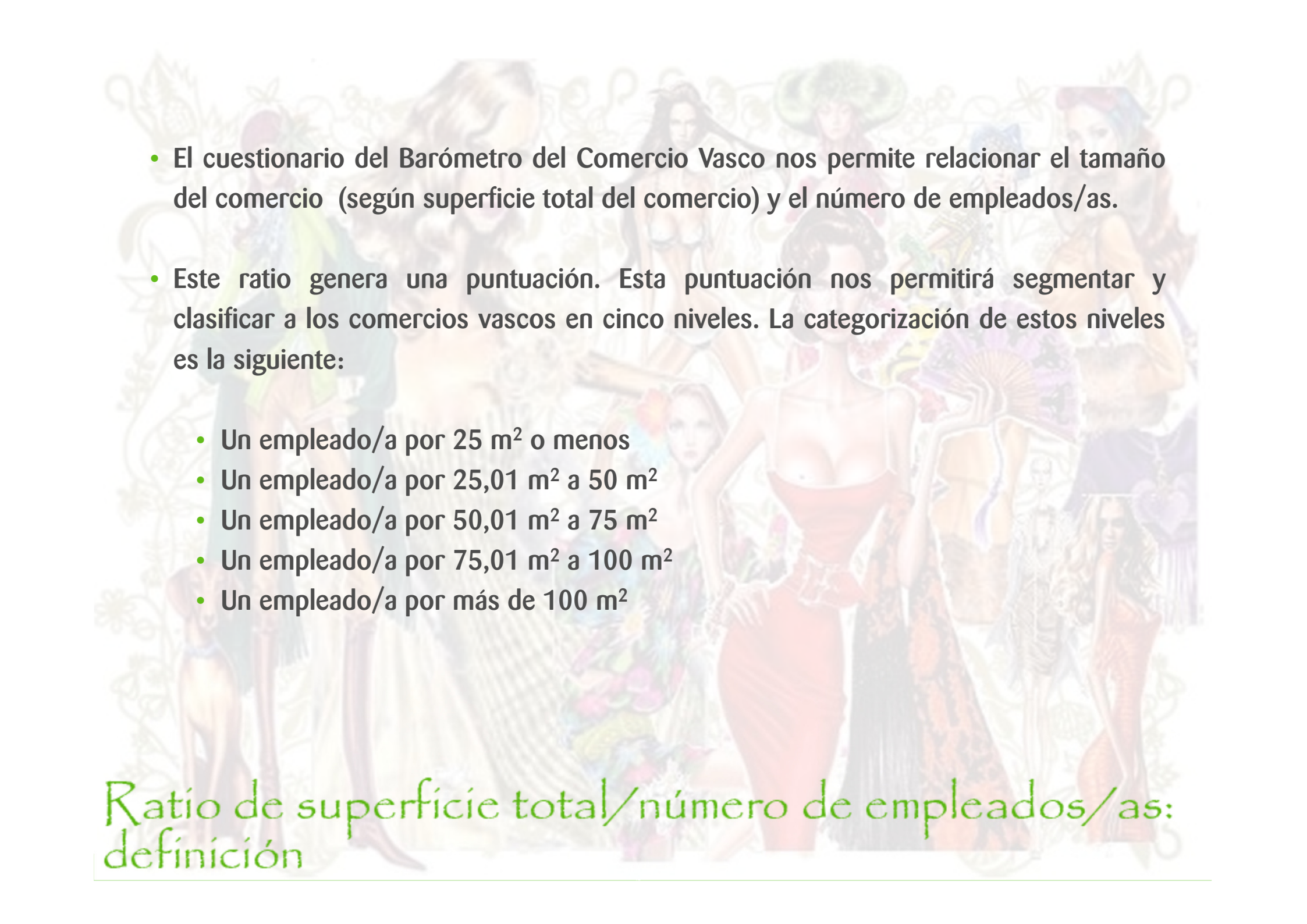
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Microempresa (< 10 empleados/as)	95,9%	79,1%	96,9%	98,1%	97,5%	98,3%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	3,9%	20,9%	2,8%	1,8%	2,4%	1,7%
Empresa mediana (de 50 a 20 empleados/as)	0,2%	---	0,2%	---	0,1%	---

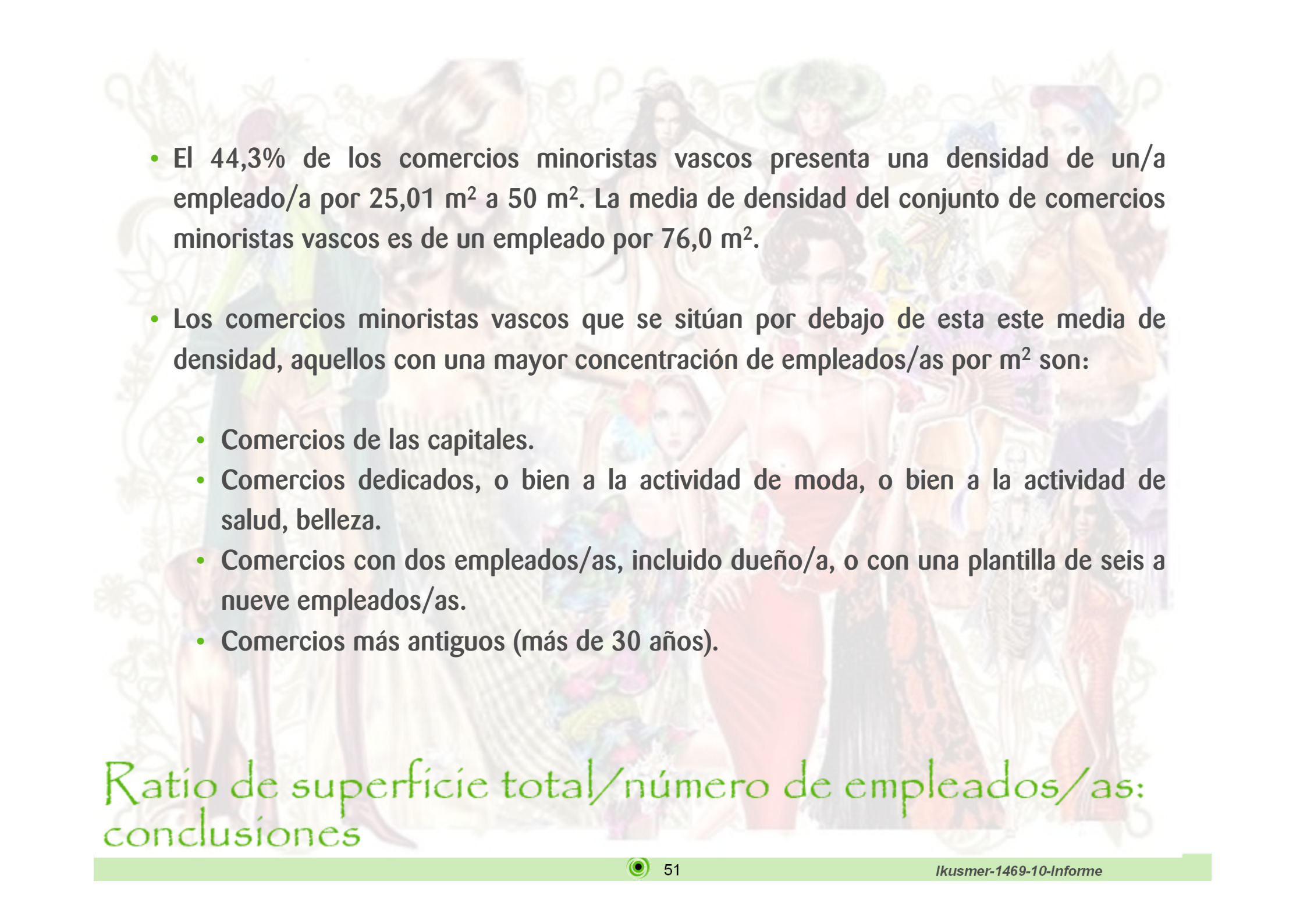
*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Microempresa (< 10 empleados/as)	95,5%	99,0%	97,2%	99,3%	96,6%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	4,4%	1,0%	2,5%	0,7%	3,3%
Empresa mediana (de 50 a 20 empleados/as)	0,0%	---	0,3%	---	0,2%

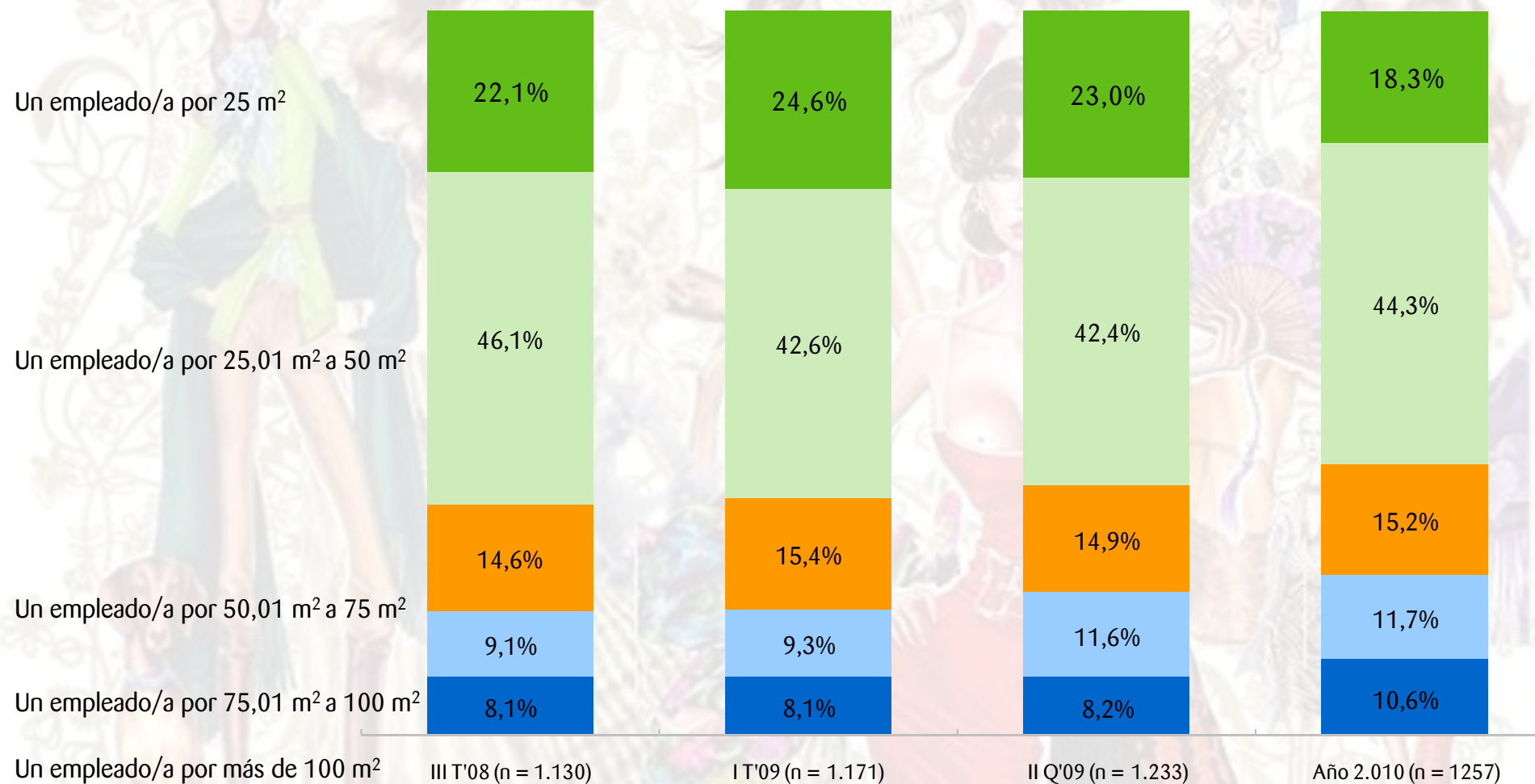
- 
- El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar el tamaño del comercio (según superficie total del comercio) y el número de empleados/as.
 - Este ratio genera una puntuación. Esta puntuación nos permitirá segmentar y clasificar a los comercios vascos en cinco niveles. La 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 44,3% 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 76,0 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 son:
 - Comercios de las capitales.
 - Comercios dedicados, o bien a la actividad de moda, o bien a la actividad de salud, belleza.
 - Comercios con dos empleados/as, incluido dueño/a, o con una plantilla de seis a nueve empleados/as.
 - Comercios más antiguos (más de 30 años).

Ratio 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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Un empleado/a por 25 m ² o menos	17,5%	17,8%	19,3%
Un empleado/a por 25,01 m ² a 50 m ²	47,0%	43,8%	44,2%
Un empleado/a por 50,01 m ² a 75 m ²	16,3%	14,5%	15,9%
Un empleado/a por 75,01 m ² a 100 m ²	8,9%	12,3%	11,5%
Un empleado/a por más de 100 m ²	10,3%	11,6%	9,1%
MEDIA (empleado/a m ²)	62,8 m ²	89,0 m ²	60,7 m ²

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

Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados/as (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Territorio Histórico					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Un empleado/a por 25 m ² o menos	18,6%	13,2%	21,3%	16,2%	25,2%	16,1%
Un empleado/a por 25,01 m ² a 50 m ²	45,6%	52,5%	46,7%	42,6%	48,3%	41,9%
Un empleado/a por 50,01 m ² a 75 m ²	17,8%	10,3%	13,2%	15,1%	14,3%	16,7%
Un empleado/a por 75,01 m ² a 100 m ²	9,6%	5,8%	10,4%	13,2%	6,9%	14,1%
Un empleado/a por más de 100 m ²	8,3%	18,2%	8,4%	12,9%	5,3%	11,2%
MEDIA (empleado/a m ²)	56,1 m ²	89,2 m ²	53,9 m ²	104,2 m ²	53,8 m ²	64,6 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 23,7 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 del Barómetro del Comercio Minorista Vasco.

	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 = 1257)
Hasta 5 años	8,4%	15,6%	13,9%	16,2%	13,6%
De 6 a 8 años	10,9%	13,9%	11,5%	10,1%	7,8%
De 9 a 10 años	10,2%	10,9%	8,5%	8,7%	6,4%
De 11 a 13 años	11,7%	10,1%	8,3%	9,0%	8,1%
De 14 a 17 años	9,7%	6,4%	8,4%	7,8%	8,5%
De 18 a 20 años	8,8%	7,5%	6,9%	6,4%	8,3%
De 21 a 25 años	12,1%	8,9%	11,9%	10,4%	10,1%
De 26 a 30 años	8,9%	9,3%	7,9%	8,8%	12,2%
De 31 a 45 años	11,5%	9,8%	13,6%	12,6%	14,0%
Más de 45 años	4,3%	4,2%	7,0%	7,4%	11,0%
No concreta respuesta	3,2%	3,3%	2,0%	2,7%	0,0%

Antigüedad media
de los comercios
minoristas vascos

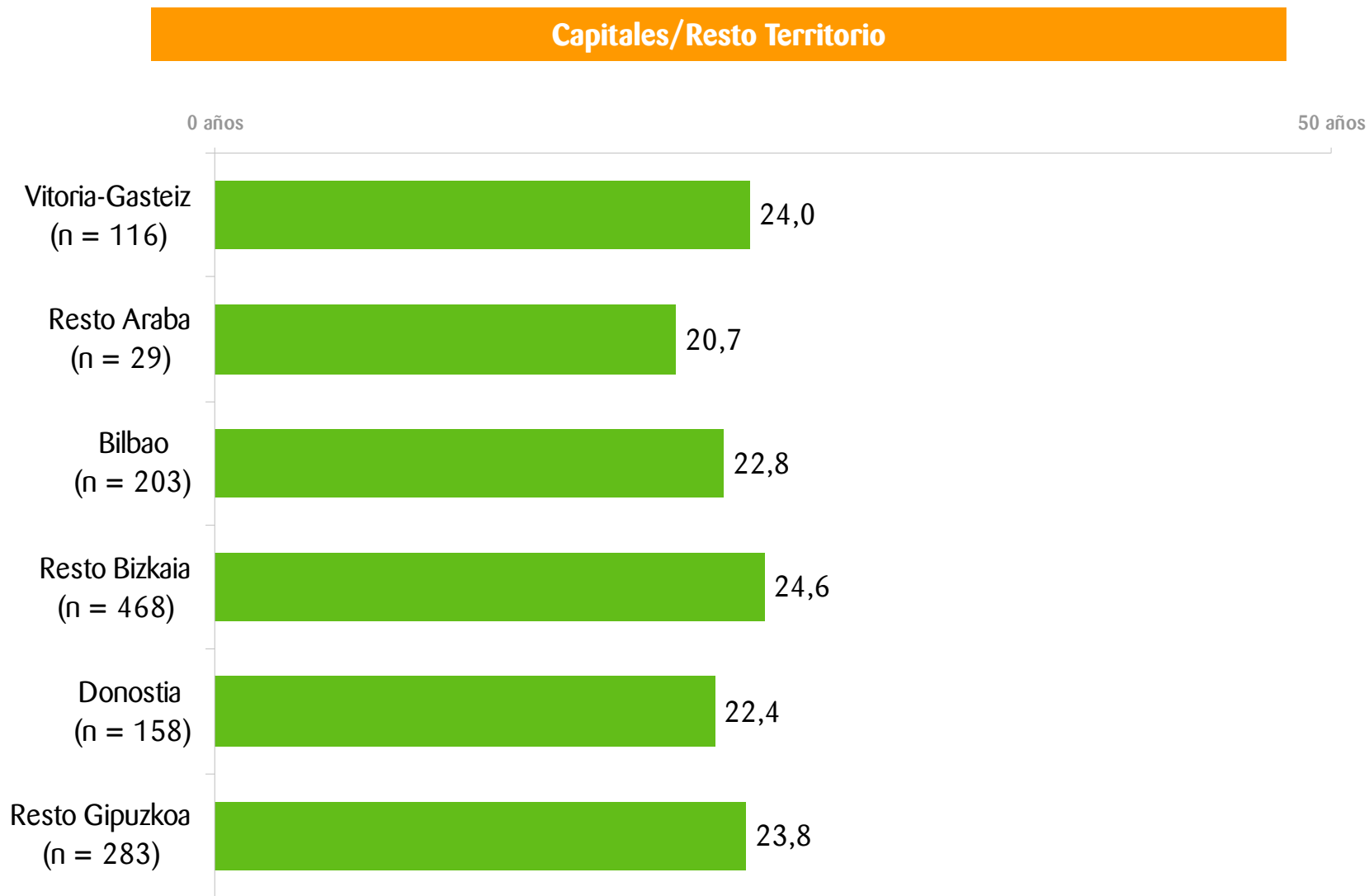
II T'08	19,4 años
III T'08	17,9 años
I T'09	21,5 años
II Q'09	21,5 años
Año 2.010	23,7 años

P.21: Año de apertura del comercio minorista (año 2.010)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



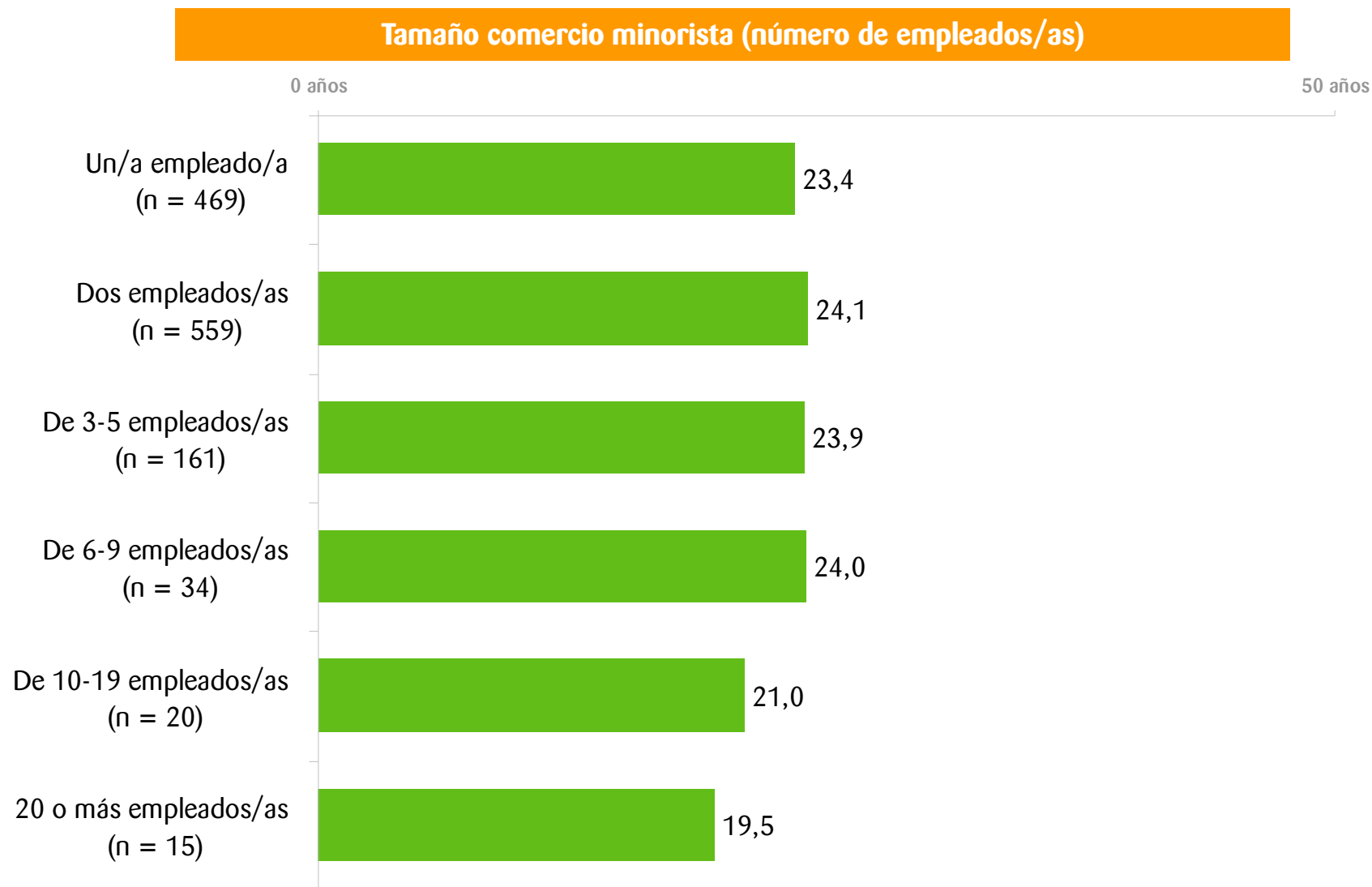
P.21: Año de apertura del comercio minorista (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



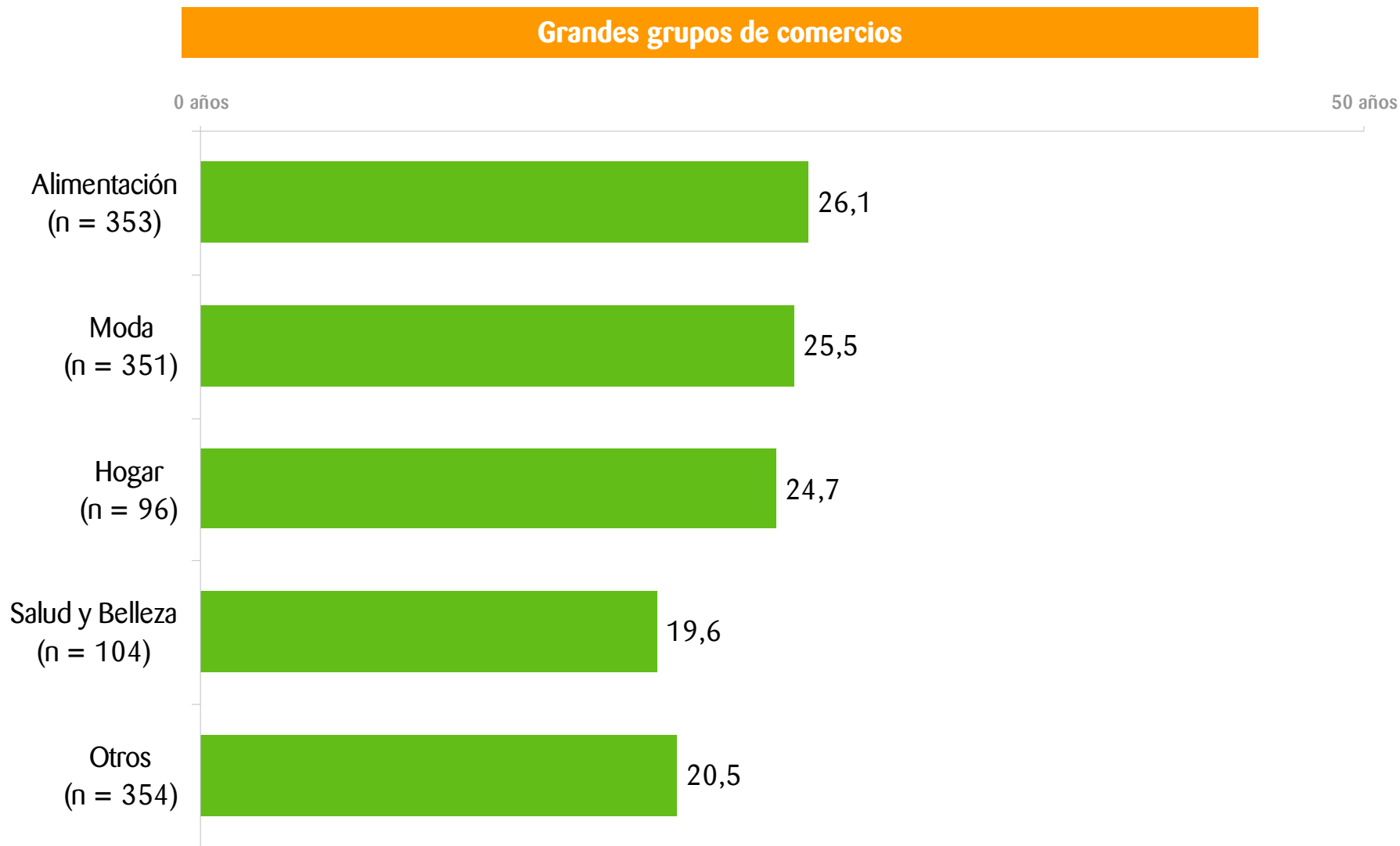
P.21: Año de apertura del comercio minorista (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.21: Año de apertura del comercio minorista (año 2.010)

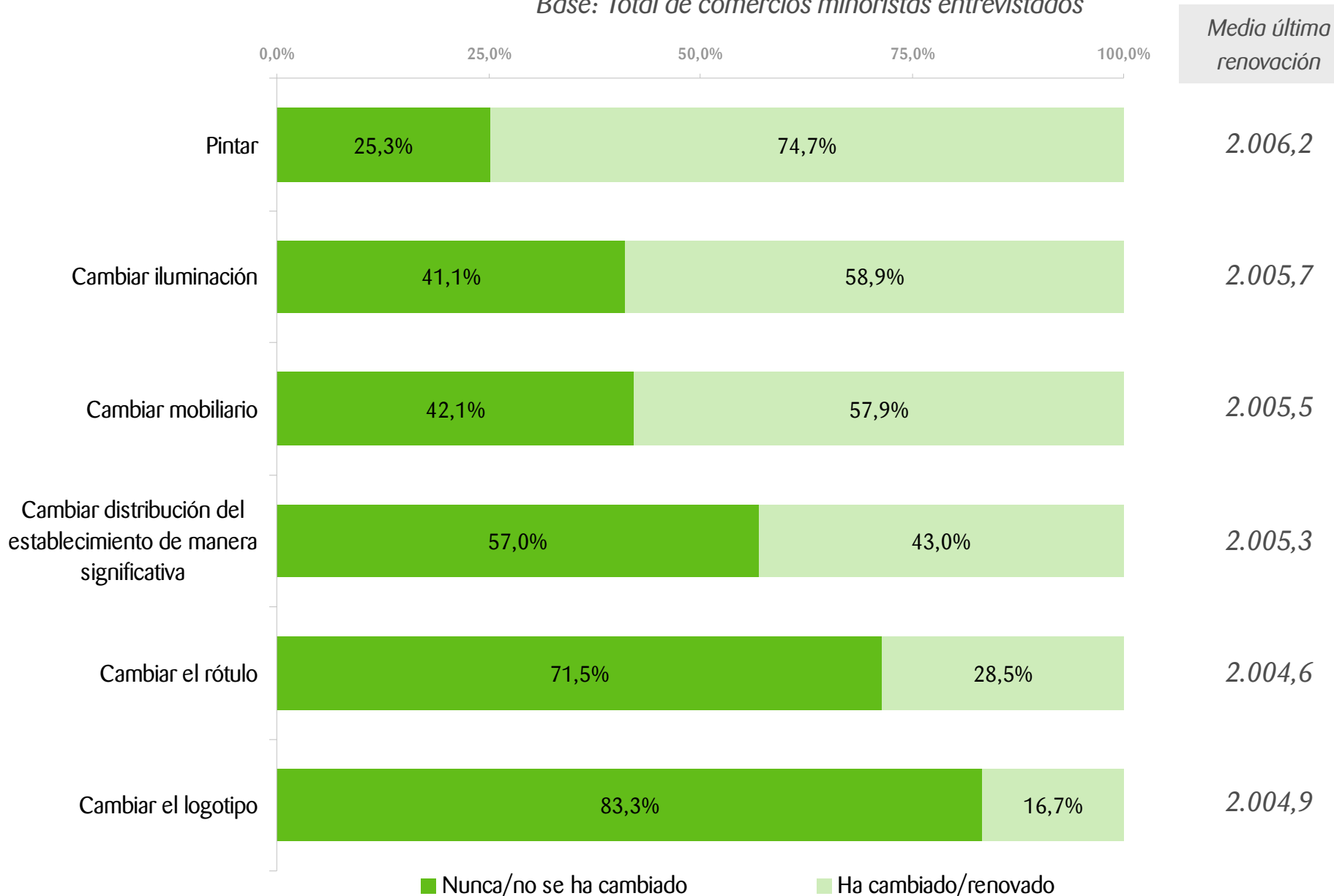
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



- 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 dos de cada cinco comercios afirman 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 tiene más implicaciones tangibles (pintar, luz, mobiliario) que intangibles (marca).

P.23: De las reformas, cambios que le cito a continuación, ¿me podría decir el año de la última realización de cada una de ellas? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



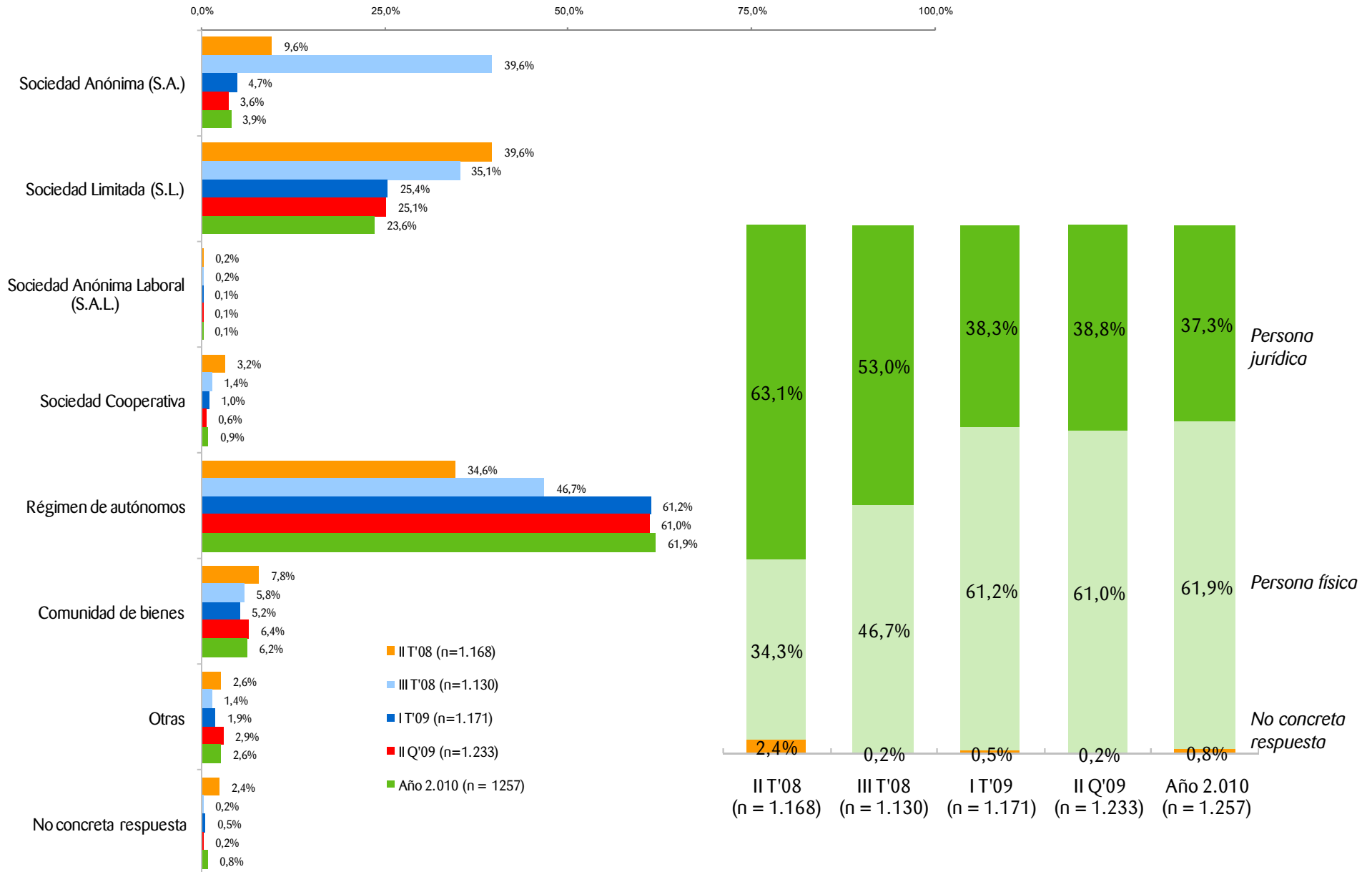
- El cambio de logotipo, de símbolo de la marca, es un cambio más perceptible en el siguiente perfil de comercio:
 - Del Territorio Histórico de Araba, sobre todo, de Vitoria-Gasteiz.
 - Con seis o más empleados/as.
 - Con una antigüedad superior a los 30 años y con una antigüedad de cinco años o menos.
 - Con una gerencia joven, menos de 44 años.
 - Y, con una gerencia con estadios universitarios.

“Forma jurídica del comercio”

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, 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.

D.8/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 2.010)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Persona jurídica	44,8%	34,9%	38,6%
Persona física	54,9%	64,6%	60,1%

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Persona jurídica	42,9%	52,5%	54,1%	26,5%	47,3%	33,8%
Persona física	56,7%	47,8%	45,9%	72,7%	50,8%	65,3%

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Persona jurídica	14,4%	41,4%	66,6%	88,6%	90,6%	98,6%
Persona física	84,0%	58,4%	33,1%	8,3%	9,4%	1,4%

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.010)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

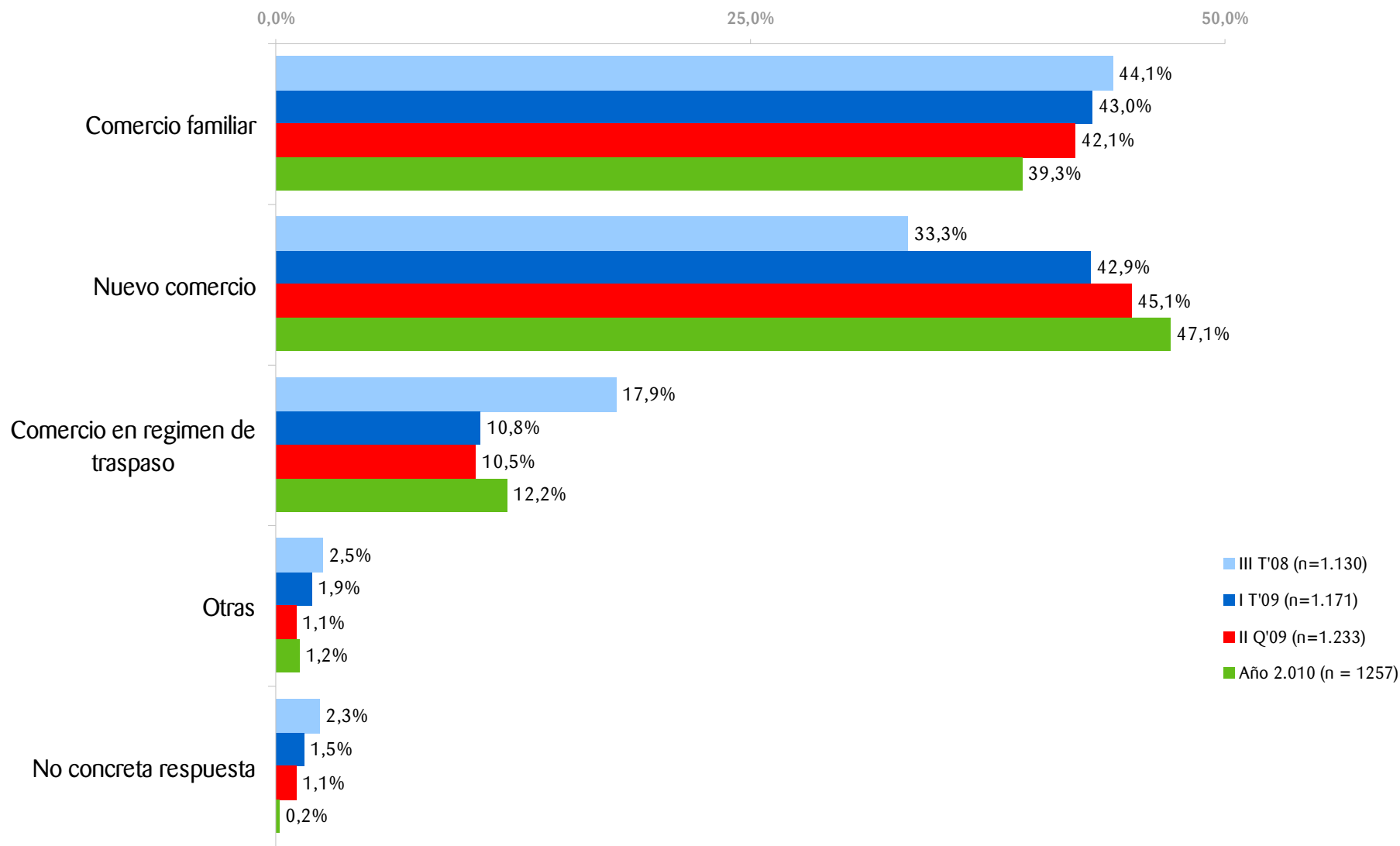
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Persona jurídica	21,2%	34,9%	61,1%	35,5%	49,9%
Persona física	77,6%	64,4%	38,9%	64,0%	49,4%

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.
- El nuevo comercio tiende a estar más presente, o bien en aquellos comercios que se dedican a la actividad del hogar, o bien a aquellos comercios que se dedican a la actividad de salud y belleza.

P21/D.12/D.12/P22: ¿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.22: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio? **
(año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Comercio familiar	43,4%	39,5%	37,7%
Comercio en régimen de traspaso	14,5%	10,3%	14,3%
Nuevo comercio	39,2%	48,9%	47,1%
Otras	2,1%	1,2%	0,9%
No concreta respuesta	0,8%	0,1%	---

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

*P.22: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?**

(año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Comercio Familiar	40,2%	55,9%	38,3%	40,0%	38,3%	37,4%
Comercio en régimen de traspaso	14,3%	15,0%	11,0%	10,0%	14,5%	14,3%
Nuevo comercio	42,2%	27,3%	50,6%	48,2%	47,0%	47,1%
Otras	2,2%	1,8%	0,1%	1,7%	0,2%	1,3%
No concreta respuesta	1,0%	---	---	0,1%	---	---

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

*P.22: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio? **
(año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Comercio familiar	36,3%	41,0%	40,8%	38,2%	33,9%	62,3%
Comercio en régimen de traspaso	16,7%	9,9%	9,5%	7,3%	8,3%	3,3%
Nuevo comercio	45,3%	48,5%	47,6%	51,0%	52,3%	32,9%
Otras	1,7%	0,3%	1,7%	3,6%	5,5%	1,5%
No concreta respuesta	---	0,2%	0,4%	---	---	---

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

*P.22: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?**
(año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Comercio familiar	50,9%	45,1%	46,4%	22,3%	25,1%
Comercio en régimen de traspaso	17,2%	6,7%	0,7%	26,9%	11,4%
Nuevo comercio	31,4%	45,9%	52,9%	48,3%	62,1%
Otras	0,2%	2,3%	---	1,3%	1,4%
No concreta respuesta	0,2%	---	---	1,2%	---

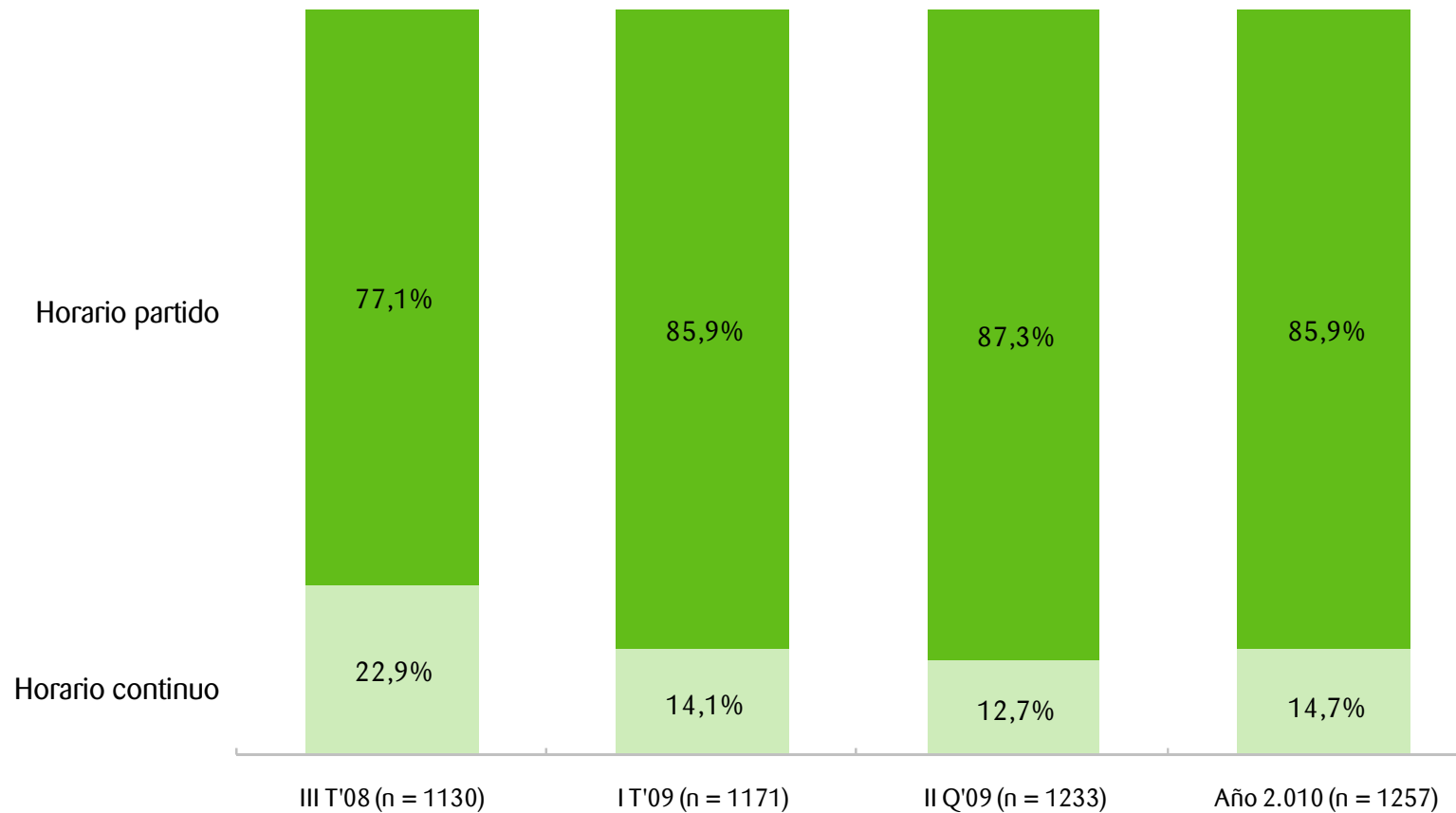
* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

“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**.
 - Esta práctica comercial 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 a la actividad de la moda.
 - Tendencias ya apuntadas en anteriores barómetros.

*P.11/P.11/P.11A/P.1: En estos momentos,
¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?*
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



*P.1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Horario partido	82,7%	84,5%	89,1%
Horario continuo	17,3%	15,5%	10,9%

*P.1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Horario partido	85,9%	70,4%	85,0%	84,3%	83,8%	92,1%
Horario continuo	14,1%	29,6%	15,0%	15,7%	16,2%	7,9%

*P.1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Horario partido	90,6%	88,0%	77,8%	67,4%	52,8%	34,9%
Horario continuo	9,4%	12,0%	22,2%	32,6%	47,2%	65,1%

*P.1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?
(año 2.010)*

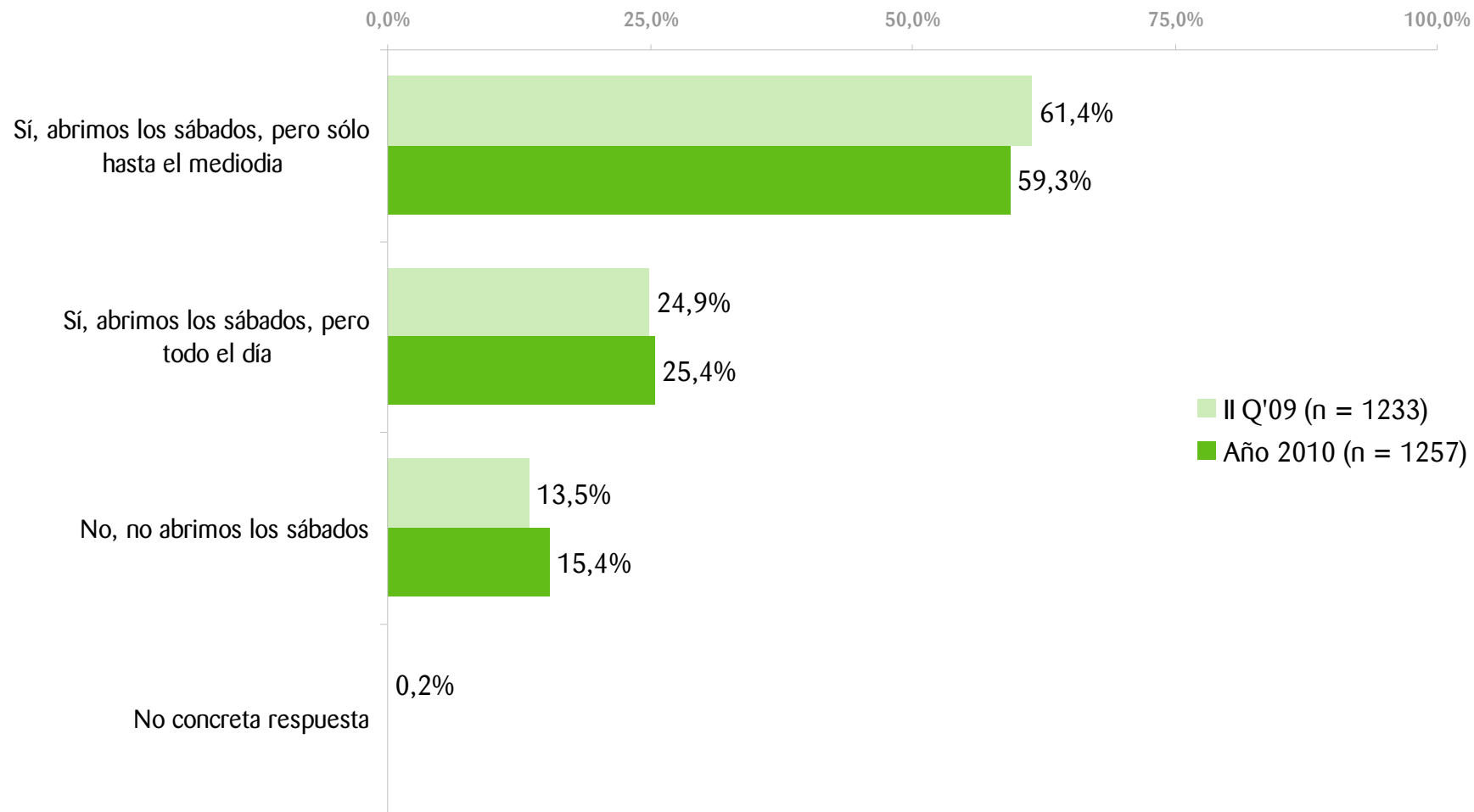
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Horario partido	84,6%	89,2%	89,2%	84,2%	83,5%
Horario continuo	15,4%	10,8%	10,8%	15,8%	16,5%

- El horario de atención al público, de organización del tiempo de actividad comercial, tiende a presentarnos el sábado como totalmente inactivo para el 15,4% de los comercios y, parcialmente inactivo para el 59,3% de los comercios.
- La no apertura de los sábados es más perceptible entre:
 - Los comercios del Territorio Histórico de Bizkaia y de Donostia.
 - Los comercios con un empleado/a o de 6 a 19 empleados/as.
 - Los comercios dedicados al hogar o a la salud, belleza.
 - Los comercios más jóvenes.
 - Los comercios cuyo gerente es joven, menos de 44 años.
 - Y, los comercios cuyo gerente, dueño/a cuenta con estudios universitarios.

*P.11B/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.

*P2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?** (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	67,1%	59,5%	56,2%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	21,5%	22,5%	31,0%
No, no abrimos los sábados	11,4%	17,9%	12,8%

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

*P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?** (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	65,1%	75,2%	54,2%	61,8%	44,3%	62,9%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	22,4%	17,6%	23,5%	22,1%	39,5%	26,3%
No, no abrimos los sábados	12,5%	7,1%	22,2%	16,0%	16,2%	10,8%

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

*P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?** (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	70,5%	57,4%	33,2%	24,3%	27,1%	47,5%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	17,0%	26,3%	38,3%	48,5%	44,7%	38,1%
No, no abrimos los sábados	23,1%	16,3%	17,4%	22,2%	28,2%	14,4%

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

*P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?** (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

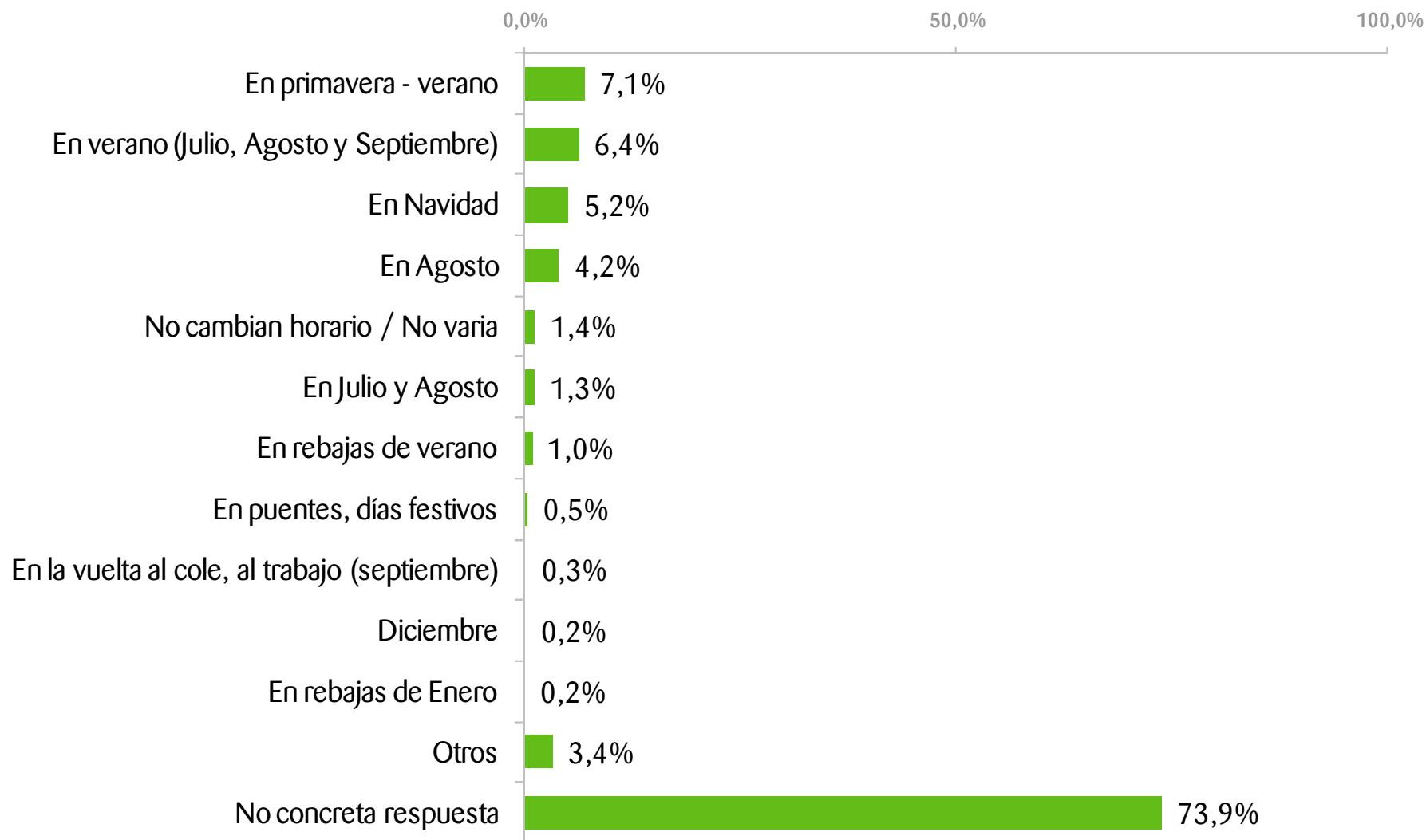
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	80,8%	40,2%	47,2%	60,8%	59,4%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	14,5%	50,1%	22,8%	8,6%	17,4%
No, no abrimos los sábados	4,8%	9,7%	30,0%	30,5%	23,1%

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

- A lo largo de un año, los cambios de horario en la atención al público se concentran en la primavera y/o el verano.
- A priori, el comercio minorista vasco no es muy dado a realizar grandes cambios significativos en su política de horarios de atención al público, a tenor del alto porcentaje de no respuesta.

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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



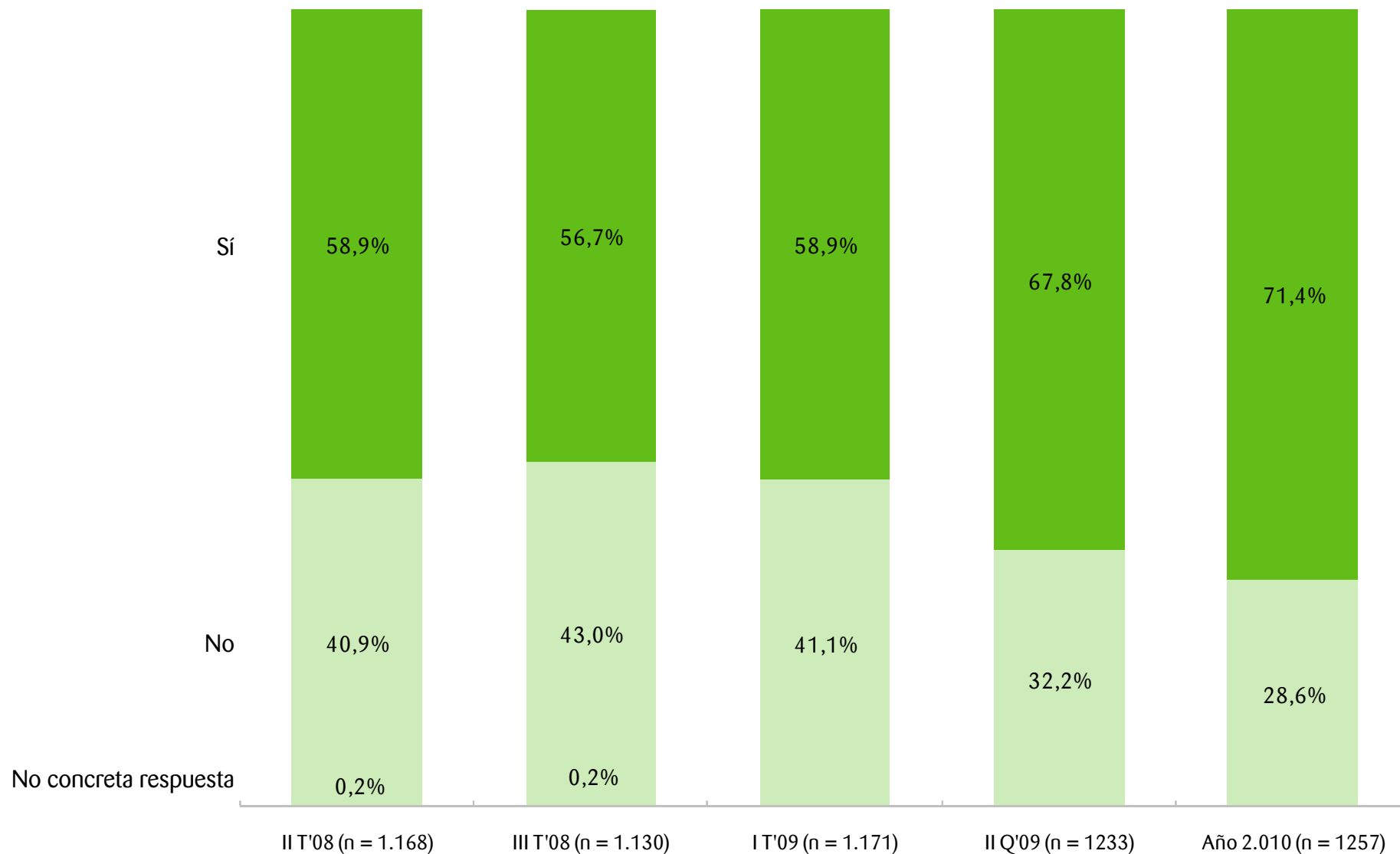
“Presencia de las Tic’s en el comercio”

Grado de tecnologización del comercio minorista vasco: disponibilidad de ordenador

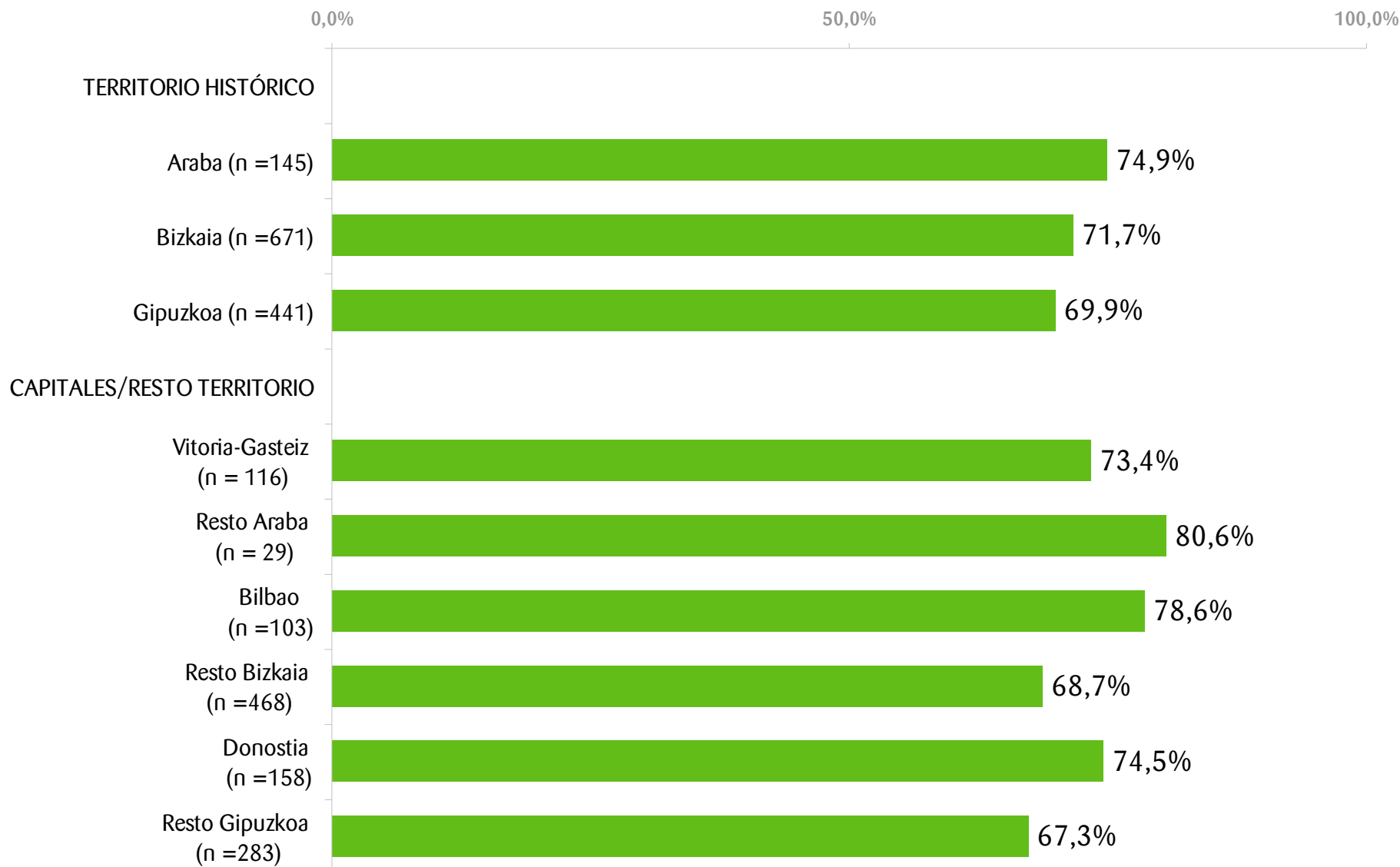
- Siete de cada diez comercios minoristas vascos disponen de ordenador. La presencia del ordenador en el comercio minorista vasco va creciendo momento a momento.
- La presencia del ordenador en la práctica totalidad de los comercios minoristas se hace más perceptible en aquellos comercios con una plantilla 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, tiende a ser mayor.

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

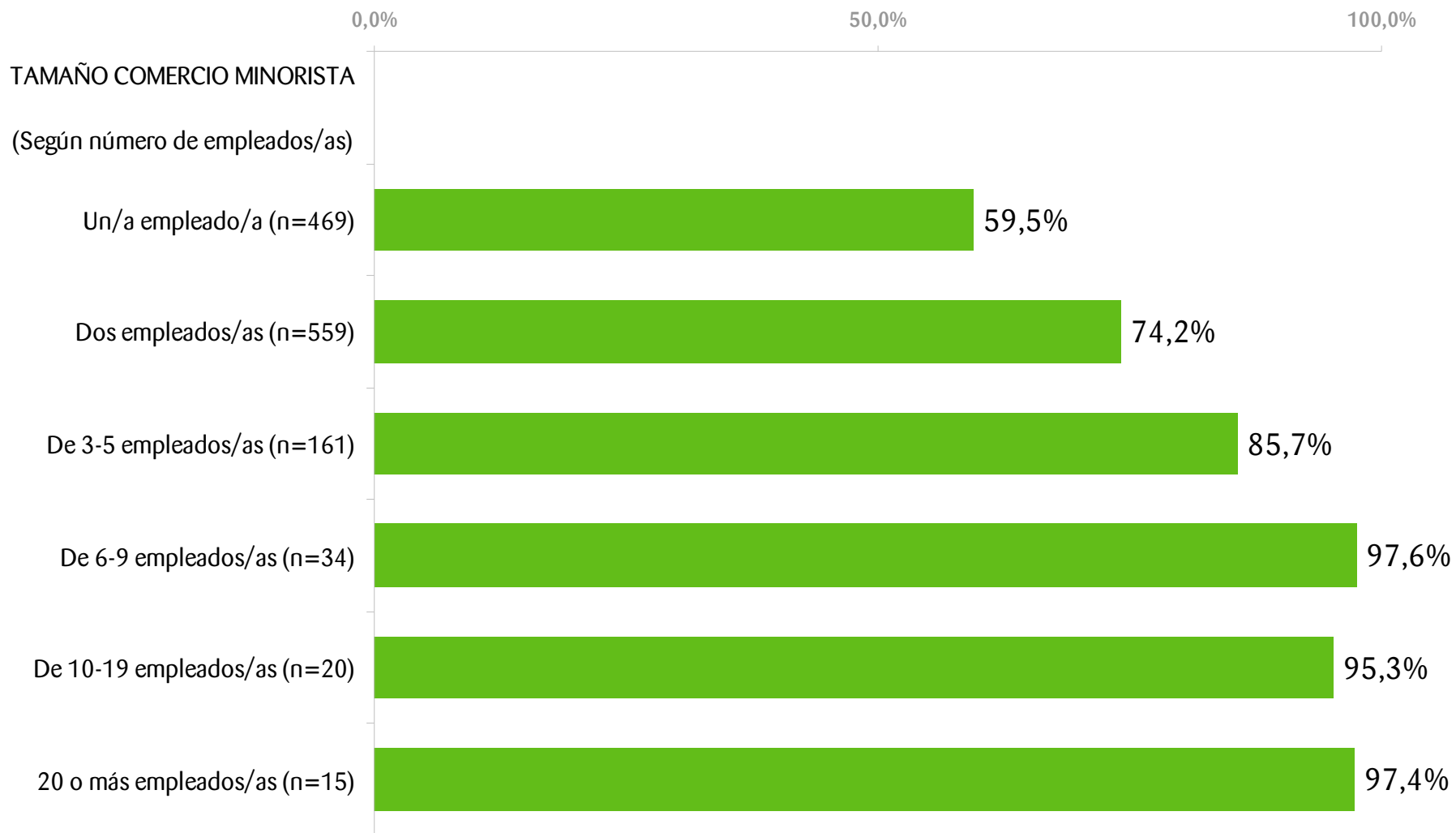
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



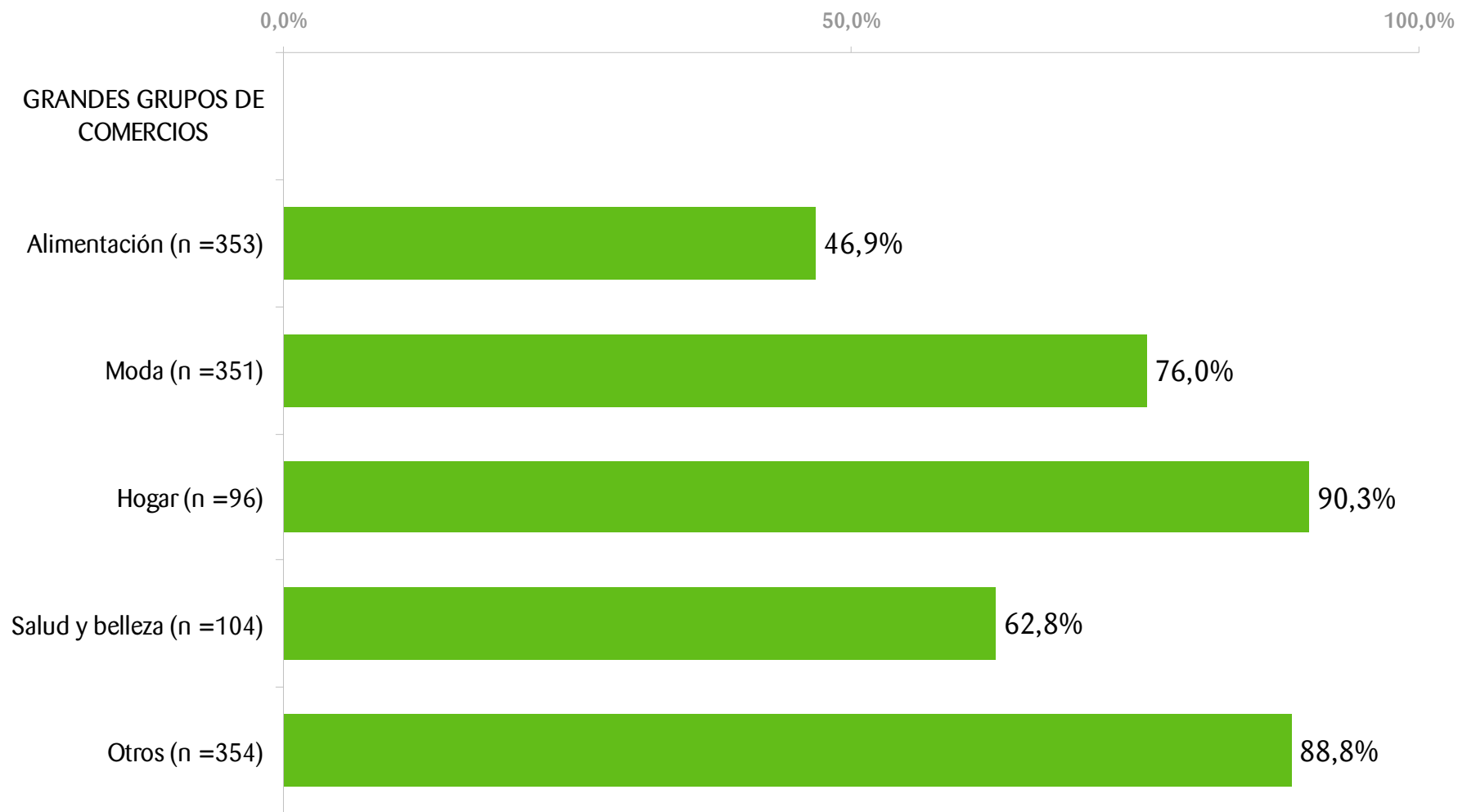
Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco



Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco



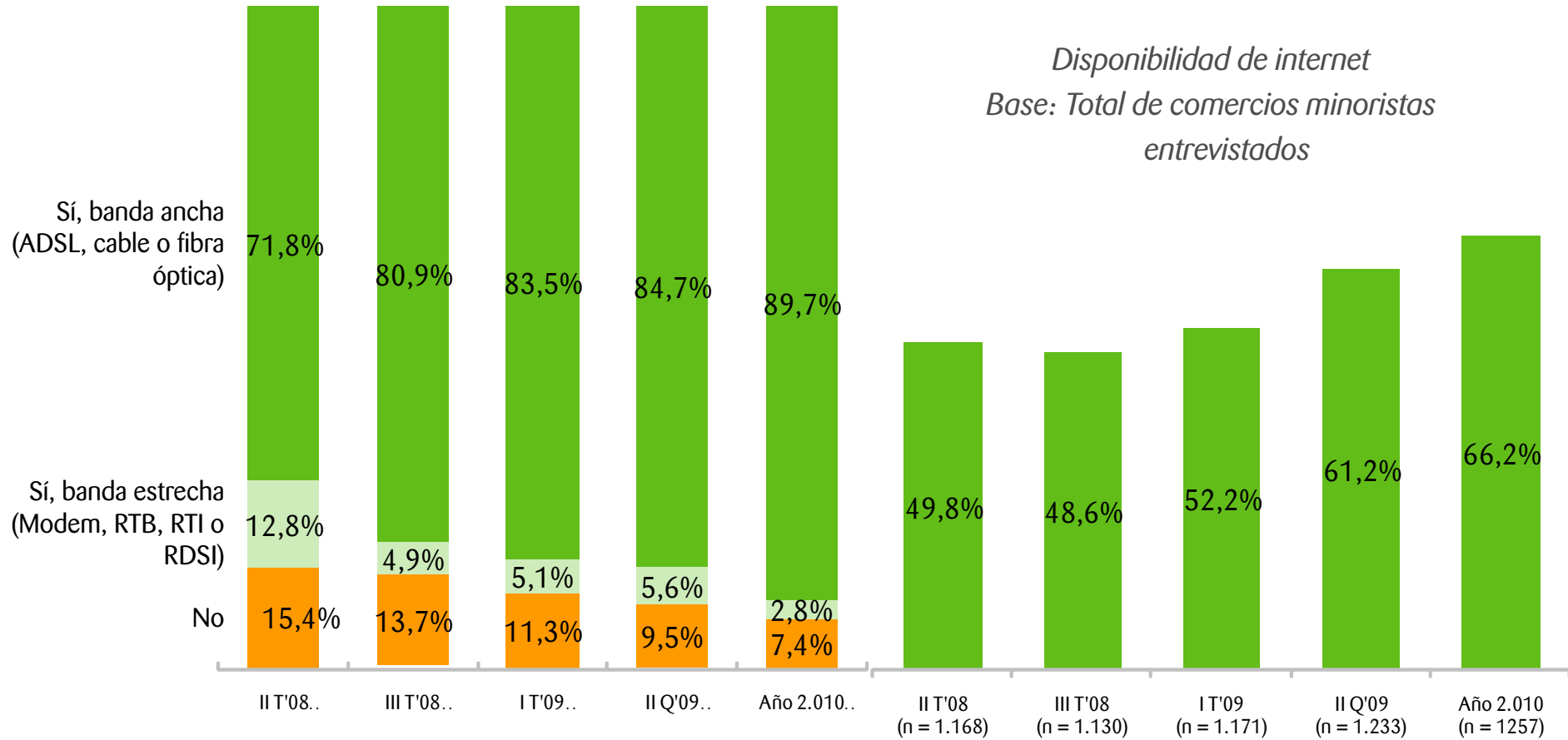
Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco



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 un incremento significativo.
- El acceso a Internet está más extendido entre los siguientes comercios minoristas:
 - Excepto en el Territorio de Araba, es mayor entre los comercios minoristas de las capitales que entre los comercios del resto de cada uno de los Territorios Históricos.
 - 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: ¿Tienen conexión a internet?
Base: Comercios minoristas que disponen de ordenador*



D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.010)
Base: 898 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 109)	Bizkaia (n = 481)	Gipuzkoa (n = 308)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	87,0%	89,3%	91,2%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	3,5%	2,5%	3,0%
No	8,6%	8,2%	5,7%
Grado de acceso a internet (Total de comercios minoristas)	67,7%	65,8%	65,8%

D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.010)

Base: 898 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 85)	Resto Araba (n = 24)	Bilbao (n = 160)	Resto Bizkaia (n = 321)	Donostia (n = 118)	Resto Gipuzkoa (n = 190)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	86,2%	89,9%	99,7%	84,1%	92,6%	90,4%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	3,6%	2,8%	---	3,8%	2,6%	3,3%
No	9,6%	5,1%	0,3%	12,1%	4,8%	6,3%
Grado de acceso a internet (Total de comercios minoristas)	66,0%	74,7%	78,4%	60,4%	70,9%	63,0%

D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.010)

Base: 898 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 279)	Dos empleados/as (n = 414)	De 3-5 empleados/as (n = 138)	De 6-9 empleados/as (n = 33)	De 10-19 empleados/as (n = 19)	20 o más empleados/as (n = 15)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	82,1%	92,3%	94,0%	93,5%	98,9%	98,5%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	3,9%	2,6%	2,4%	---	---	1,5%
No	13,8%	5,1%	3,2%	6,5%	1,1%	---
Grado de acceso a internet (Total de comercios minoristas)	51,2%	70,4%	82,7%	91,2%	94,3%	97,4%

D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.010)

Base: 898 comercios minoristas que disponen de ordenador

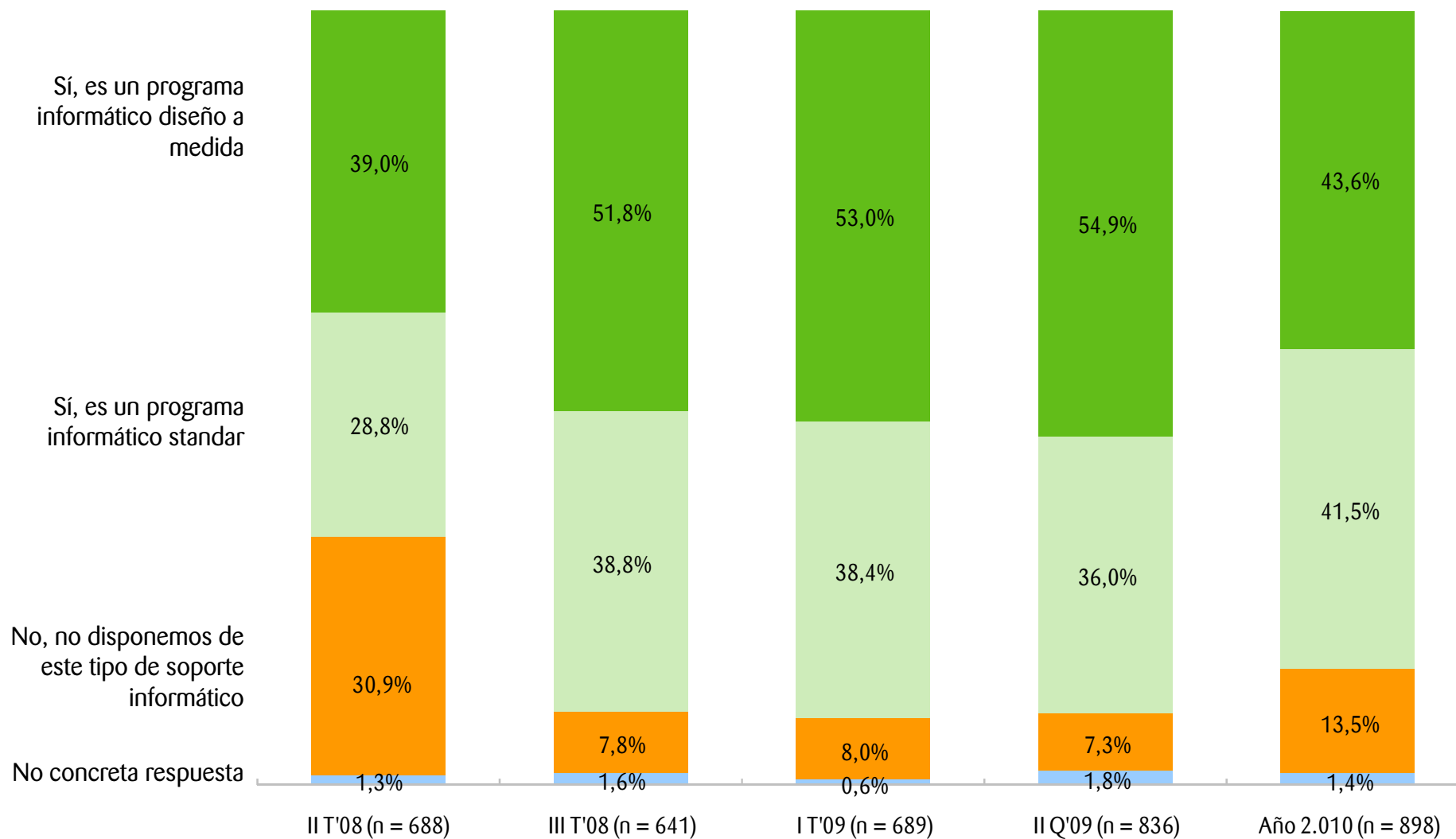
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 165)	Moda (n = 267)	Hogar (n = 87)	Salud y belleza (n = 65)	Otros (n = 314)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	80,0%	88,0%	96,8%	83,1%	95,6%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	5,4%	4,3%	3,2%	0,7%	0,5%
No	14,4%	7,7%	---	15,4%	3,8%
Grado de acceso a internet (Total de comercios minoristas)	40,0%	70,1%	90,3%	52,6%	85,4%

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, se detecta, en mayor medida, en los siguientes comercios minoristas vascos:
 - Los comercios del Territorio Histórico de Araba y del Territorio Histórico de Bizkaia.
 - 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 5 empleados/as.
 - Los comercios dedicados a la actividad del hogar.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* 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 2.010)*

Base: 898 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 109)	Bizkaia (n = 481)	Gipuzkoa (n = 308)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	41,2%	47,4%	38,4%
Sí, es un programa informático estándar	45,0%	38,9%	44,4%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	11,6%	12,5%	15,7%
No concreta respuesta	2,2%	1,2%	1,5%

* 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 2.010)

Base: 898 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 85)	Resto Araba (n = 24)	Bilbao (n = 160)	Resto Bizkaia (n = 321)	Donostia (n = 118)	Resto Gipuzkoa (n = 190)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	42,4%	37,5%	61,4%	40,4%	35,5%	40,2%
Sí, es un programa informático estándar	43,6%	50,3%	35,7%	40,5%	46,8%	42,9%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	11,4%	12,2%	2,9%	17,3%	13,9%	16,9%
No concreta respuesta	2,8%	---	---	1,7%	3,8%	---

* 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 2.010)

Base: 898 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados)					
	Un/a empleado/a (n = 279)	Dos empleados/as (n = 414)	De 3-5 empleados/as (n = 138)	De 6-9 empleados/as (n = 33)	De 10-19 empleados/as (n = 19)	20 o más empleados/as (n = 15)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	27,4%	47,2%	55,1%	65,3%	82,4%	41,6%
Sí, es un programa informático estándar	47,7%	40,1%	37,2%	31,4%	17,6%	58,4%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	22,0%	11,7%	7,7%	3,3%	---	---
No concreta respuesta	3,0%	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 2.010)

Base: 898 comercios minoristas que disponen de ordenador

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 165)	Moda (n = 267)	Hogar (n = 87)	Salud y belleza (n = 65)	Otros (n = 314)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	35,8%	36,2%	51,9%	54,5%	49,3%
Sí, es un programa informático estándar	41,5%	46,0%	29,6%	40,4%	41,3%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	18,4%	17,8%	13,9%	5,1%	8,9%
No concreta respuesta	4,2%	---	4,6%	---	0,5%

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

1.4.

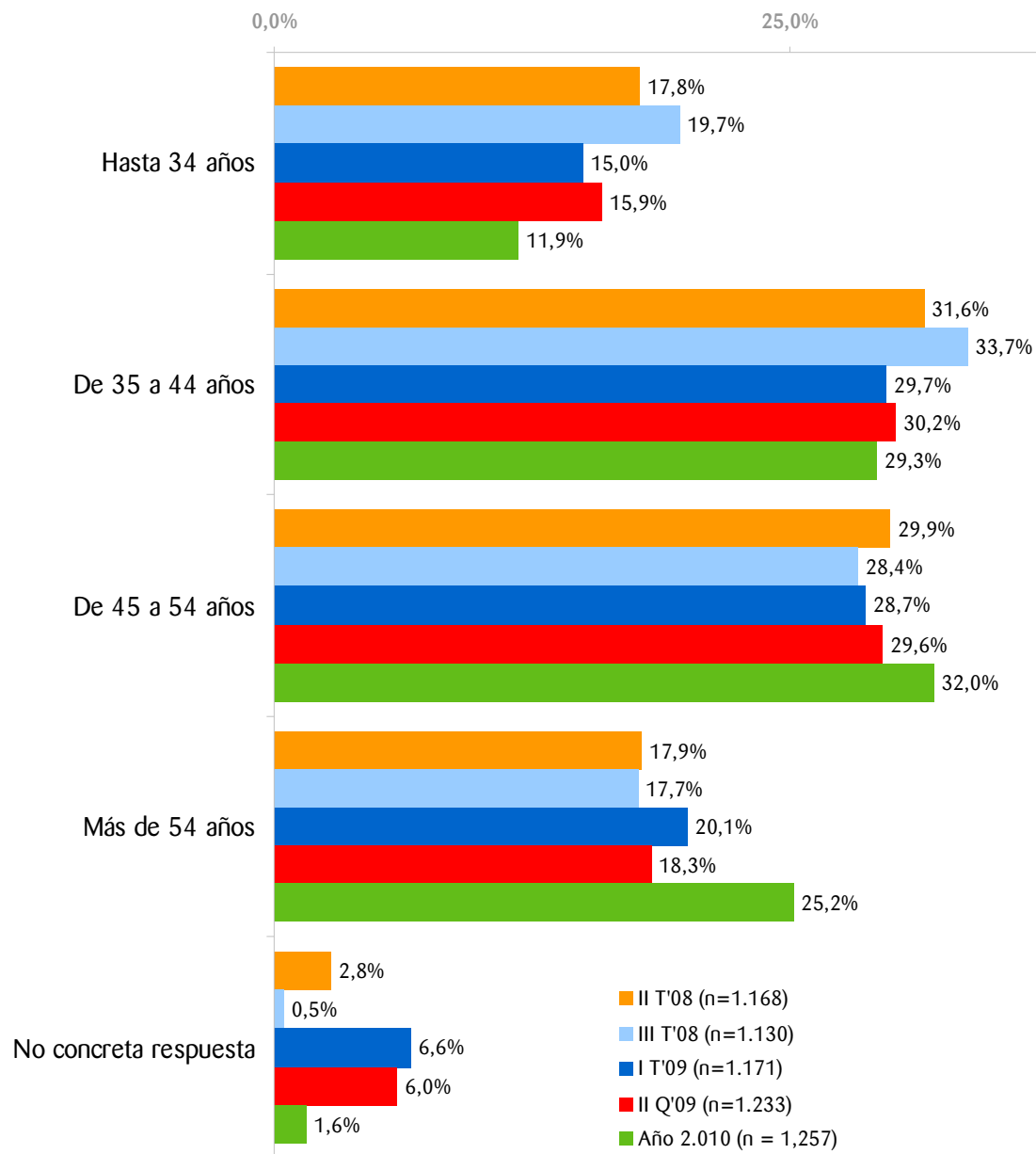
“Perfil del responsable del comercio”

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

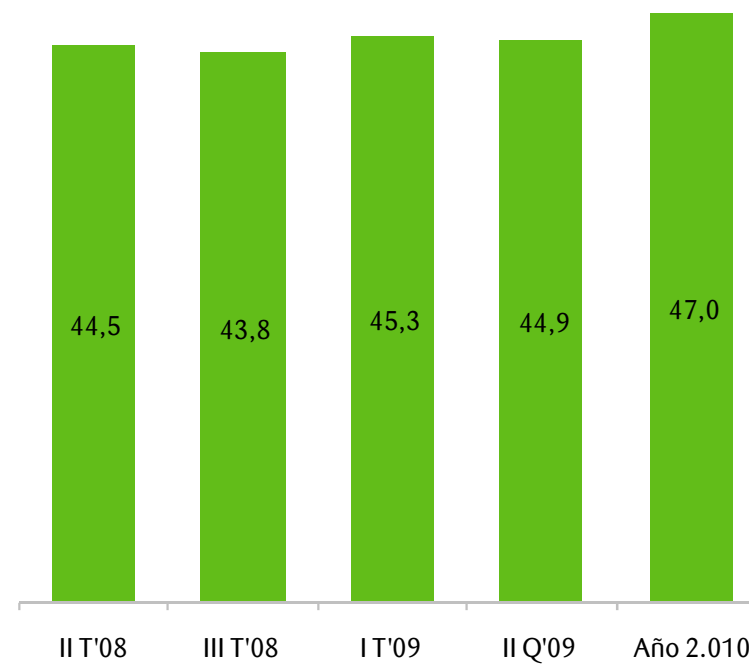
- En este Barómetro del Comercio Minorista Vasco, se confirma la tendencia ya apuntada en relación a los/as dueños/as, gestores/as de los comercios en anteriores barómetros.
 - A medida que el tamaño del comercio minorista, según número de empleados/as, es mayor, la edad de los/las dueños/as, gestores/as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

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

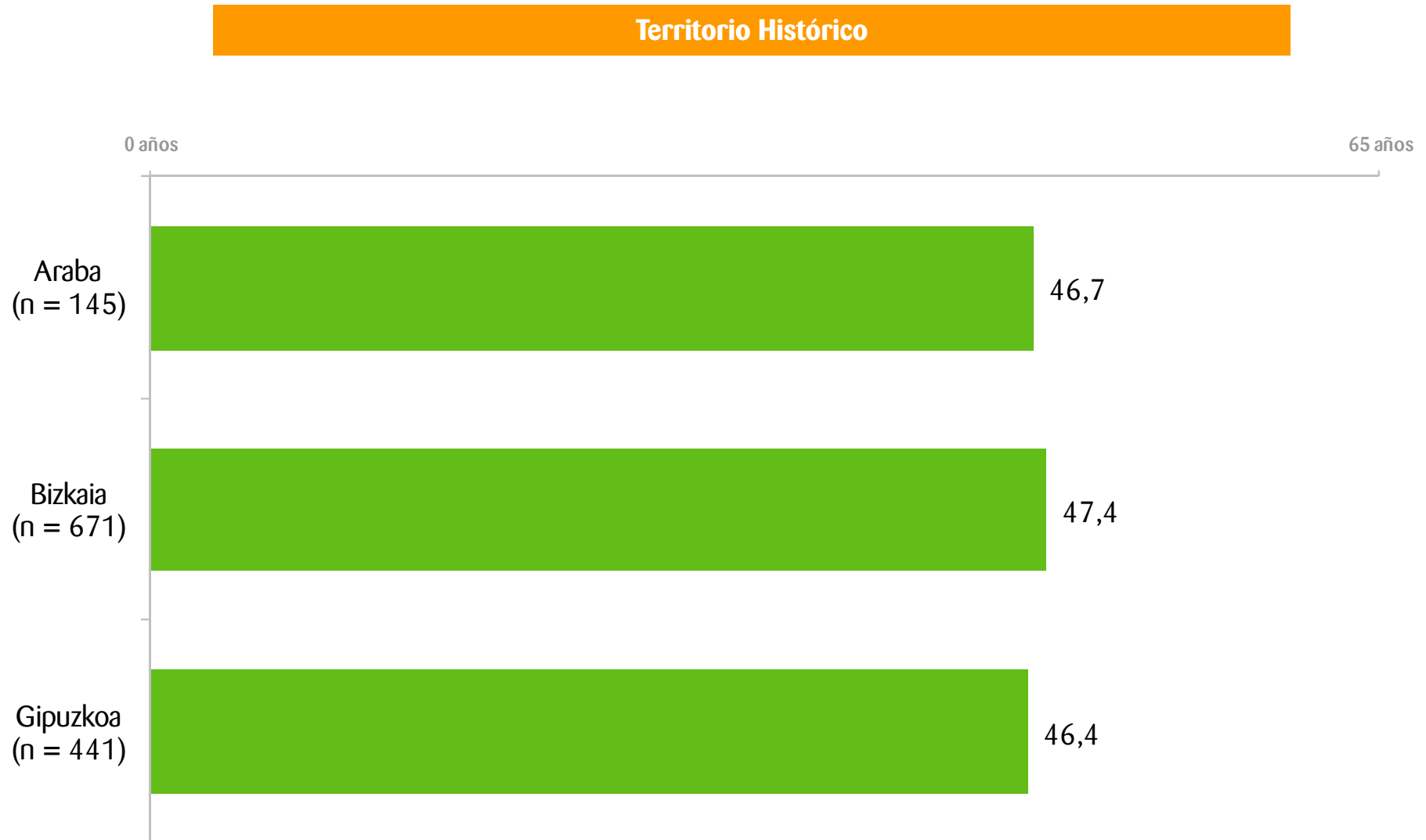
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



EDAD MEDIA

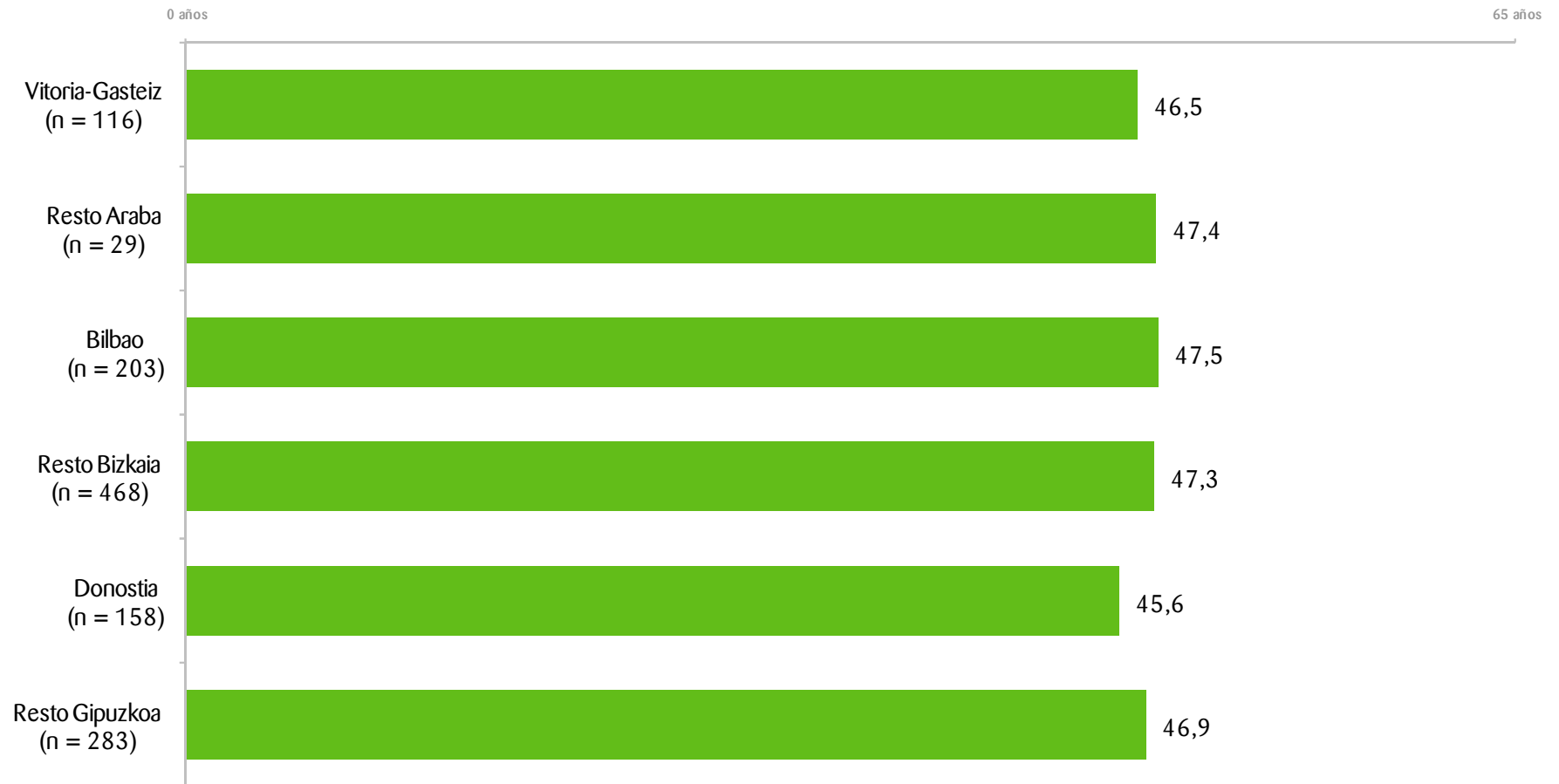


D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.010)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

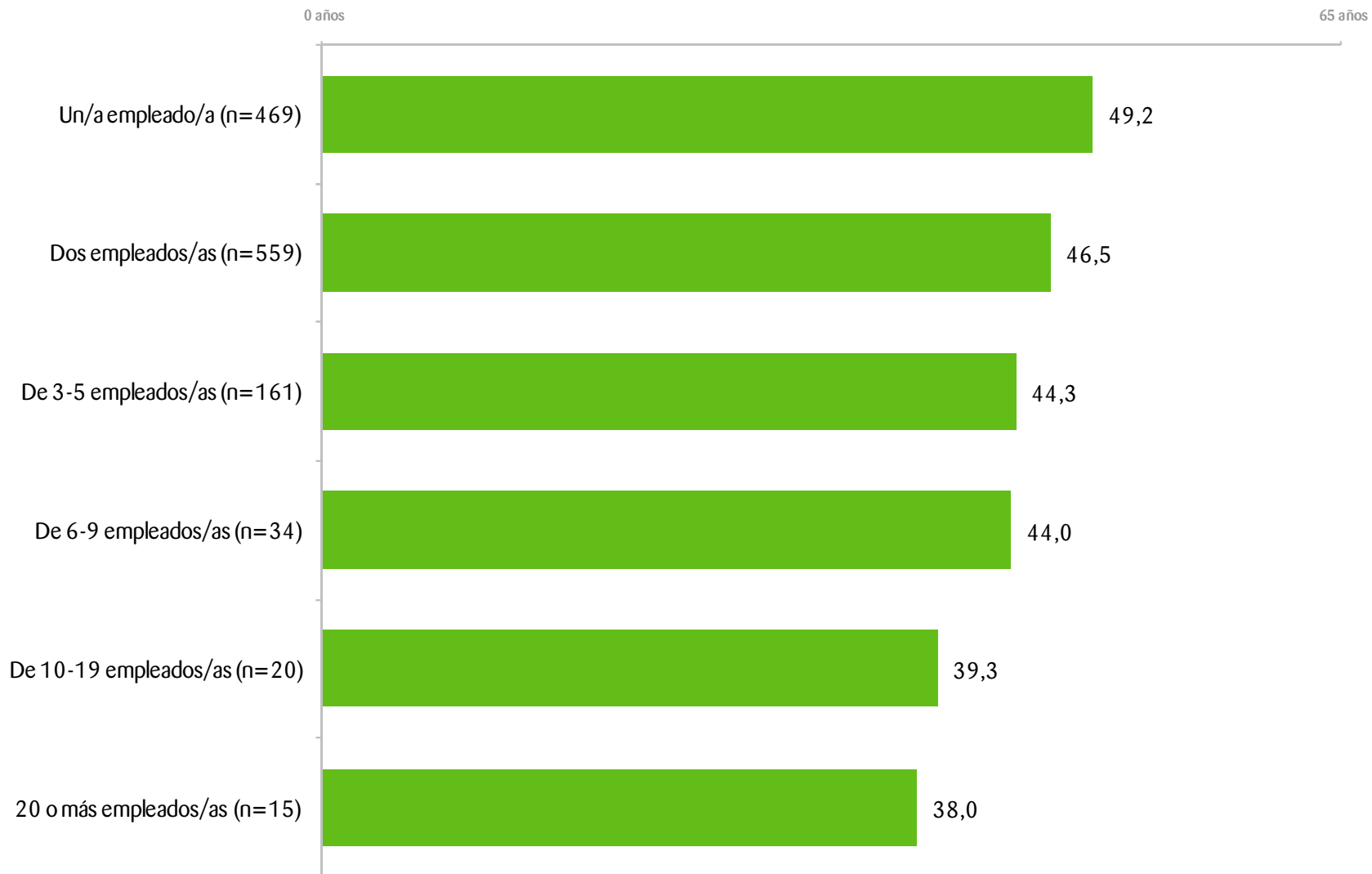


D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.010)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

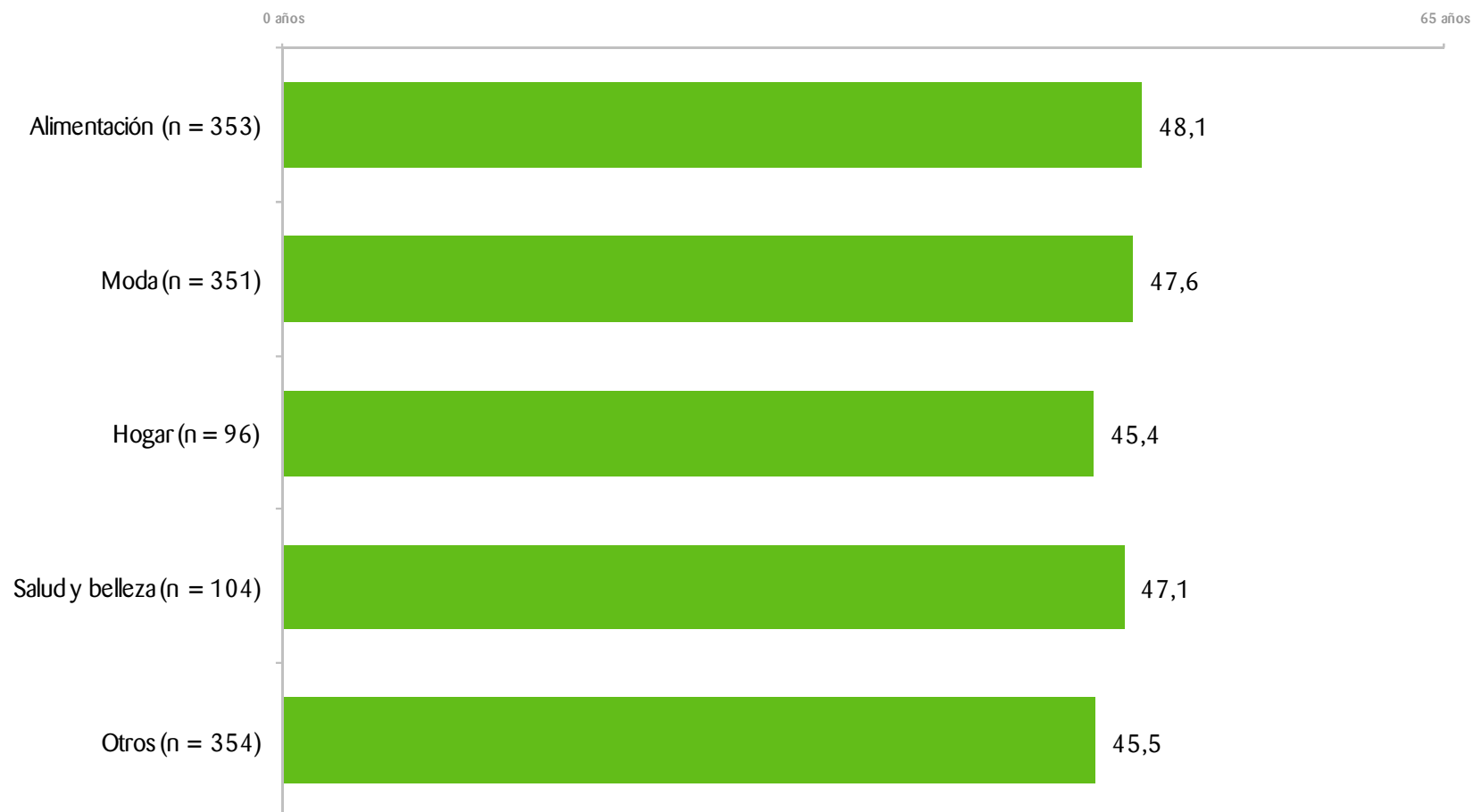
Capitales/Resto Territorio



Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)

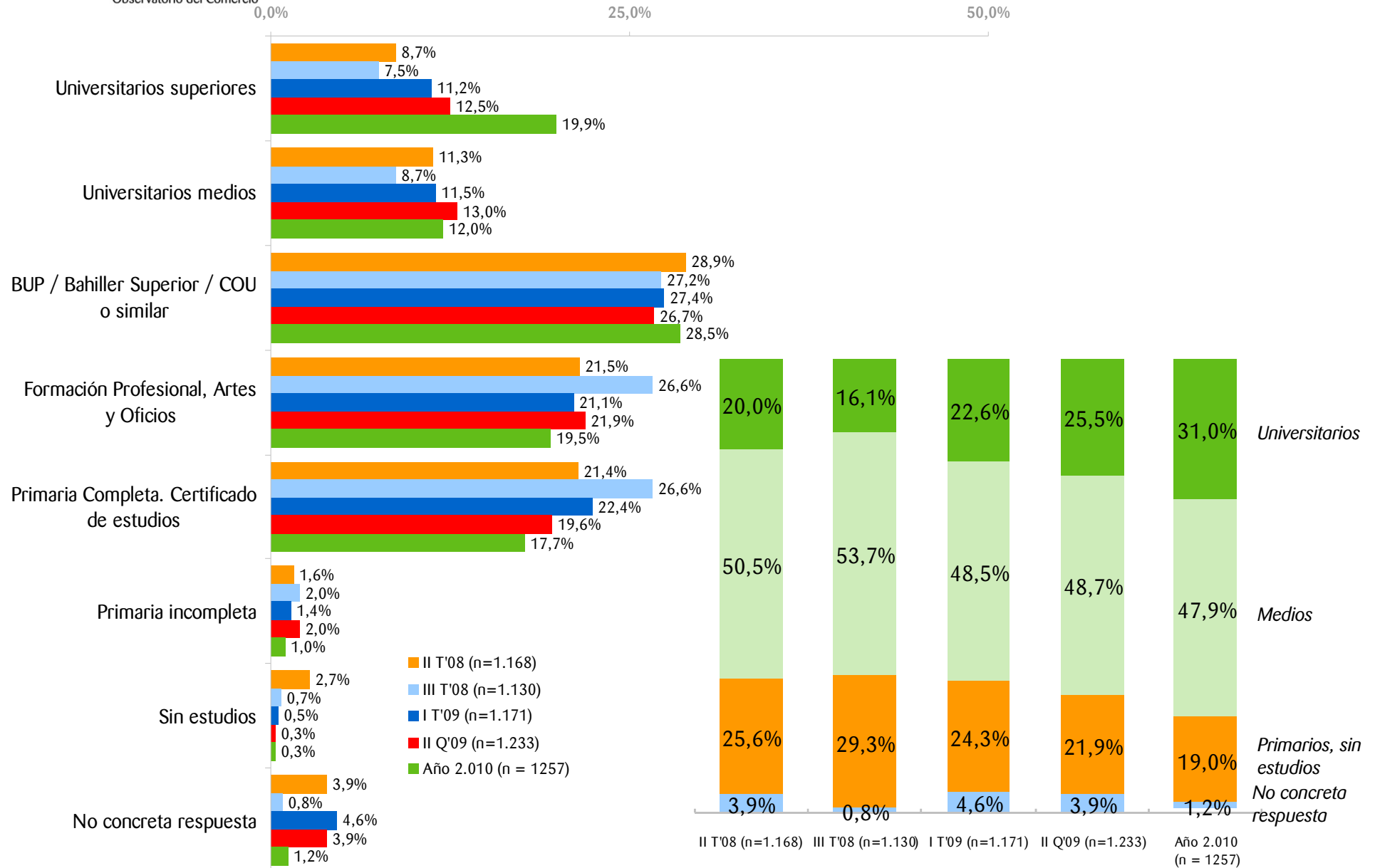


Grandes grupos de comercios



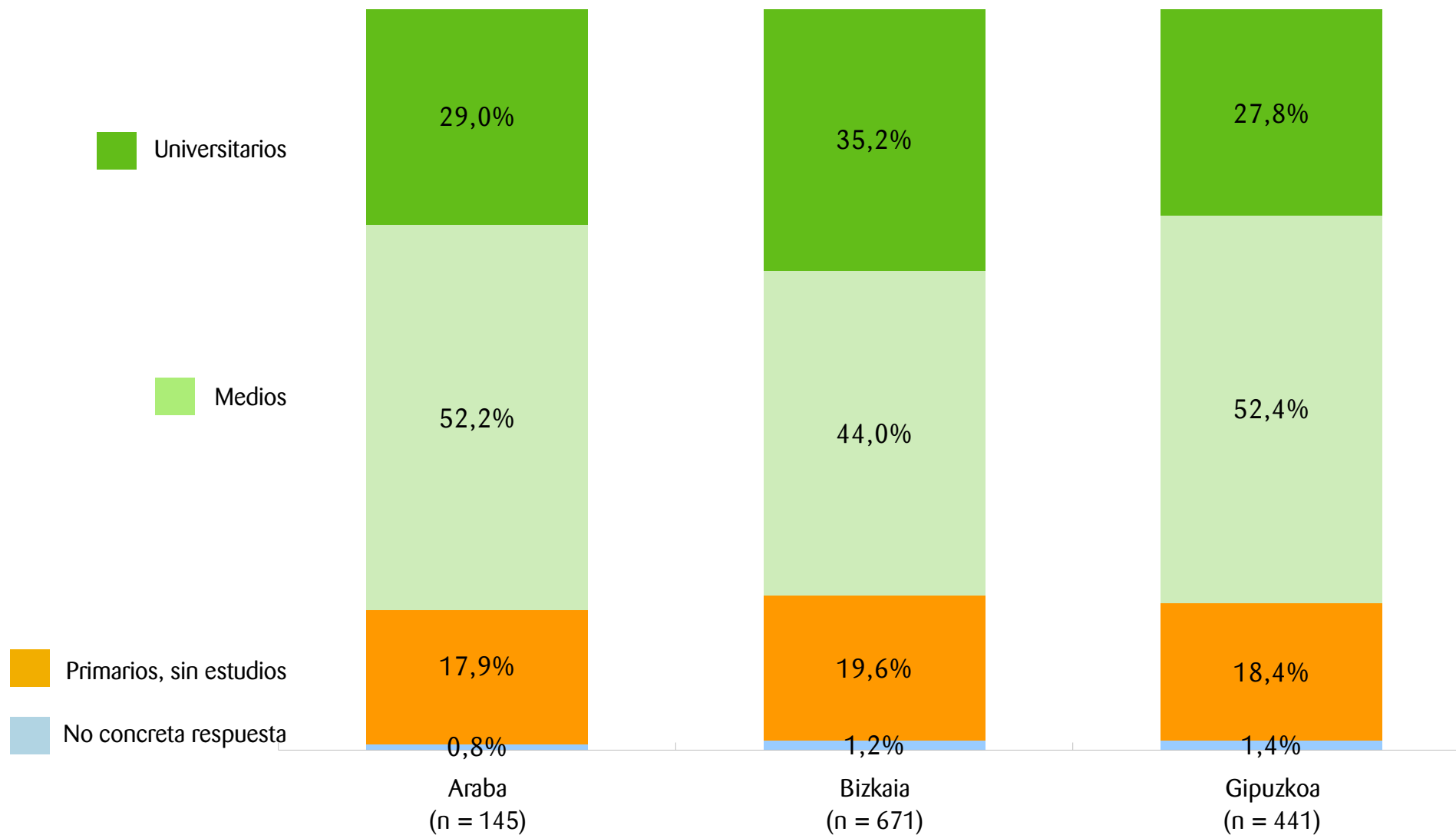
- El nivel de formación de los/as dueños/as, gestores/as de los comercios minoristas se puede categorizar como medio.
 - El 47,9%* de los/as dueños/as, gestores/as ha completado estudios, o bien de B.U.P / C.O.U., o bien de Formación Profesional, Artes y Oficios.
- El nivel formativo más alto, con estudios 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.
 - Los/as dueños/as, gestores/as de comercios de más de 5 empleados/as.
 - Los/as dueños/as, gestores/as de comercios dedicados al sector del hogar.

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



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

D.2: Nivel de estudios* (año 2.010)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

D.2: Nivel de estudios (año 2.010)*
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Universitarios	30,5%	23,2%	46,9%	30,1%	32,5%	25,1%
Medios	51,6%	54,6%	39,0%	46,2%	46,0%	56,1%
Primarios, sin estudios	16,8%	22,2%	12,5%	22,8%	20,2%	17,4%
No concreta respuesta	1,0%	---	1,6%	1,0%	1,3%	1,5%

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

D.2: Nivel de estudios (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Universitarios	24,1%	33,6%	41,5%	49,3%	54,0%	39,9%
Medios	50,4%	46,8%	46,4%	41,2%	36,6%	57,3%
Primarios, sin estudios	24,2%	18,5%	11,2%	8,2%	4,5%	2,9%
No concreta respuesta	1,3%	1,2%	0,9%	1,3%	4,9%	---

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

D.2: Nivel de estudios (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Universitarios	13,7%	32,9%	40,7%	33,9%	45,9%
Medios	52,8%	49,0%	40,3%	48,0%	44,1%
Primarios, sin estudios	31,6%	16,8%	19,0%	15,5%	9,6%
No concreta respuesta	1,9%	1,3%	---	2,7%	0,3%

* 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.26 y P.27. 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.26)
- Conocer bien el producto (P.26)
- Tener una historia, prestigio por años en la actividad comercial (P.27)
- Tener una atención diferenciada (P.27)

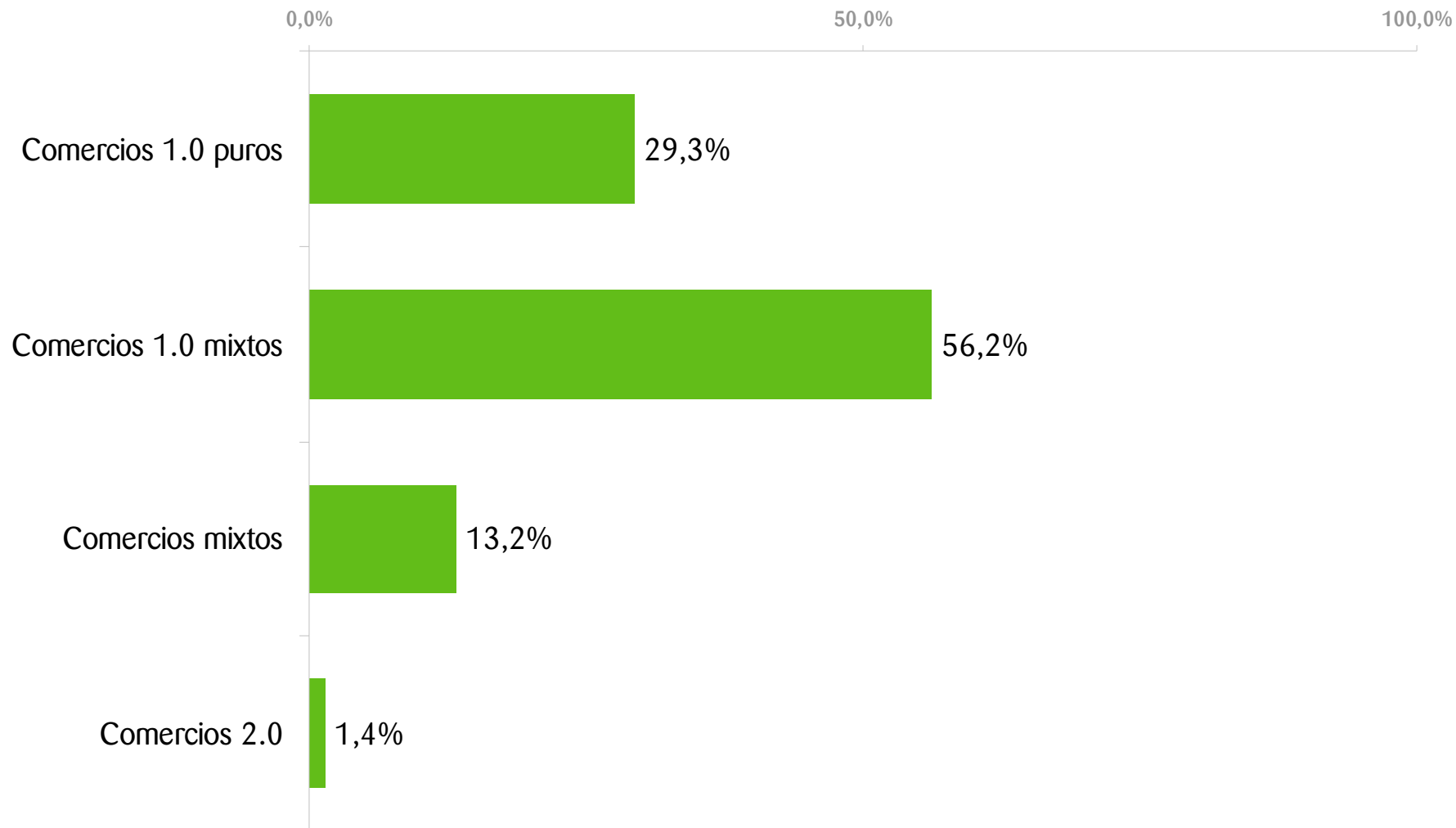
Estilos de comercios 2.0

- Asumir riesgos, no tener miedo a fracasar (P.26)
- Escuchar más a mis clientes (P.26)
- Estar en red, conectados con otros comercios (P.27)
- Tener una página web como comercio (P.27)

- 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.26 y P.27 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.26 y P.27 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, tiene interiorizado una forma de hacer actividad muy de “mostrador”, muy alejado de las innovaciones tanto tecnológicas como de talento.
- Así, un tercio del comercio minorista vasco 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”.

P.26/P.27: Estilos de actividad comercial (año 2.010)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.26/P.27: Estilos de actividad comercial (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Comercios 1.0 puros	32,0%	30,0%	27,3%
Comercios 1.0 mixtos	47,8%	57,6%	56,7%
Mixtos	18,6%	11,2%	14,4%
Comercios 2.0	1,5%	1,2%	1,6%

P.26/P.27: Estilos de actividad comercial (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales Resto Territorio					
	Vitoria / Gazteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 253)
Comercios 1.0 puros	34,6%	21,8%	28,6%	30,6%	28,7%	26,5%
Comercios 1.0 mixtos	50,2%	38,5%	54,4%	59,1%	52,9%	58,8%
Mixtos	13,4%	39,4%	17,0%	8,7%	16,5%	13,2%
Comercios 2.0	1,8%	0,3%	---	1,7%	1,9%	1,4%

P.26/P.27: Estilos de actividad comercial
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Número de Trabajadores					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3 a 5 empleados/as (n = 161)	De 6 a 9 empleados/as (n = 34)	De 10 a 19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Comercios 1.0 puros	30,2%	28,4%	29,4%	28,8%	38,7%	20,8%
Comercios 1.0 mixtos	55,8%	57,8%	56,6%	52,6%	44,1%	26,1%
Mixtos	11,9%	12,8%	13,5%	17,6%	14,8%	51,7%
Comercios 2.0	2,1%	1,0%	0,5%	1,0%	2,4%	1,4%

P.26/P.27: Estilos de actividad comercial
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y Belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Comercios 1.0 puros	27,9%	33,2%	27,6%	28,4%	27,4%
Comercios 1.0 mixtos	60,8%	52,1%	51,2%	60,9%	55,6%
Mixtos	10,4%	14,2%	15,5%	10,7%	15,0%
Comercios 2.0	1,0%	0,4%	5,7%	---	2,0%

- Los comerciantes, en función de la percepción en relación a los valores de sus clientes, tienden a primar la relación:
 - 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.
- El precio como principal variable tiende a ser más mencionada por los dueños/as, gerentes de:
 - Comercios de 20 o más empleados/as.
 - Comercios próximos al concepto de actividad comercial 2.0.

P.28: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	C.A.P.V. (n = 1257)	Estilos de actividad comercial			
		Comercios 1.0 puros (n = 368)	Comercios 1.0 mixtos (n = 706)	Comercios mixtos (n = 166)	Comercios 2.0 (n = 17)
Servicio/Atención	3,9	4,0	3,9	3,9	3,6
Confianza	3,8	3,8	3,8	3,6	3,0
Precio	3,1	3,1	3,0	3,4	3,8
Cercanía/Ubicación	2,4	2,3	2,5	2,4	2,4
Tiempo	2,0	2,0	2,0	2,1	2,2

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

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

P.28: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	C.A.P.V. (n = 1257)	Territorio Histórico		
		Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Servicio/Atención	3,9	3,9	3,9	3,8
Confianza	3,8	3,7	3,8	3,7
Precio	3,1	3,1	3,1	3,1
Cercanía/Ubicación	2,4	2,5	2,3	2,5
Tiempo	2,0	2,1	2,0	2,1

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

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

P.28: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	C.A.P.V. (n = 1257)	Tamaño de comercio minorista (según número de empleados/as)					
		Un empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6 a 9 empleados/as (n = 34)	De 10-29 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Servicio/Atención	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,8	3,3
Confianza	3,8	3,8	3,7	3,7	3,6	3,7	3,7
Precio	3,1	3,1	3,0	3,2	3,3	3,3	4,3
Cercanía/Ubicación	2,4	2,4	2,4	2,4	2,3	2,2	2,0
Tiempo	2,0	2,0	2,1	2,1	2,1	2,5	1,9

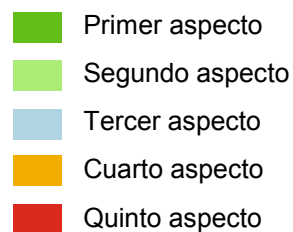
- Primer aspecto
- Segundo aspecto
- Tercer aspecto
- Cuarto aspecto
- Quinto aspecto

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

P.28: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente
(año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	C.A.P.V. (n = 1257)	Grandes grupos de comercios				
		Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Servicio/Atención	3,9	3,7	3,9	4,0	4,0	4,0
Confianza	3,8	3,9	3,7	3,7	3,9	3,7
Precio	3,1	2,9	3,3	3,3	2,9	3,0
Cercanía/Ubicación	2,4	2,7	2,4	1,9	2,5	2,3
Tiempo	2,0	2,0	1,9	2,1	1,9	2,2



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

A background illustration featuring a grid of fashion sketches. The sketches show various models in elegant attire, including dresses, a hat, and a handbag. The central focus is a large green number '2.' with a dot.

2.

“Las ventas del comercio minorista vasco”

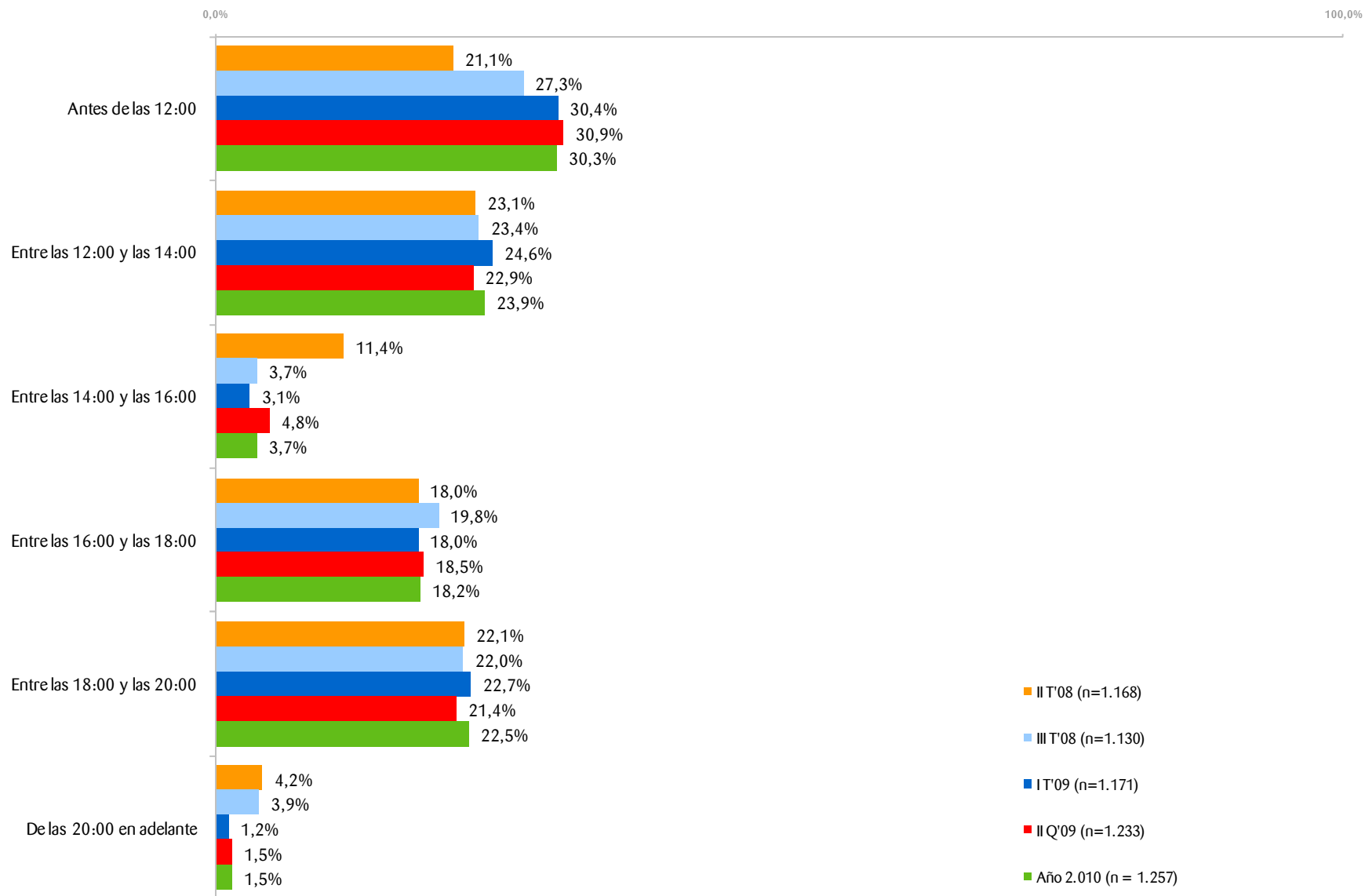
2.1.

“Las ventas a lo largo de un día”

- El 54,2% de las ventas del comercio vasco, durante el año 2.010, se concentra en el tramo horario de la mañana (antes de las 14:00). Por cuarto momento consecutivo, más del 50% de las ventas se concentran antes de las 14:00 horas.
- 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, son muy residuales.

P3/P3/P3/P3/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.

- Como tendencias más significativas cabe reseñar las siguientes:
 - Una cuarta parte de las ventas de los comercios minoristas de Vitoria-Gasteiz y de Bilbao 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, presentan 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 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 las mismas el 100%, ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Antes de las 10:00	7,0%	6,7%	10,8%
Entre las 10:00 y las 12:00	22,4%	22,2%	21,8%
Entre las 12:00 y las 14:00	24,4%	25,1%	21,9%
Entre las 14:00 y las 16:00	3,8%	3,7%	3,7%
Entre las 16:00 y las 18:00	16,7%	18,1%	18,9%
Entre las 18:00 y las 20:00	23,9%	22,6%	21,8%
De las 20:00 en adelante	1,9%	1,6%	1,1%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

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? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Antes de las 10:00	6,4%	9,1%	4,4%	7,8%	11,7%	10,3%
Entre las 10:00 y las 12:00	22,2%	22,9%	20,5%	22,9%	21,5%	22,0%
Entre las 12:00 y las 14:00	24,3%	24,7%	25,7%	24,9%	22,4%	21,7%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,9%	7,1%	3,2%	3,9%	3,6%	3,7%
Entre las 16:00 y las 18:00	16,1%	19,2%	20,2%	17,2%	18,9%	18,8%
Entre las 18:00 y las 20:00	25,8%	16,5%	24,0%	22,0%	20,3%	22,6%
De las 20:00 en adelante	2,3%	0,4%	2,1%	1,4%	1,6%	0,8%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

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? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Antes de las 10:00	8,4%	8,0%	7,3%	9,3%	8,6%	13,6%
Entre las 10:00 y las 12:00	23,1%	21,4%	22,7%	18,2%	20,4%	18,9%
Entre las 12:00 y las 14:00	25,6%	23,1%	22,6%	22,4%	25,0%	19,8%
Entre las 14:00 y las 16:00	3,3%	3,3%	4,5%	5,6%	7,8%	10,7%
Entre las 16:00 y las 18:00	17,3%	19,0%	18,2%	16,7%	15,4%	20,1%
Entre las 18:00 y las 20:00	20,7%	24,1%	22,8%	23,6%	19,3%	13,4%
De las 20:00 en adelante	1,5%	1,0%	2,0%	4,2%	3,4%	3,6%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

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? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

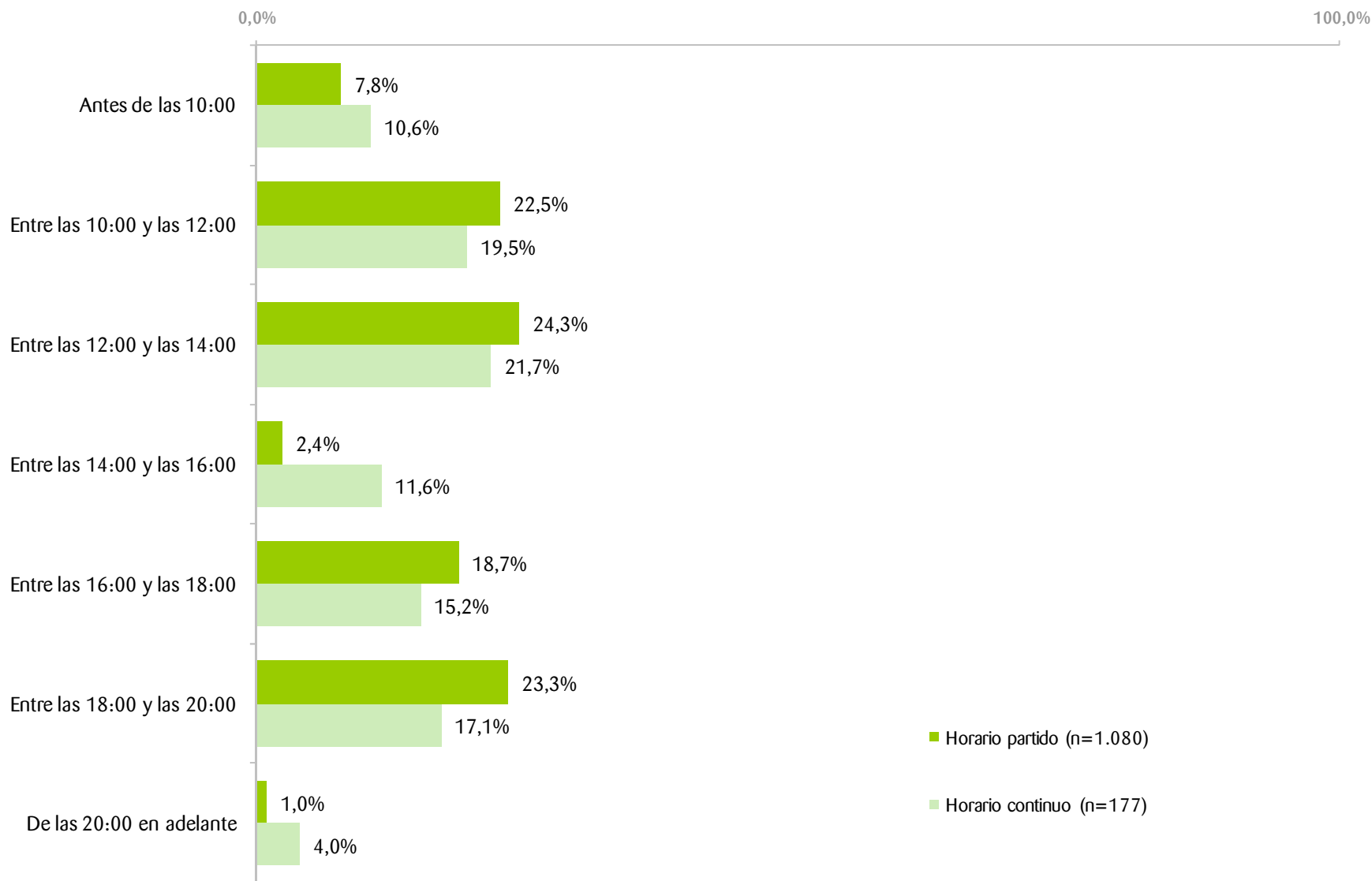
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Antes de las 10:00	13,2%	4,8%	5,9%	6,8%	7,6%
Entre las 10:00 y las 12:00	24,5%	21,7%	21,3%	20,3%	20,8%
Entre las 12:00 y las 14:00	27,8%	22,9%	19,7%	27,5%	21,1%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,8%	3,1%	3,7%	3,9%	5,0%
Entre las 16:00 y las 18:00	13,8%	20,3%	20,1%	17,1%	20,3%
Entre las 18:00 y las 20:00	16,3%	25,9%	28,5%	23,0%	23,4%
De las 20:00 en adelante	1,6%	1,1%	0,8%	1,4%	1,8%

* 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 nos marca las siguientes tendencias:
 - 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.
 - 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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

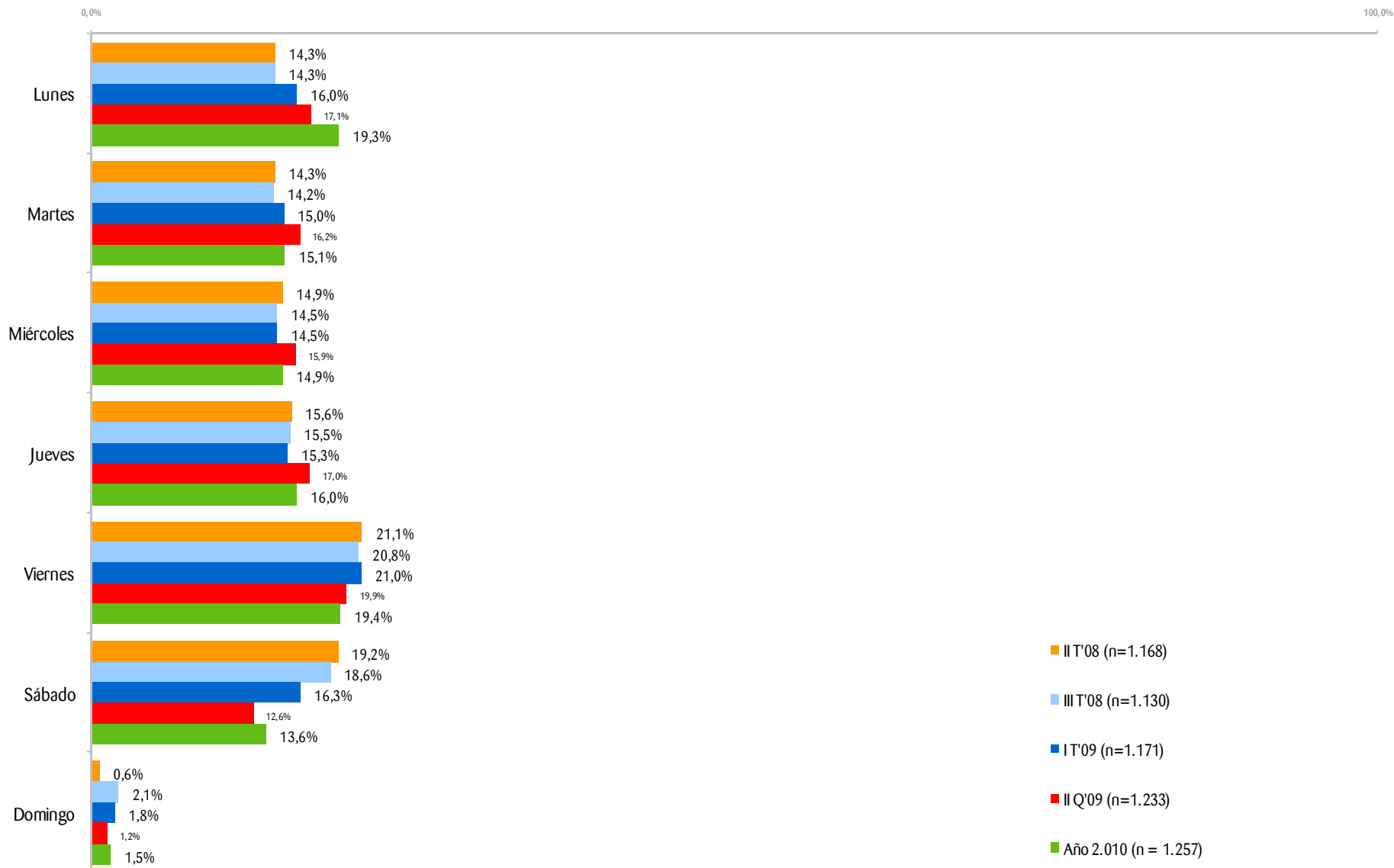
2.2.

“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, pese a la pérdida de peso en comparación con anteriores mediciones.
 - Se confirma la pérdida de relevancia del sábado. De hecho, el desplome de las ventas en sábado es una realidad (pérdida de peso respecto al conjunto del año 2.009).
 - Y, por último, el lunes se consolida como día de gran ritmo de ventas en el comercio minorista vasco.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



- El lunes como principal día donde se concentra mayor volumen de ventas, es más perceptible en la distribución de ventas de:
 - Los comercios del Territorio Histórico de Gipuzkoa.
 - Los comercios de Bilbao.
 - Los comercios con un/a empleado/a.
 - Los comercios que se dedican a la moda o hogar o salud y belleza.
- El viernes es un día clave en ventas para los comercios del Territorio Histórico de Araba; comercios con dos empleados/as o de 6 a 19 empleados/as; y, comercios de alimentación.

P.11: Y, durante el año 2.010, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Lunes	16,6%	19,4%	20,0%
Martes	15,7%	15,5%	14,3%
Miércoles	15,7%	15,2%	14,3%
Jueves	16,4%	16,4%	15,4%
Viernes	20,6%	19,7%	18,6%
Sábado	13,4%	12,7%	15,2%
Domingo	1,6%	1,0%	2,1%

P.11: Y, durante el año 2.010, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Lunes	16,4%	17,6%	21,4%	18,6%	18,2%	21,0%
Martes	15,4%	16,9%	16,4%	15,1%	14,3%	14,4%
Miércoles	15,5%	16,4%	16,0%	14,9%	14,5%	14,2%
Jueves	16,7%	15,4%	16,7%	16,2%	15,2%	15,5%
Viernes	20,7%	20,2%	18,5%	20,3%	18,2%	18,8%
Sábado	13,8%	11,9%	10,6%	13,6%	17,3%	14,1%
Domingo	1,6%	1,7%	0,4%	1,3%	2,4%	2,0%

P.11: Y, durante el año 2.010, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Lunes	20,4%	19,3%	17,3%	17,7%	14,9%	17,2%
Martes	15,5%	15,0%	14,6%	14,9%	13,9%	16,0%
Miércoles	15,2%	15,0%	14,0%	14,4%	15,2%	16,2%
Jueves	16,1%	16,2%	15,5%	14,7%	13,7%	16,4%
Viernes	19,3%	20,4%	19,7%	21,2%	20,0%	18,0%
Sábado	12,8%	13,2%	16,4%	16,6%	18,3%	13,3%
Domingo	0,9%	1,8%	1,8%	1,9%	2,7%	1,1%

P.11: Y, durante el año 2.010, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Lunes	15,7%	20,1%	21,6%	21,6%	20,9%
Martes	12,8%	15,4%	18,4%	16,2%	16,0%
Miércoles	12,6%	15,6%	17,7%	16,1%	15,5%
Jueves	13,7%	17,1%	16,1%	17,1%	17,0%
Viernes	24,1%	17,2%	16,8%	18,8%	18,0%
Sábado	17,8%	14,2%	9,4%	10,2%	11,1%
Domingo	3,4%	0,3%	---	---	1,5%

2.3.

“Distribución de las ventas según medios de pago”

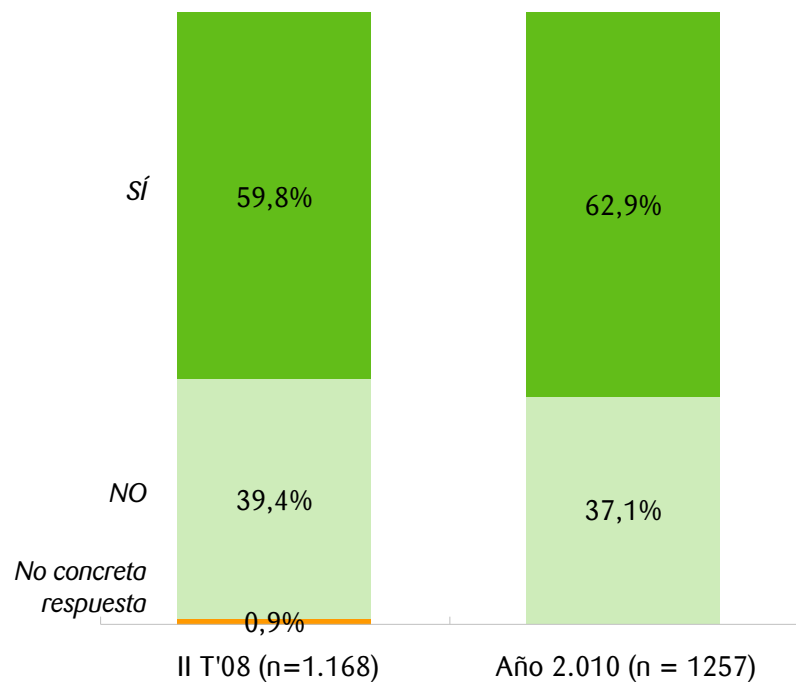
2.3.1.

“Punto de partida: grado de presencia de datáfonos o TPVs”

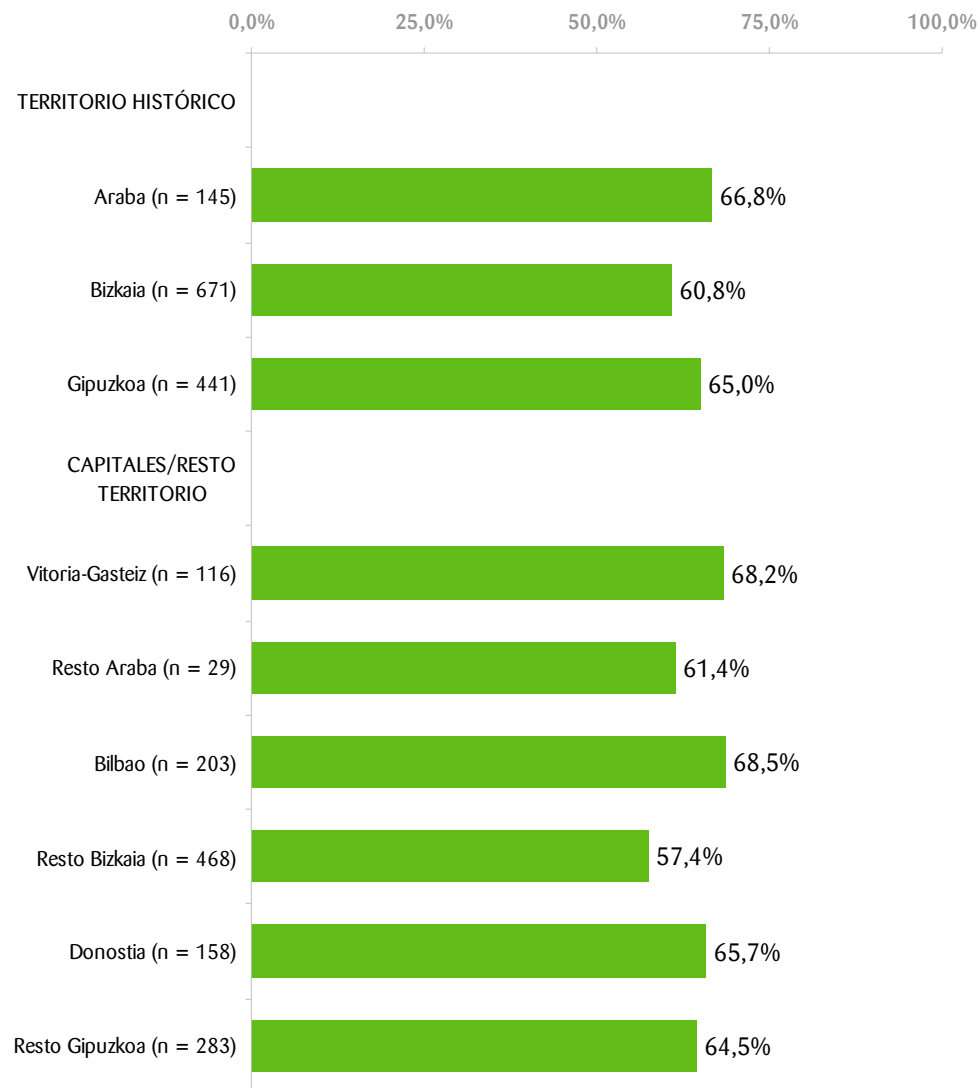
- Dos de cada tres comercios minoristas vascos afirman disponer de datáfono o TPV. El grado de presencia de datáfonos o TPV, en dos años, ha experimentado un crecimiento de 3.1 puntos porcentuales.
- Los datáfonos o TPVs están más presentes en los comercios de las capitales que en los comercios del resto de los respectivos territorios históricos; los comercios que se dedican a la moda; los comercios cuyos dueños/as tienen menos de 34 años; los comercios más jóvenes; menos de 5 años de antigüedad, los comercios cuyos dueños/as tienen estudios universitarios.

P.8/P.12A ¿Dispone su comercio de datáfono o TPV?

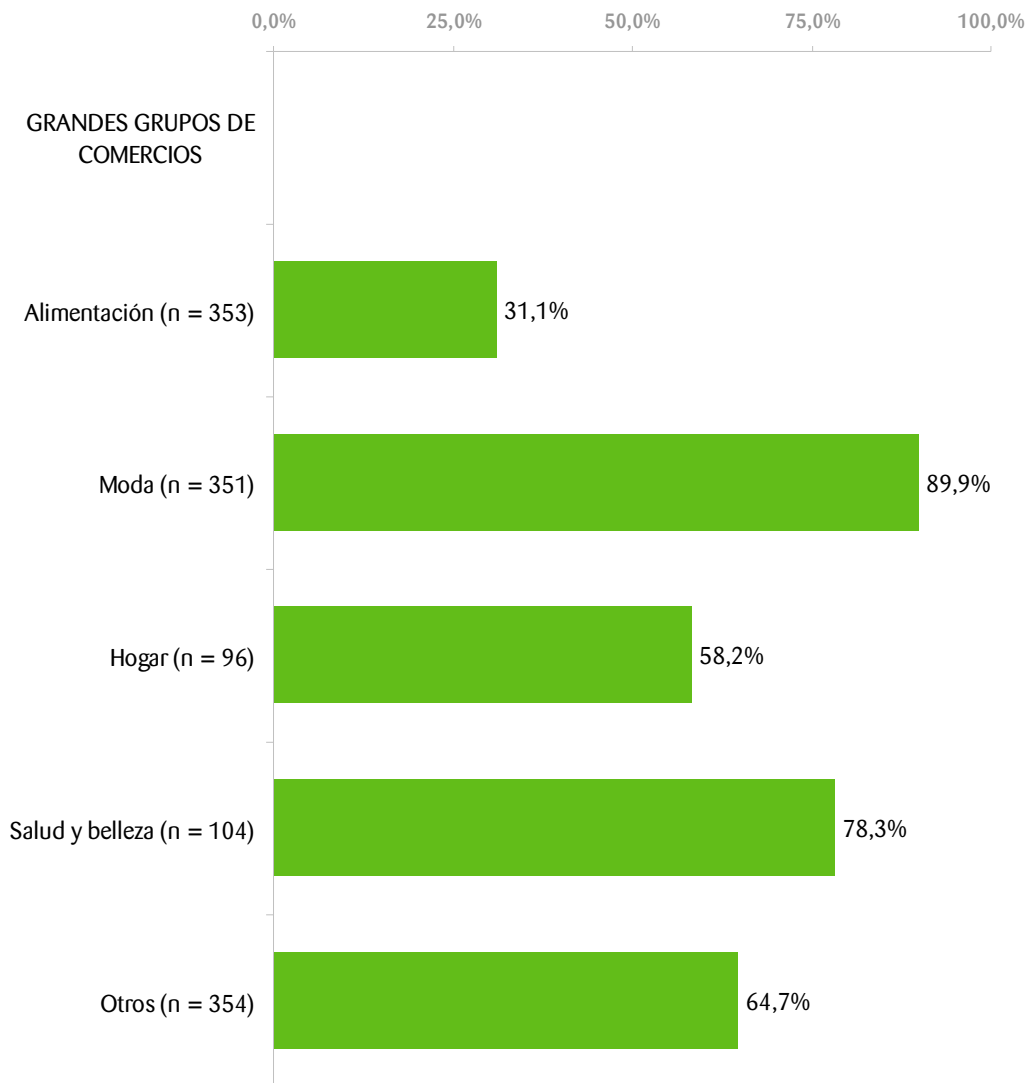
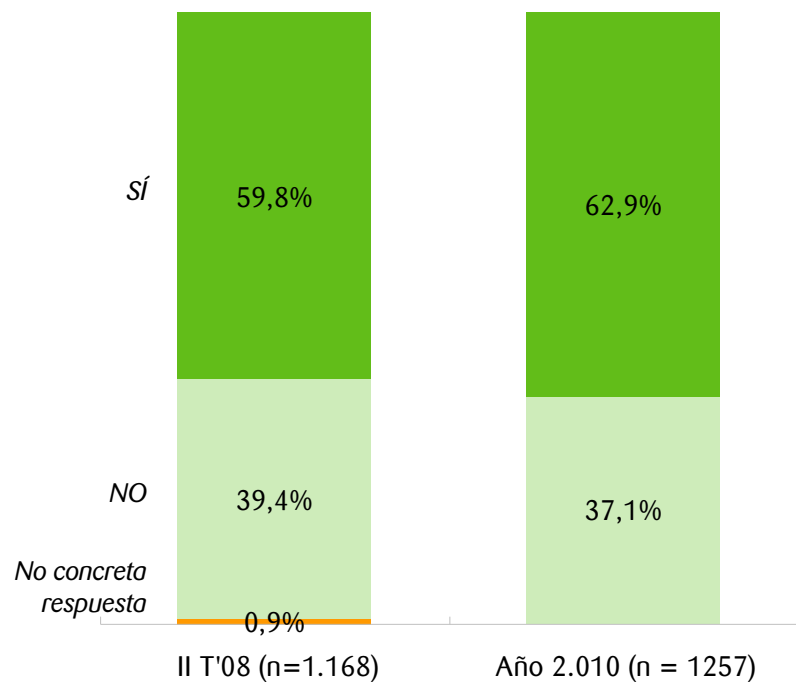
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



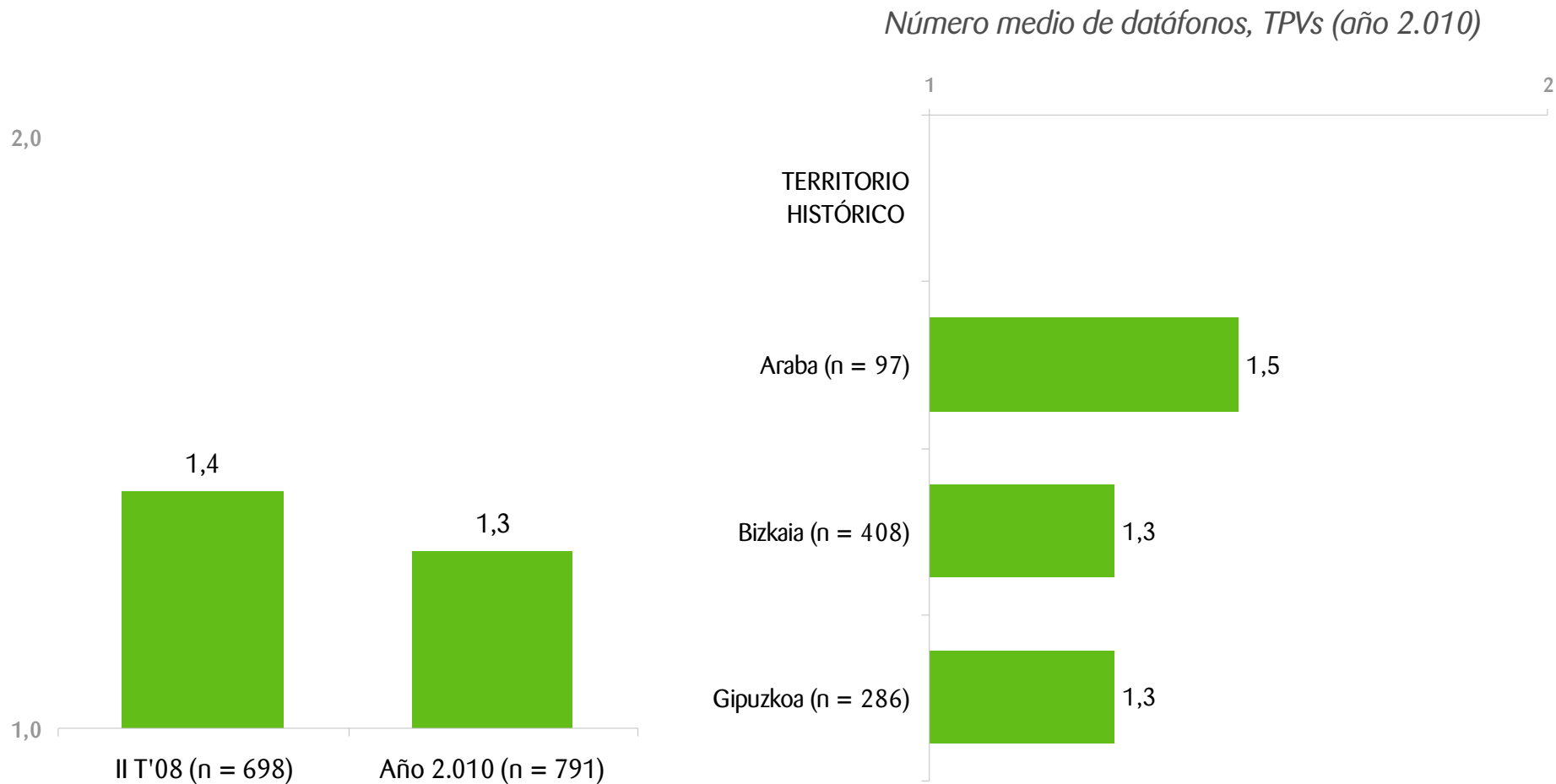
Grado de presencia de datáfonos o TPV



Grado de presencia de datáfonos o TPV (Año 2.010)



P.9/P.12B ¿Cuántos datáfonos o TPVs tiene su establecimiento?
Base: Comercios minoristas que afirman disponer de datáfono o TPV



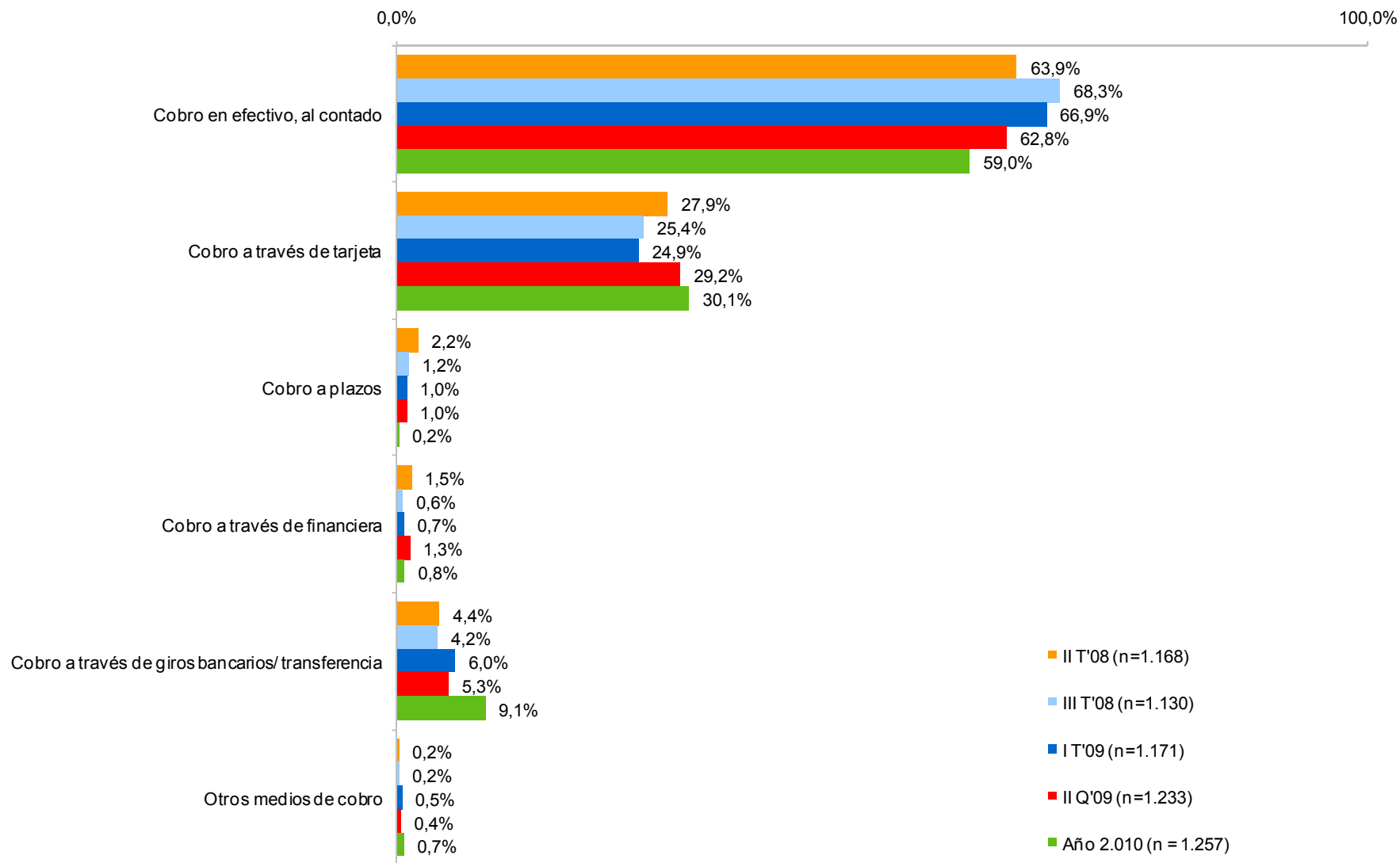
2.3.2.

“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, a pesar de la crisis, continúa marcando una tendencia al alza.

P.7/P.6/P.6/P.6/P.13: 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 dos supuestos, a saber:
 - 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 20 o más empleados/as, tanto el cobro a través de tarjeta como el cobro a través de transferencias, superan al cobro en efectivo.

P.13: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Efectivo, al contado	53,0%	59,6%	60,0%
Tarjeta	32,1%	30,3%	29,2%
A plazos	---	0,1%	0,4%
A través de financiera	0,7%	0,8%	0,9%
A través de giros/transferencias	14,1%	8,3%	8,8%
Otros medios de pago	---	0,8%	0,7%

P.13: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Efectivo, al contado	54,8%	46,1%	53,6%	62,2%	55,9%	62,3%
Tarjeta	32,8%	29,2%	34,3%	28,6%	30,9%	28,2%
A plazos	---	0,2%	---	0,1%	0,9%	0,1%
A través de financiera	0,5%	1,7%	1,1%	0,7%	1,2%	0,8%
A través de giros/transferencias	11,0%	22,9%	9,1%	8,0%	10,8%	7,6%
Otros medios de pago	---	---	1,8%	0,4%	0,3%	0,9%

P.13: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Efectivo, al contado	68,0%	57,8%	48,5%	37,3%	31,6%	17,1%
Tarjeta	24,3%	33,4%	34,0%	39,5%	32,2%	22,0%
A plazos	0,2%	0,1%	0,4%	1,1%	---	---
A través de financiera	0,7%	0,6%	1,6%	2,3%	2,9%	2,3%
A través de giros/transferencias	6,0%	7,7%	13,9%	18,3%	33,3%	58,5%
Otros medios de pago	0,8%	0,3%	1,6%	1,5%	---	0,1%

P13: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Efectivo, al contado	87,4%	39,7%	45,0%	62,9%	52,5%
Tarjeta	7,9%	57,0%	21,5%	32,9%	27,2%
A plazos	0,1%	0,2%	1,0%	---	0,1%
A través de financiera	0,5%	0,5%	3,4%	---	1,1%
A través de giros/transferencias	3,1%	2,5%	28,6%	4,2%	17,9%
Otros medios de pago	1,0%	0,1%	0,5%	---	1,2%



3.

“La afluencia de clientes y visitantes”

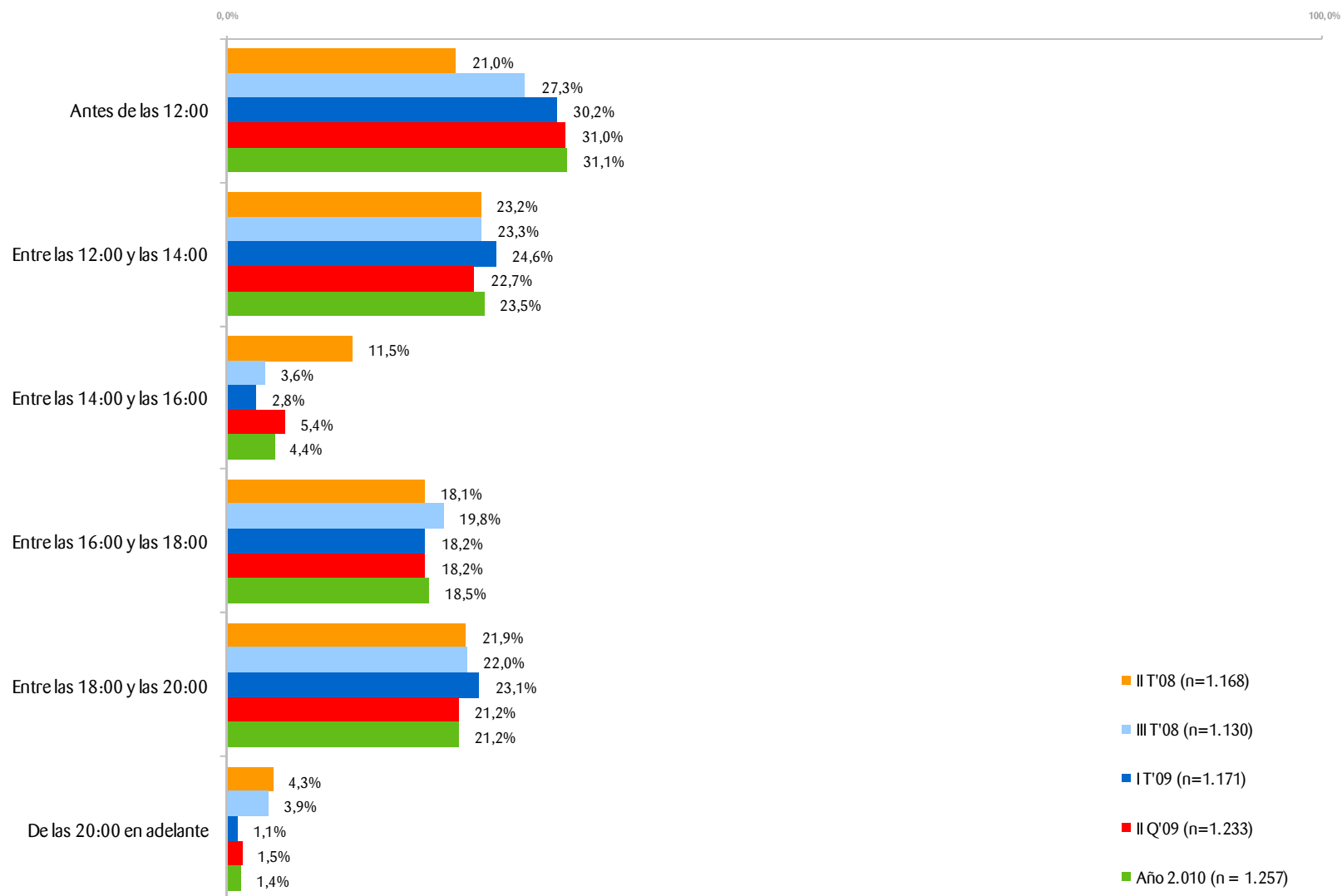
3.1.

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

- El 54,5% 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 ligero incremento respecto a la anterior toma de datos.
- Durante el año 2.010, el tramo horario que más crece es aquel que va de las 12:00 horas a las 14:00 horas, invirtiendo la tendencia de descenso que había experimentado en el anterior Barómetro.
- El ritmo de afluencia vespertina no varía de manera significativa.

P.11/P.9/P.9/P.9/P.16: ¿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 concentran 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.

*P.16: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?** (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Antes de las 10:00	9,5%	7,5%	11,9%
Entre las 10:00 y las 12:00	22,8%	21,7%	21,7%
Entre las 12:00 y las 14:00	22,5%	25,1%	21,4%
Entre las 14:00 y las 16:00	4,5%	4,3%	4,5%
Entre las 16:00 y las 18:00	17,1%	18,2%	19,4%
Entre las 18:00 y las 20:00	22,0%	21,7%	20,2%
De las 20:00 en adelante	1,7%	1,6%	1,0%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P.16: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Antes de las 10:00	9,6%	8,8%	4,2%	8,9%	11,1%	12,4%
Entre las 10:00 y las 12:00	22,7%	23,1%	19,3%	22,7%	21,0%	22,0%
Entre las 12:00 y las 14:00	22,3%	23,0%	26,5%	24,5%	22,1%	21,0%
Entre las 14:00 y las 16:00	3,5%	8,2%	3,7%	4,5%	4,9%	4,3%
Entre las 16:00 y las 18:00	16,6%	19,3%	20,8%	17,0%	19,5%	19,3%
Entre las 18:00 y las 20:00	23,2%	17,0%	23,8%	20,8%	19,7%	20,4%
De las 20:00 en adelante	1,9%	0,6%	1,8%	1,5%	1,6%	0,6%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

*P.16: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?** (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Antes de las 10:00	10,0%	8,8%	8,1%	10,7%	10,8%	13,7%
Entre las 10:00 y las 12:00	22,4%	21,5%	22,3%	16,9%	21,4%	18,7%
Entre las 12:00 y las 14:00	24,6%	23,3%	21,9%	22,1%	20,4%	19,1%
Entre las 14:00 y las 16:00	4,3%	3,8%	5,4%	6,9%	7,7%	10,7%
Entre las 16:00 y las 18:00	17,6%	19,1%	18,6%	19,1%	16,9%	20,7%
Entre las 18:00 y las 20:00	19,6%	22,6%	22,2%	20,2%	19,7%	13,4%
De las 20:00 en adelante	1,4%	1,0%	1,5%	4,1%	3,0%	3,6%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P.16: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

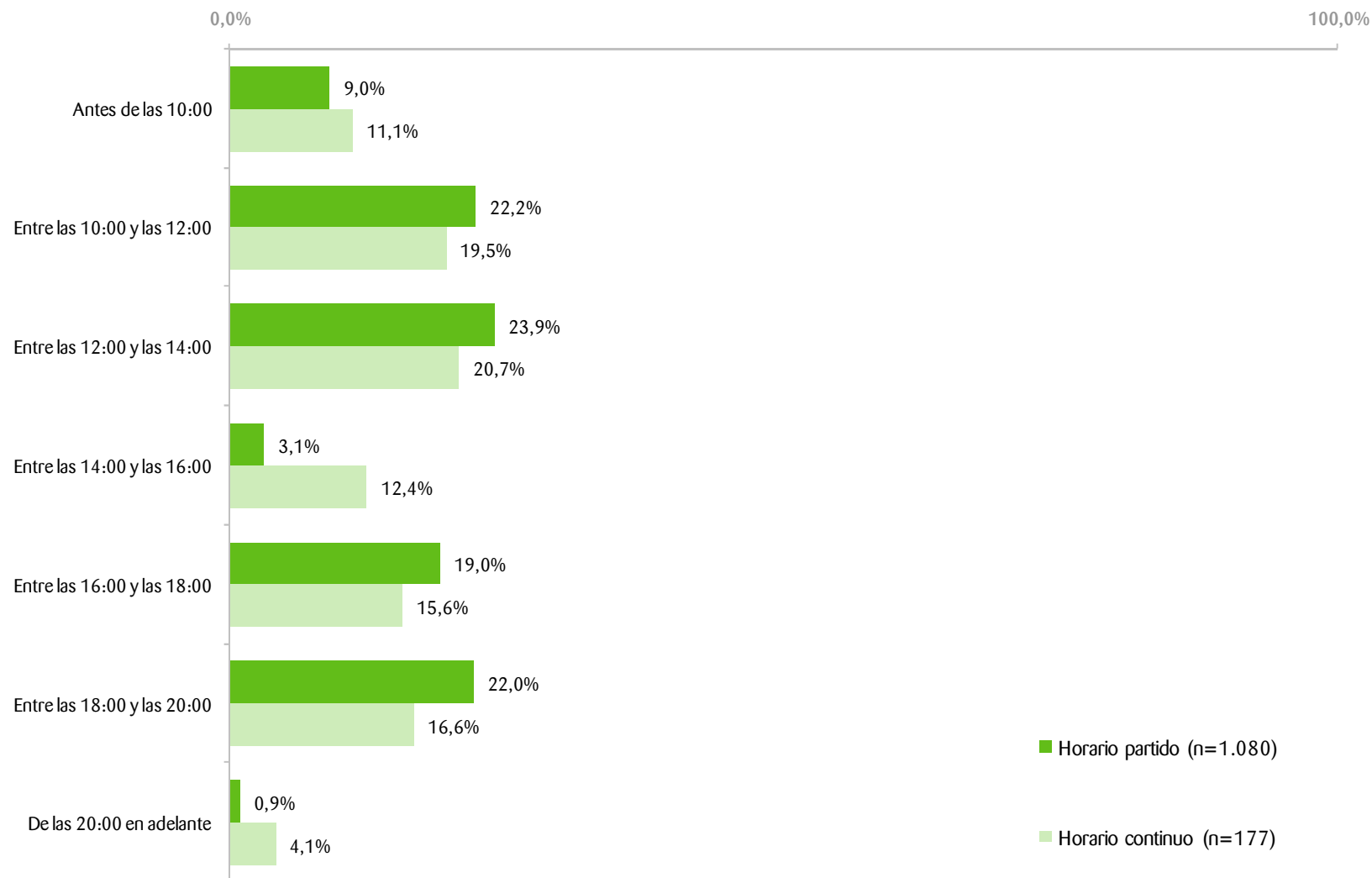
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Antes de las 10:00	14,9%	5,0%	7,3%	9,0%	8,4%
Entre las 10:00 y las 12:00	23,8%	21,9%	20,2%	19,5%	2,8%
Entre las 12:00 y las 14:00	25,5%	23,8%	20,9%	26,2%	21,1%
Entre las 14:00 y las 16:00	4,4%	3,4%	4,0%	5,3%	5,1%
Entre las 16:00 y las 18:00	14,7%	19,5%	19,5%	17,9%	21,1%
Entre las 18:00 y las 20:00	15,1%	25,2%	27,2%	21,1%	21,7%
De las 20:00 en adelante	1,6%	1,2%	0,8%	1,0%	1,7%

* 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 concentran 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 un tercio de su afluencia (36,3%).
 - En esta misma franja horaria, los comercios con horario partido concentran el 41,9% de su afluencia.

*P.16: En relación a la entrada de visitantes o clientes, durante el año 2.010, 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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

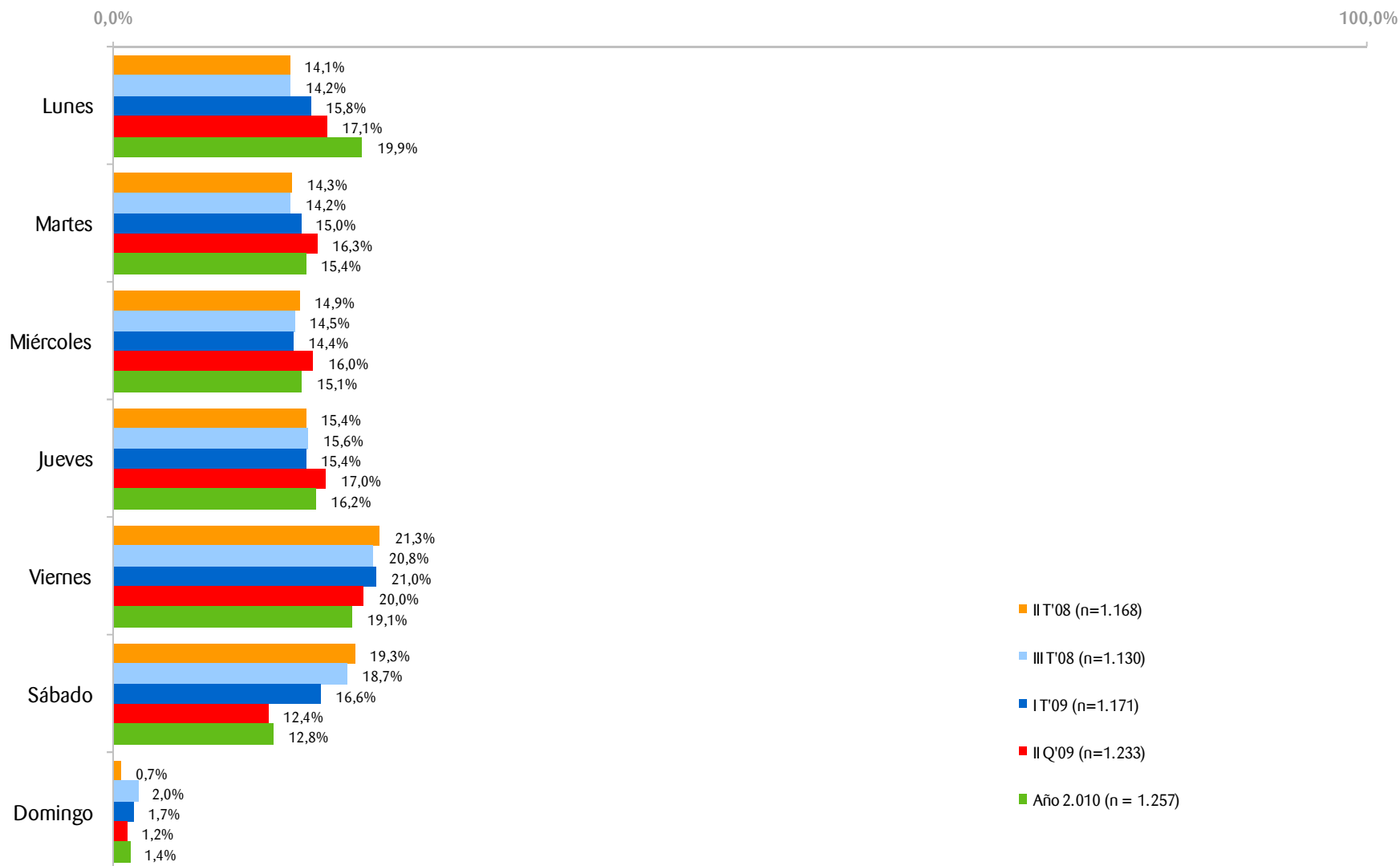
3.2.

“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 (viernes).
 - El sábado se sitúa 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/P.10/P.10/P.10/P.17: 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 2.010, en relación a la afluencia semanal a los comercios minoristas, son:
 - Durante el sábado, los comercios de Bilbao continúan registrando la afluencia más baja.
 - En sábado, los comercios que se dedican a la actividad de hogar o salud/belleza continúan presentando los ratios de afluencia, más bajos, inferior al 10%.
 - Y, es el sábado cuando los comercios más grandes, nos referimos a los comercios de 10-19 más empleados/as, mantienen un ritmo de afluencia más alto.

P.17: Y, durante el año 2.010 ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Lunes	18,3%	19,5%	20,9%
Martes	15,4%	16,0%	14,8%
Miércoles	15,1%	15,2%	14,9%
Jueves	16,1%	16,5%	15,8%
Viernes	20,2%	19,8%	17,7%
Sábado	13,5%	11,9%	14,0%
Domingo	1,3%	1,0%	2,0%

P.17: Y, durante el año 2.010 ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Lunes	18,0%	19,4%	19,9%	19,4%	18,1%	22,4%
Martes	15,2%	16,3%	16,9%	15,7%	14,8%	14,7%
Miércoles	14,9%	16,1%	15,9%	14,9%	15,1%	14,7%
Jueves	16,1%	16,0%	17,0%	16,3%	16,2%	15,6%
Viernes	20,4%	19,6%	19,2%	20,1%	17,4%	17,9%
Sábado	14,0%	11,6%	10,5%	12,5%	16,0%	13,0%
Domingo	1,4%	1,0%	0,6%	1,1%	2,5%	1,7%

P.17: Y, durante el año 2.010 ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Lunes	21,6%	19,1%	18,4%	18,3%	15,6%	16,8%
Martes	16,0%	15,4%	14,8%	14,3%	13,4%	16,3%
Miércoles	15,0%	15,2%	14,6%	15,2%	15,9%	16,0%
Jueves	16,1%	16,5%	15,9%	15,7%	14,6%	16,4%
Viernes	18,5%	19,4%	19,9%	18,4%	19,3%	20,5%
Sábado	11,7%	12,6%	15,2%	16,1%	19,1%	13,1%
Domingo	1,0%	1,7%	1,3%	1,9%	2,0%	1,1%

P.17: Y, durante el año 2.010 ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Lunes	17,8%	20,4%	20,4%	22,5%	20,4%
Martes	13,3%	15,7%	18,6%	17,3%	16,2%
Miércoles	13,0%	15,4%	18,0%	15,6%	15,9%
Jueves	14,1%	16,8%	16,7%	16,6%	17,5%
Viernes	22,3%	17,9%	17,6%	18,1%	17,9%
Sábado	16,1%	13,4%	8,6%	9,9%	11,0%
Domingo	3,3%	0,3%	---	0,1%	1,2%

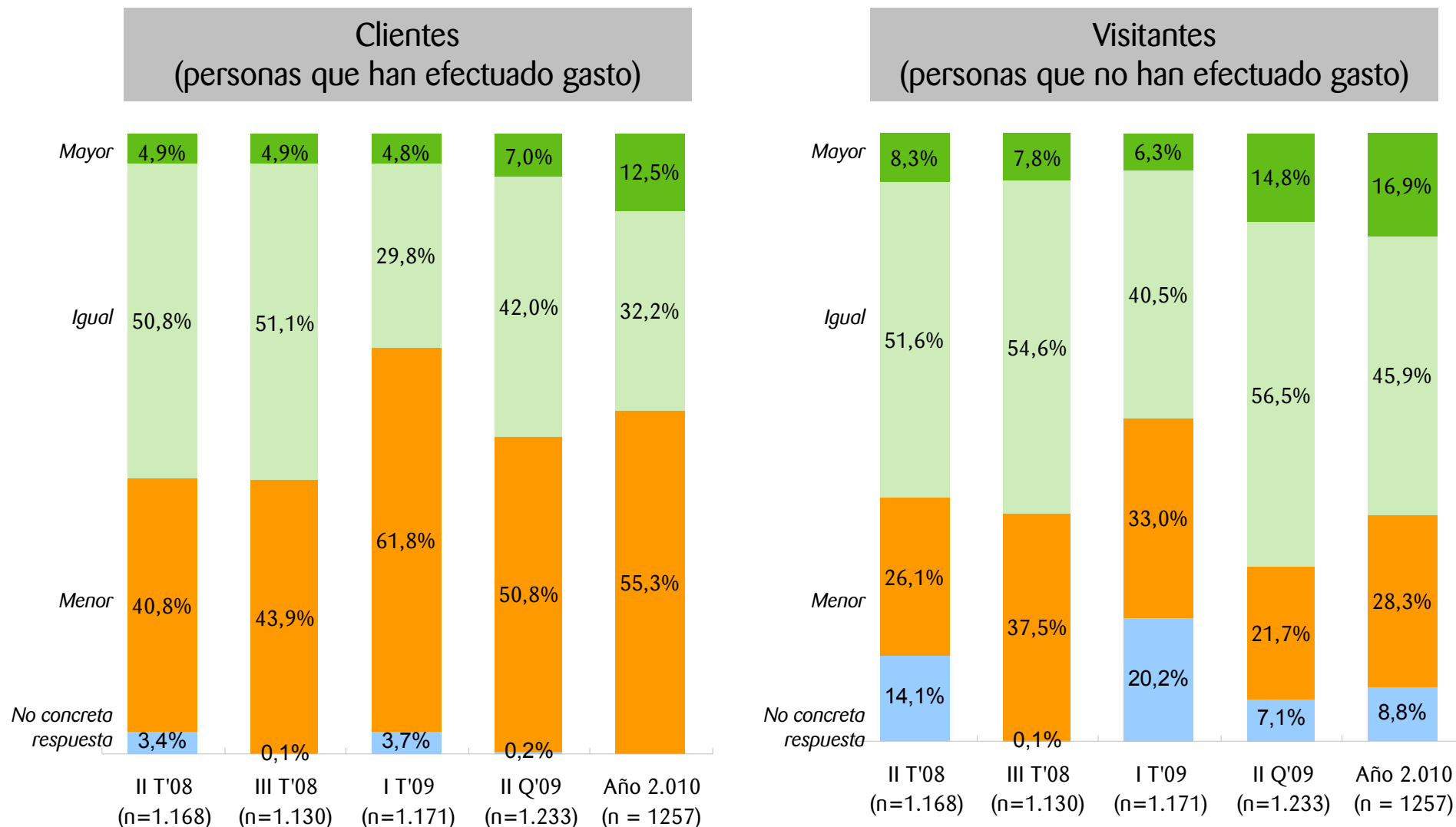
3.3.

“Evolución de la afluencia de clientes y visitantes”

- El año 2.010 ha sido, también, un año malo para los comercios minoristas vascos. Más de la mitad de los/las 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 2.009.
- No obstante, si parece detectarse alguna tendencia de cambio. En concreto, desde 2.008, por primera vez, los/las comerciantes entrevistados/as que perciben una mayor afluencia alcanzan los dos dígitos (12,5%). Esta mejoría es más perceptible entre los/las comerciantes de:
 - El Territorio Histórico de Bizkaia.
 - De Donostia.
 - Cuyo tamaño, según número de empleados/as, es de 6-9 empleados/as o 20 o más empleados/as.
 - Del ramo del hogar o de la moda.

P.10/ P.7 – P.8/P.7 – P.8/P.7 – P.8/P.14B-P.15B: ¿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



P.14B – P.15B: ¿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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico					
	Clientes (personas que han efectuado gasto)			Visitante (personas que no han efectuado gasto)		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Mayor	11,4%	13,8%	10,8%	14,4%	17,7%	16,6%
Igual	37,8%	32,5%	30,0%	52,6%	47,0%	42,1%
Menor	50,8%	53,7%	59,2%	26,3%	25,9%	32,8%
No concreta respuesta	---	---	---	6,8%	9,5%	8,5%

P:14B – P:15B: ¿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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio											
	Clientes (personas que han efectuado gasto)						Visitante (personas que no han efectuado gasto)					
	Vitoria/G asteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)	Vitoria/G asteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Mayor	13,0%	5,4%	14,2%	13,7%	14,3%	8,8%	15,0%	11,9%	23,8%	15,0%	15,7%	17,1%
Igual	36,7%	42,0%	36,7%	30,6%	26,3%	32,1%	52,1%	54,3%	45,9%	47,4%	33,9%	46,7%
Menor	50,3%	52,6%	49,1%	55,7%	59,4%	59,1%	26,2%	26,6%	22,1%	27,5%	39,0%	29,3%
No concreta respuesta	---	---	---	---	---	---	6,7%	7,3%	8,1%	10,1%	11,4%	7,0%

P.14B ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Mayor	12,3%	11,7%	14,5%	17,2%	10,5%	17,0%
Igual	27,5%	35,5%	33,5%	29,1%	29,1%	55,2%
Menor	60,2%	52,8%	52,0%	53,7%	60,4%	27,8%

P.15B: ¿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 2.010)
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Mayor	14,6%	15,5%	19,3%	19,9%	21,9%	10,1%
Igual	44,0%	47,0%	47,0%	42,6%	40,6%	66,4%
Menor	29,7%	28,7%	25,1%	26,1%	23,9%	19,3%
No concreta respuesta	8,6%	8,9%	8,7%	11,4%	13,7%	4,2%

P.14B: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Mayor	9,1%	14,0%	18,7%	7,8%	14,1%
Igual	37,4%	30,1%	25,5%	28,3%	32,1%
Menor	53,5%	55,8%	55,7%	63,9%	53,8%

P.15B: ¿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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Mayor	6,9%	19,8%	21,9%	14,5%	23,4%
Igual	56,2%	40,7%	35,4%	51,3%	42,0%
Menor	22,7%	32,7%	33,3%	30,2%	27,8%
No concreta respuesta	14,2%	6,8%	9,4%	4,1%	6,8%

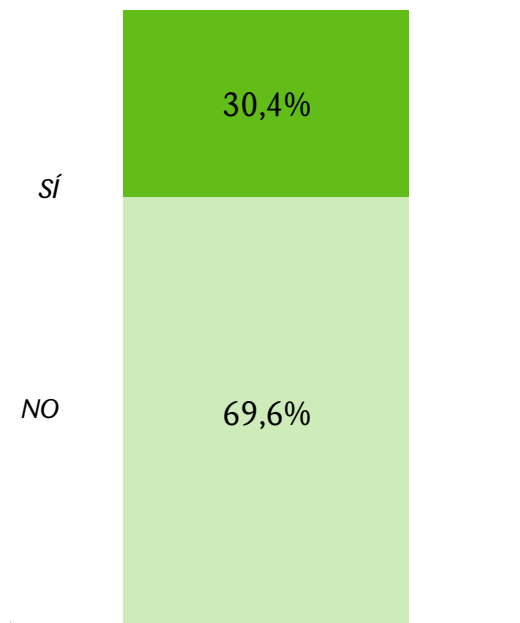
3.4.

“Dispositivos de control de la afluencia”

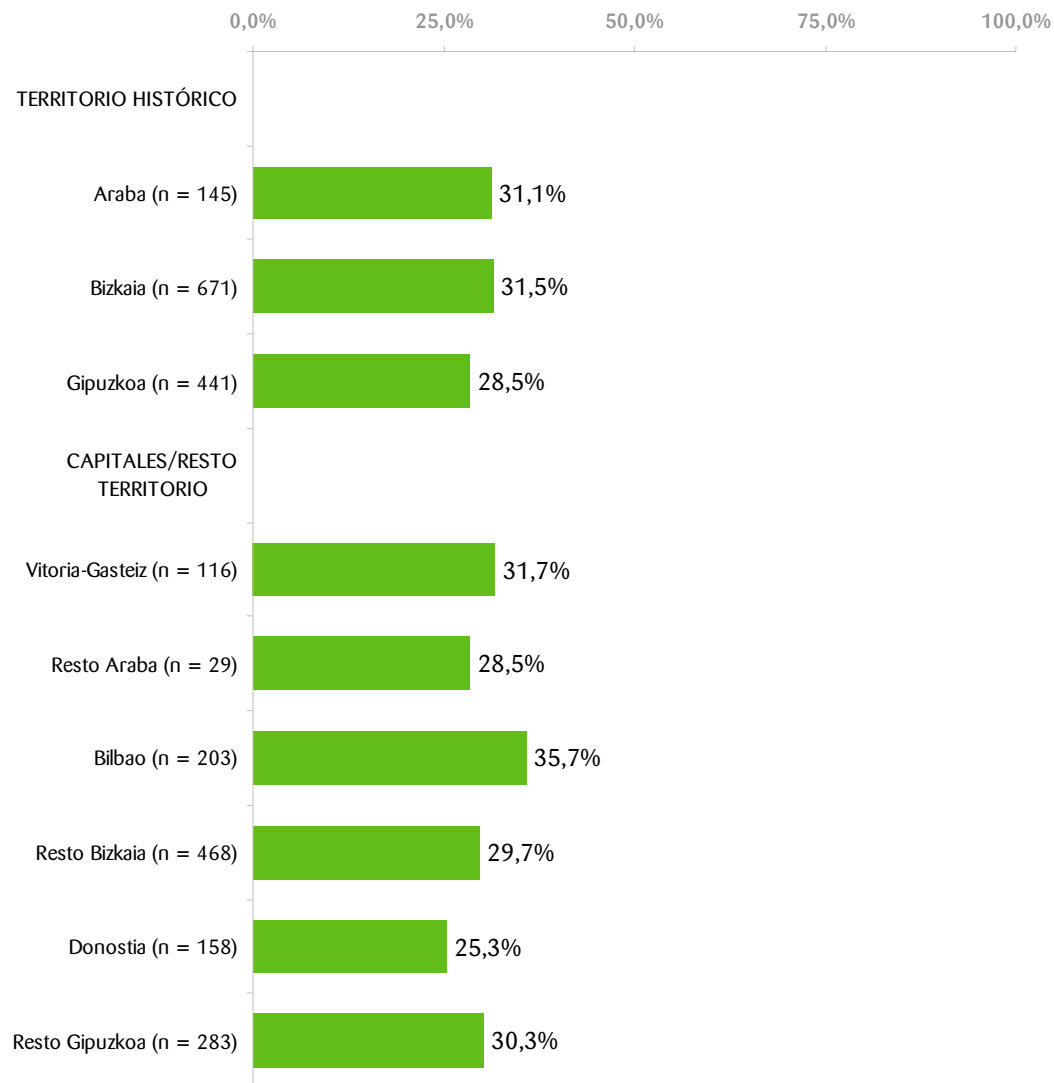
- El/la comerciante tiende a dotarse de dispositivos, mecanismos para gestionar la afluencia de clientes más que de visitantes. En concreto, el 30,4% de los/las comerciantes entrevistados/as afirma que dispone de un registro de control del número de personas que efectúan gasto.
- Este tipo de control, de registro de control es más perceptible en:
 - Los comercios minoristas más grandes, según número de empleados/as.
 - Los comercios minoristas del hogar.
 - Los/las comerciantes más identificados/as con valores de comercio 2.0 en sentido amplio.
 - Los/las comerciantes con estudios universitarios.

P.14A: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

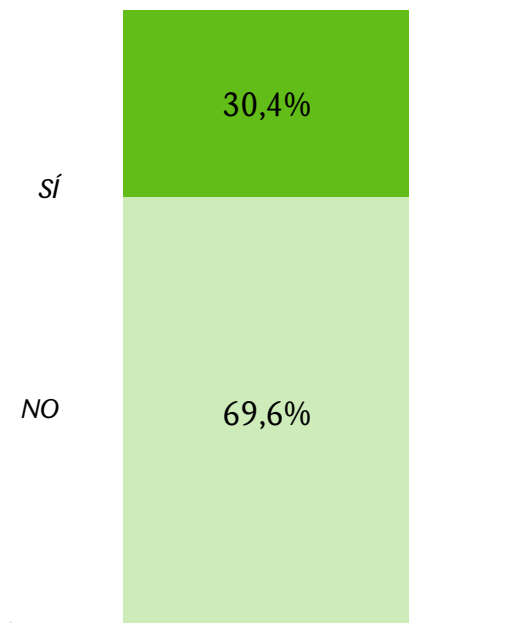


Grado de presencia de algún registro de control de clientes

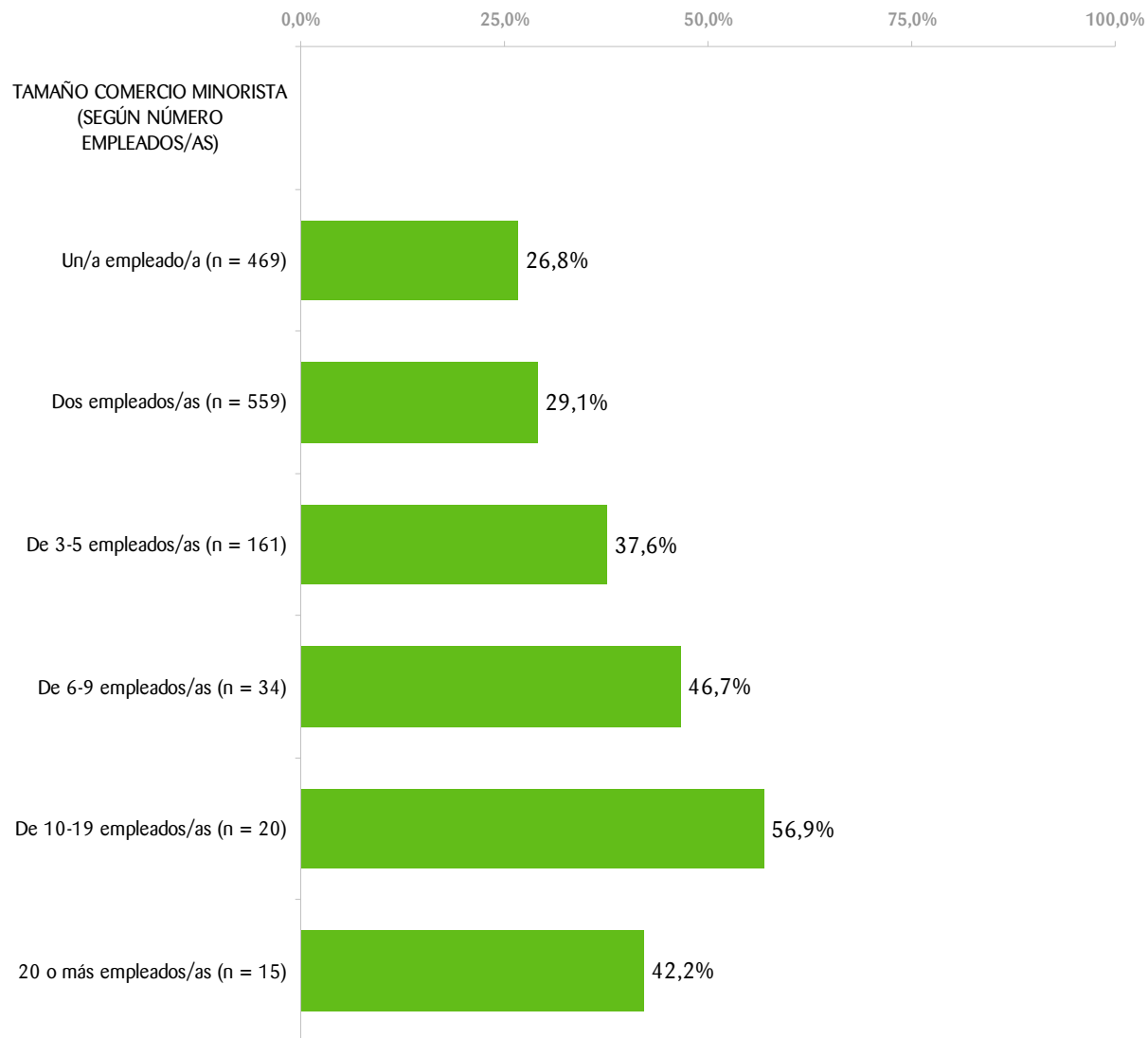


P.14A: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

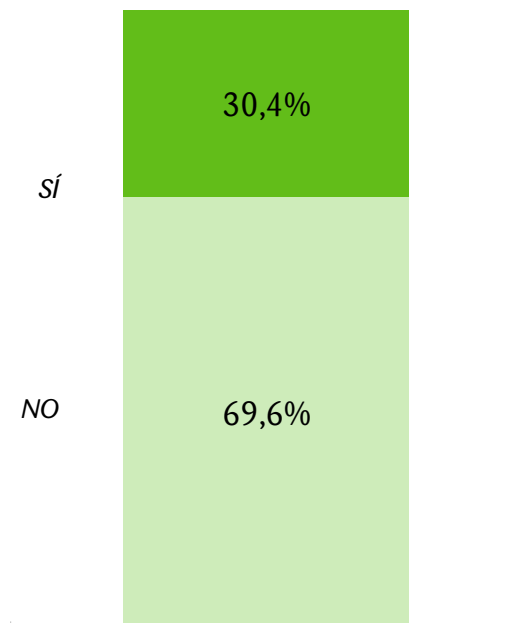


Grado de presencia de algún registro de control de clientes

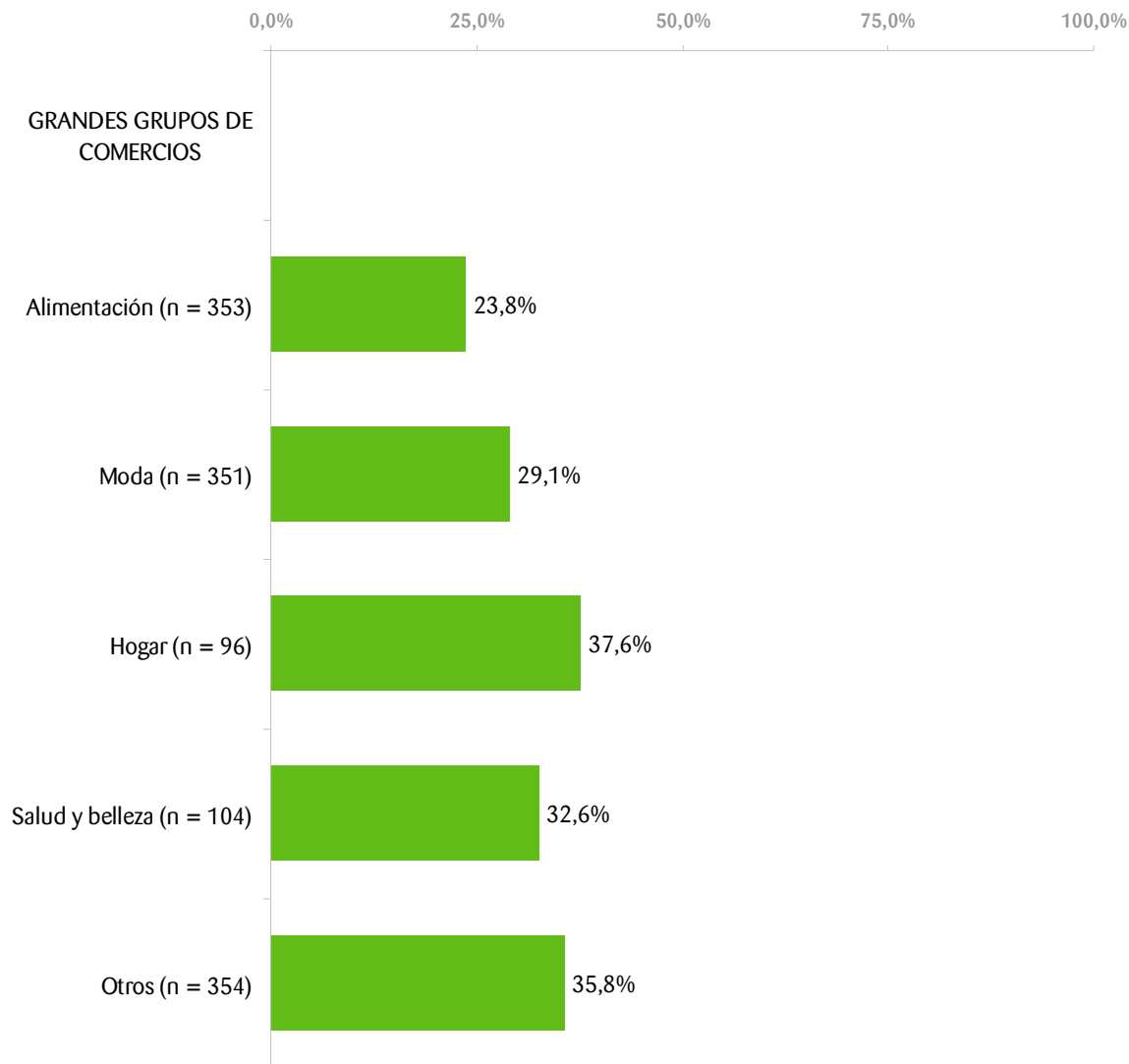


P.14A: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



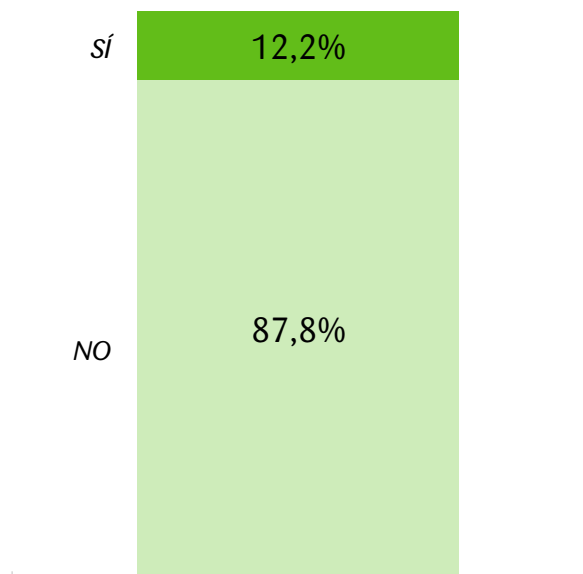
Grado de presencia de algún registro de control de clientes



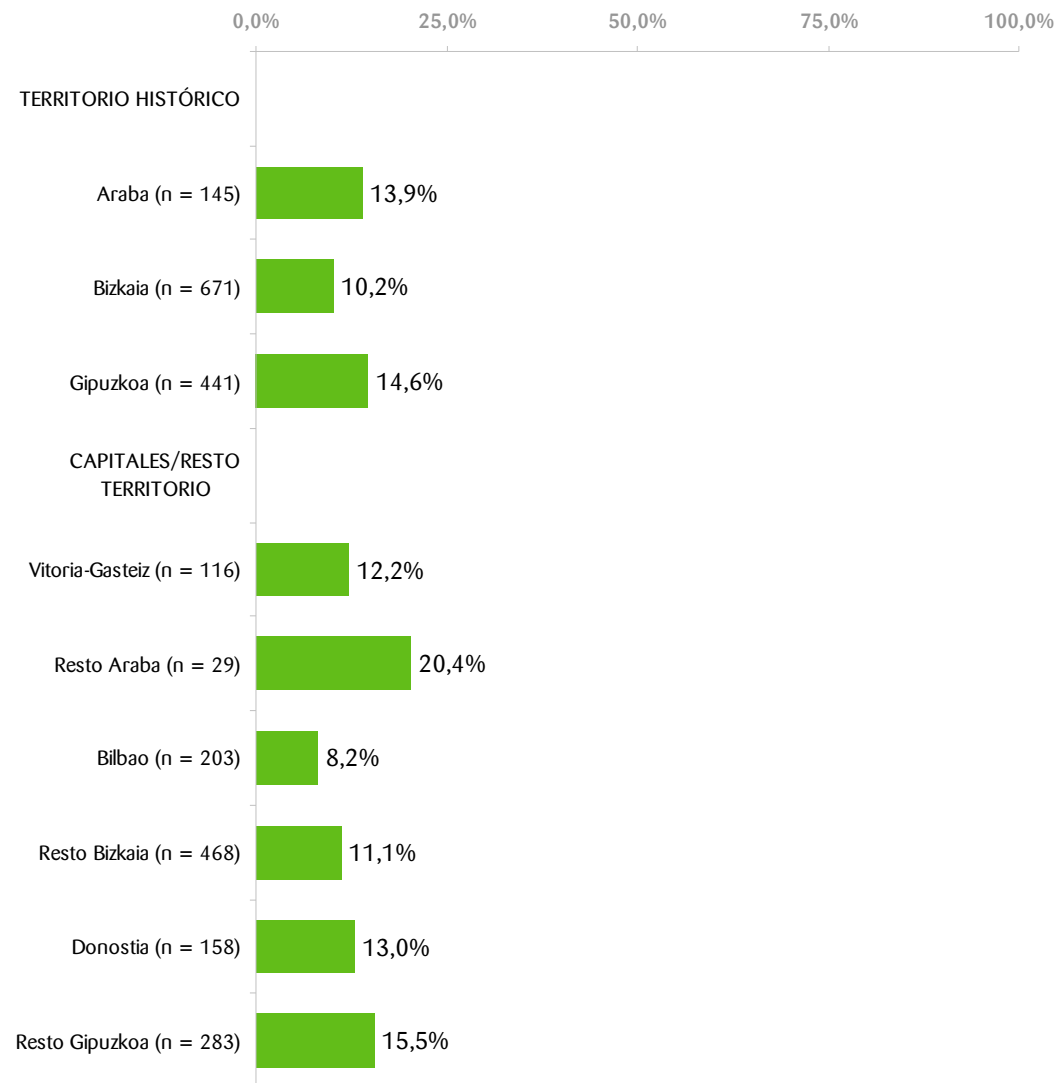
- Como ya hemos apuntado, los sistemas, registros de control de visitantes son menos corrientes en el comercio minorista vasco. En concreto, tan sólo un 12,2% de los/las comerciantes entrevistados/as afirma disponer de algún sistema, control de visitantes.
- En los comercios del ramo hogar o salud y belleza es más recurrente la presencia de este tipo de registros, sistemas.

P.15A: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de visitantes (personas que no efectúan gasto) en su comercio, negocio? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

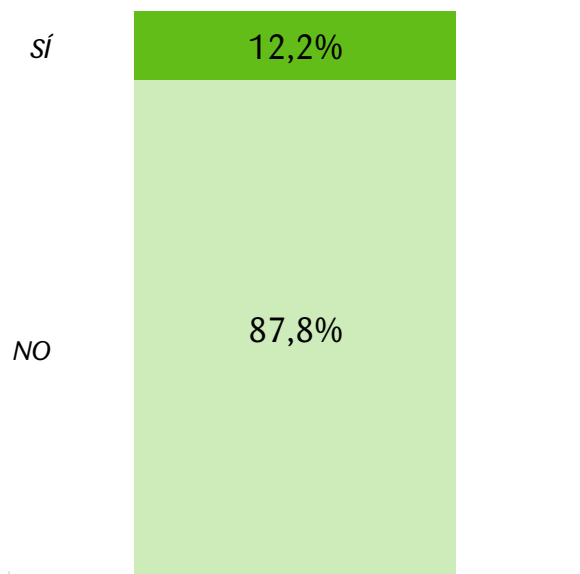


Grado de presencia de algún registro de control de visitantes

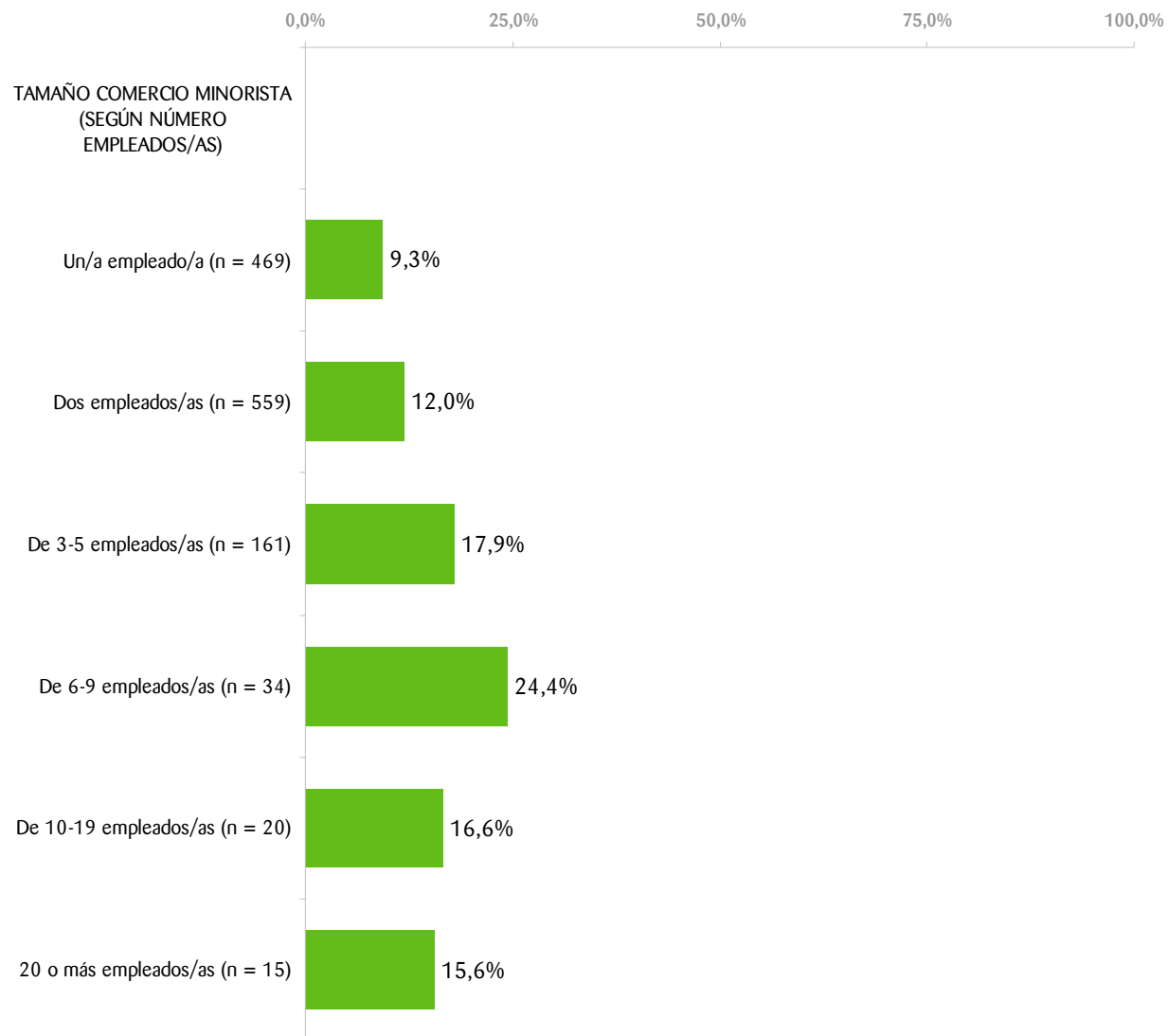


P.15A: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de visitantes (personas que no efectúan gasto) en su comercio, negocio? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

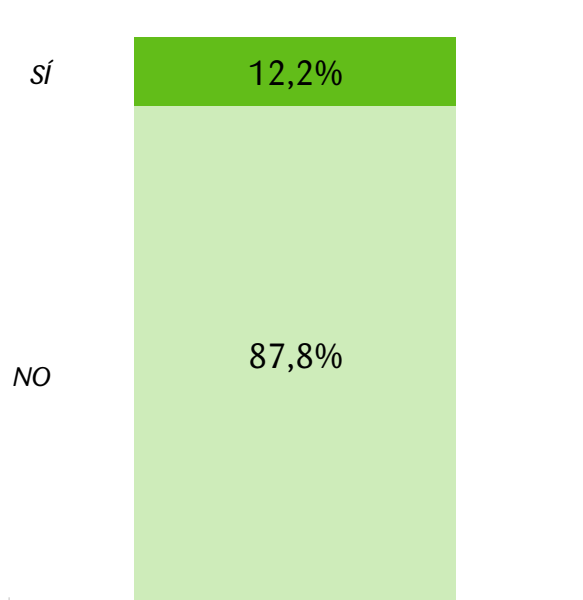


Grado de presencia de algún registro de control de visitantes

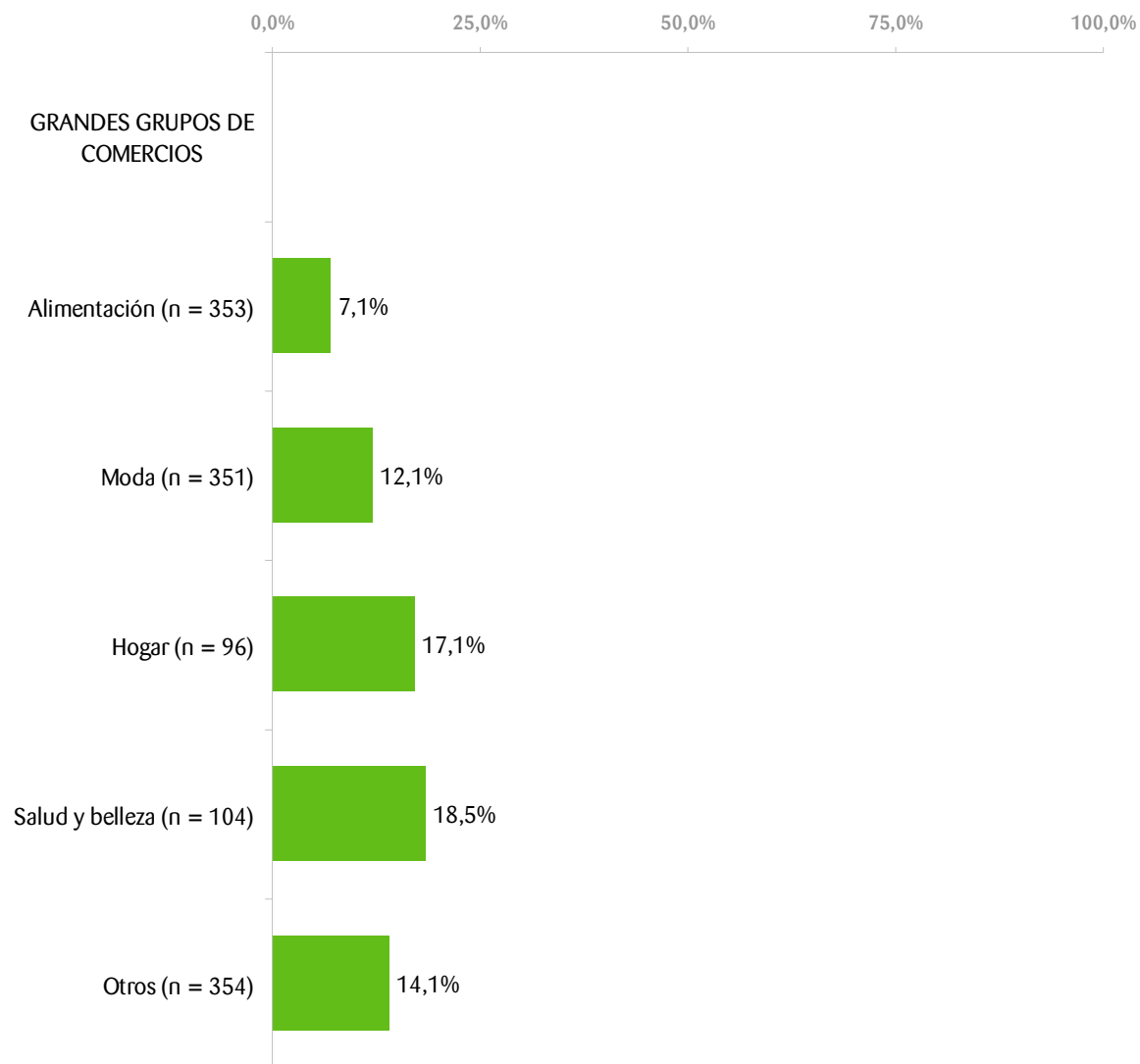


P.15A: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de visitantes (personas que no efectúan gasto) en su comercio, negocio? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Grado de presencia de algún registro de control de visitantes





4.

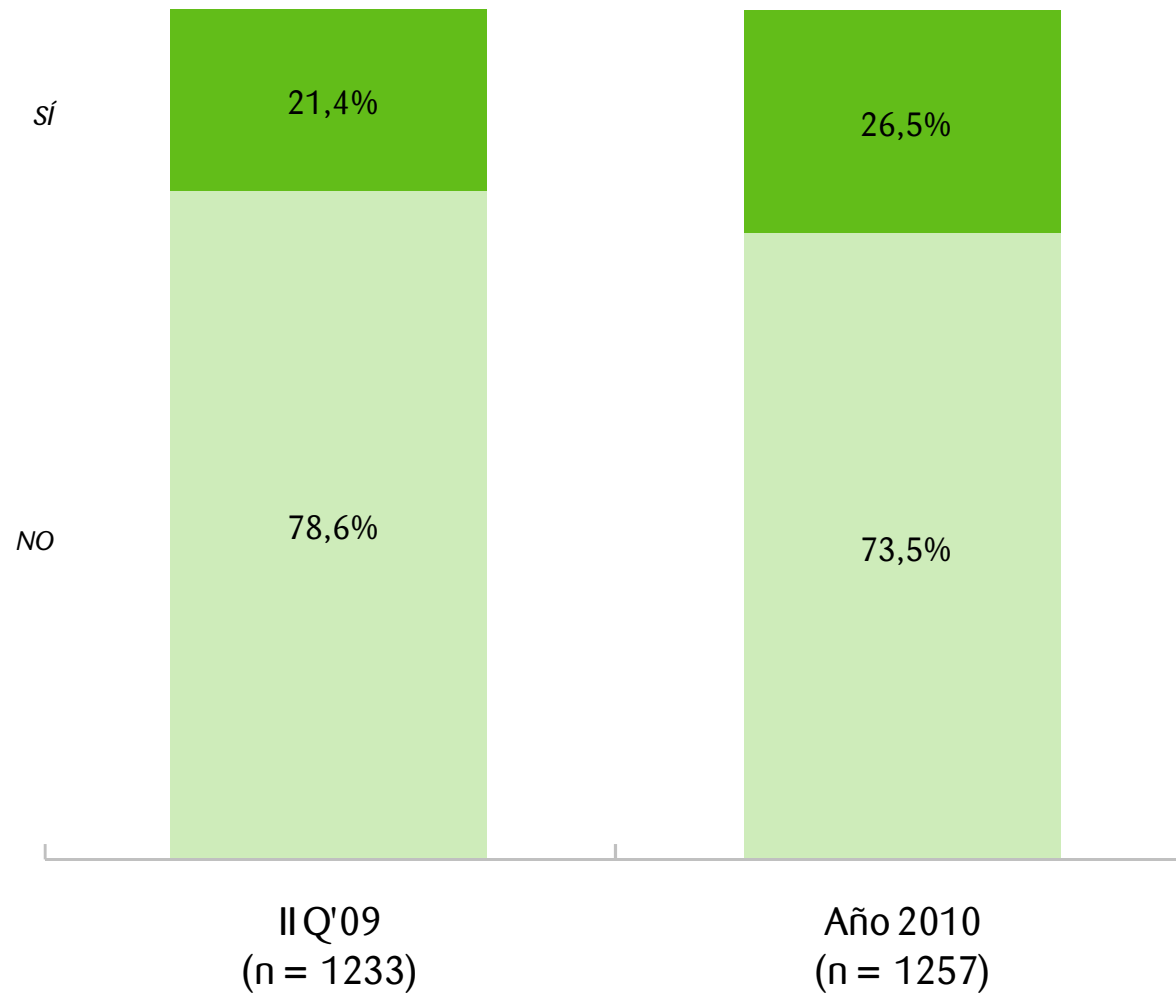
“El peso del turismo en el comercio minorista vasco ”

4.1.

“La afluencia 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 cuatro comercios. En un año, esta incidencia ha experimentado un incremento de 5,1 puntos porcentuales.
- Los comercios minoristas vascos en los cuales la incidencia del turismo es mayor, son:
 - Los comercios de Donostia.
 - Los comercios de 3 a 9 empleados/as.
 - Los comercios dedicados a la actividad de la moda.
 - Los comercios cuyo/a dueño/a, gestor/a es joven. En concreto, a medida que la edad de estos es mayor, la incidencia del turismo tiende a ser menor.

P.14N/P.18: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas?*
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



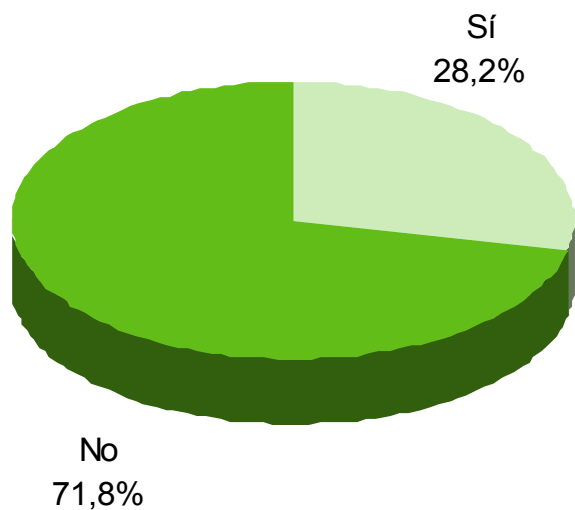
* Por turista entendemos cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P.18: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas*? (año 2.010)

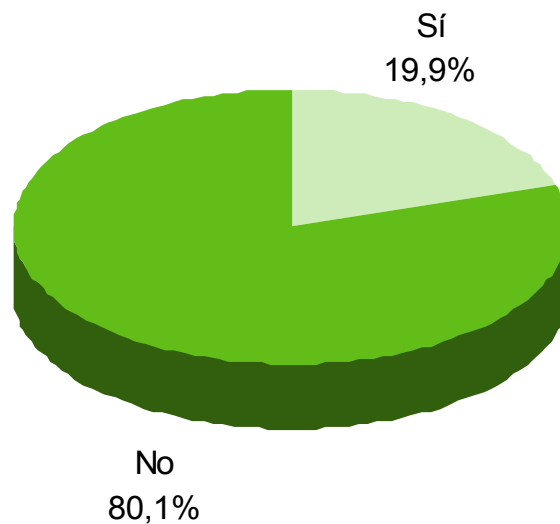
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



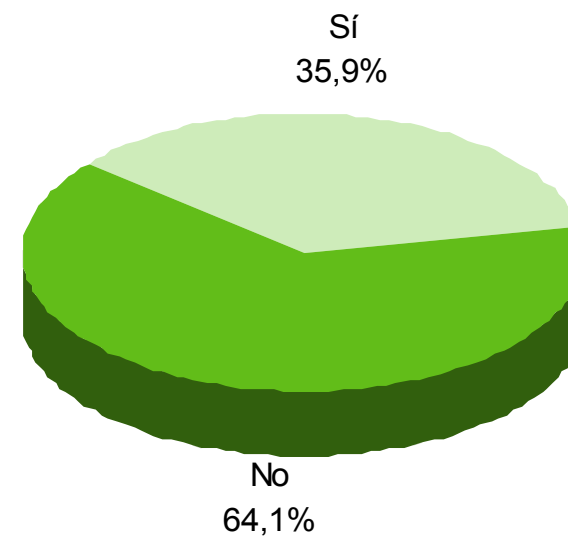
ARABA
(n = 145)



BIZKAIA
(n = 671)



GIPUZKOA
(n = 441)



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

P.18: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Sí	26,7%	33,9%	26,8%	16,9%	44,9%	30,9%
No	73,3%	66,1%	73,2%	83,1%	55,1%	69,1%

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

P.18: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Sí	22,2%	27,2%	34,1%	37,9%	30,5%	20,3%
No	77,8%	72,8%	65,9%	62,1%	69,5%	79,7%

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

P.18: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas? (año 2.010)*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

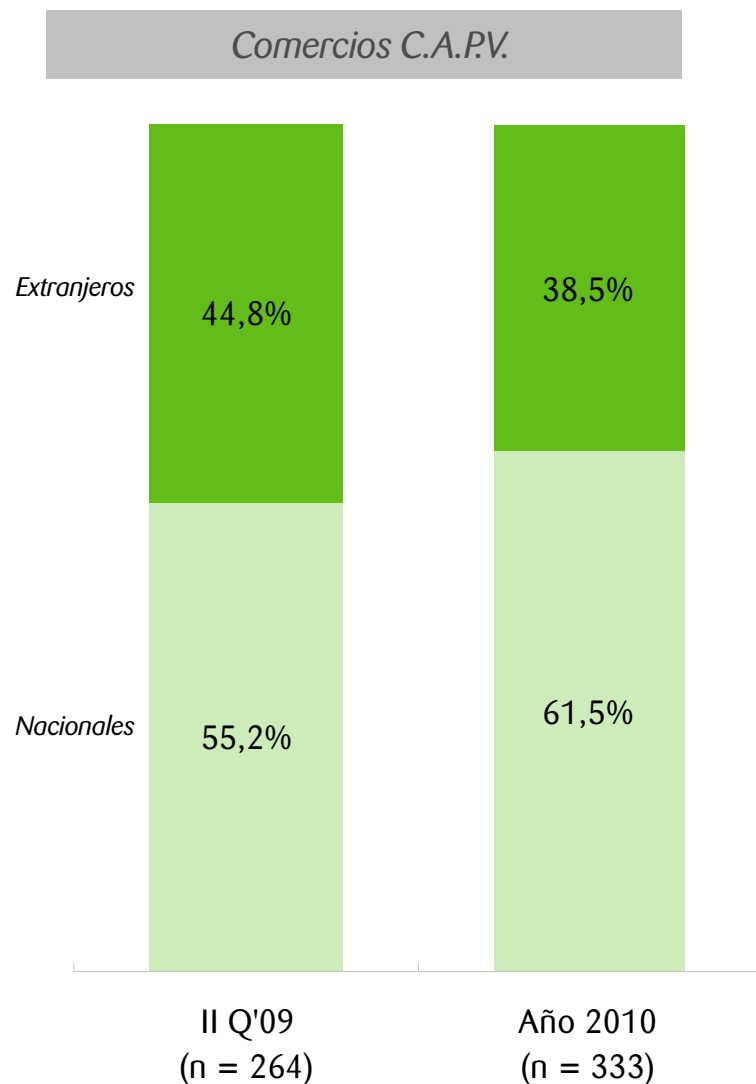
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Sí	24,1%	31,1%	22,0%	24,2%	26,2%
No	75,9%	68,9%	78,0%	75,8%	73,8%

* 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 ligeramente superior a la afluencia de extranjeros. En el último año, la presencia de turistas nacionales en el comercio minorista vasco ha aumentado.
- Obviamente, la oferta turística, la tradición turista de cada uno de los Territorios Históricos ejerce su influencia en la afluencia de turistas nacionales o extranjeros.
 - Así, en el Territorio Histórico de Araba es, significativamente, mayor la afluencia de turistas nacionales a los comercios.
 - Sin embargo, en el Territorio Histórico de Gipuzkoa y en el Territorio Histórico de Bizkaia, la afluencia de turistas nacionales y extranjeros a los comercios minoristas está más compensada.

P:15N/P:19: ¿Cuántos son nacionales y cuántos son extranjeros?

Base: Comercios minoristas entrevistados donde entran turistas



	Según Territorio Histórico	
	Nacionales	Extranjeros
Araba (n = 41)*	71,4%	28,6%
Bizkaia (n = 134)	59,9%	40,1%
Gipuzkoa (n = 158)	60,2%	39,8%

	Según ciudad/resto Territorio	
	Nacionales	Extranjeros
Vitoria-Gasteiz (n = 31)*	75,6%	24,4%
Resto Araba (n = 10)*	57,7%	42,3%
Bilbao (n = 55)*	50,0%	50,0%
Resto Bizkaia (n = 79)*	66,6%	33,4%
Donostia (n = 71)*	56,9%	43,1%
Resto Gipuzkoa (n = 87)*	63,0%	37,0%

* Lo reducido de estas muestras nos debe hacer tomar con cautela los resultados, representando tendencias de carácter cualitativo más que cuantitativo.

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.
 - En segundo término, los/las comerciantes situarían a los puentes.
 - En tercer lugar, Semana Santa.
 - Y, en último lugar, Navidad.

P.20: 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 2.010)

Base: 333 comercios minoristas entrevistados donde entran turistas

	Momentos de mayor afluencia de turistas				
	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	No concreta respuesta
Navidad	10,9%	6,2%	4,5%	22,6%	55,9%
Semana Santa	3,9%	15,8%	24,5%	3,7%	52,0%
Verano	64,0%	10,8%	6,1%	4,3%	14,8%
Los puentes	9,9%	23,2%	10,6%	11,6%	44,6%

A grid of nine fashion illustrations, each enclosed in a thin grey border. The illustrations depict various styles: a woman in a red dress with a purple fan, a woman in a long orange dress, a woman in a red dress, a woman in a white top and grey pants with a hat and a Louis Vuitton bag, a woman in a long orange dress, a woman in a long orange dress, a woman in a long orange dress, a woman in a long orange dress, and a woman in a long orange dress. The central number '5.' is overlaid on the grid.

5.

“El personal empleado en el comercio minorista vasco ”

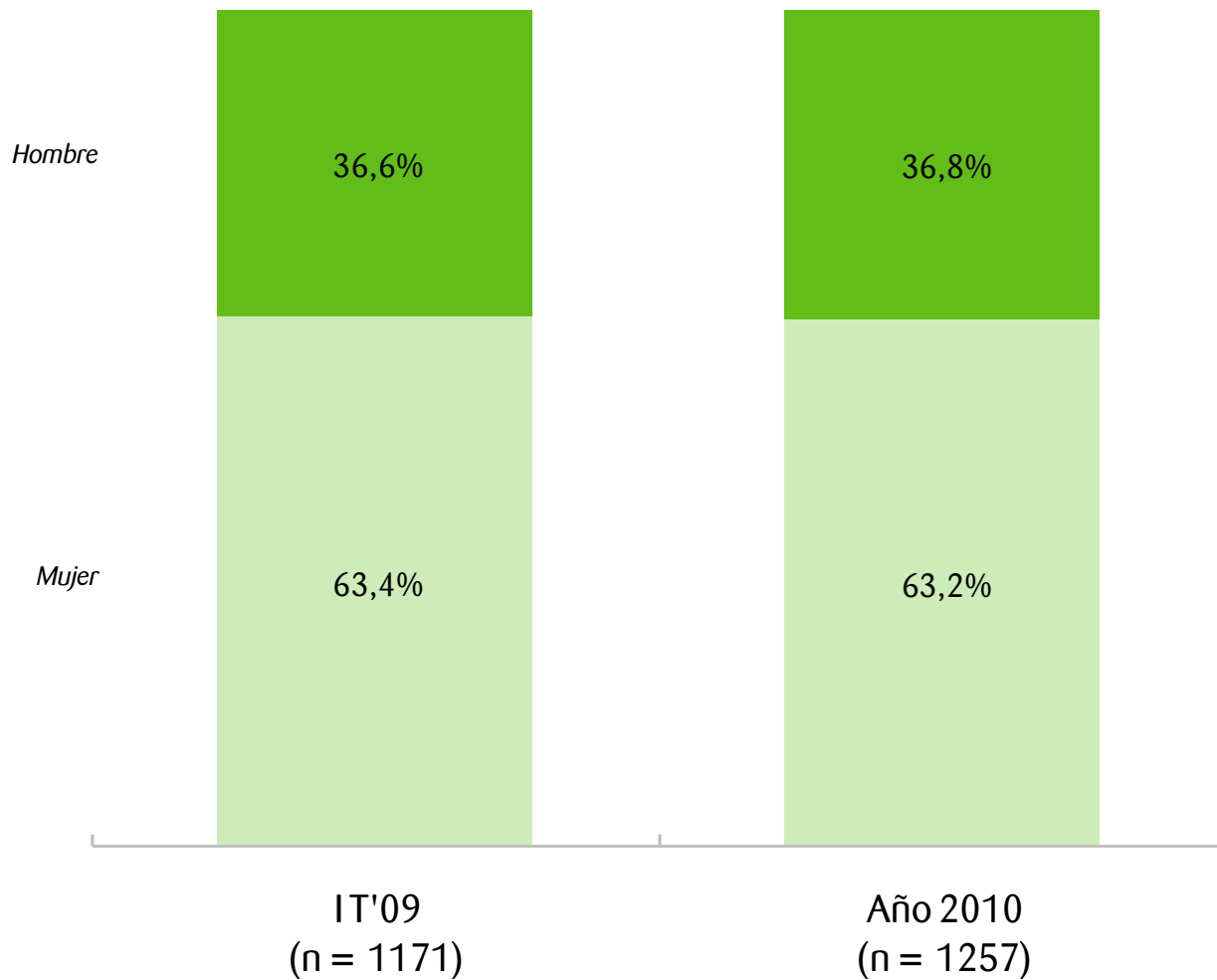
5.1.

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

- En el comercio minorista vasco, de cada tres empleados/as dos son mujeres y uno es hombre.
- La presencia de las mujeres es más abrumadora en los siguientes comercios minoristas:
 - Comercios minoristas de municipios del Territorio Histórico de Araba, exceptuando Vitoria-Gasteiz.
 - Comercios minoristas de Donostia,
 - Comercios minoristas que se dedican a la salud y belleza,
 - Comercios minoristas que se dedican a la moda,
 - Comercios minoristas con una antigüedad entre seis y diez años,
 - Y, en comercios minoristas cuyos gerentes, dueños/as tienen 34 años o menos.

P.13/P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



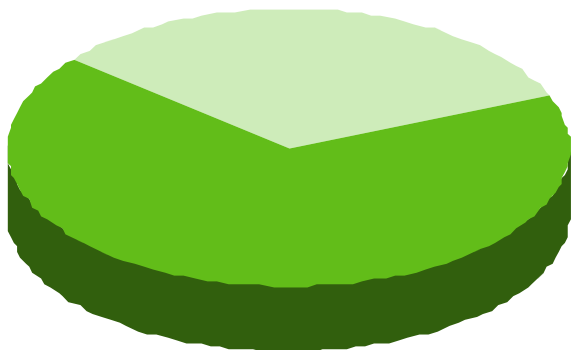
P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



ARABA
(n = 141)

Hombres
32,9%

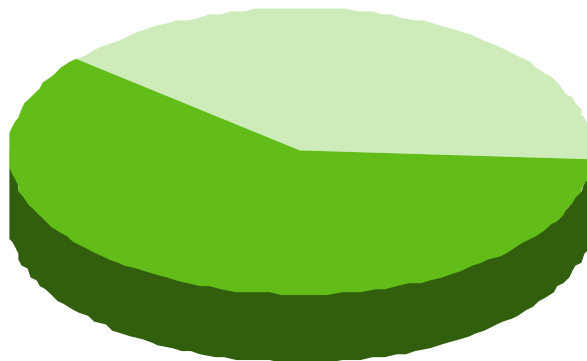


Mujeres
67,1%



BIZKAIA
(n = 671)

Hombres
39,7%

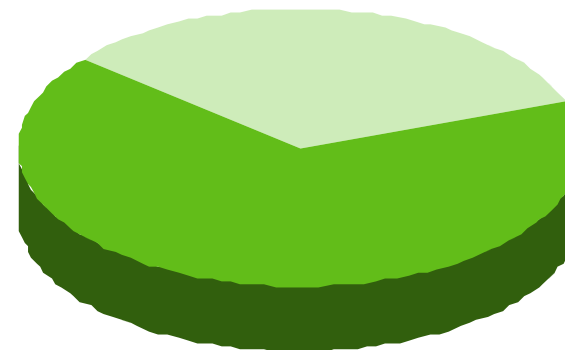


Mujeres
60,3%



GIPUZKOA
(n = 441)

Hombres
33,7%



Mujeres
66,3%

P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Hombres	33,8%	29,6%	38,0%	40,4%	31,9%	34,7%
Mujeres	66,2%	70,4%	62,0%	59,6%	68,1%	65,3%

P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Hombres	40,2%	33,6%	36,6%	35,4%	42,8%	46,0%
Mujeres	59,8%	66,4%	63,4%	64,6%	37,2%	54,0%

P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

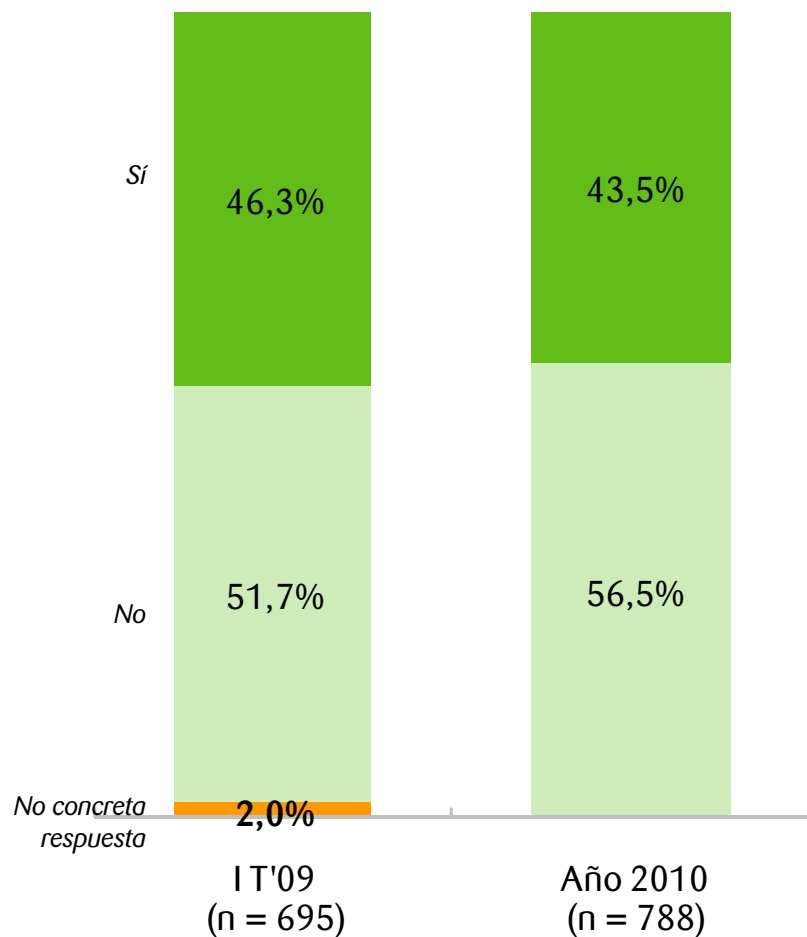
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Hombres	43,3%	24,1%	43,4%	13,6%	47,9%
Mujeres	56,7%	75,9%	56,5%	86,4%	52,1%

- La figura de responsable de tienda, establecimiento, dada la estructura, tamaño del comercio minorista vasco, está poco “institucionalizada”.
 - Exceptuando el Territorio Histórico de Bizkaia, es una figura o cargo más presente en los comercios minoristas de las capitales que del resto de cada uno de los Territorios Históricos.
 - Evidentemente, a medida que el tamaño del comercio minorista es mayor, según número de empleados/as, la presencia de este cargo es, también, mayor.
 - Mas propio, también, de comercios minoristas que se dedican al ramo, actividad de alimentación o de salud y belleza.
 - Y, por último, es un recurso más utilizado por dueños/as, gestores/as jóvenes, con menos de 44 años.

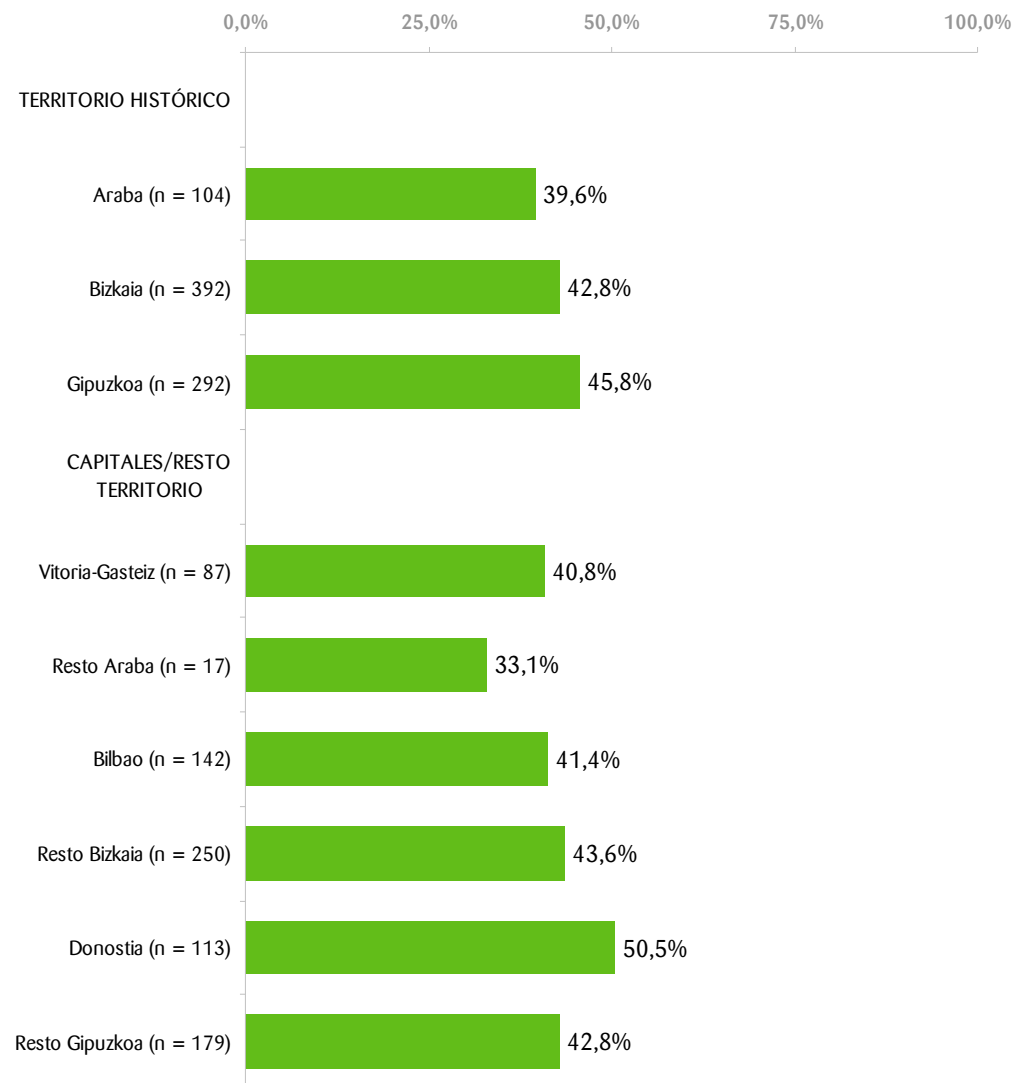
P:14/P:6: Excluyéndose usted ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento?

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

Comercios C.A.P.V.



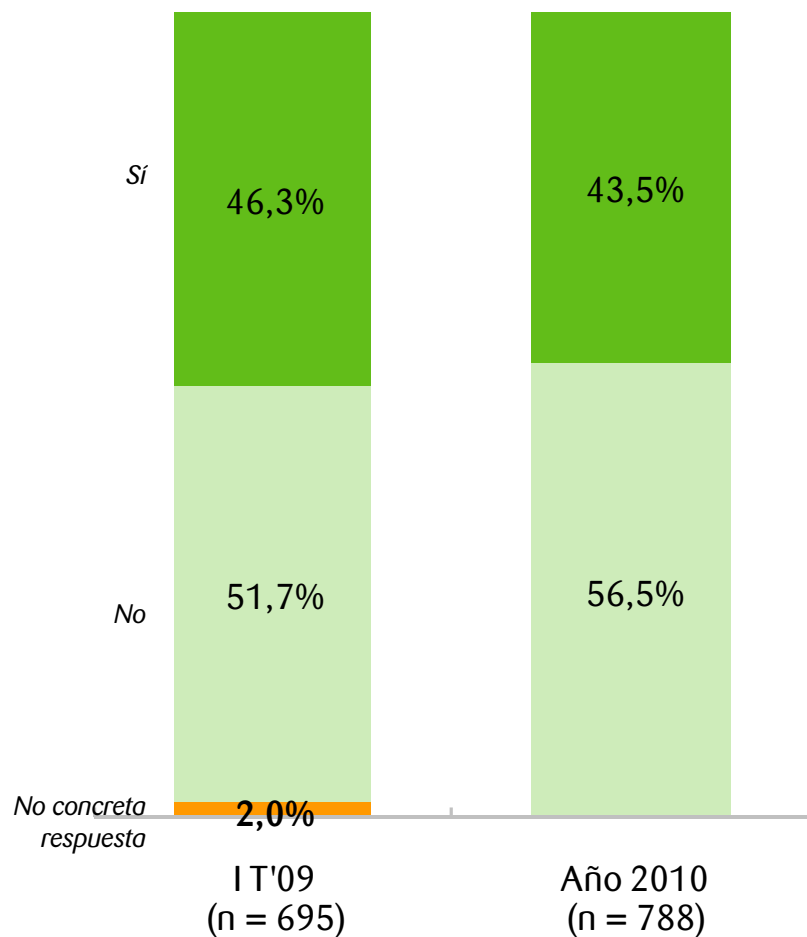
Grado de presencia de la figura de responsable de tienda (año 2.010)



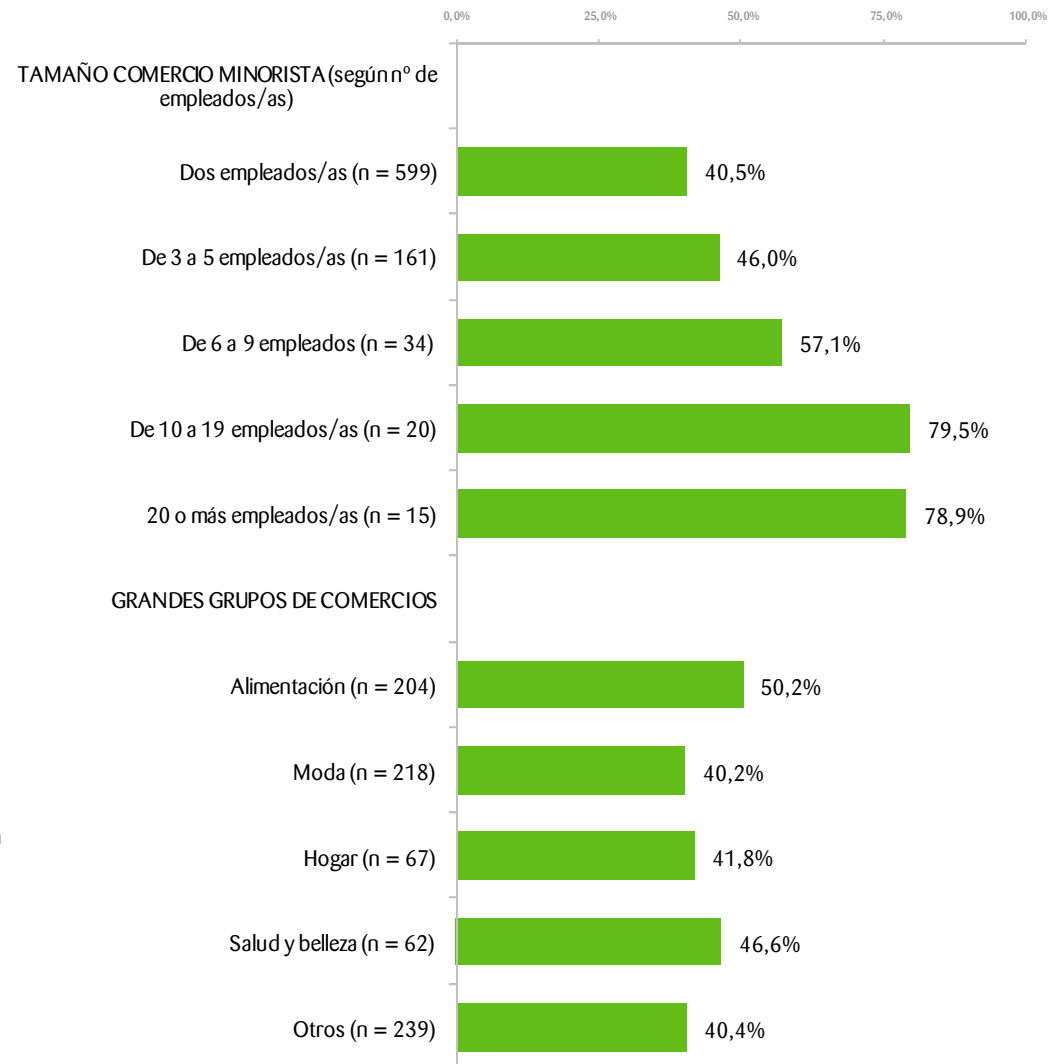
P:14/P:6: Excluyéndose usted ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento?

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

Comercios C.A.P.V.

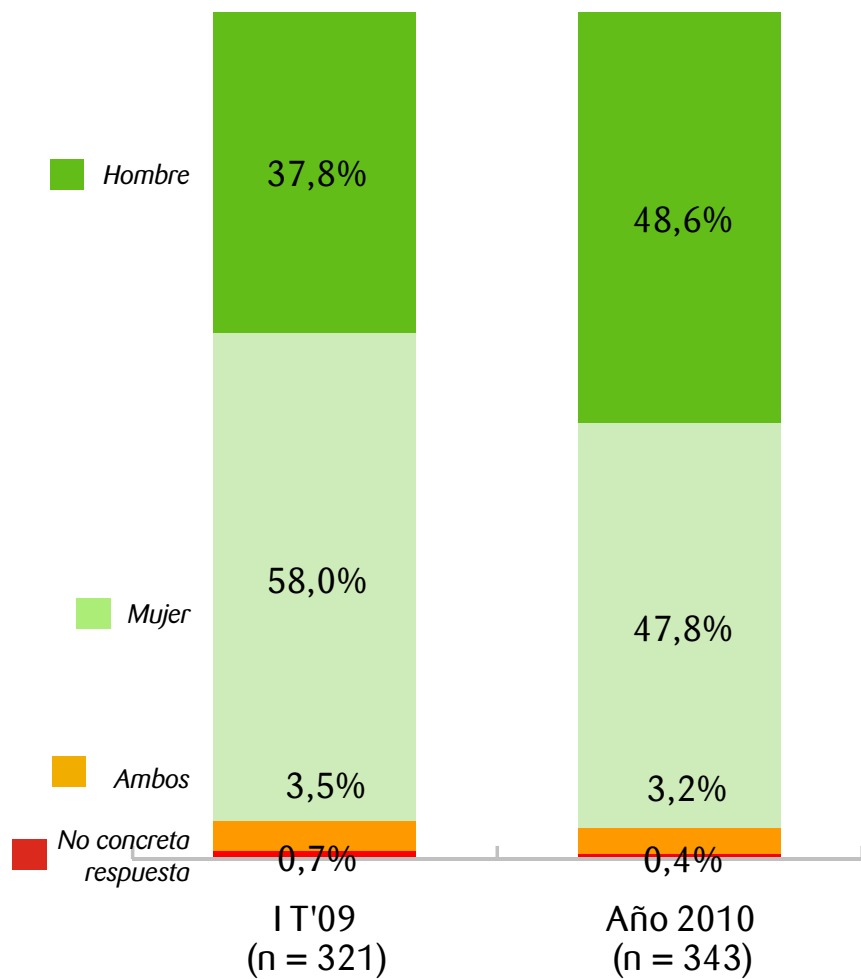


Grado de presencia de la figura de responsable de tienda (año 2.010)



- En aquellos comercios minoristas donde existe la figura del responsable de tienda, en líneas generales, no responde más a un rol, cargo femenino (47,8%) que a uno masculino (48,6%).
 - Son en el Territorio Histórico de Gipuzkoa (52,0%) y en el Territorio Histórico de Araba (52,6%) donde esta responsabilidad de la mujer alcanza las mayores cotas.

Comercios C.A.P.V.



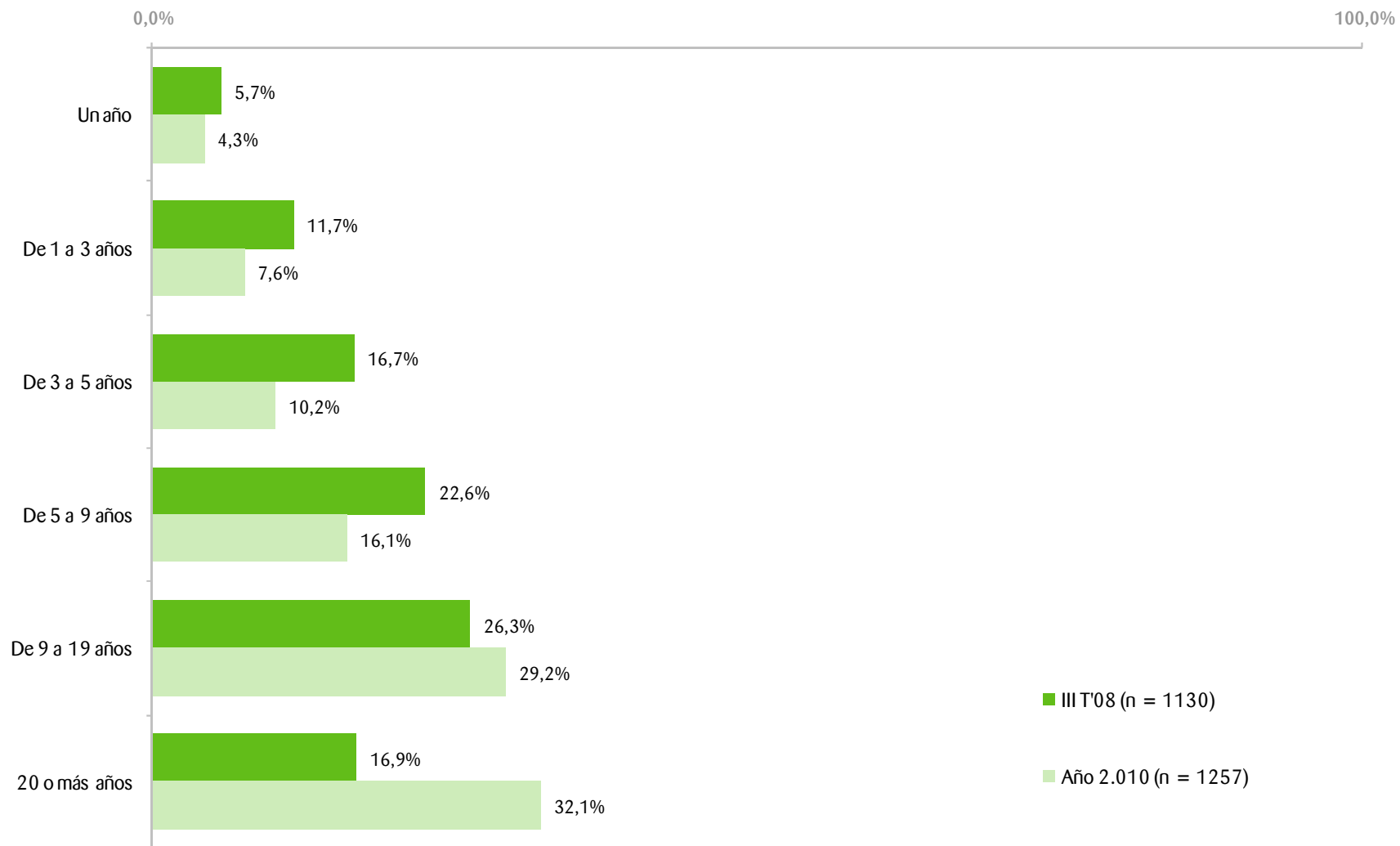
	Territorio Histórico		
	Araba (n = 41)	Bizkaia (n = 168)	Gipuzkoa (n = 134)
Hombres	34,7%	55,1%	44,8%
Mujeres	52,6%	43,2%	52,0%
Ambos	12,7%	0,9%	3,1%
No concreta respuesta	---	0,8%	---

5.2.

“Antigüedad del personal”

- Uno de cada diez empleados/as tiene 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.
- La incorporación de nuevos empleados/as al comercio minorista y su consolidación inicial (menos de 3 años) es más perceptible en:
 - Los comercios minoristas del Territorio Histórico de Araba
 - Los comercios con más de tres empleados/as.
 - Los comercios dedicados a la salud y belleza.
 - Los comercios con horario continuo.

P.13/P.18: 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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 145)	Bizkaia (n = 671)	Gipuzkoa (n = 441)
Un año	9,8%	4,0%	3,2%
De 1 a 3 años	9,8%	6,0%	9,3%
De 3 a 5 años	9,1%	9,1%	12,1%
De 5 a 9 años	12,5%	18,3%	13,8%
De 9 a 19 años	25,6%	28,7%	32,6%
20 años o más	33,2%	33,9%	29,0%

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 203)	Resto Bizkaia (n = 468)	Donostia (n = 158)	Resto Gipuzkoa (n = 283)
Un año	9,8%	9,8%	4,0%	4,0%	5,3%	2,1%
De 1 a 3 años	9,2%	12,0%	4,3%	6,7%	15,1%	6,0%
De 3 a 5 años	9,9%	6,4%	7,4%	9,9%	11,6%	12,3%
De 5 a 9 años	11,3%	16,5%	22,4%	16,6%	16,2%	12,5%
De 9 a 19 años	24,6%	29,2%	29,2%	28,5%	29,0%	34,6%
20 años o más	35,1%	26,2%	32,8%	34,4%	22,7%	32,5%

P.8; Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 469)	Dos empleados/as (n = 559)	De 3-5 empleados/as (n = 161)	De 6-9 empleados/as (n = 34)	De 10-19 empleados/as (n = 20)	20 o más empleados/as (n = 15)
Un año	2,5%	5,1%	5,9%	7,0%	6,0%	9,5%
De 1 a 3 años	4,0%	7,2%	15,1%	15,2%	20,2%	15,5%
De 3 a 5 años	7,4%	10,3%	14,5%	15,9%	21,4%	18,7%
De 5 a 9 años	15,9%	14,0%	19,9%	25,4%	27,2%	25,2%
De 9 a 19 años	28,9%	32,2%	27,0%	20,5%	19,5%	28,6%
20 años o más	41,2%	31,3%	17,7%	16,0%	5,6%	2,5%

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 353)	Moda (n = 351)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 104)	Otros (n = 354)
Un año	5,1%	4,4%	2,4%	2,1%	4,6%
De 1 a 3 años	6,4%	6,8%	7,6%	11,2%	8,5%
De 3 a 5 años	7,5%	10,5%	15,1%	10,3%	11,0%
De 5 a 9 años	13,8%	16,2%	9,8%	21,7%	18,5%
De 9 a 19 años	28,1%	27,4%	36,5%	30,2%	31,6%
20 años o más	38,9%	34,6%	28,6%	24,4%	25,7%

5.3.

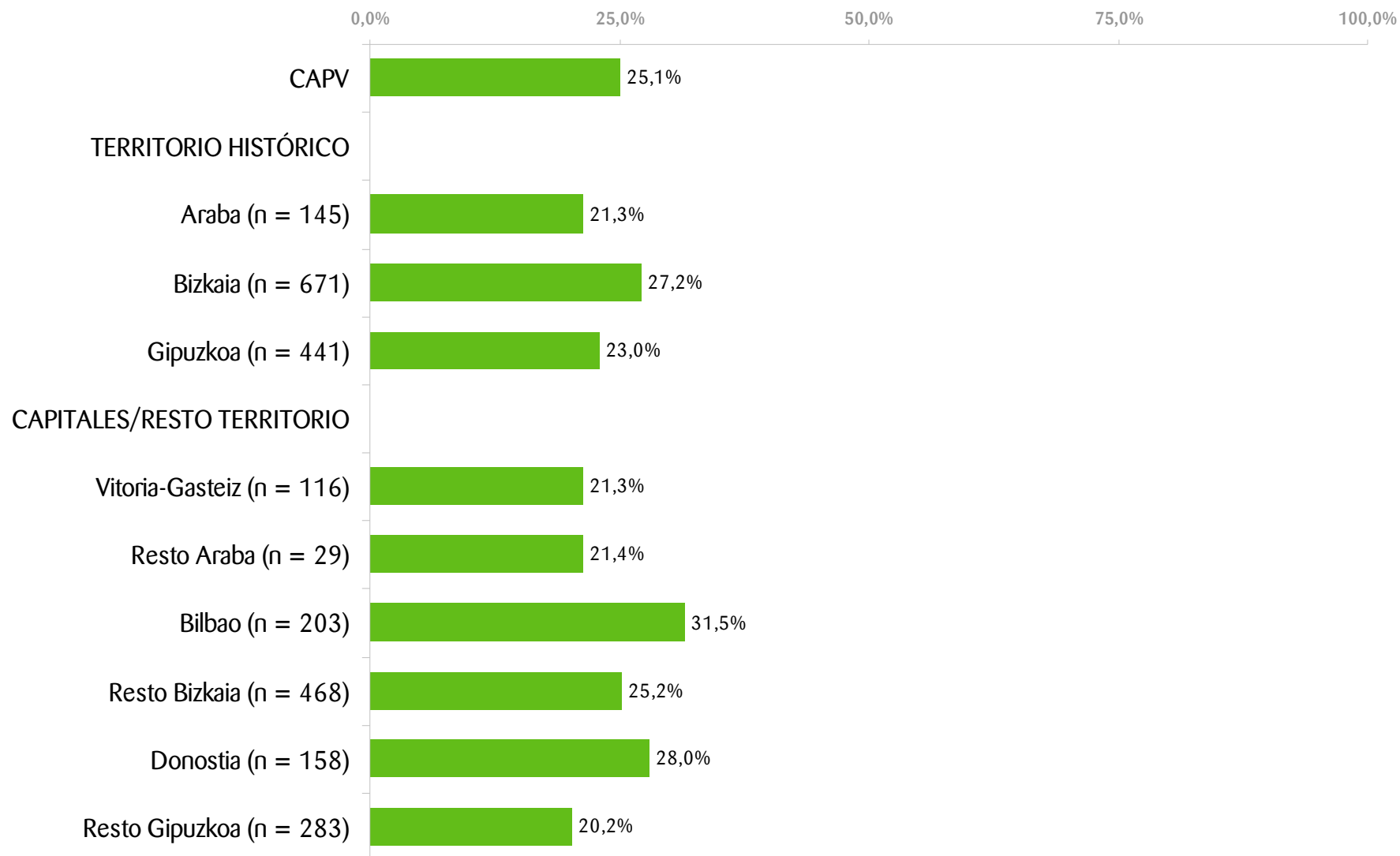
“El nivel de estudio de los/las empleados/as en el comercio minorista”

- La tasa de empleados/as del comercio minorista vasco con estudios universitarios es del 25,1%.
- Los comercios donde esta tasa es mayor a la media, son:
 - Comercios de Bilbao.
 - Comercios de más de 9 empleados/as.
 - Comercios de salud y belleza.
 - Comercios cuyo gerente, dueño/a tiene menos de 44 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 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

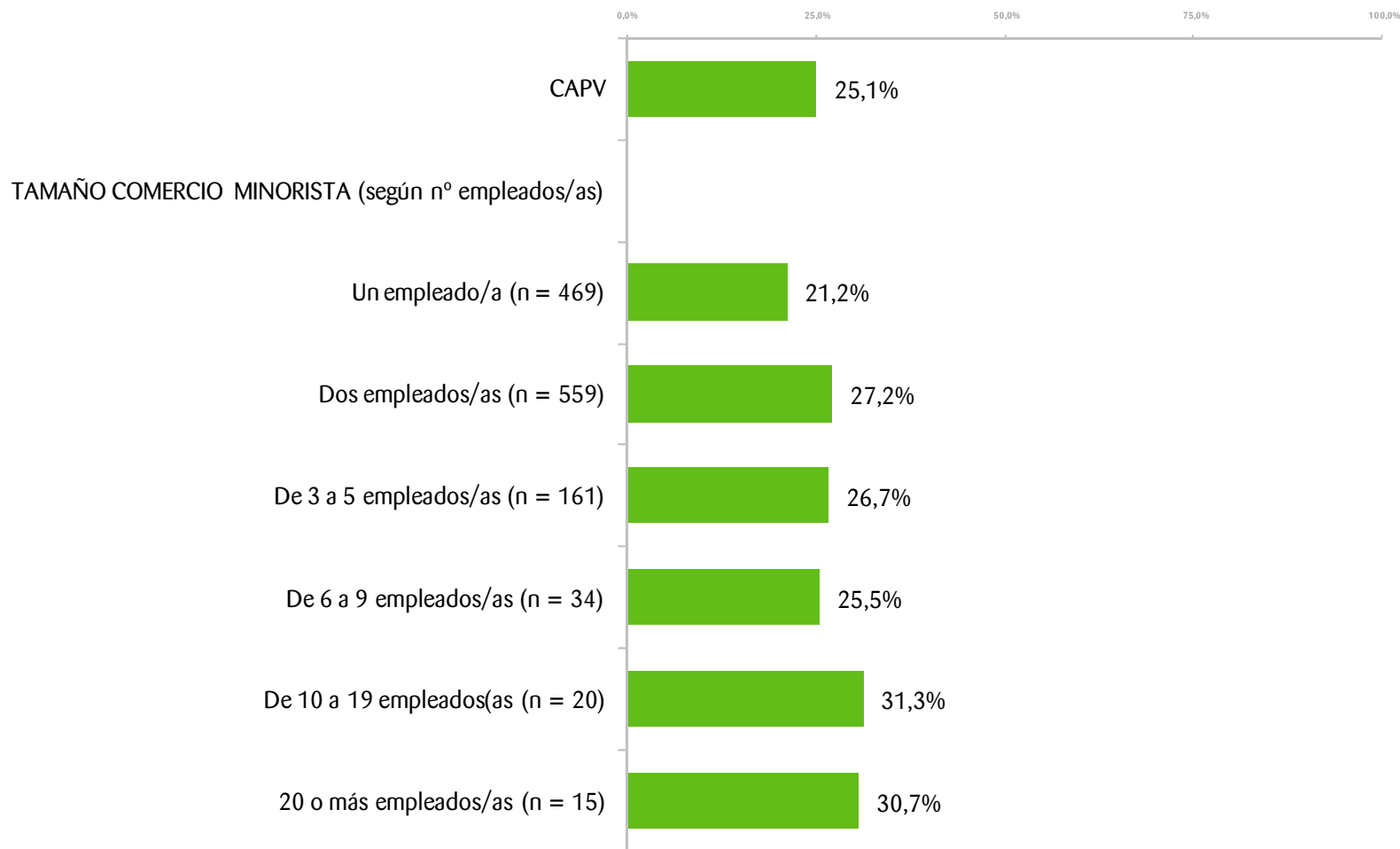
Ratio de empleados/as con estudios universitarios



P.9: Y de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios medios, universitarios? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

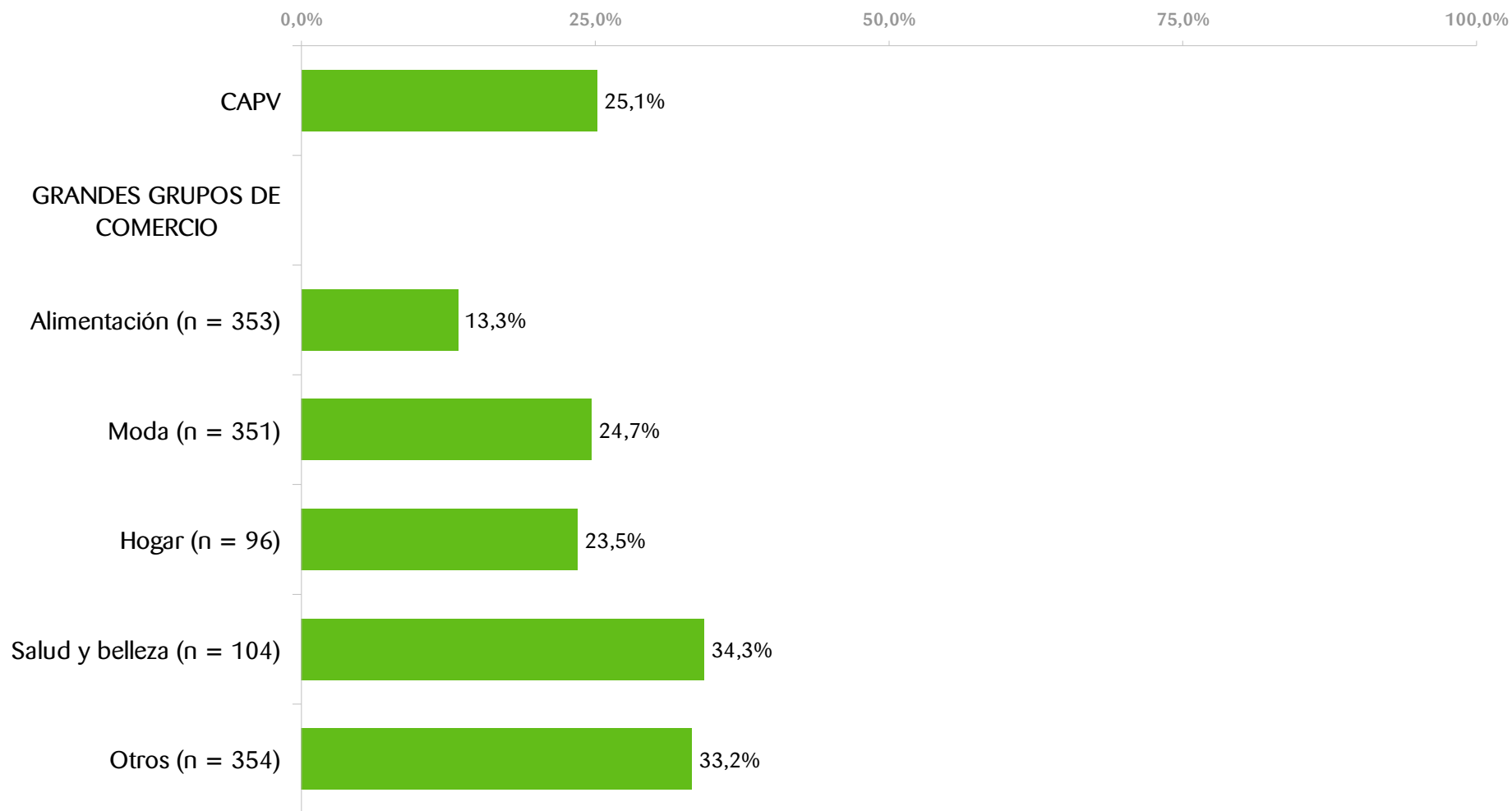
Ratio de empleados/as con estudios universitarios



P.9: Y de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios medios, universitarios? (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Ratio de empleados/as con estudios universitarios



A background illustration featuring several fashion models in various outfits, including dresses, a hat, and a handbag, arranged in a grid-like pattern. The models are rendered in a soft, painterly style with muted colors. A large, bold green number '6.' is centered over the illustration.

6.

“Inversión y costes totales del comercio minorista vasco”

6.1.

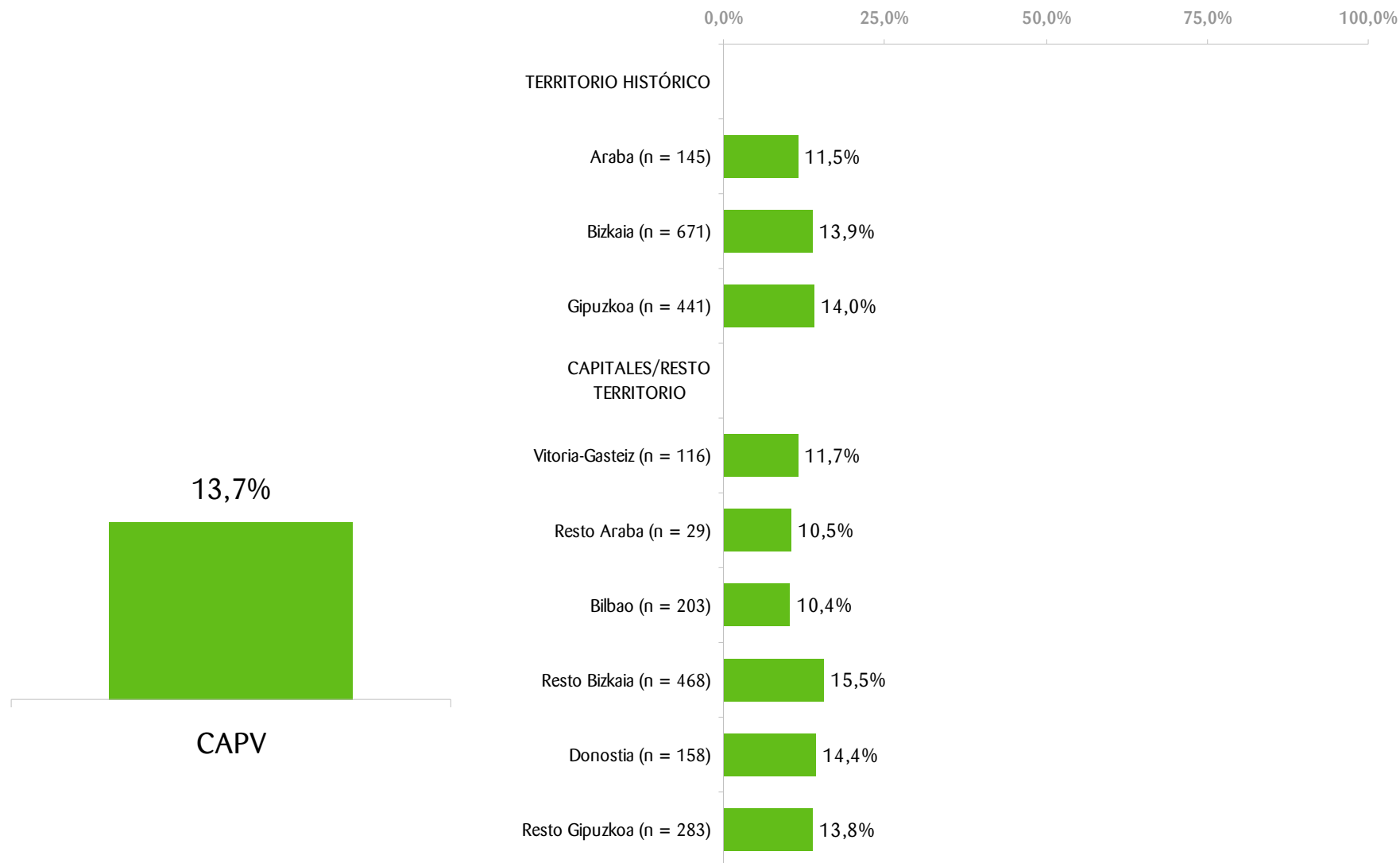
“Inversión en el comercio minorista vasco”

- El 13,7% del total de ventas se destina a las inversiones que se realizan en el comercio.
- El mayor esfuerzo inversor se realiza por: los comercios minoristas más pequeños, según número de empleados/as; y, por los comercios con una antigüedad de cinco años o menos.

P.24: Porcentaje sobre el total de ventas destinado a las inversiones en el comercio (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

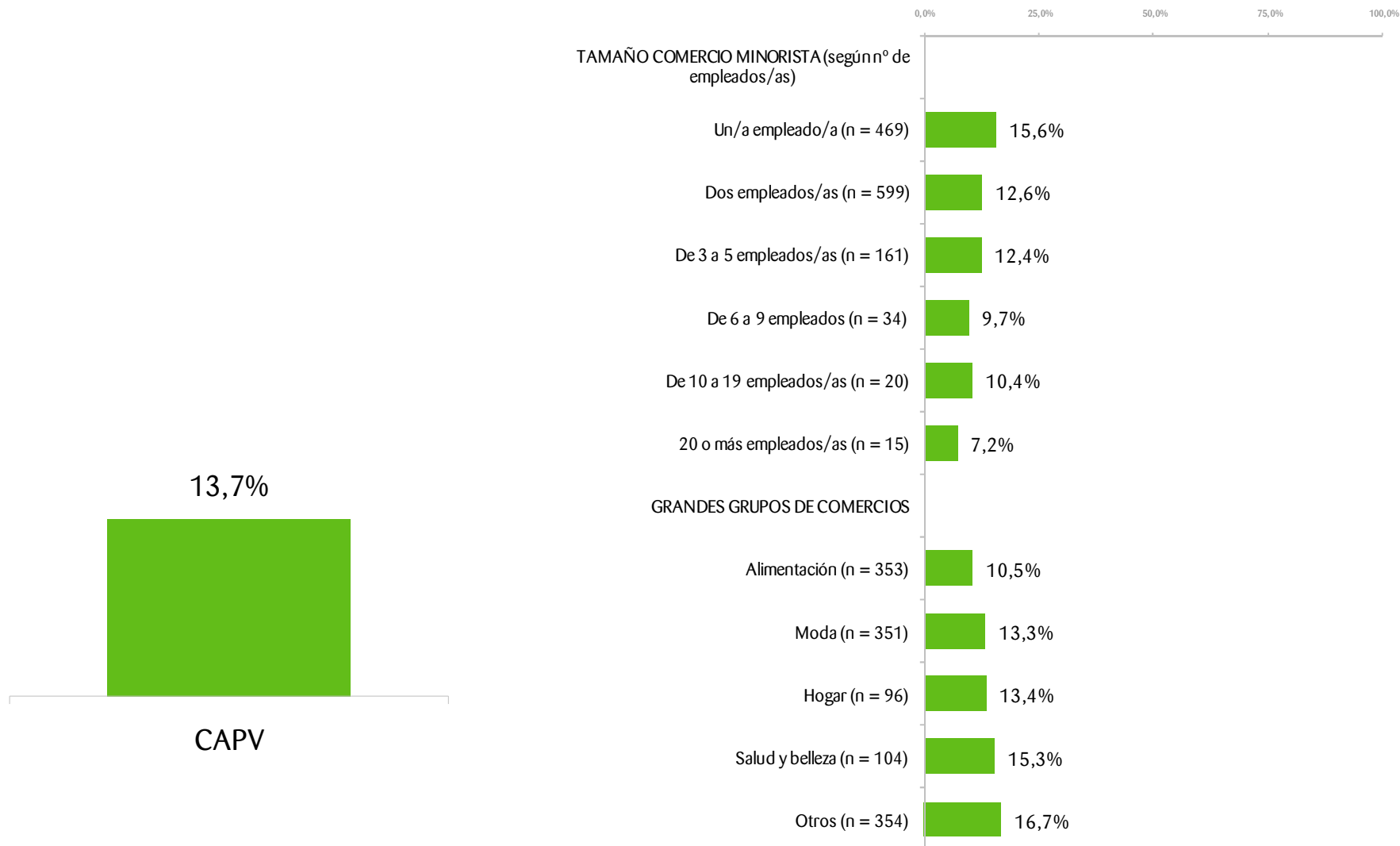
Porcentaje de inversión sobre total de ventas (año 2.010)



P.24: Porcentaje sobre el total de ventas destinado a las inversiones en el comercio (año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Porcentaje de inversión sobre total de ventas (año 2.010)



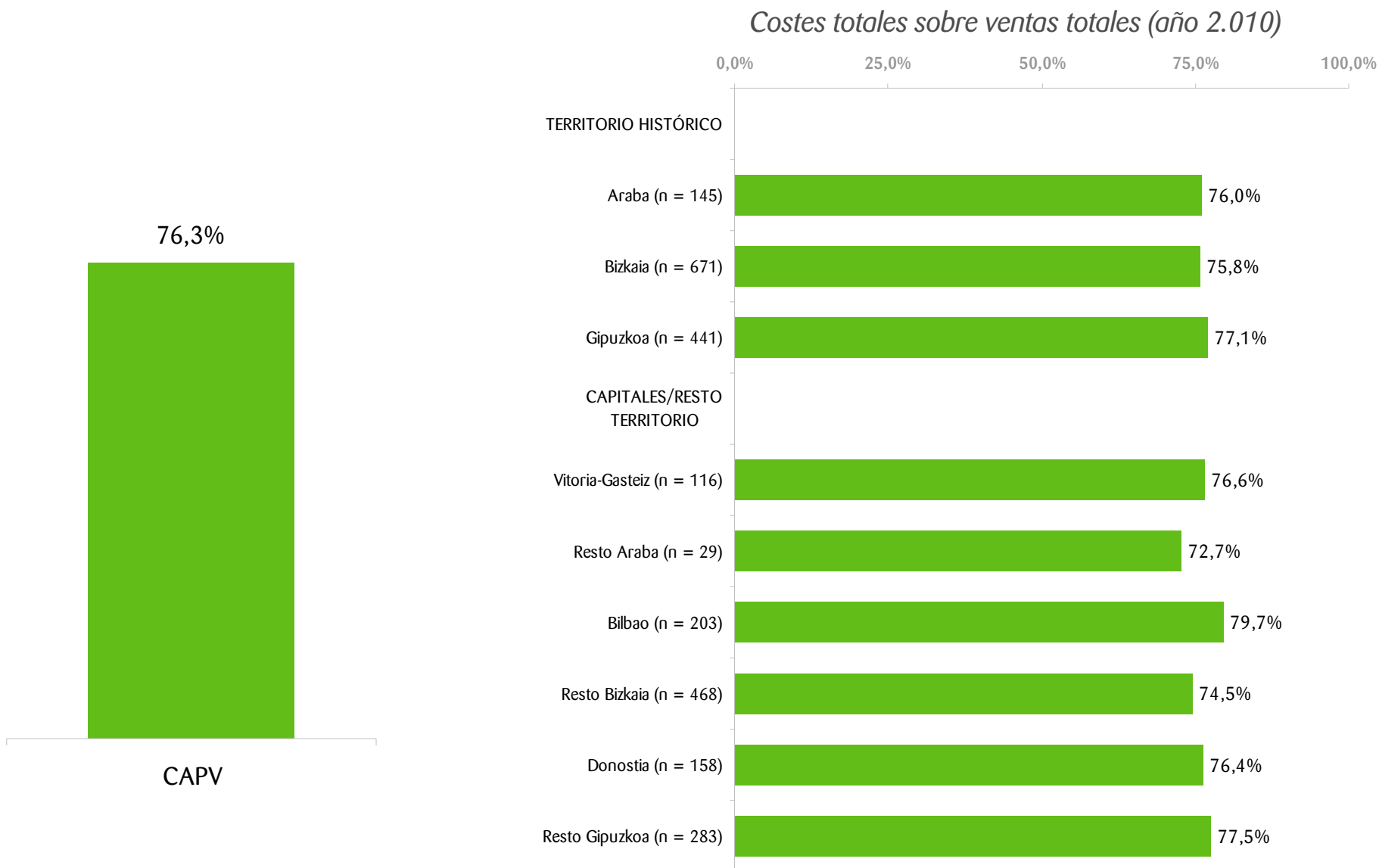
6.2.

“Ratio de costes totales del comercio minorista vasco”

- Los costes totales medios del comercio minorista vasco suponen el 76,3% de las ventas totales (margen del 23,7% de media).
- Obtienen más margen los siguientes comercios:
 - Los comercios del Territorio Histórico de Araba, exceptuando los comercios de Vitoria-Gasteiz.
 - Los comercios de 6-9 empleados/as.
 - Los comercios de moda o salud y belleza.

P.25: Porcentaje de costes totales sobre ventas totales (Año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.25: Porcentaje de costes totales sobre ventas totales (Año 2.010)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Costes totales sobre ventas totales (año 2.010)

