



# ***Barómetro del comercio mayorista vasco (año 2013)***

**INFORME GRAFICO DE RESULTADOS**

16 de Diciembre de 2013

# Índice

<b>1.- INTRODUCCIÓN: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO</b>	<b>3</b>
1.1. Objetivos del Barómetro del comercio mayorista vasco	4
1.2. Ficha técnica	7
1.3. Descripción de los comercios mayoristas vascos	14
1.4. Perfil del responsable del comercio	60
1.5. Estilos de actividad comercial	65
<b>2.- LAS VENTAS DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO</b>	<b>71</b>
2.1. Las ventas a lo largo de un día	72
2.2. Las ventas a lo largo de la semana	76
2.3. Distribución de las ventas según medios de pago	79
<b>3.- LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES</b>	<b>82</b>
3.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día	83
3.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana	87
3.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes	90
3.4. Dispositivos de control de la afluencia	93
<b>4.- EL PESO DEL TURISMO EN EL COMERCIO MAYORISTA</b>	<b>96</b>
4.1. La afluencia de turistas	97
4.2. Hitos de mayor afluencia de turistas	101
<b>5.- EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MAYORISTA VASCO</b>	<b>103</b>
5.1. Personal empleado en el comercio mayorista vasco desde la perspectiva de género	104
5.2. Antigüedad del personal	109
5.3. El nivel de estudio de los/las empleados/as en el comercio mayorista	112
<b>6.- EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES</b>	<b>114</b>
<b>7.- INVIERSIÓN Y COSTES DE NEGOCIO</b>	<b>121</b>



# 1.

***“Introducción: planteamiento metodológico”***

# 1.1.

## ***“Objetivos del Barómetro del comercio mayorista 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 orientados a la implementación de acciones de políticas públicas que mejoren la competitividad del comercio vasco

## ***Objetivos específicos***

- Los **objetivos específicos** de este quinto Barómetro del Comercio Mayorista Vasco, correspondiente año 2013 sobre los que se ha trabajado, son los siguientes:
  - **Análisis de las ventas del comercio mayorista vasco** durante el año 2013 (distribución de ventas a lo largo de un día; distribución de ventas a lo largo de la semana; medios de pago).
  - **Análisis de la afluencia de clientes y visitantes** durante el año 2013 (distribución de la afluencia a lo largo de un día; distribución de la afluencia a lo largo de la semana; y, percepción de la evolución de la afluencia desde una perspectiva comparada en relación al año 2012).
  - La caracterización de **los y las empleados/as del comercio mayorista vasca**.
  - La **clasificación del comercio vasco según estilos, praxis comercial**.
  - **Descripción del comercio mayorista vasco** en función de una serie de **variables estructurales** (tamaño del comercio mayorista vasco; antigüedad y renovación del comercio mayorista vasco; forma jurídica del comercio mayorista vasco; horario de apertura; grado de presencia de la tic's en el comercio mayorista vasco;...).

# 1.2.

## ***“Ficha técnica”***

## ***METODOLOGÍA***

- Análisis de exploración y metodología cuantitativa.

## ***TÉCNICA DE ESTUDIO***

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

## ***UNIVERSO OBJETO DE ESTUDIO***

- El universo objeto del estudio, del barómetro del comercio vasco, está compuesto por todas aquellas empresas, comercios que cumplan los mismos requisitos definidos por el Eustat para su encuesta de Comercio y Reparación de la Comunidad Autónoma del País Vasco.
- Así, la población objeto de estudio está constituida por los siguientes establecimientos comerciales:
  - El **comercio mayorista**: su actividad consiste en la reventa de mercancías a profesionales, empresas de transformación (industriales), colectivos y a otros establecimientos comerciales.
  - El **comercio minorista**: su actividad exclusiva o principal consiste en la reventa de mercancías al consumidor final y a los pequeños usuarios.

- Quedando **excluidos del universo del estudio** y de la construcción del panel las siguientes subcategorías:
  - Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores.
  - Venta al por menor de combustible para vehículos de motor.
  - Reparación de efectos personales y enseres domésticos.
  - La actividad de intermediarios, corredores de mercancías y otros mayoristas que comercian por cuenta de terceros.

### ***DETALLE DE PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: LA MUESTRA REALIZADA***

- Se han realizado 1507 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de  $e = \pm 2,6\%$  (para un nivel de confianza del 95,5%,  $2 \sigma$  respecto de  $\mu$ , siendo  $p=q=0,5$ ) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

## **DETALLE DE PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: LA MUESTRA REALIZADA**

- La distribución de la muestra, puede responder a diversos criterios de distribución o afijación o métodos de muestreo y captación.
- Hemos trabajado en base a un muestreo por conglomerados que quedaría como se presenta en las páginas siguientes.
- Proponemos este tipo de muestreo ya que:
- Un muestreo por AFIJACIÓN PROPORCIONAL A LOS CRITERIOS TERRITORIO, COMARCA Y TAMAÑO DEL COMERCIO. Dejaría a los Territorios y Comarcas menos poblados con tamaños de muestra muy pequeños, al igual que los comercios con mayor tamaño de empleo, Lo que impide extraer conclusión alguna sobre ellos con un buen nivel de fiabilidad.
  - Un muestreo por AFIJACIÓN SIMPLE AL TERRITORIO. Garantiza un nivel de fiabilidad razonable para cada uno de los Territorios e internamente distribuye la muestra proporcionalmente al tamaño de la comarca y del tamaño o empleo, pero las comarcas menos pobladas y los comercios de mayor tamaño aparecerían con submuestras muy bajas.
  - MUESTREO POR CONGLOMERADOS DE TERRITORIO Y TAMAÑO DE EMPLEO. Para QUOR este es el enfoque de muestreo correcto. De esta forma se garantizan niveles de fiabilidad razonables para las variables Territorio, Tamaño de empresa y tipo de actividad según CNA-09. Aún así comarcas de Araba como Montaña Alavesa, Rioja Alavesa o Etribaciones de Gorbea y de Bizkaia como Arratia Nervión, Encartaciones, Gernika-Bermeo, Markina - Ondarroa y Plentzia – Mungía, quedan con muestras muy bajas y seguramente en un segundo análisis del muestreo se deberán de subir estas muestras para dar a los comercios de estas comarcas un nivel de fiabilidad adecuado.

- El diseño de la muestra resultante fue el siguiente:

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

- Dado que el diseño muestral no responde, en su configuración interna, a la verdadera proporcionalidad del comercio de la Comunidad Autónoma de Euskadi, ha sido necesario ponderar, equilibrar, en el proceso de datos, la muestra alcanzada.
- Para realizar este equilibrado nos hemos basado en los datos del Directorio de Establecimientos de Comercio, DIRAE, 2012.
- Así, la distribución muestral resultante, una vez equilibrada, es la siguiente:

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

### **DETALLE DE PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: COMERCIO *mayorista***

- En concreto, se han realizado entrevistas a comercios mayoristas que, una vez aplicado el criterio de ponderación, anteriormente definido, suponen 232 entrevistas.
- Es por ello, que el margen de error, para este colectivo es de  $e = \pm 6,7\%$  (para un nivel de confianza del 95,5%,  $2\sigma$  respecto de  $\mu$ , siendo  $p = q = 0,5$ ) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

### **FECHAS DE REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

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

# 1.3.

## ***“Descripción de los comercios mayoristas vascos”***

# 1.3.1.

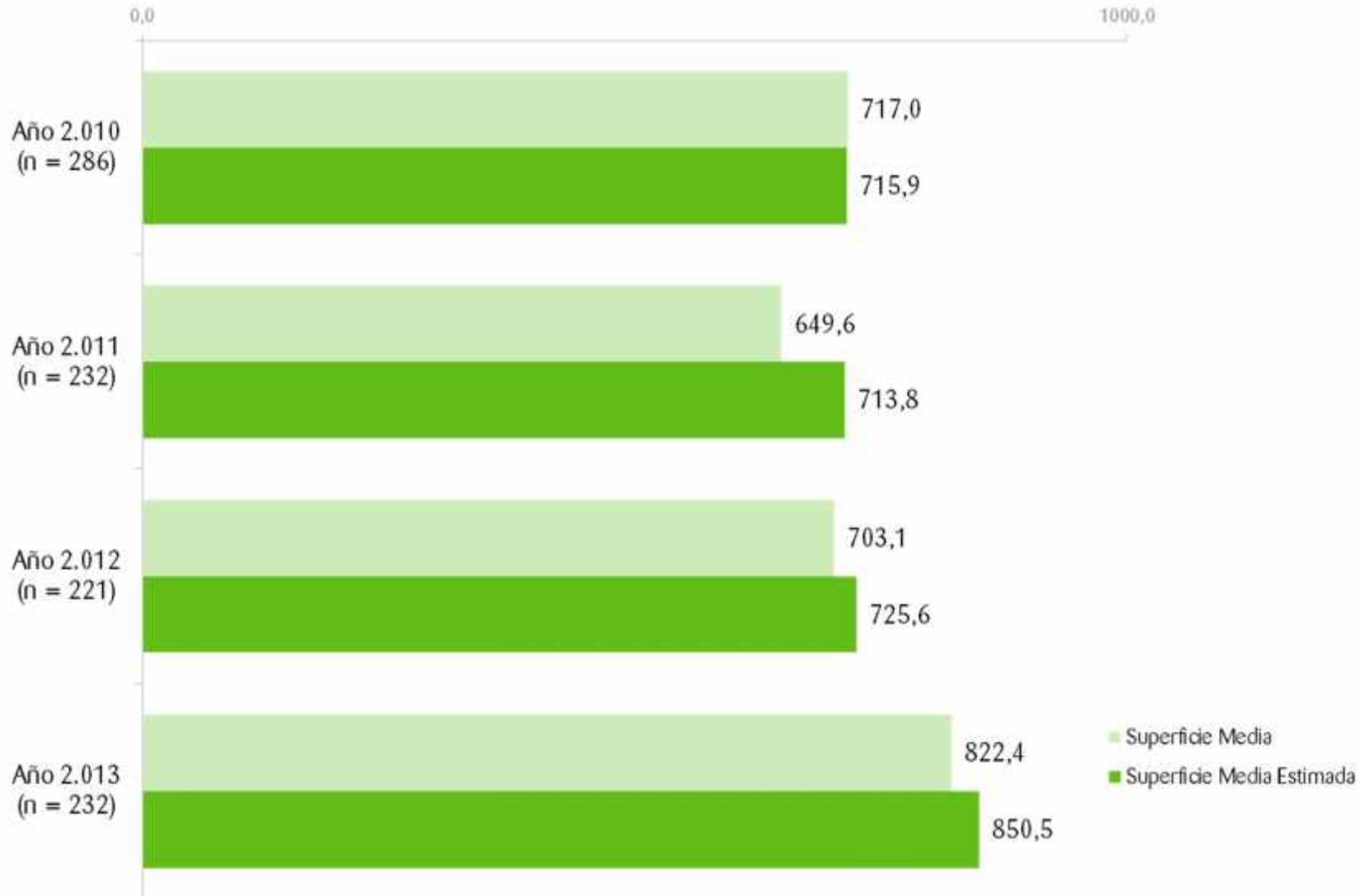
***“Tamaño del comercio:  
superficie y personal”***

# ***“Tamaño del comercio mayorista vasco: superficie”***

*D.3: Superficie del comercio mayorista vasco*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

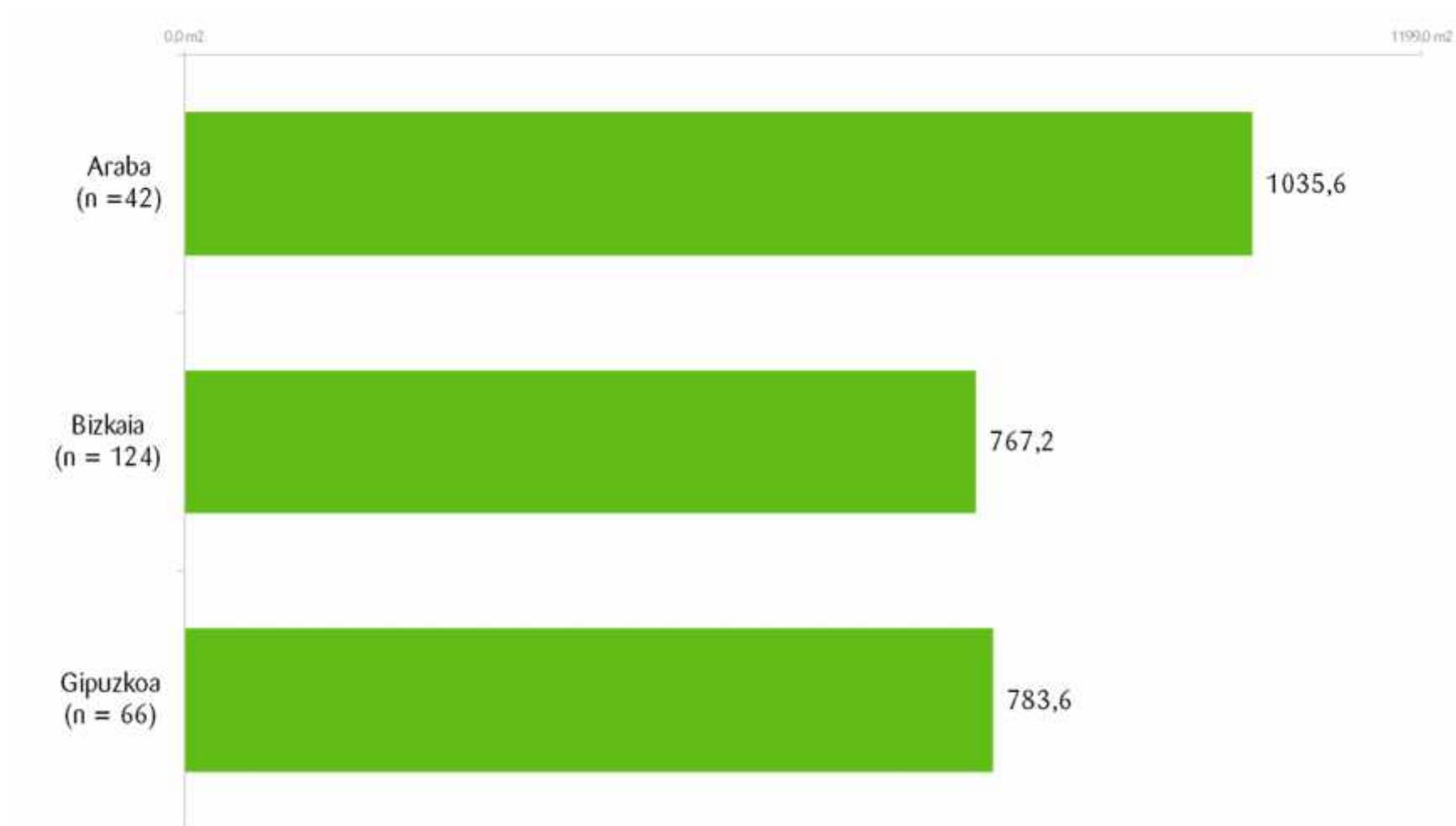
	Año 2.010 (n=286)	Año 2.011 (n=232)	Año 2.012 (n=221)	Año 2.013 (n=232)
Hasta 45 m2	7,8%	8,5%	5,0%	3,2%
De 46 a 64 m2	4,5%	6,2%	5,2%	4,8%
De 65 a 80 m2	8,2%	6,9%	5,0%	4,8%
De 81 a 99 m2	5,6%	5,5%	7,1%	6,7%
De 100 a 120 m2	7,7%	6,2%	12,0%	9,2%
De 121 a 199 m2	9,7%	12,6%	9,5%	7,8%
De 200 a 299 m2	19,3%	13,1%	15,0%	13,1%
De 300 a 450 m2	10,4%	10,2%	12,5%	16,9%
De 451 a 999 m2	7,0%	11,2%	10,6%	10,8%
1.000 m2 o más	13,1%	13,1%	13,4%	16,3%
No concreta respuesta	6,6%	6,5%	4,7%	6,4%

*D.3: Evolución de la superficie media del comercio mayorista vasco*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



D.3: Superficie media del comercio mayoristas vasco (año 2013)

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados





	Año 2.010 (n=286)	Año 2.011 (n=232)	Año 2.012 (n=221)	Año 2.013 (n=232)
No atención al público	13,0%	11,8%	10,7%	17,0%
Menos de 30 m2	11,8%	11,6%	9,5%	10,9%
De 30 a 40 m2	9,1%	11,8%	7,7%	6,0%
De 41 a 50 m2	7,2%	4,7%	9,8%	6,9%
De 51 a 70 m2	4,8%	5,2%	6,6%	5,9%
De 71 a 90 m2	5,2%	6,5%	5,6%	4,9%
De 91 a 130 m2	8,6%	9,8%	10,9%	10,6%
De 131 a 200 m2	5,8%	7,7%	8,6%	5,5%
De 201 a 450 m2	8,1%	7,4%	8,5%	9,3%
Más de 450 m2	6,7%	9,7%	10,2%	8,6%
No concreta respuesta	19,7%	13,9%	11,8%	14,4%



*D.4: Superficie del comercio mayorista vasco dedicada a la atención al público*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



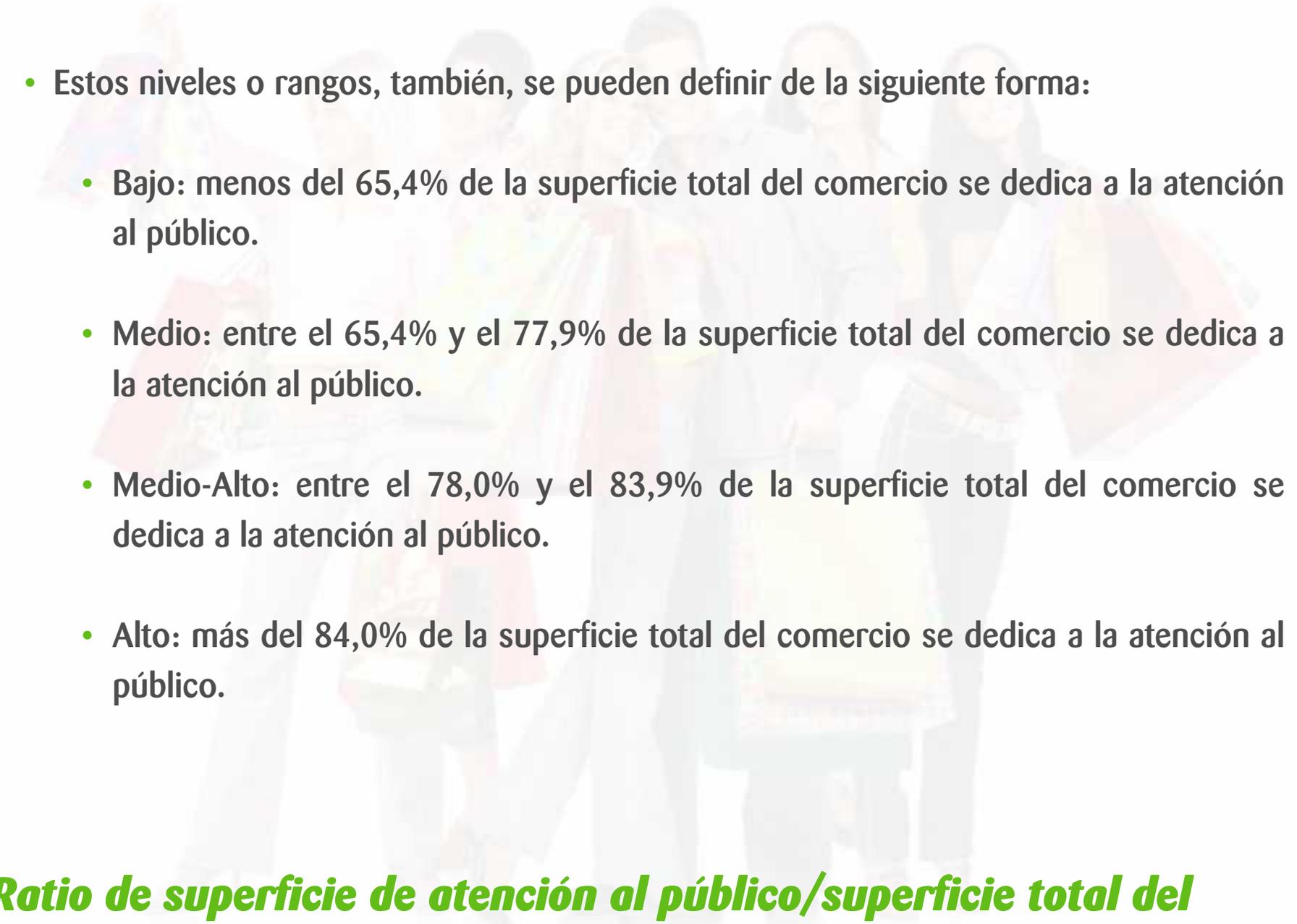
*D.4: Superficie del comercio mayorista vasco dedicada  
a la atención al público (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



- El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar la superficie de atención dedicada al público y la superficie total de cada uno de los comercios mayoristas vascos.
- El ratio genera una puntuación, segmenta y clasifica a los comercios mayoristas vascos en cuatro niveles o rangos. Estos niveles se calculan de la siguiente manera:
  - Bajo ( $< - 0,25$  desviación típica de la media del índice 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)

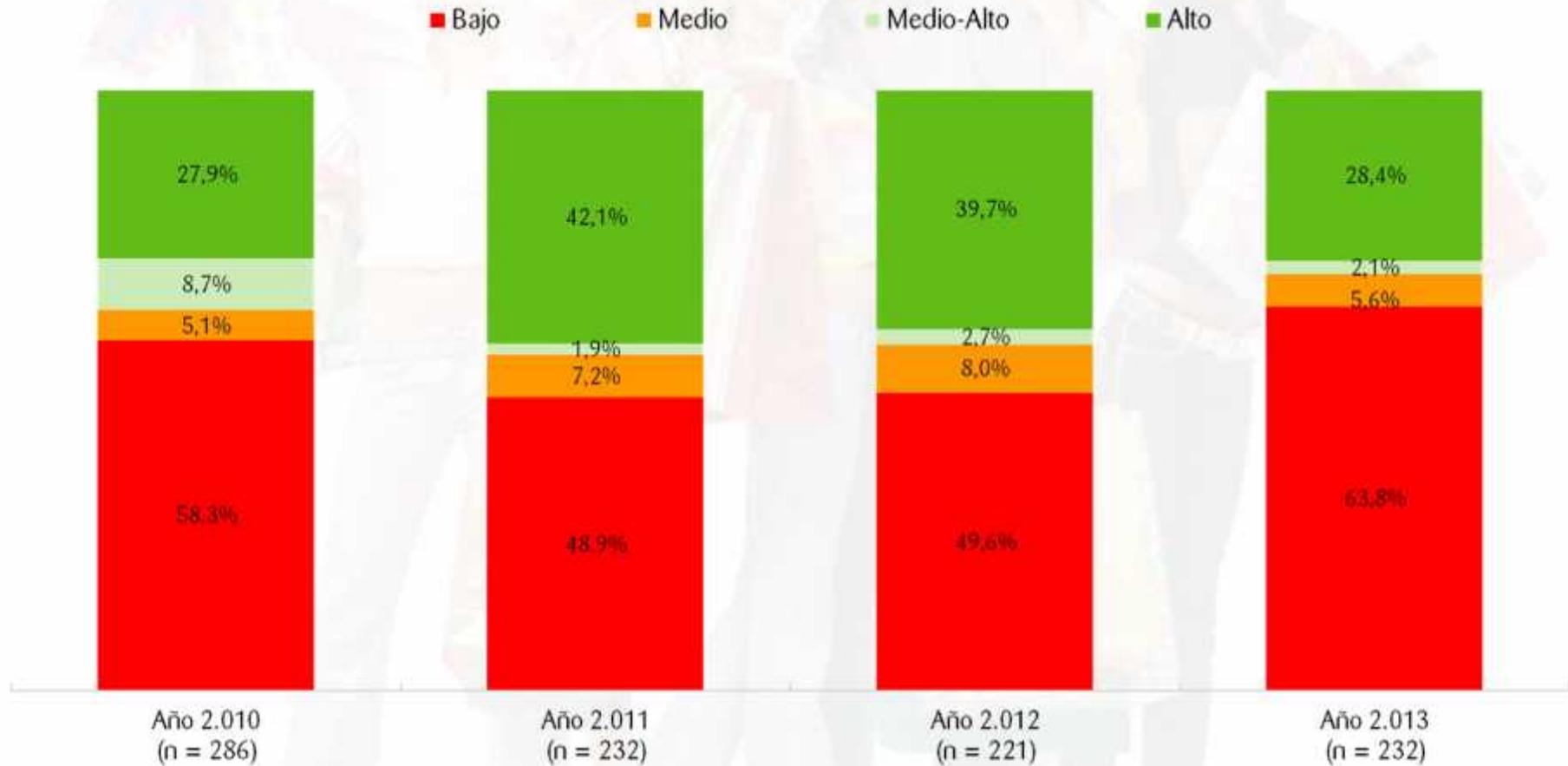
***Ratio de superficie de atención al público/superficie total del comercio: definición***

- 
- 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***

*Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio mayorista*

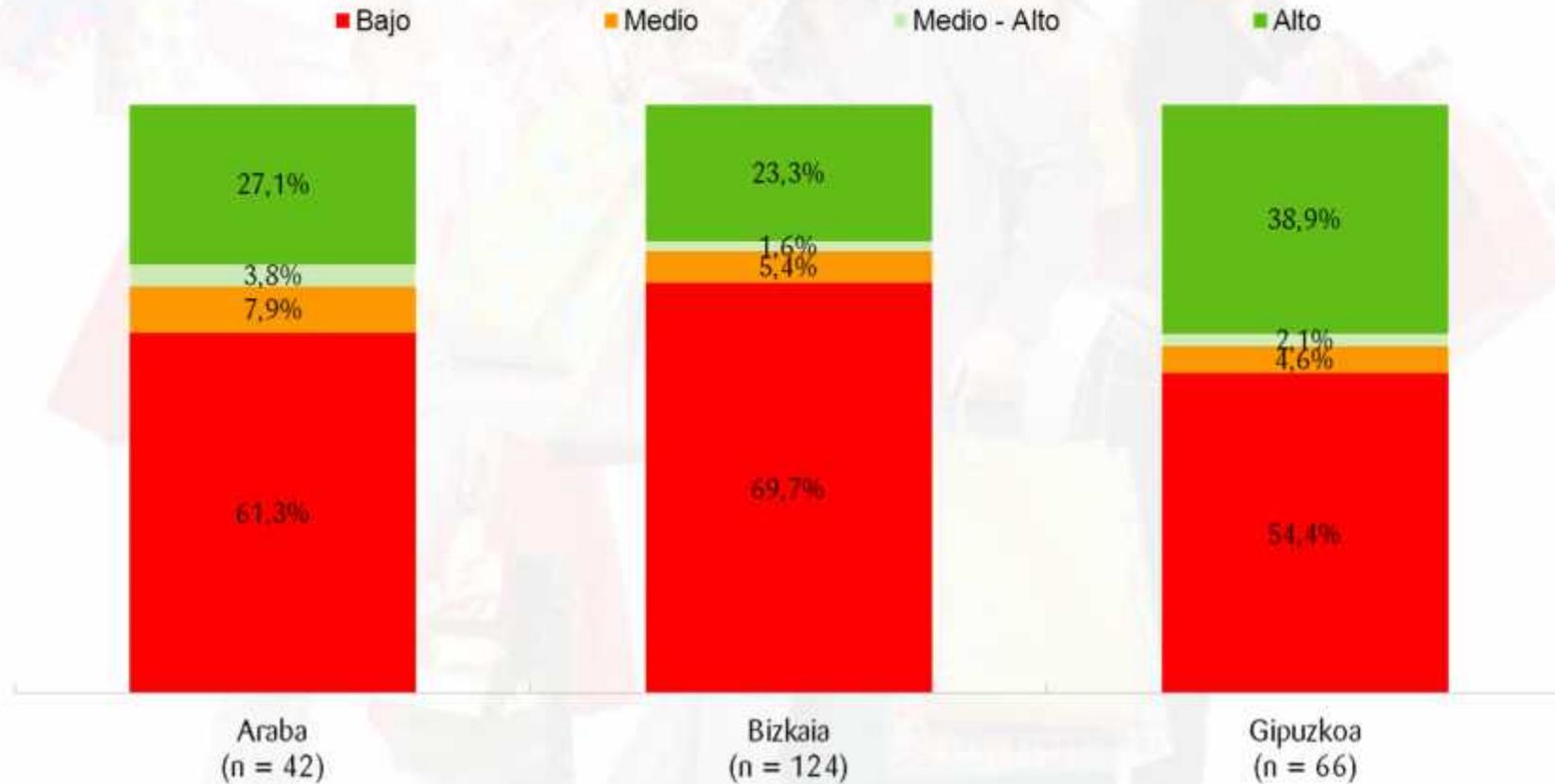
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



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

*Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio mayorista (año 2013)*

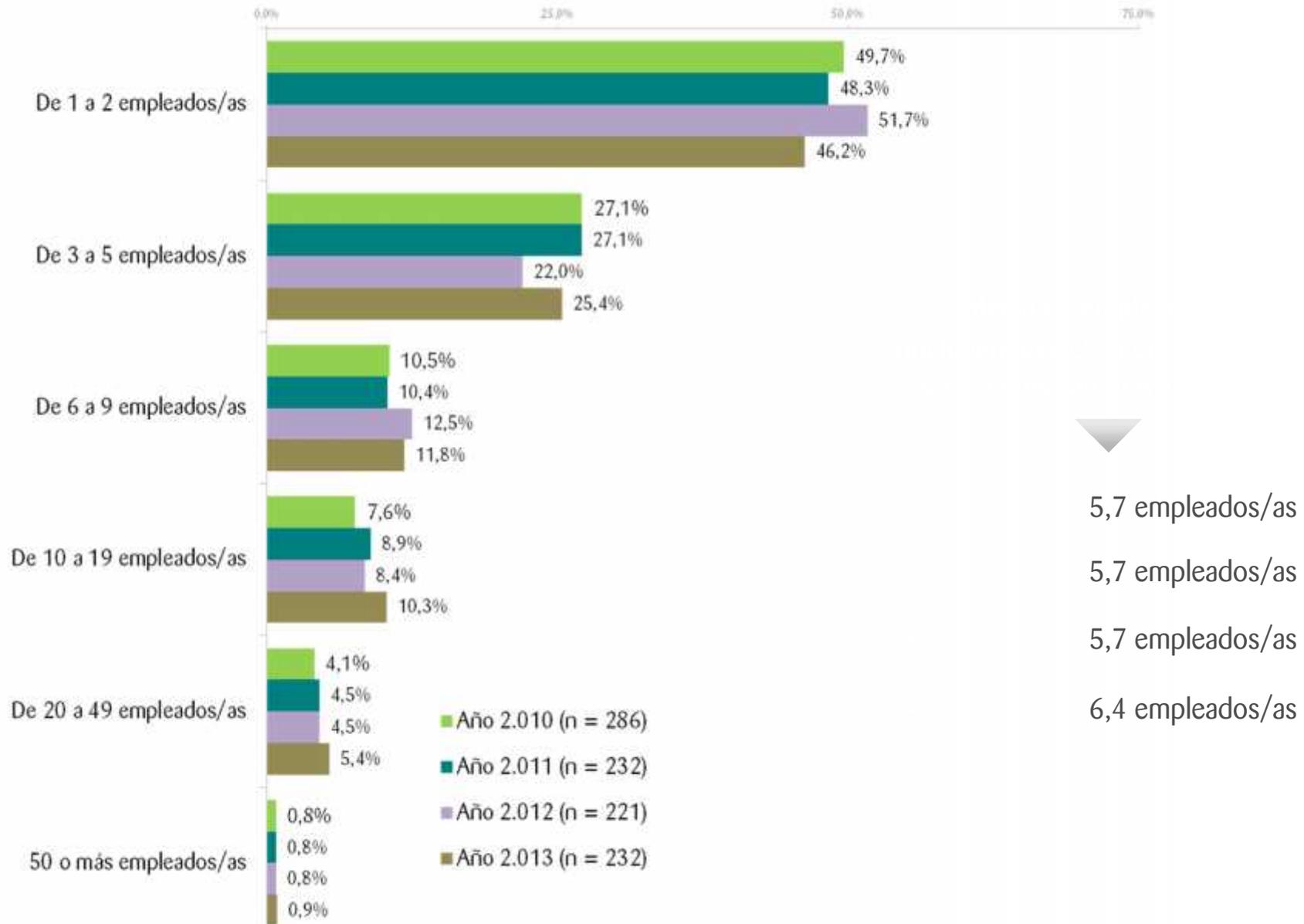
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



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

***“Tamaño del comercio  
mayorista vasco: número de  
empleados/as”***

*P.4: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



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

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

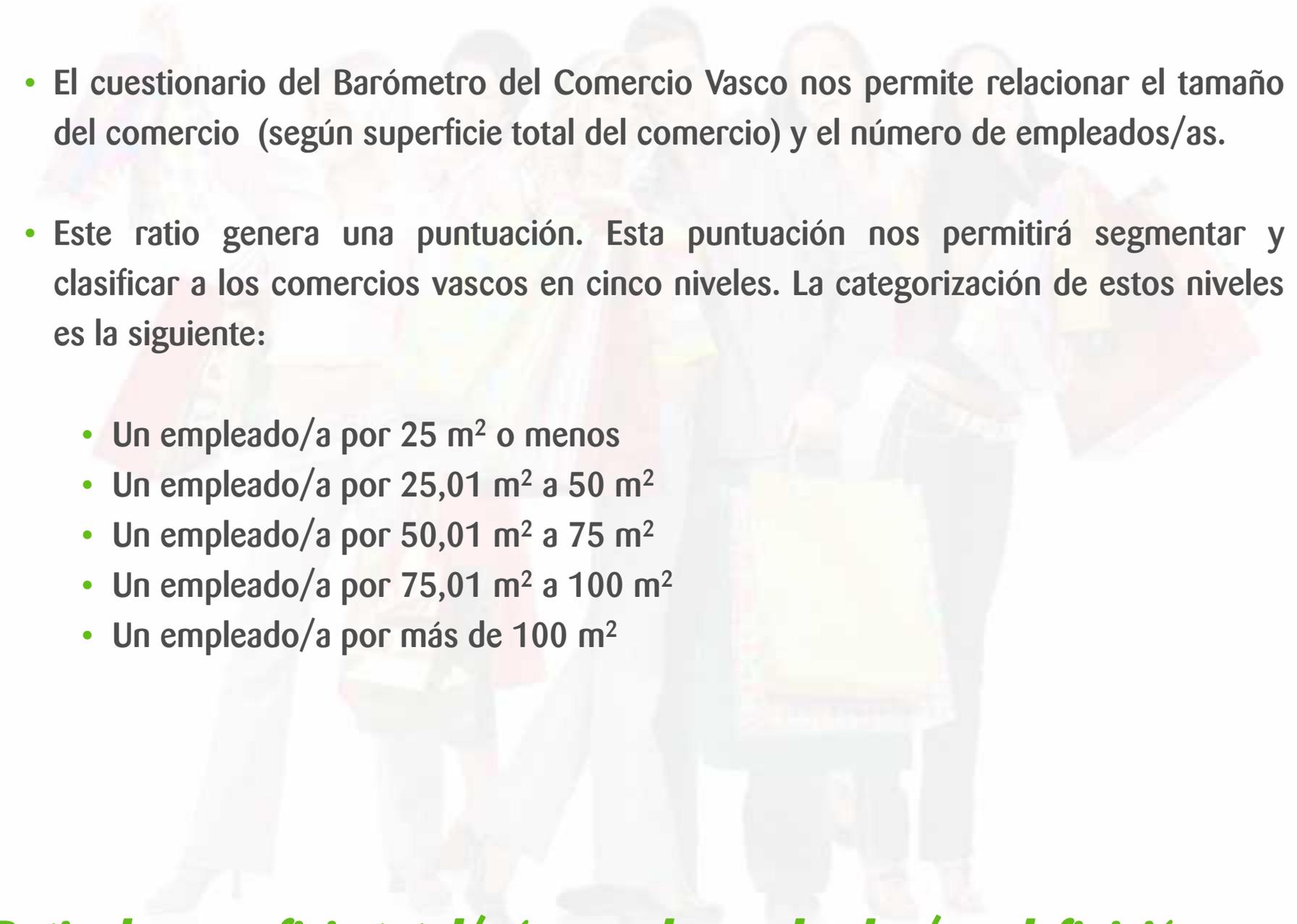
**Distribución del número de empedados/as según criterio de la Unión Europea**

	<b>Año 2010 (n=286)</b>	<b>Año 2011 (n=232)</b>	<b>Año 2012 (n = 221)</b>	<b>Año 2013 (n=232)</b>
<b>Microempresa (&lt; 10 empleados/as)</b>	87,4%	85,8%	86,3%	83,4%
<b>Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)</b>	11,8%	13,4%	12,9%	15,7%
<b>Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)</b>	0,8%	0,8%	0,8%	0,9%

*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme  
(año 2.012)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
<b>Microempresa (&lt; 10 empleados/as)</b>	87,1%	82,6%	82,4%
<b>Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)</b>	11,6%	16,5%	16,8%
<b>Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)</b>	1,3%	0,8%	0,8%

- 
- El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar el tamaño del comercio (según superficie total del comercio) y el número de empleados/as.
  - Este ratio genera una puntuación. Esta puntuación nos permitirá segmentar y clasificar a los comercios vascos en cinco niveles. La categorización de estos niveles es la siguiente:
    - Un empleado/a por 25 m<sup>2</sup> o menos
    - Un empleado/a por 25,01 m<sup>2</sup> a 50 m<sup>2</sup>
    - Un empleado/a por 50,01 m<sup>2</sup> a 75 m<sup>2</sup>
    - Un empleado/a por 75,01 m<sup>2</sup> a 100 m<sup>2</sup>
    - Un empleado/a por más de 100 m<sup>2</sup>

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

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



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

*Ratio de superficie total del comercio mayorista según número de empleados/as (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Un empleado/a por 25 m <sup>2</sup> o menos	8,6%	11,5%	15,5%
Un empleado/a por 25,01 m <sup>2</sup> a 50 m <sup>2</sup>	19,1%	21,7%	15,4%
Un empleado/a por 50,01 m <sup>2</sup> a 75 m <sup>2</sup>	16,2%	14,3%	9,6%
Un empleado/a por 75,01 m <sup>2</sup> a 100 m <sup>2</sup>	10,5%	16,0%	15,3%
Un empleado/a por más de 100 m <sup>2</sup>	45,6%	36,5%	44,1%
MEDIA (empleado/a m <sup>2</sup> )	255,9 m <sup>2</sup>	174,4 m <sup>2</sup>	153,8 m <sup>2</sup>

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

# 1.3.2.

***“Antigüedad y renovación del comercio”***

*P.22: Año de apertura del comercio mayorista*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

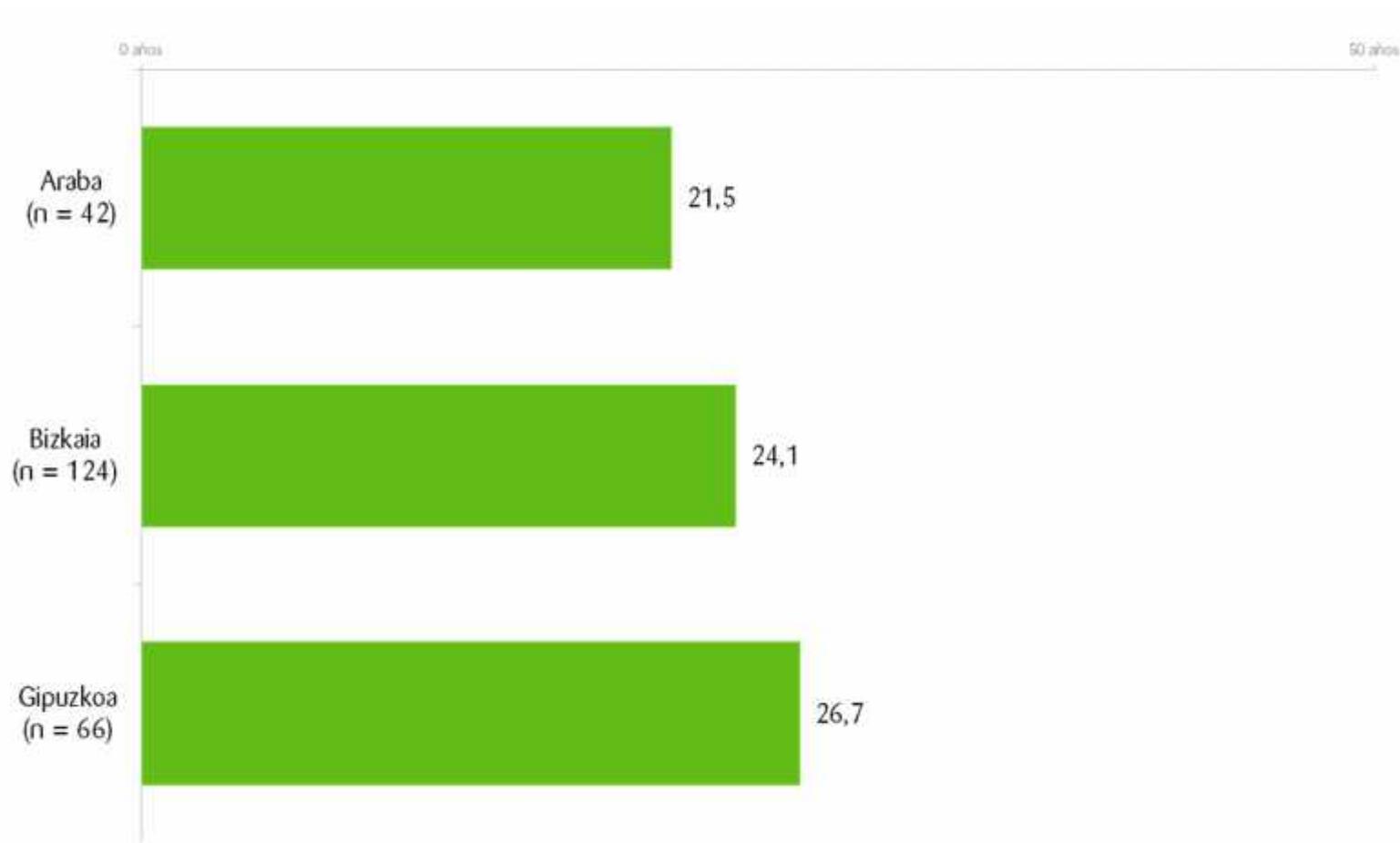
	Año 2.010 (n=286)	Año 2.011 (n=232)	Año 2.012 (n=221)	Año 2.013 (n=232)
Hasta 5 años	11,2%	5,2%	4,4%	5,1%
De 6 a 8 años	13,2%	12,3%	9,1%	5,0%
De 9 a 10 años	7,1%	6,0%	10,2%	7,6%
De 11 a 13 años	12,5%	15,4%	10,7%	10,9%
De 14 a 17 años	10,2%	13,2%	11,1%	12,4%
De 18 a 20 años	9,1%	6,4%	8,1%	11,3%
De 21 a 25 años	10,3%	11,1%	13,1%	11,5%
De 26 a 30 años	8,1%	7,9%	10,4%	11,0%
De 31 a 45 años	12,0%	15,6%	17,2%	14,0%
Más de 45 años	2,0%	4,3%	5,7%	9,8%
No concreta respuesta	---	2,5%	---	1,3%

▼

20,0 años  
20,5 años  
22,4 años  
24,4 años

*P.22: Antigüedad media del comercio mayorista (año 2013)*

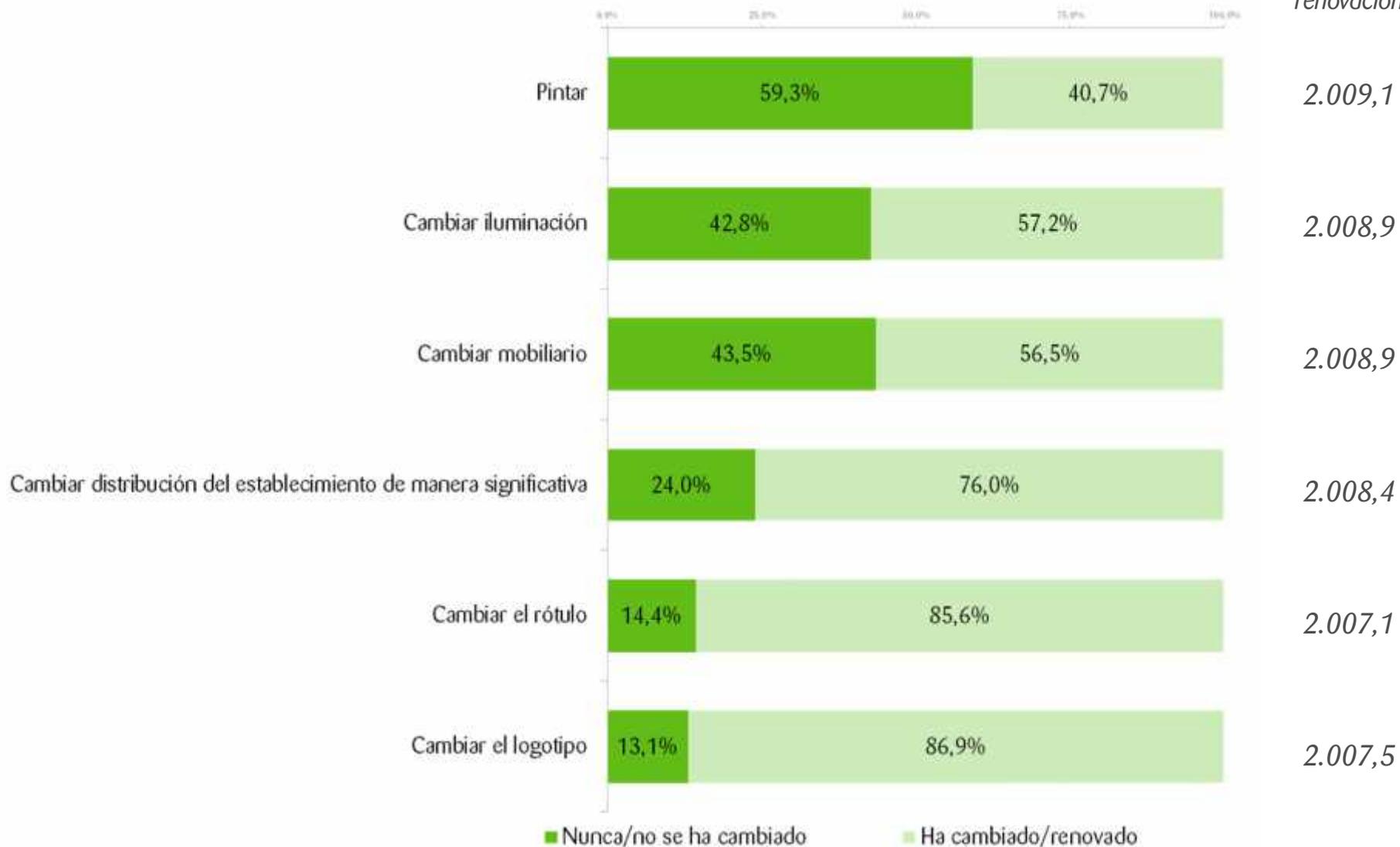
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



P.24: De las reformas, cambios que le cito a continuación, ¿me podría decir el año de la última realización de cada una de ellas? (año 2013)

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

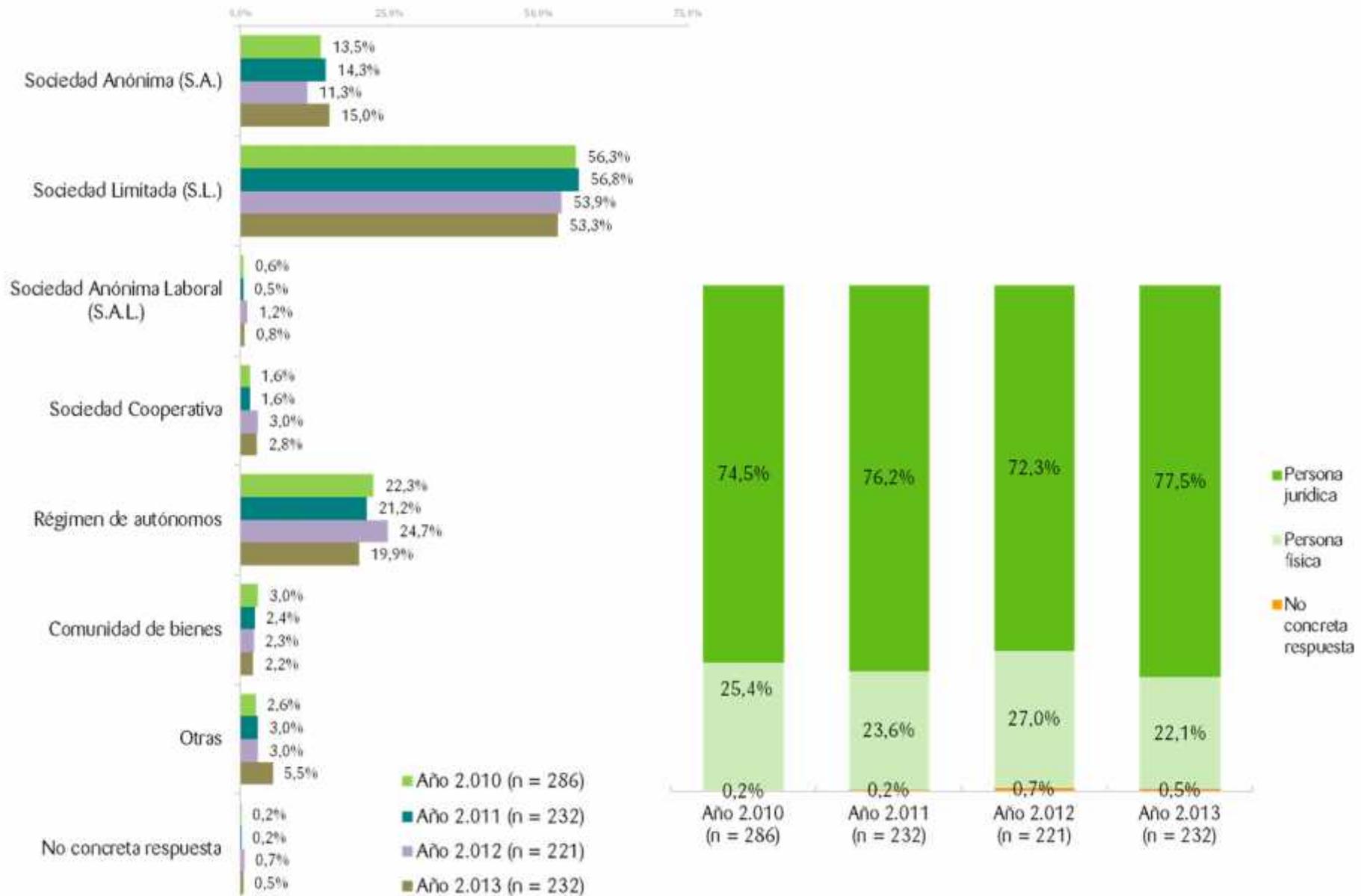
Media última renovación



# 1.3.3.

***“Forma jurídica del comercio”***

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



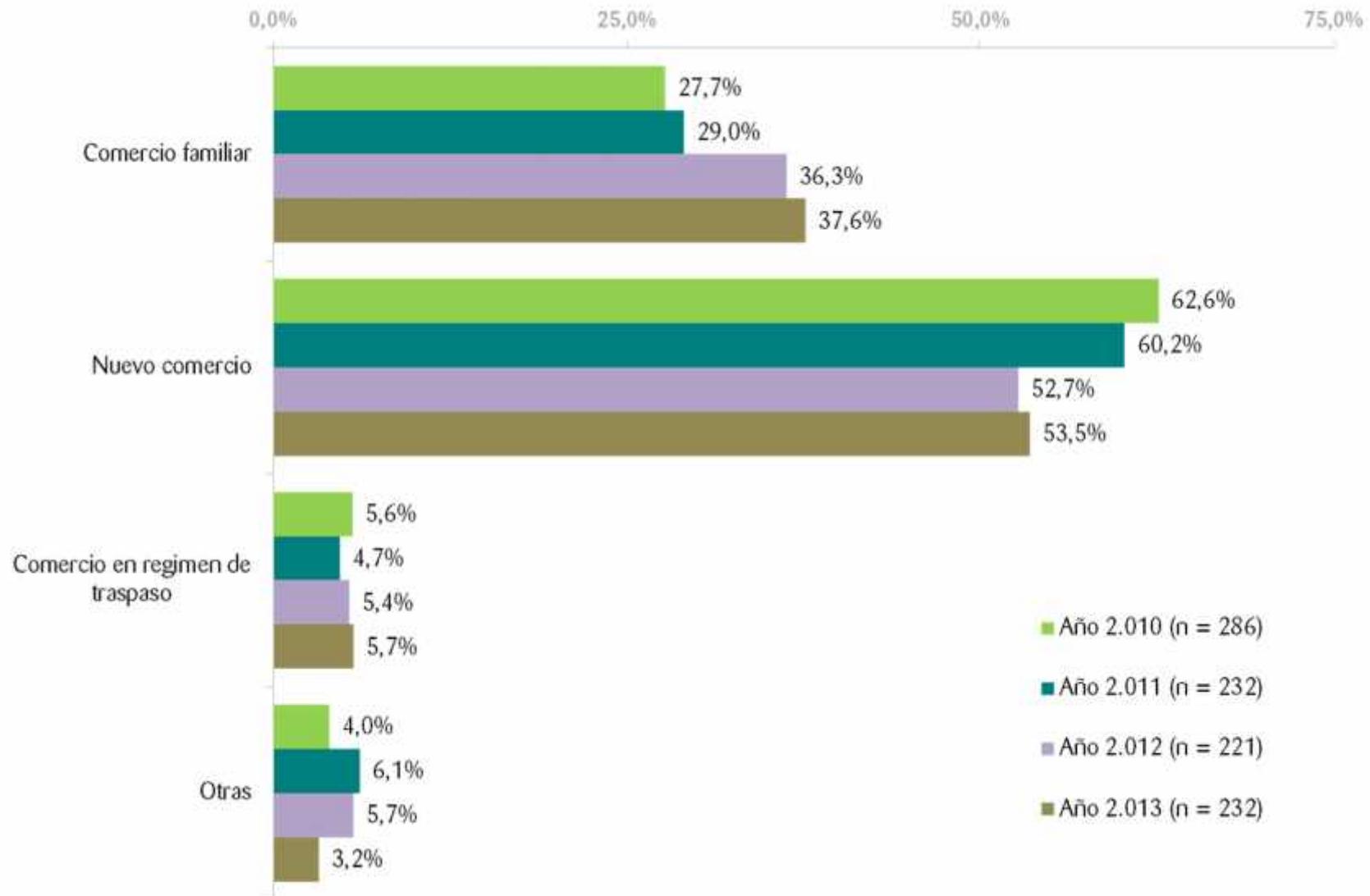
*D.5: Forma jurídica del comercio mayorista vasco (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Persona jurídica	77,2%	75,1%	82,1%
Persona física	21,6%	24,5%	17,9%

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

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



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

*P.23: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?\**  
(año 2013)

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Comercio familiar	31,8%	41,4%	34,1%
Comercio en régimen de traspaso	12,5%	3,7%	5,2%
Nuevo comercio	45,9%	53,5%	58,4%
Otras	9,9%	1,4%	230,0%

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

# 1.3.4.

## *“Horario del comercio”*

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

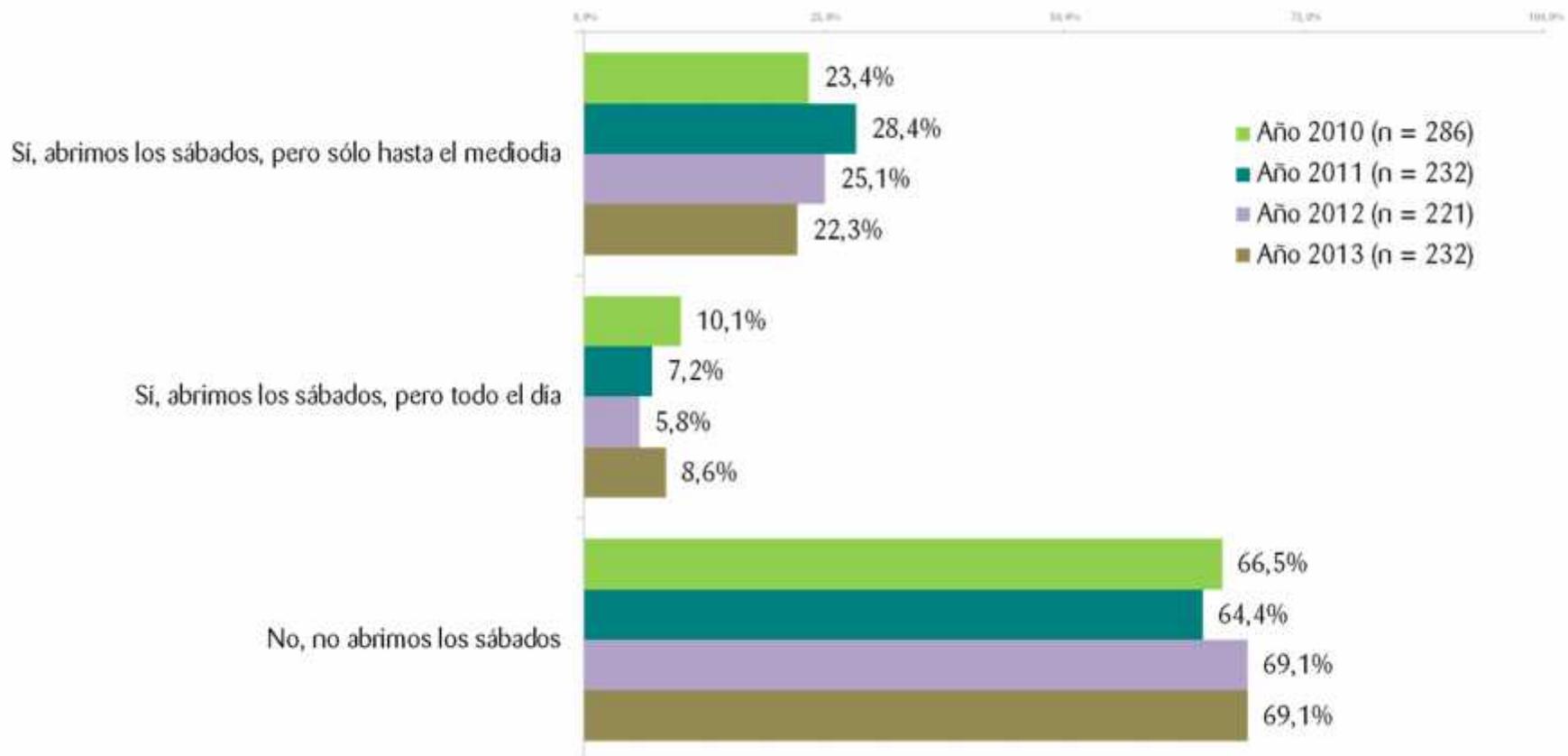


*P.1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?  
(año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Horario partido	79,1%	77,0%	78,1%
Horario continuo	20,9%	23,0%	21,9%

*P.2: Su comercio, negocio ¿abre los sábados?\**  
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



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

*P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?\** (año 2013)

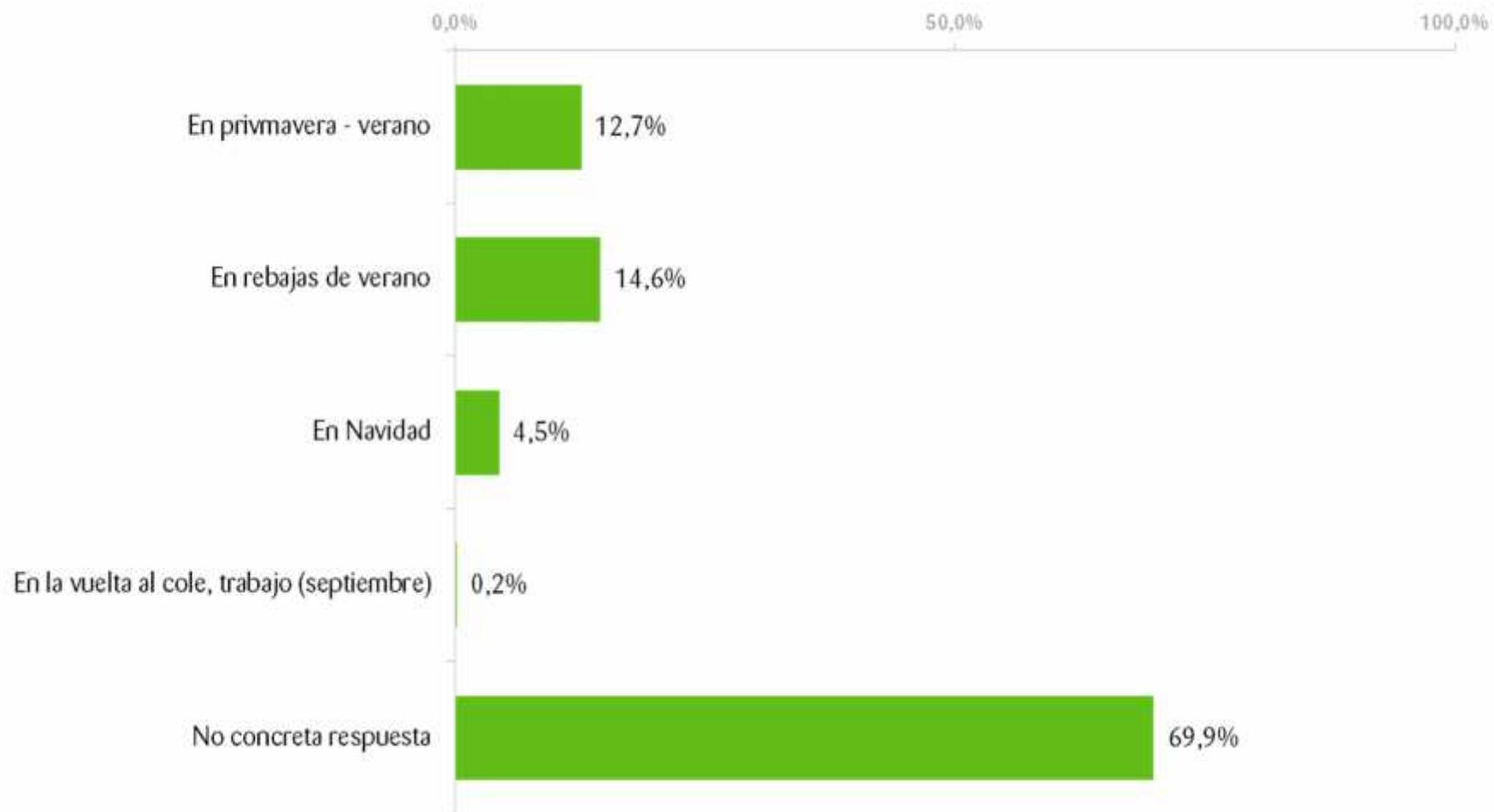
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	26,1%	18,3%	27,4%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	8,7%	10,6%	4,8%
No, no abrimos los sábados	65,2%	71,2%	67,8%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una 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 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

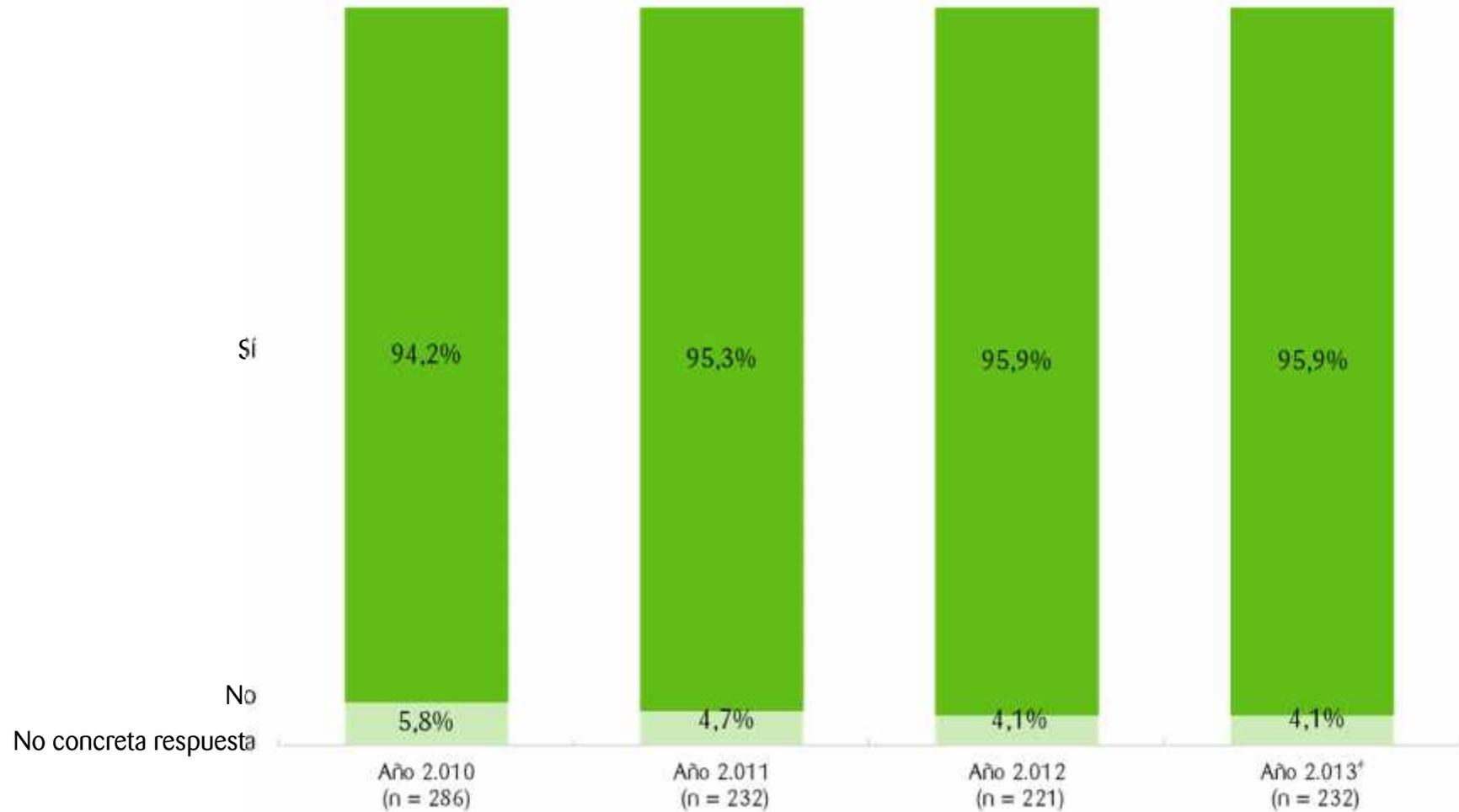


# 1.3.5.

## ***“Presencia de las Tic’s en el comercio”***

***“Grado de presencia del ordenador en  
el comercio mayorista vasco”***

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



\* Se tienen en cuenta tanto ordenadores portátiles como de sobremesa, tablets, TPV

*D.6: ¿Disponen de ordenador en su negocio? (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



*D.6A/D.6B/D.6C: Tecnologías de que disponen / Número / Año de adquisición*

		Número		
		Más reciente	Más antiguo	
PCs de sobremesa	91,3%	4,2	2009,5	2006,0
Portátiles	40,3%	1,9	2010,2	2008,3
Tablets	14,4%	1,9	2011,9	2011,0
TPV (CPU, pantalla y/o caja...)	20,0%	1,7	2009,4	2007,8

# ***“Grado de presencia de internet en el comercio mayorista vasco”***

*D.7: ¿Tienen conexión a internet?*

*Base: Comercios mayoristas que disponen de ordenador*

*Disponibilidad de internet*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



*D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2013)*

*Base: 221 comercios mayoristas que disponen de ordenador*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 40)	Bizkaia (n = 120)	Gipuzkoa (n = 61)
Sí, banda ancha (ADSL, cable o fibra óptica)	91,3%	98,0%	97,7%
Sí, banda estrecha (Modem, RTB, RTI o RDSI)	5,6%	0,9%	0,8%
No	3,1%	1,1%	1,5%

***“Grado de presencia de programas de gestión de la actividad comercial”***

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

*Base: 221 Comercios mayoristas que disponen de ordenador*



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

*D.8: ¿Dispone de algún programa informático para la gestión parcial o total de su comercio/negocio?\** (año 2013)

*Base: 221 comercios mayoristas que disponen de ordenador*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 40)	Bizkaia (n = 120)	Gipuzkoa (n = 61)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	48,3%	57,5%	60,2%
Sí, es un programa informático estándar	47,4%	37,3%	32,5%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	4,3%	5,2%	7,3%

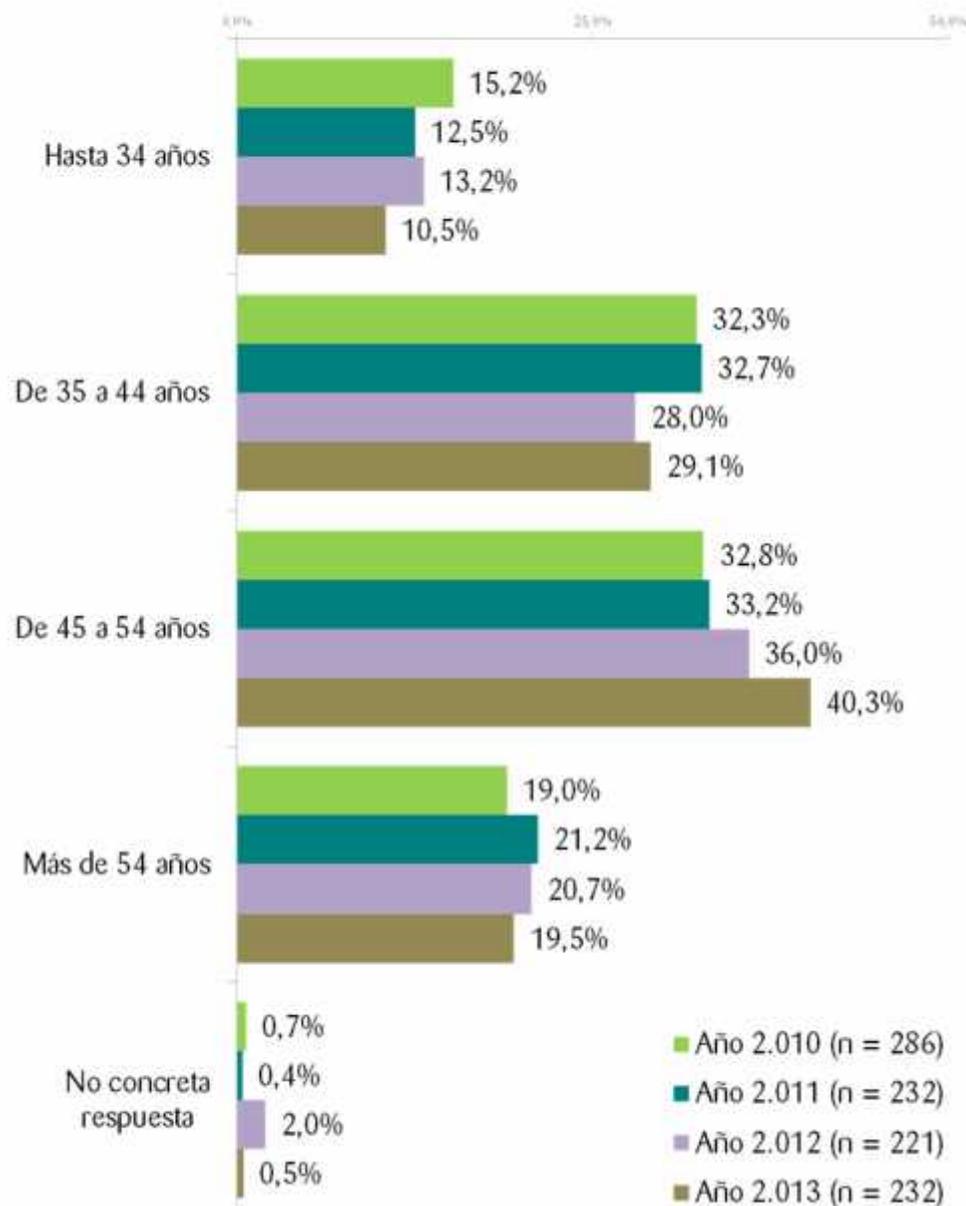
\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

# 1.4.

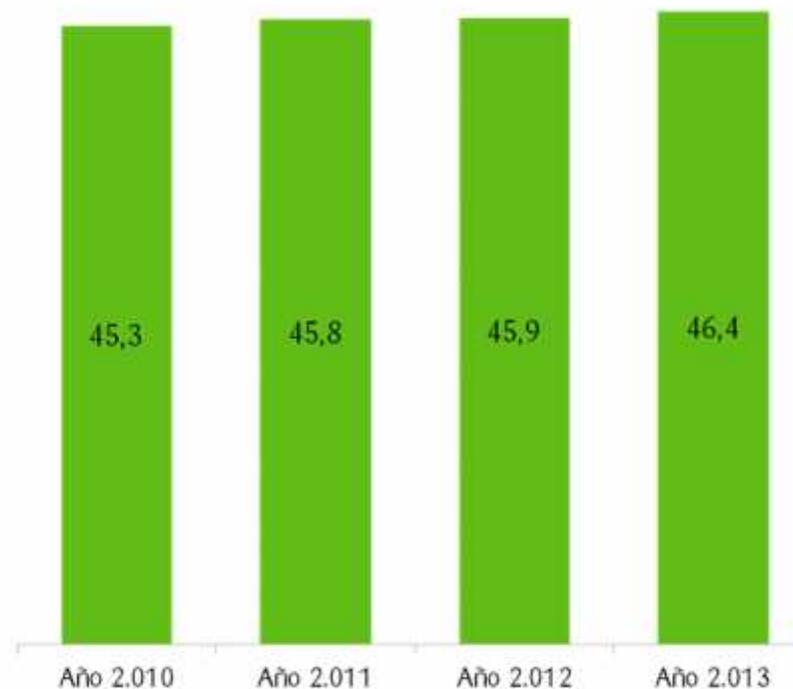
## ***“Perfil del responsable del comercio”***

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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



**EDAD MEDIA**

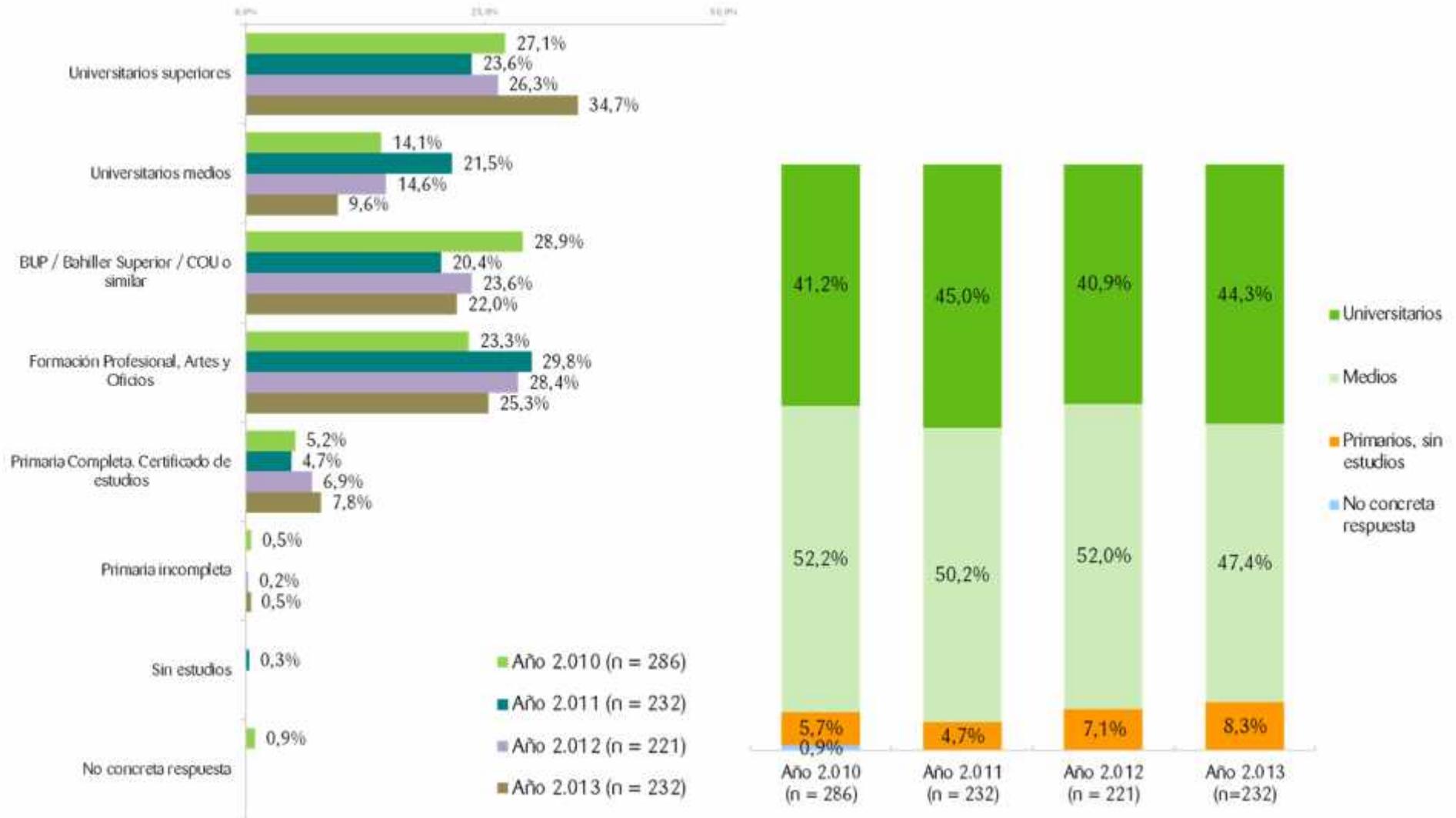


*D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio mayorista vasco (año 2013)*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



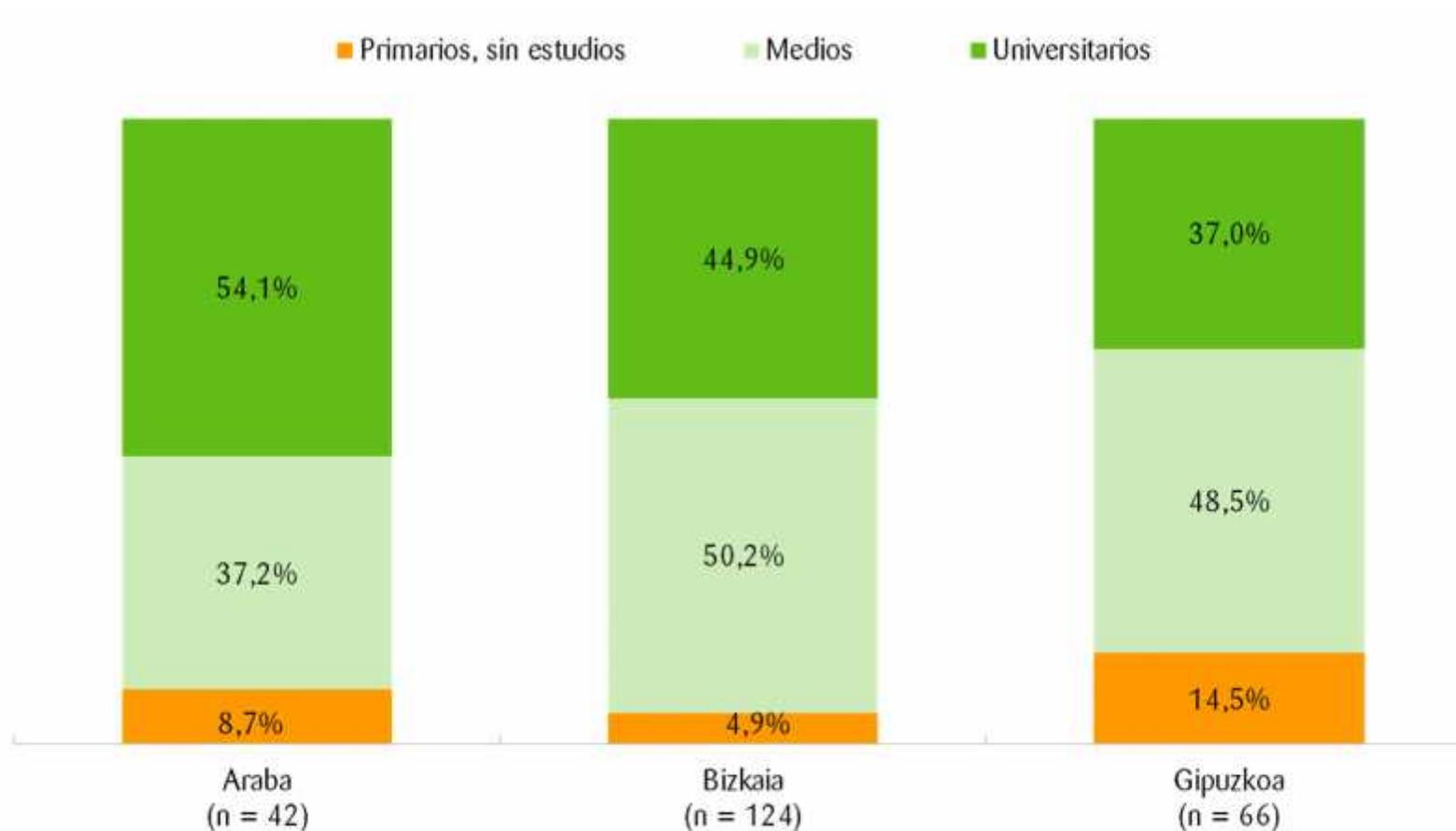
D.2: Nivel de estudios\*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



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

*D.2: Nivel de estudios\* (año 2013)*  
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



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

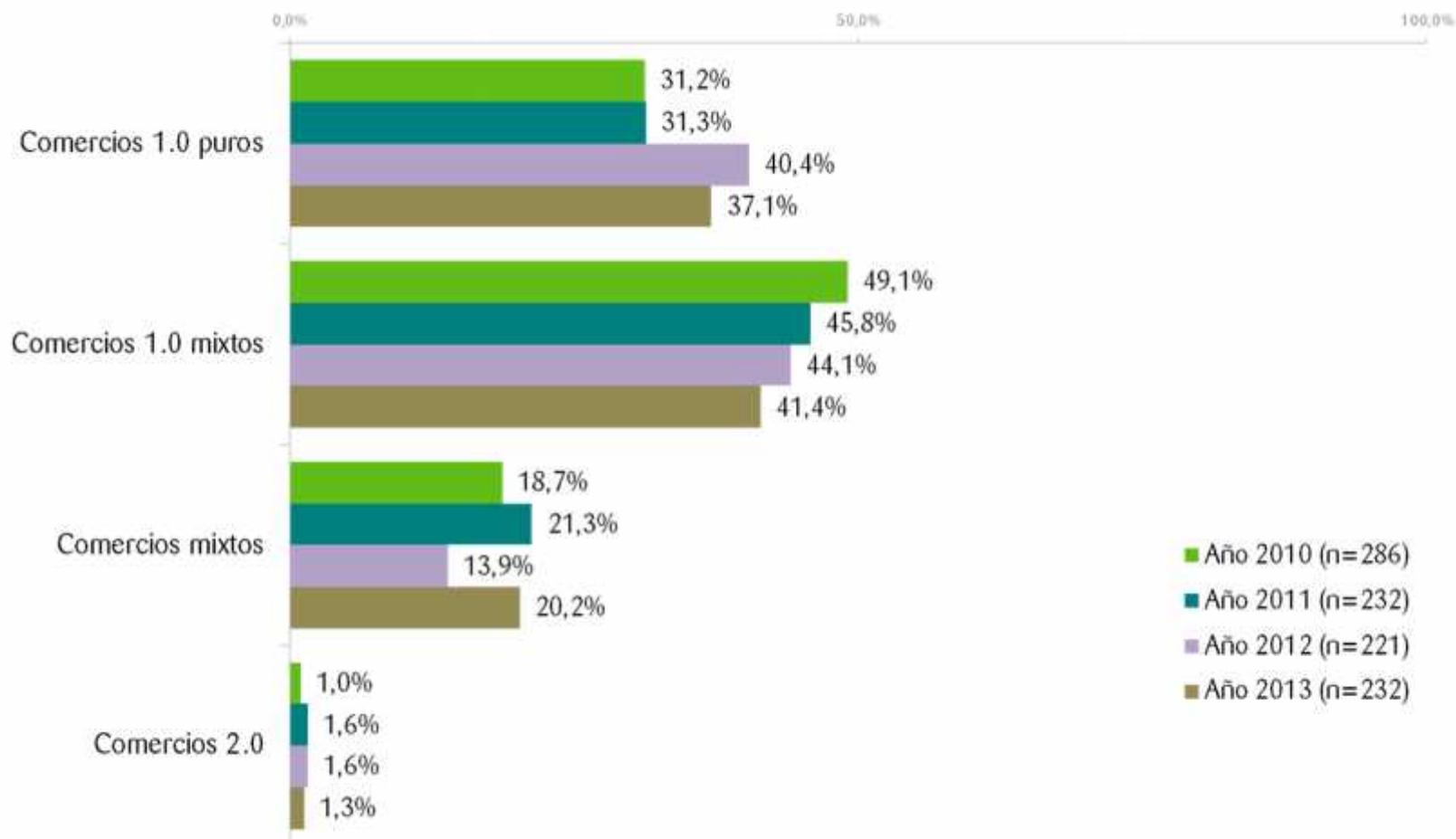
# 1.5.

## ***“Estilos de actividad comercial”***

- Los estilos de actividad comercial es un ratio calculado que nos permite segmentar a los comercios mayoristas vascos.
  - Este ratio de estilos de actividad comercial se calcula a partir de los ítems de las preguntas P.32 y P.33. Así partimos de dos grandes estilos de actividad comercial: “Estilo de comercios 1.0” y “Estilo de comercios 2.0”
- 
- Mantener una clientela fiel (P.34)
  - Conocer bien el producto (P.34)
  - Tener una historia, prestigio por años en la actividad comercial (P.35)
  - Tener una atención diferenciada (P.35)
  - Asumir riesgos, no tener miedo a fracasar (P.34)
  - Escuchar más a mis clientes (P.34)
  - Estar en red, conectados con otros comercios (P.35)
  - Tener una página web como comercio (P.35)

- 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 mayoristas vascos, nos permite establecer la siguiente segmentación:
  - Comercios 1.0 puntos. En P.34 y P.35 elige los ítems de estilos comerciales 1.0 (Puntuación de 2).
  - Comercios 1.0 mixtos. Elección en una pregunta de ítems de estilos comerciales 1.0 y en otra de ítems mixtos (Puntuación de 3).
  - Comercios mixtos (Puntuación de 4)
  - Comercios 2.0 o bien en P.34 y P.35 elige los ítems de estilos comerciales 2.0 (puntuación de 6), o bien en una pregunta elige ítems de estilos comerciales 2.0 y en otro ítems mixtos (puntuación de 5).

*P.34-P.35.: Estilos de actividad comercial*  
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



*P.34-P.35: Estilos de actividad comercial (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Comercios 1.0 puros	33,6%	37,9%	37,8%
Comercios 1.0 mixtos	44,3%	40,1%	42,2%
Mixtos	20,8%	21,2%	17,8%
Comercios 2.0	1,3%	0,8%	2,2%

*P.36: Jerarquización de los distintos aspectos valorados desde la perspectiva del cliente\*  
(año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	<b>Año 2.010 (n=286)</b>	<b>Año 2.011 (n=232)</b>	<b>Año 2.012 (n = 221)</b>	<b>Año 2.013 (n = 232)</b>
<b>Servicio/Atención</b>	3,8	4,2	4,1	3,8
<b>Confianza</b>	3,6	3,6	3,6	3,4
<b>Precio</b>	3,5	3,5	3,6	3,7
<b>Tiempo</b>	2,3	1,7	1,9	2,2
<b>Cercanía/Ubicación</b>	2,1	2,0	1,9	2,0

Primer aspecto  
Segundo aspecto  
Tercer aspecto  
Cuarto aspecto  
Quinto aspecto

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

A grid of fashion illustrations in various styles, including dresses, suits, and accessories, arranged in a 3x3 grid. The illustrations are rendered in a soft, painterly style with muted colors. A large green number '2.' is overlaid in the center of the grid.

# 2.

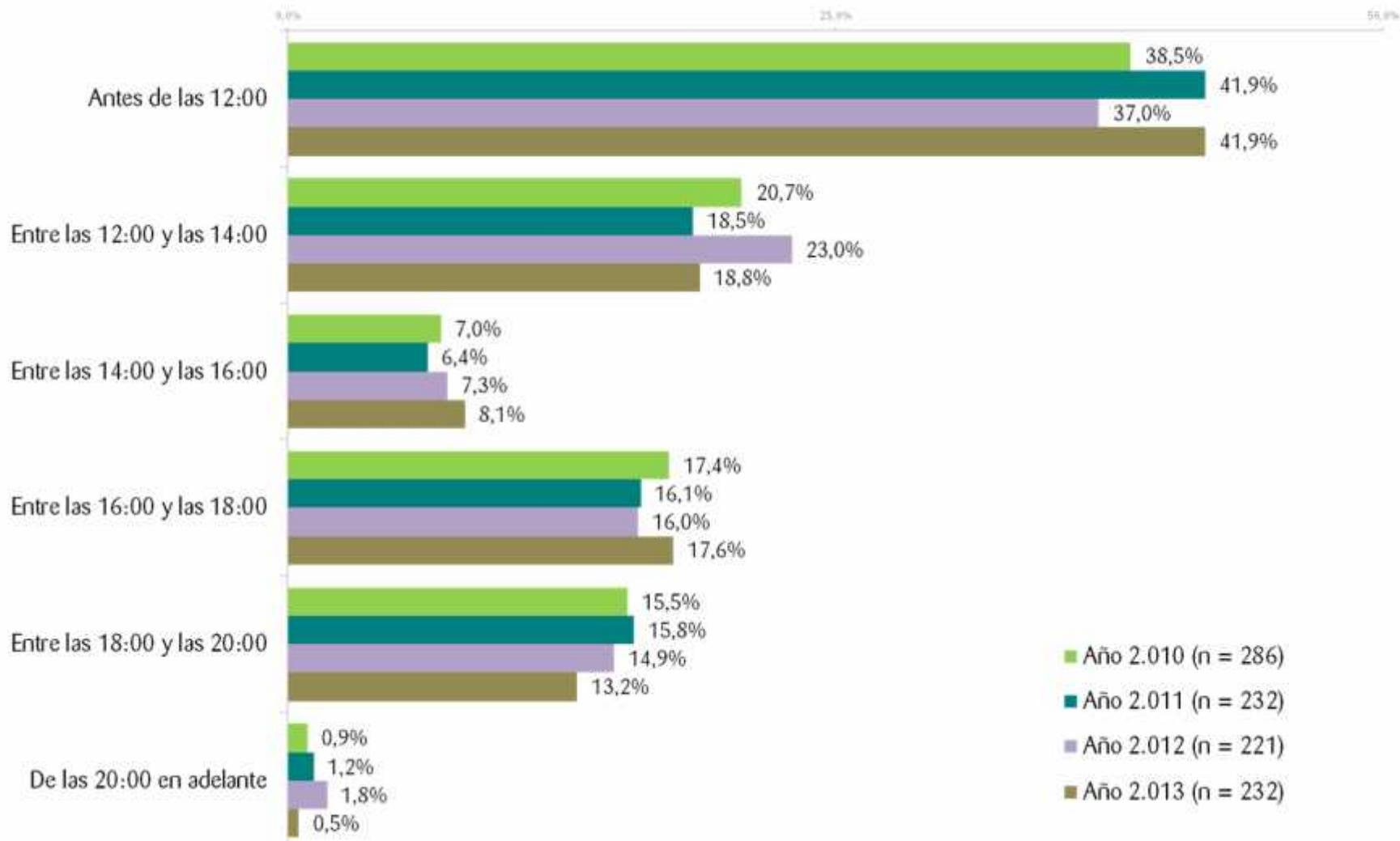
***“Las ventas del comercio  
mayorista vasco ”***

# 2.1.

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

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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



\* 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 2013)*

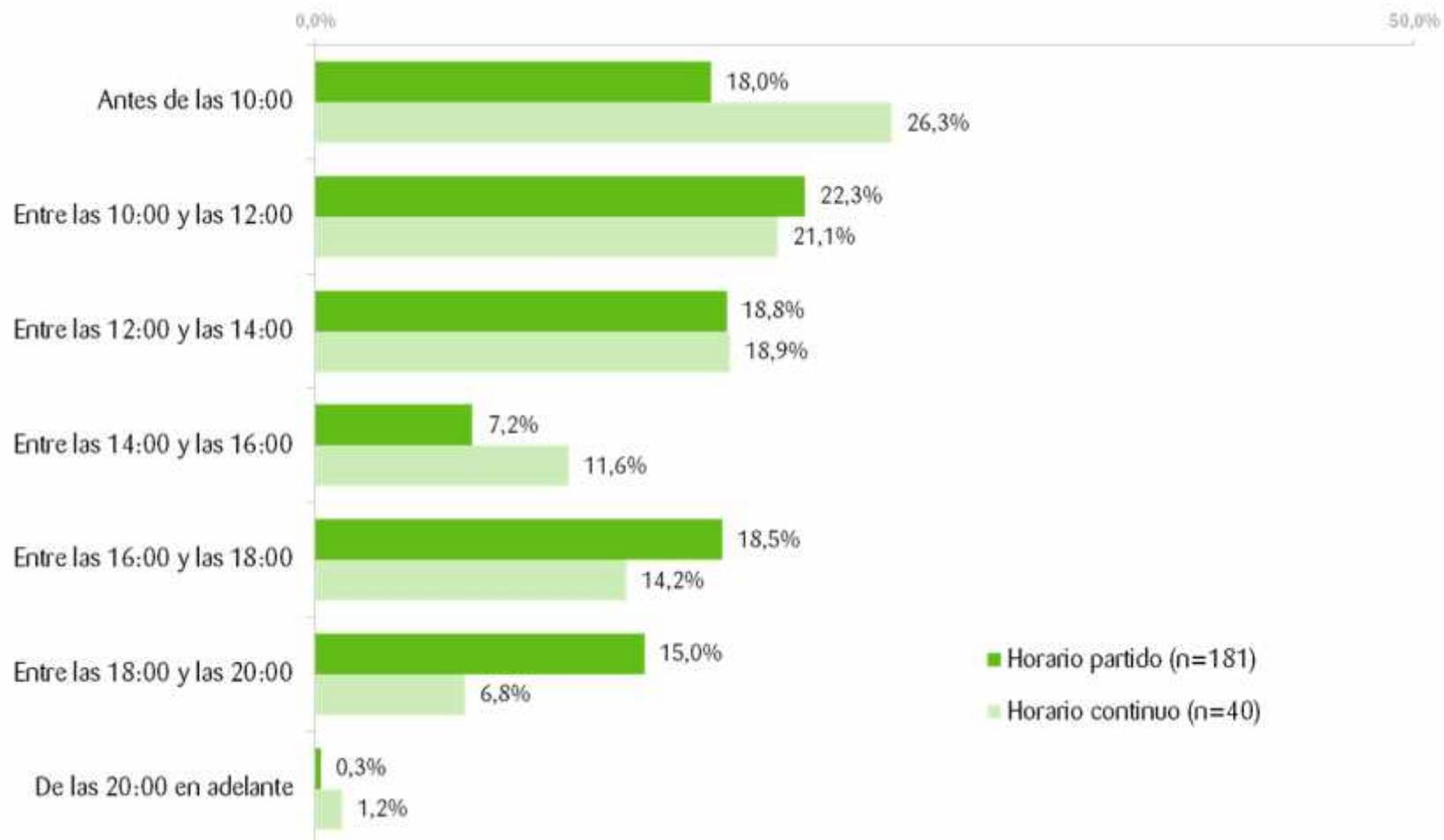
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Antes de las 10:00	22,3%	18,9%	20,3%
Entre las 10:00 y las 12:00	20,9%	22,5%	21,8%
Entre las 12:00 y las 14:00	17,9%	18,8%	19,3%
Entre las 14:00 y las 16:00	7,4%	8,5%	8,0%
Entre las 16:00 y las 18:00	15,5%	17,7%	18,6%
Entre las 18:00 y las 20:00	15,5%	13,1%	11,8%
De las 20:00 en adelante	0,6%	0,5%	0,3%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

*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 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

# 2.2.

## ***“Las ventas a lo largo de la semana”***

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

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



*P.11: Y, durante el año 2.012, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2013)*

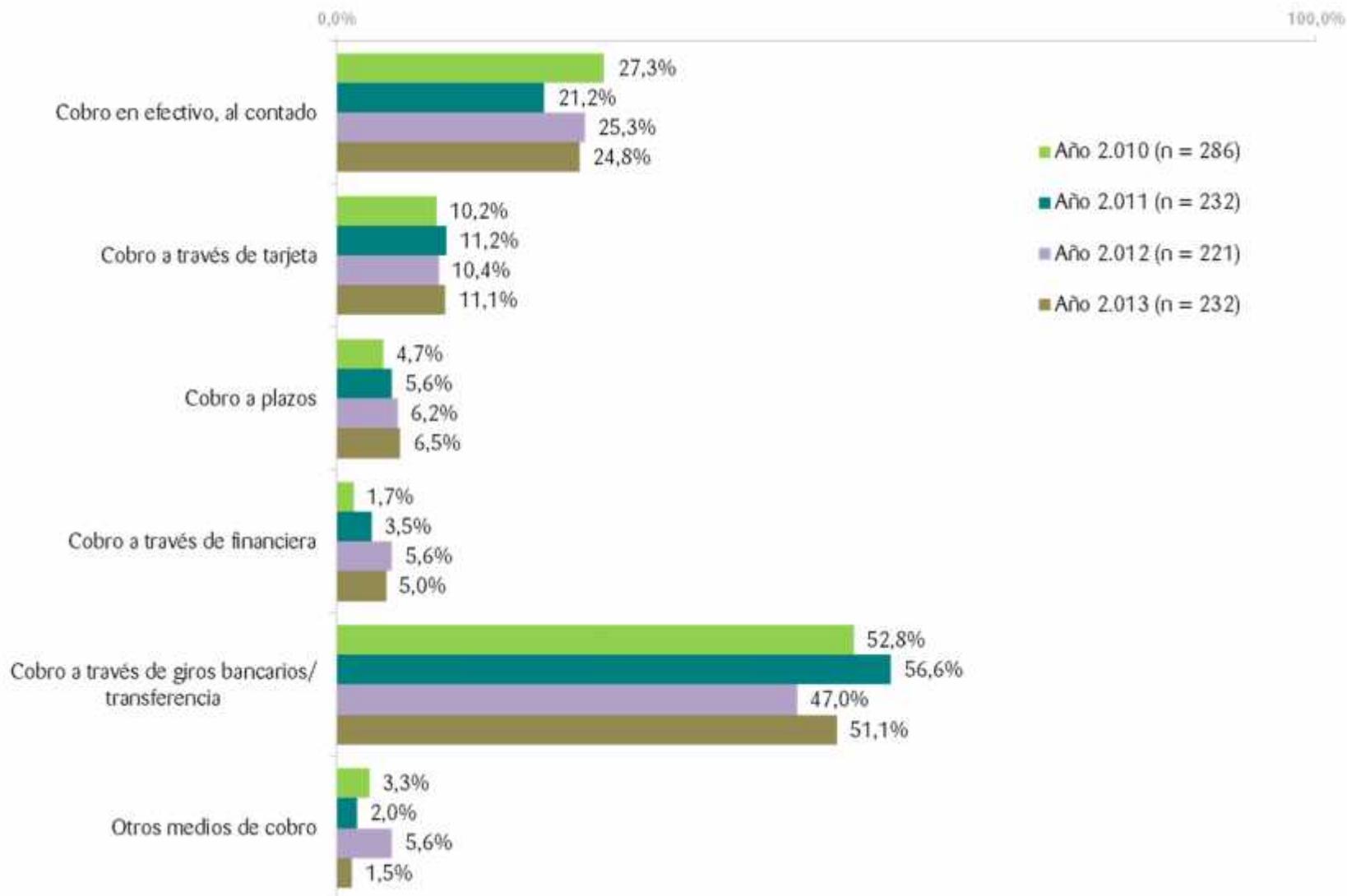
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
<b>Lunes</b>	<b>23,1%</b>	<b>21,0%</b>	<b>22,3%</b>
<b>Martes</b>	<b>15,9%</b>	<b>19,0%</b>	<b>16,9%</b>
<b>Miércoles</b>	<b>17,1%</b>	<b>19,0%</b>	<b>17,9%</b>
<b>Jueves</b>	<b>19,2%</b>	<b>18,7%</b>	<b>17,9%</b>
<b>Viernes</b>	<b>19,0%</b>	<b>18,0%</b>	<b>18,2%</b>
<b>Sábado</b>	<b>4,9%</b>	<b>3,9%</b>	<b>4,5%</b>
<b>Domingo</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,4%</b>	<b>2,3%</b>

# 2.3.

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

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



*P12: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Efectivo, al contado	26,7%	22,8%	27,4%
Tarjeta	13,3%	11,7%	8,6%
A plazos	4,7%	7,4%	5,8%
A través de financiera	5,1%	3,9%	7,0%
A través de giros/transferencias	49,1%	53,2%	48,6%
Otros medios de pago	1,0%	1,1%	2,5%

A background collage of fashion-related images, including models in various outfits, a handbag, and a hat, all in a faded, artistic style. The images are arranged in a grid-like pattern.

# 3.

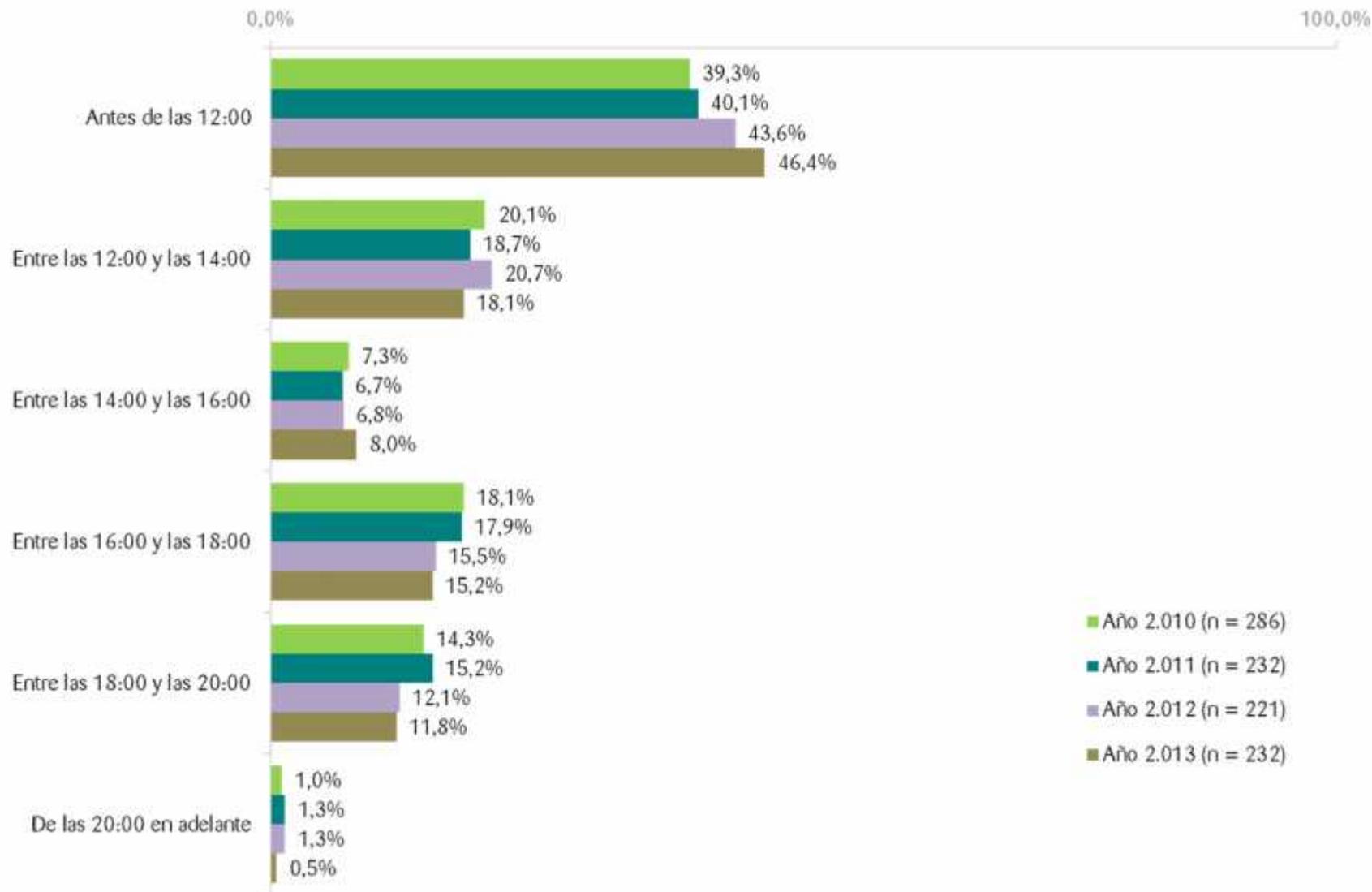
***“La afluencia de clientes y visitantes ”***

# 3.1.

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

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

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

*P.17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?\* (año 2013)*

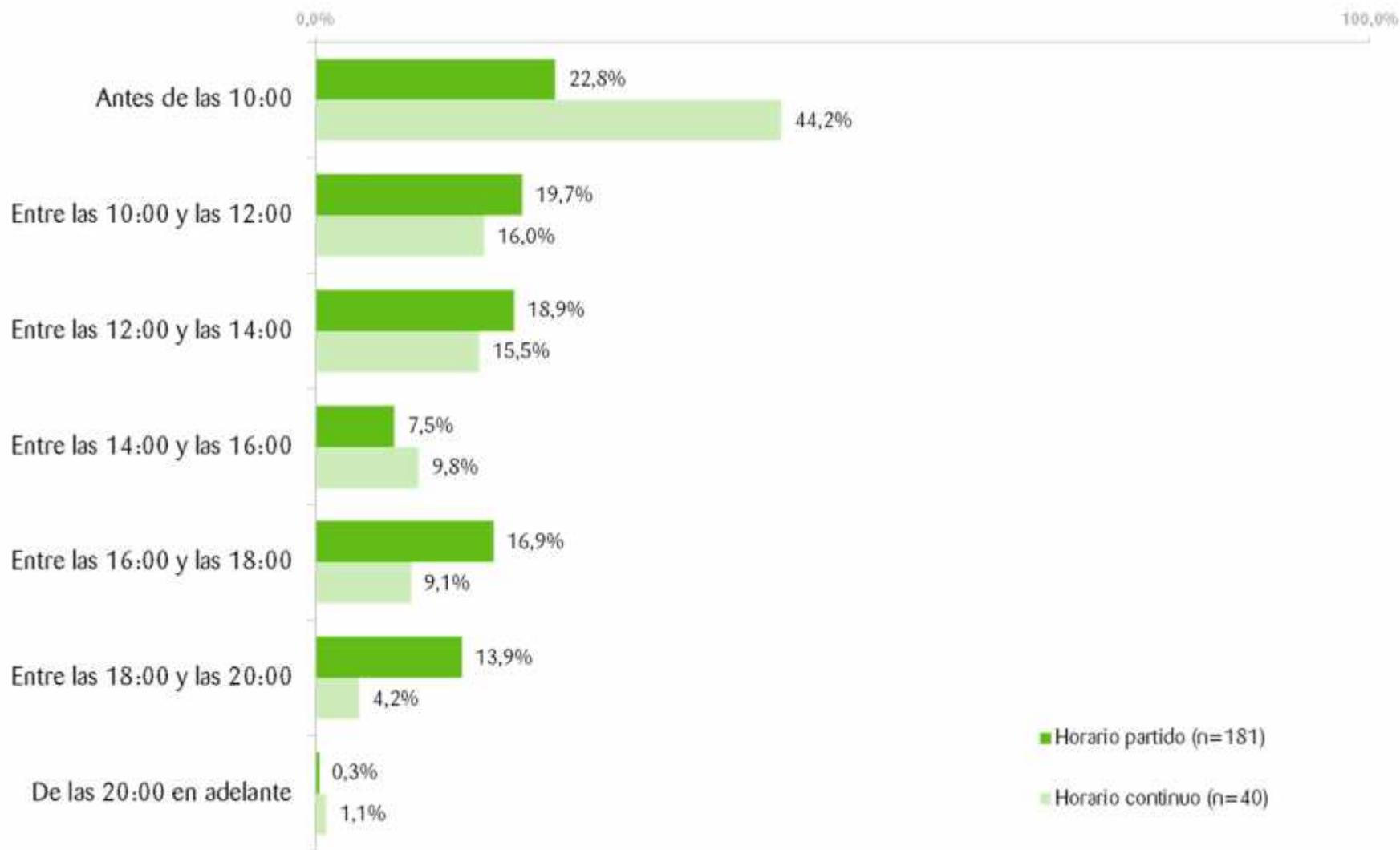
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
Antes de las 10:00	26,3%	27,3%	28,8%
Entre las 10:00 y las 12:00	19,5%	18,7%	18,8%
Entre las 12:00 y las 14:00	17,2%	18,8%	17,5%
Entre las 14:00 y las 16:00	7,9%	8,2%	7,8%
Entre las 16:00 y las 18:00	14,1%	14,7%	16,7%
Entre las 18:00 y las 20:00	14,3%	11,7%	10,2%
De las 20:00 en adelante	0,7%	0,6%	0,2%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

*P.17: En relación a la entrada de visitantes o clientes, durante el año 2013, 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 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



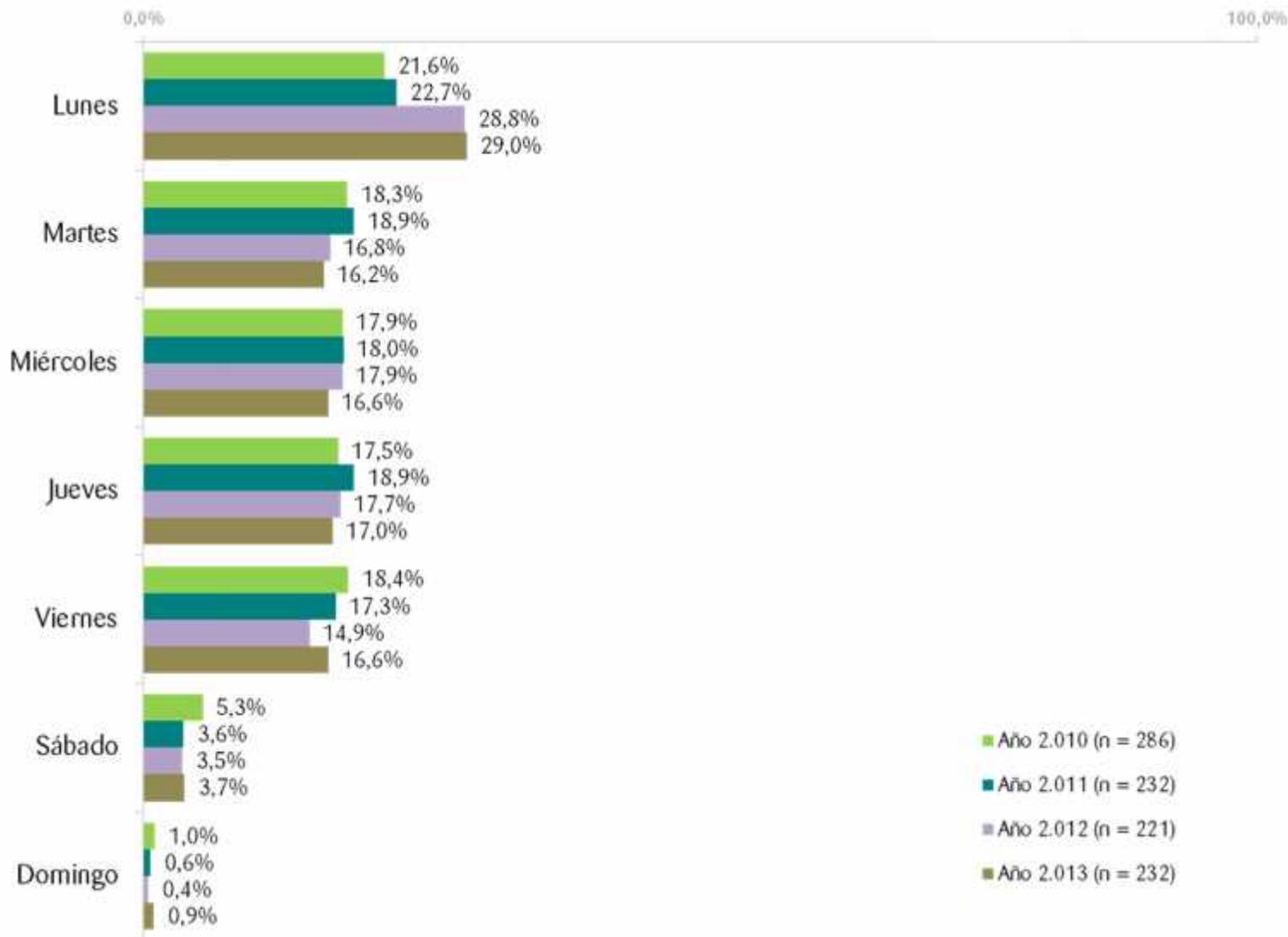
\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

# 3.2.

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

P18: Y, durante este trimestre, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



*P18: Y, durante el año 2013, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
<b>Lunes</b>	28,2%	28,7%	30,1%
<b>Martes</b>	14,8%	17,3%	15,2%
<b>Miércoles</b>	15,4%	17,2%	16,2%
<b>Jueves</b>	18,5%	16,9%	16,2%
<b>Viernes</b>	17,7%	16,4%	16,2%
<b>Sábado</b>	4,6%	3,4%	3,8%
<b>Domingo</b>	0,8%	0,2%	2,3%

# 3.3.

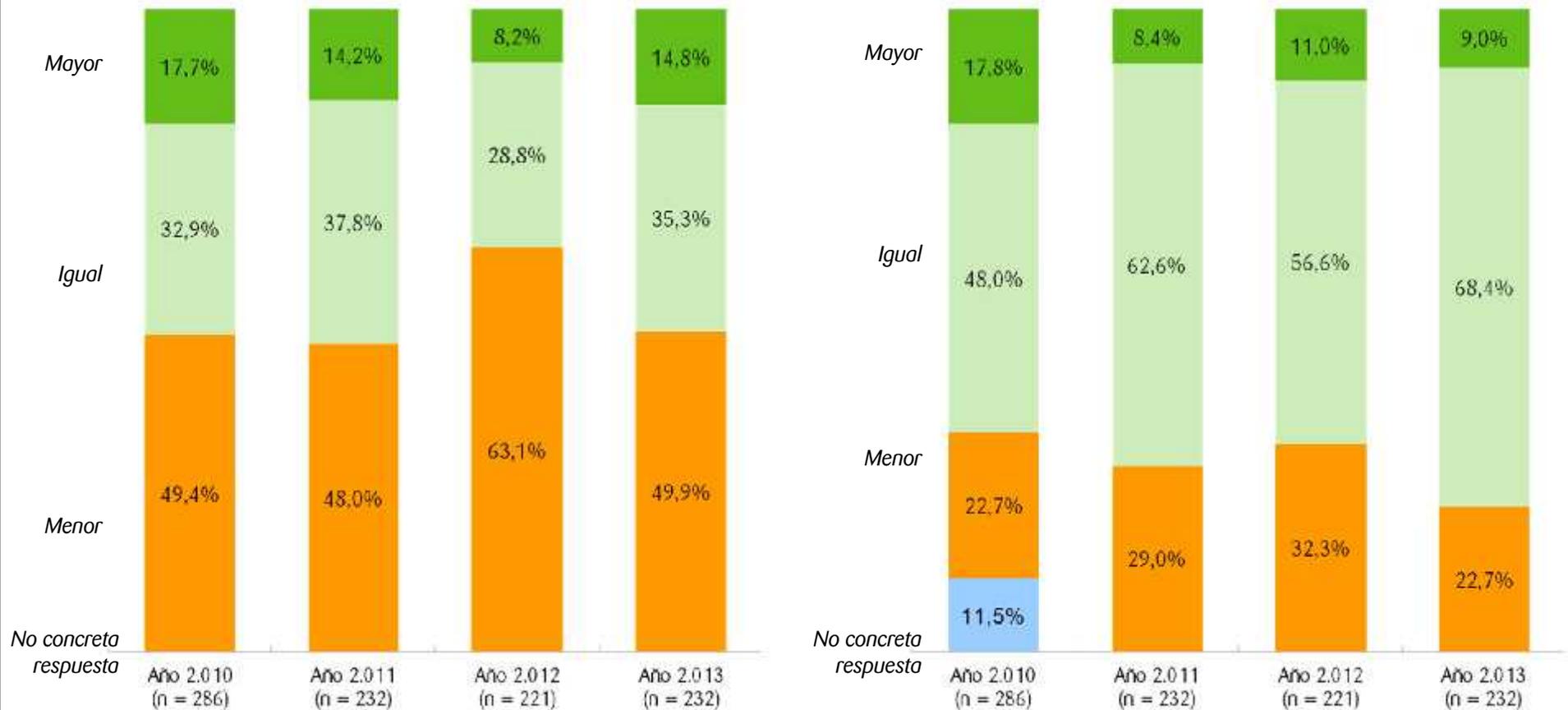
## ***“Evolución de la afluencia de clientes y visitantes”***

P.14-P.16: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) o de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

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

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



*P.14 – P.16: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) o de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

	Territorio Histórico					
	Clientes (personas que han efectuado gasto)			Visitante (personas que no han efectuado gasto)		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
<b>Mayor</b>	11,6%	14,8%	16,7%	16,4%	8,0%	6,1%
<b>Igual</b>	39,3%	36,3%	31,1%	60,0%	70,8%	69,1%
<b>Menor</b>	49,0%	49,0%	52,2%	23,6%	21,2%	24,8%

# 3.4.

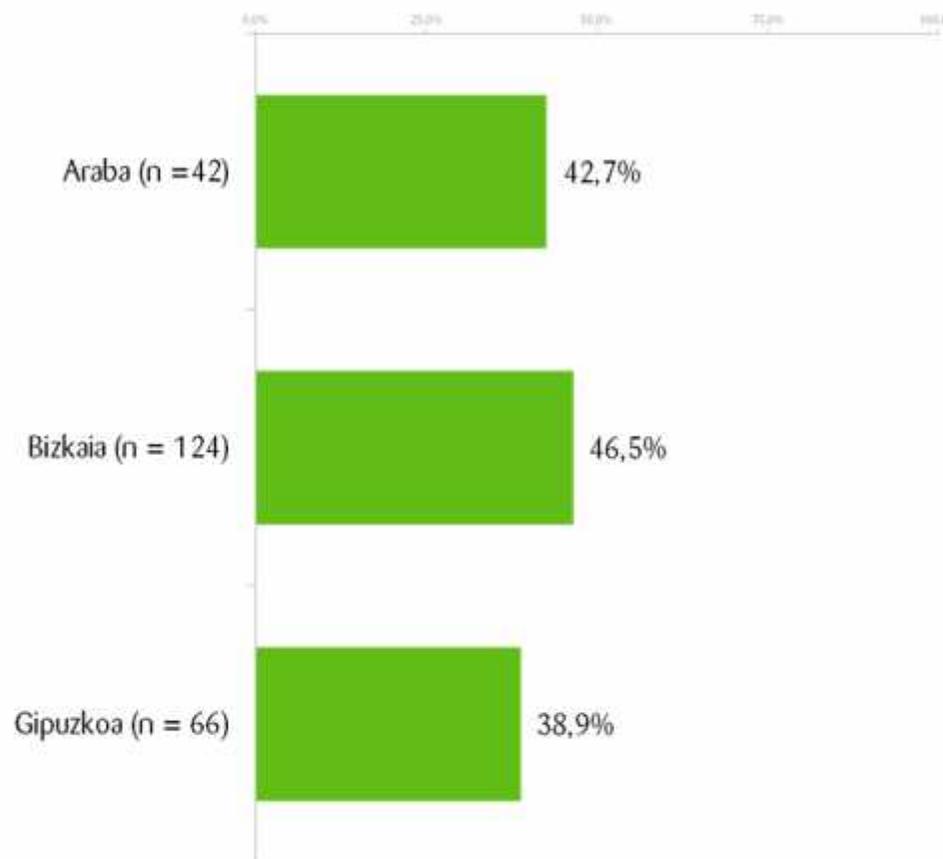
## ***“Dispositivos de control de la afluencia”***

P.13: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

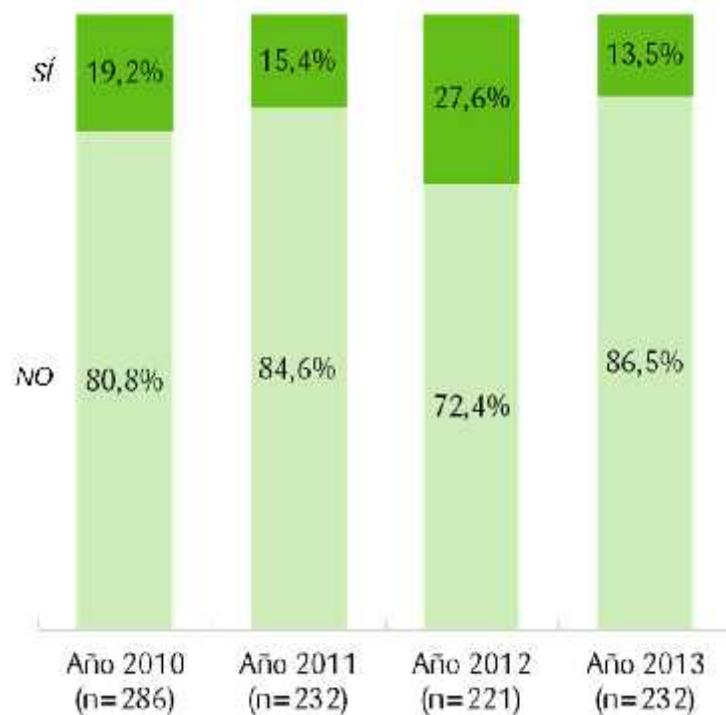


Grado de presencia de algún registro de control de Clientes (año 2013)

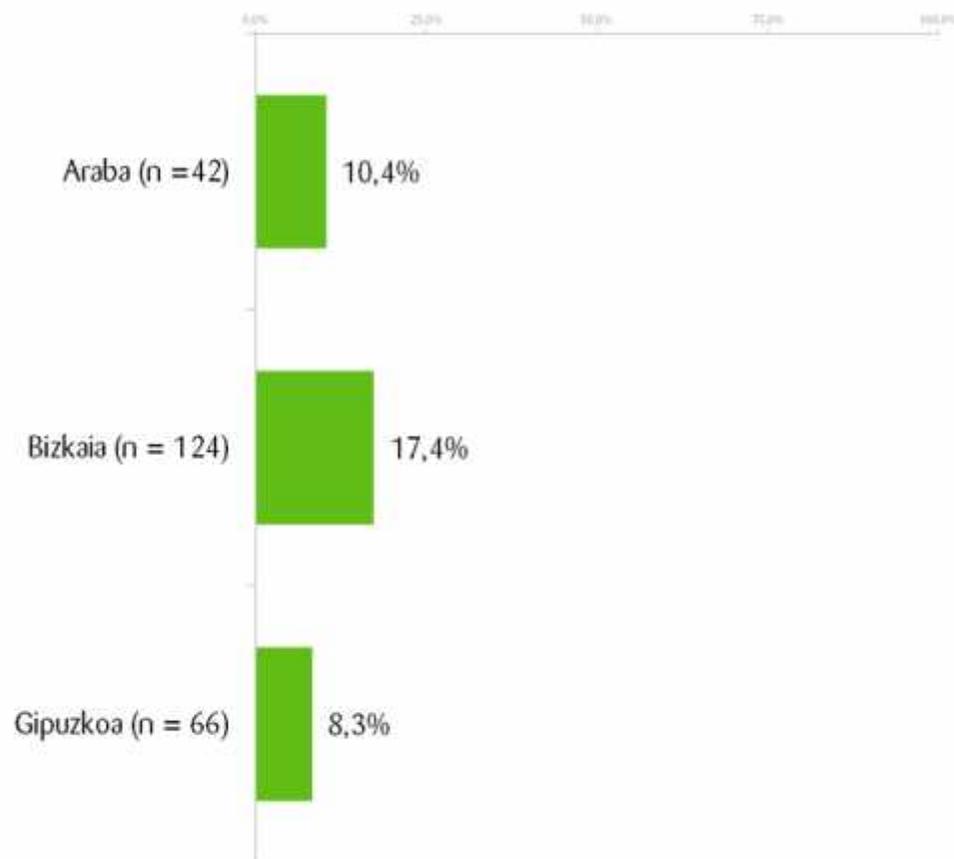


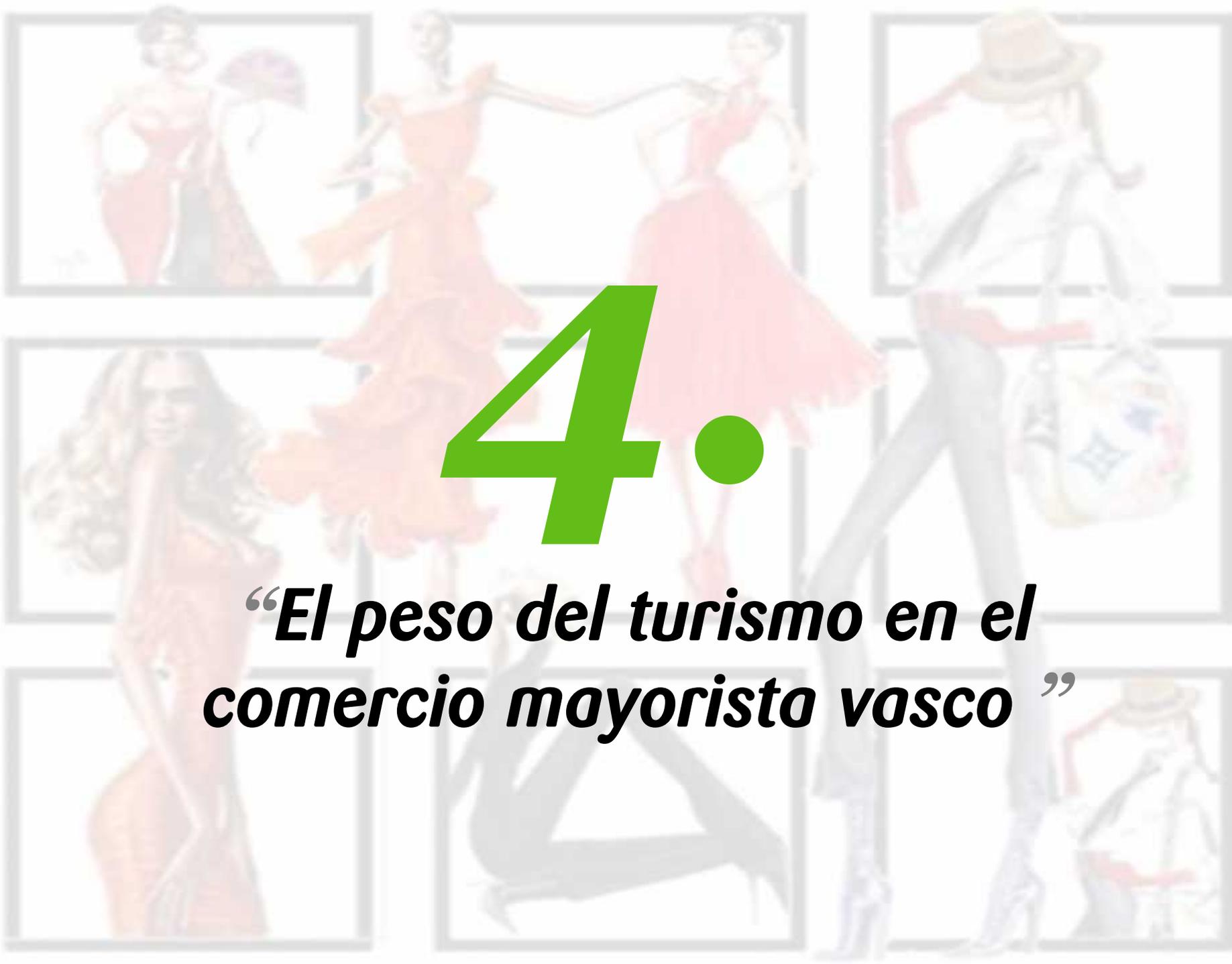
P.15: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de visitantes (personas que no efectúan gasto) en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



Grado de presencia de algún registro de control de visitantes (año 2013)





# 4.

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

# 4.1.

## ***“Lo afluencia de turistas”***

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

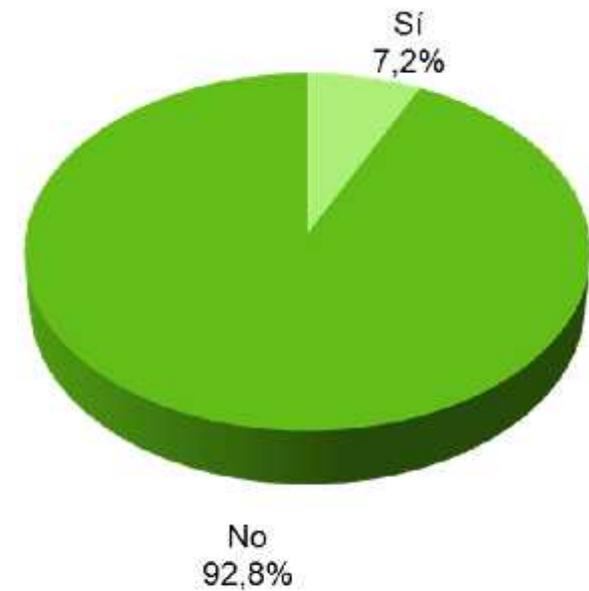
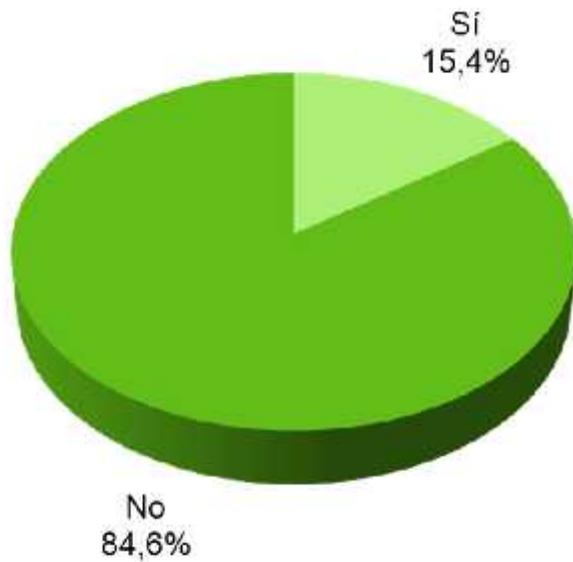
*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



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

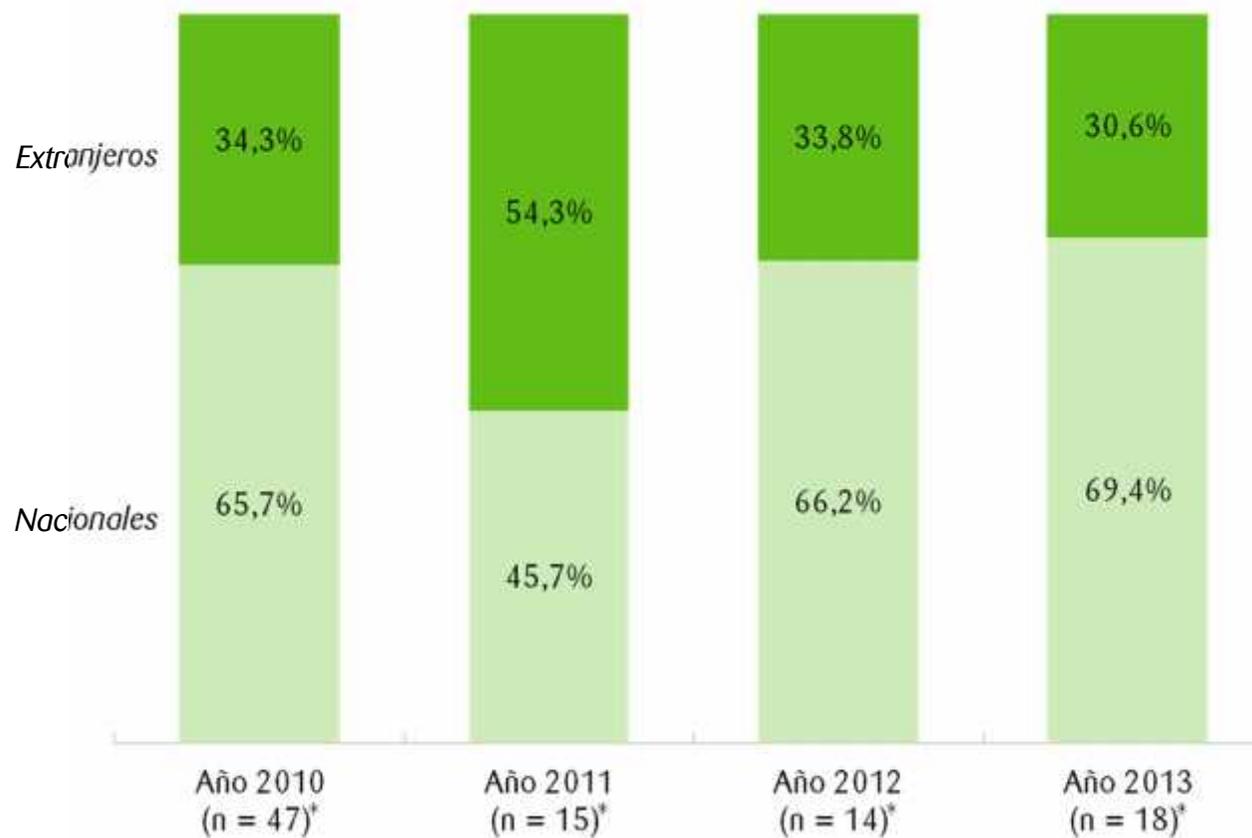
P.19: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas\*? (año 2013)

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



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

*P.20: ¿Cuántos son nacionales y cuántos son extranjeros?  
 Base: Comercios mayoristas entrevistados donde entran turistas*



\* 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”***

*P21: 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 2013)

*Base: 14 comercios mayoristas entrevistados donde entran turistas*

	Momentos de mayor afluencia de turistas				
	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto	No concreta respuesta
<b>Navidad</b>	21,0%	22,2%	28,3%	19,9%	8,7%
<b>Semana Santa</b>	4,8%	44,6%	27,0%	15,5%	8,1%
<b>Verano</b>	67,1%	9,4%	14,1%	4,2%	5,1%
<b>Los puentes</b>	7,1%	15,1%	21,9%	34,5%	21,4%

\* Lo reducido de esta base muestral nos debe hacer tomar con cautela los resultados, representando tendencias de carácter cualitativo más que cuantitativo.



# 5.

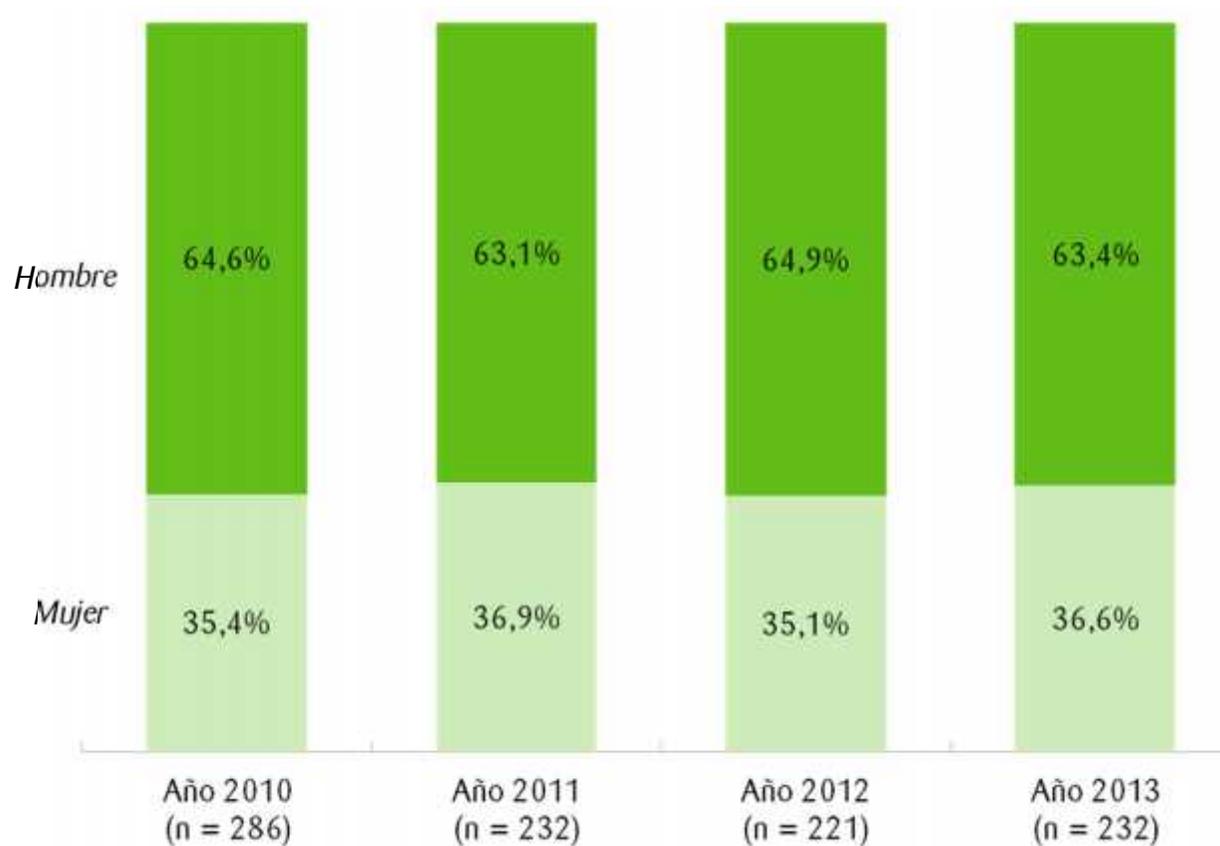
***“El personal empleado en el comercio mayorista vasco ”***

# 5.1.

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

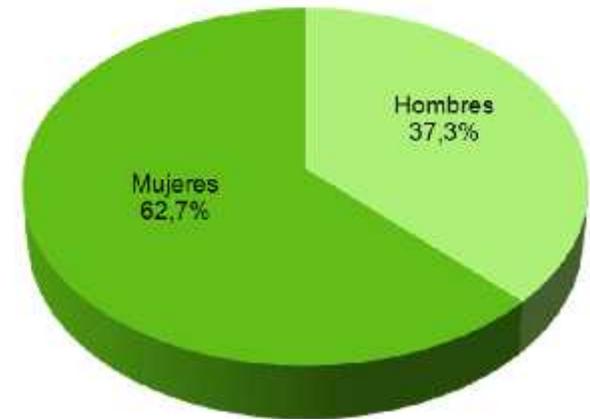
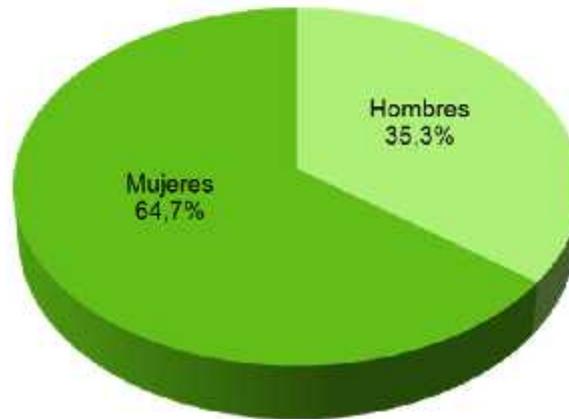
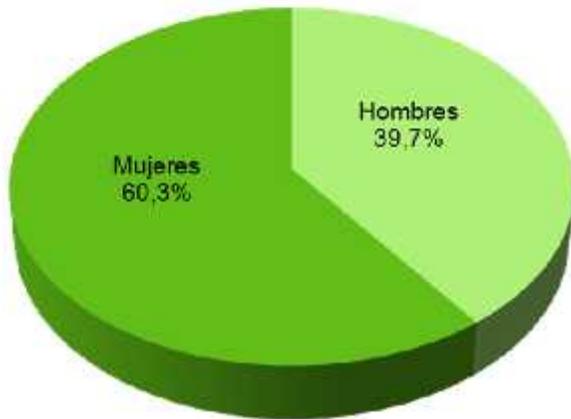
*P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres?*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



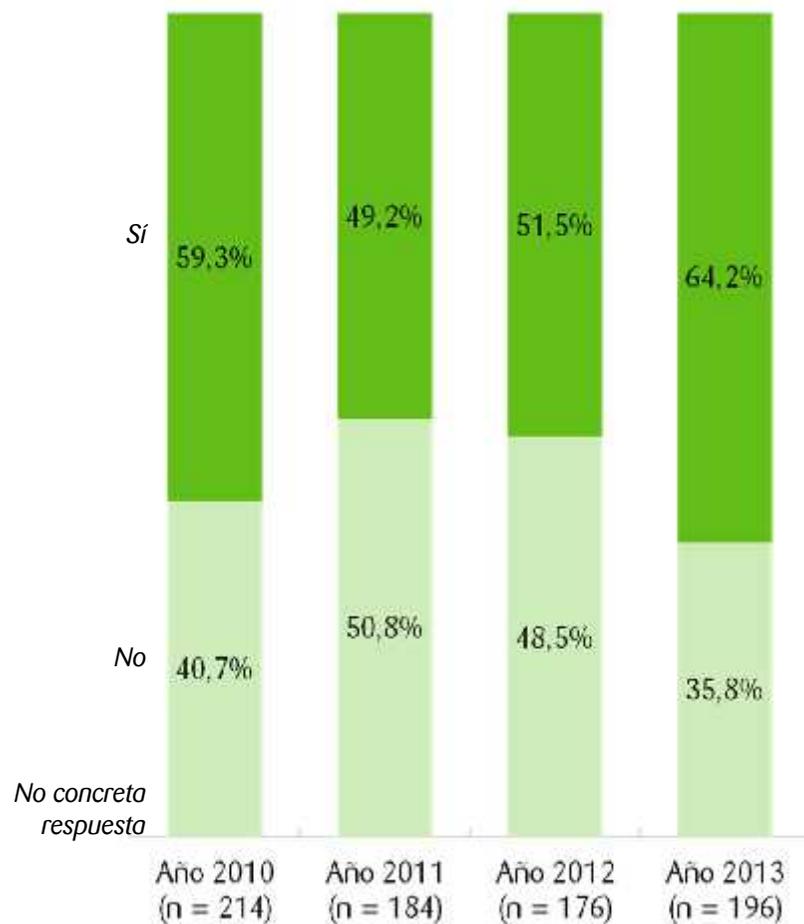
*P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

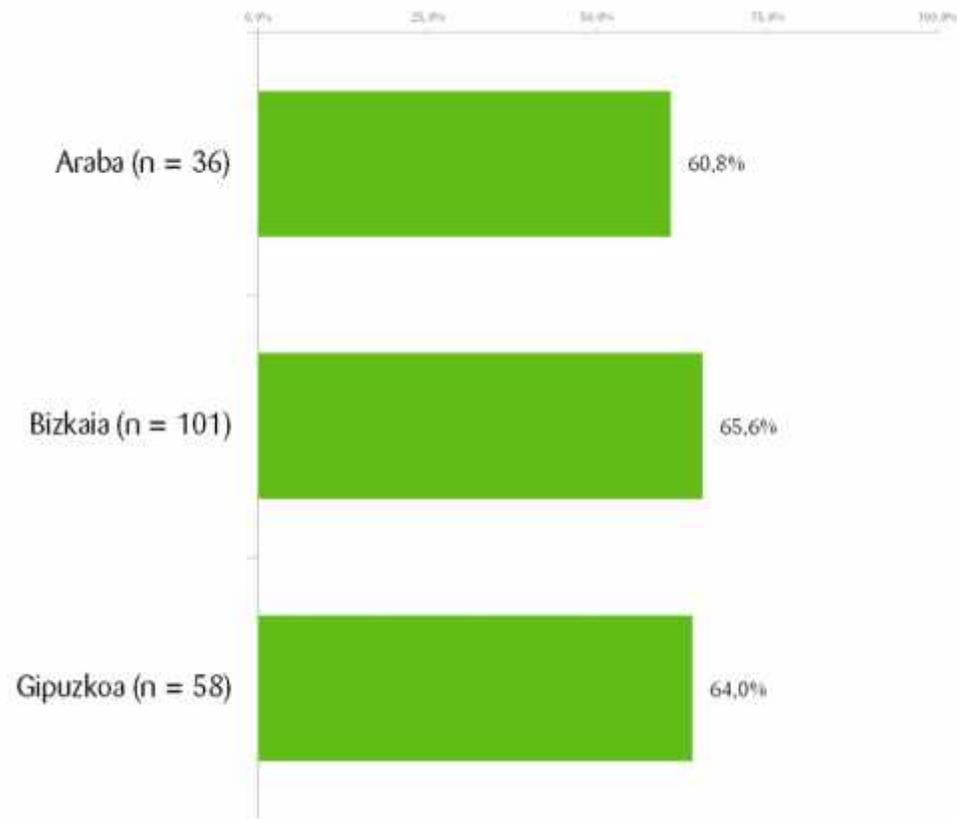


P.6: Excluyéndose usted, ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento?

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

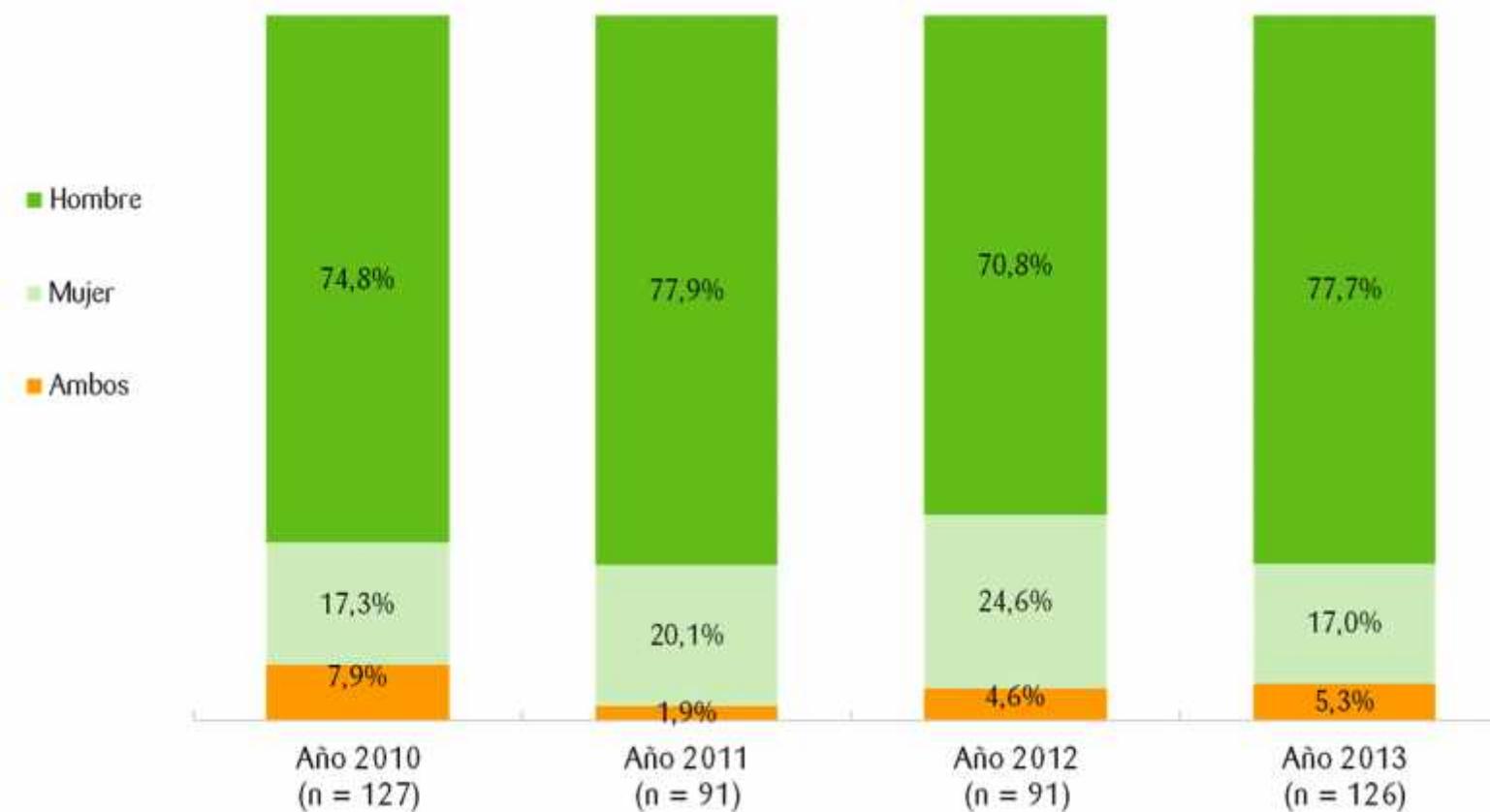


Grado de presencia de la figura de responsable de tienda (año 2013)



*Total comercios mayoristas*

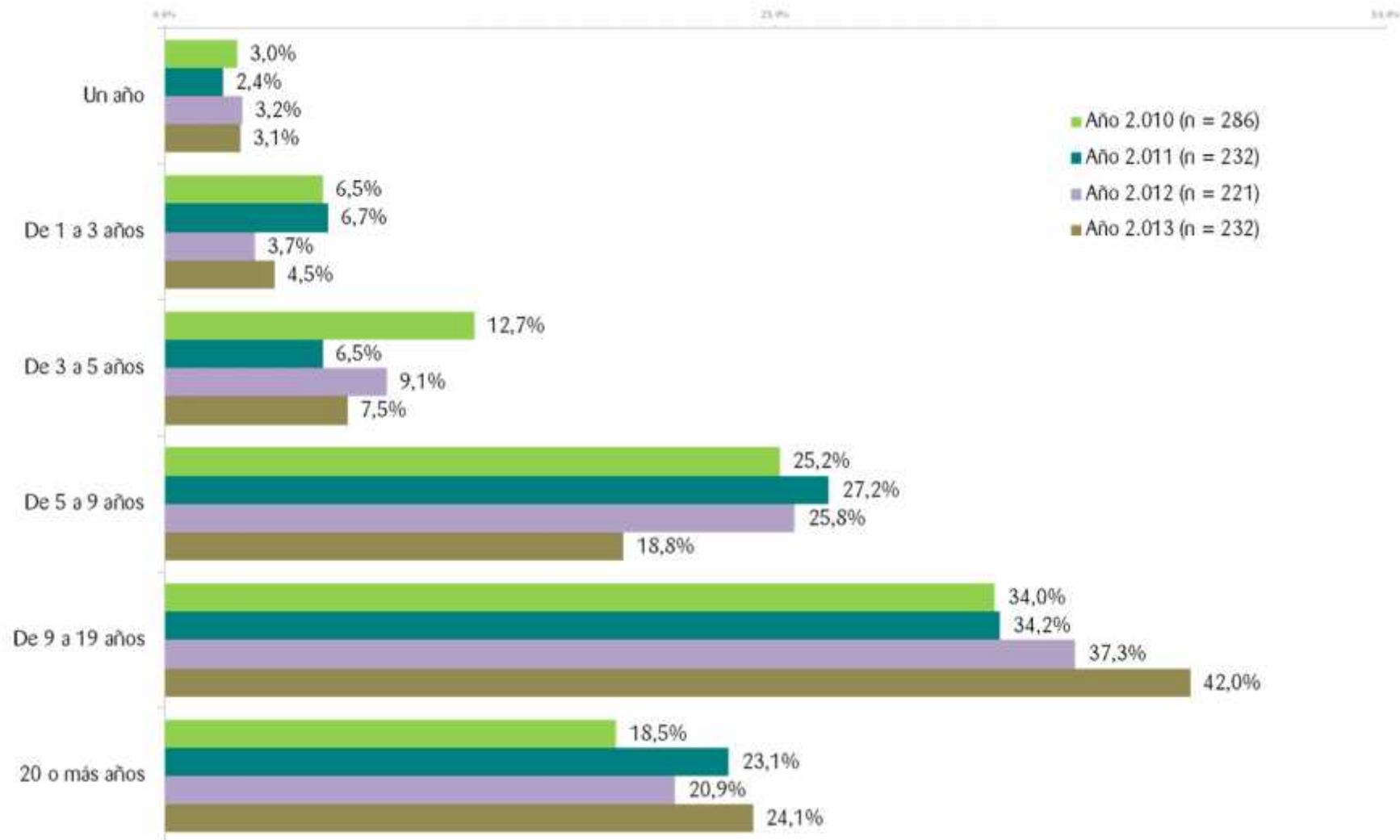
*P.7: ¿Este responsable de tienda, establecimiento, es un hombre o una mujer?*  
*Base: comercios mayoristas entrevistados con figura de responsable de tienda*



# 5.2.

## ***“Antigüedad del personal”***

*P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen?  
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



*P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*

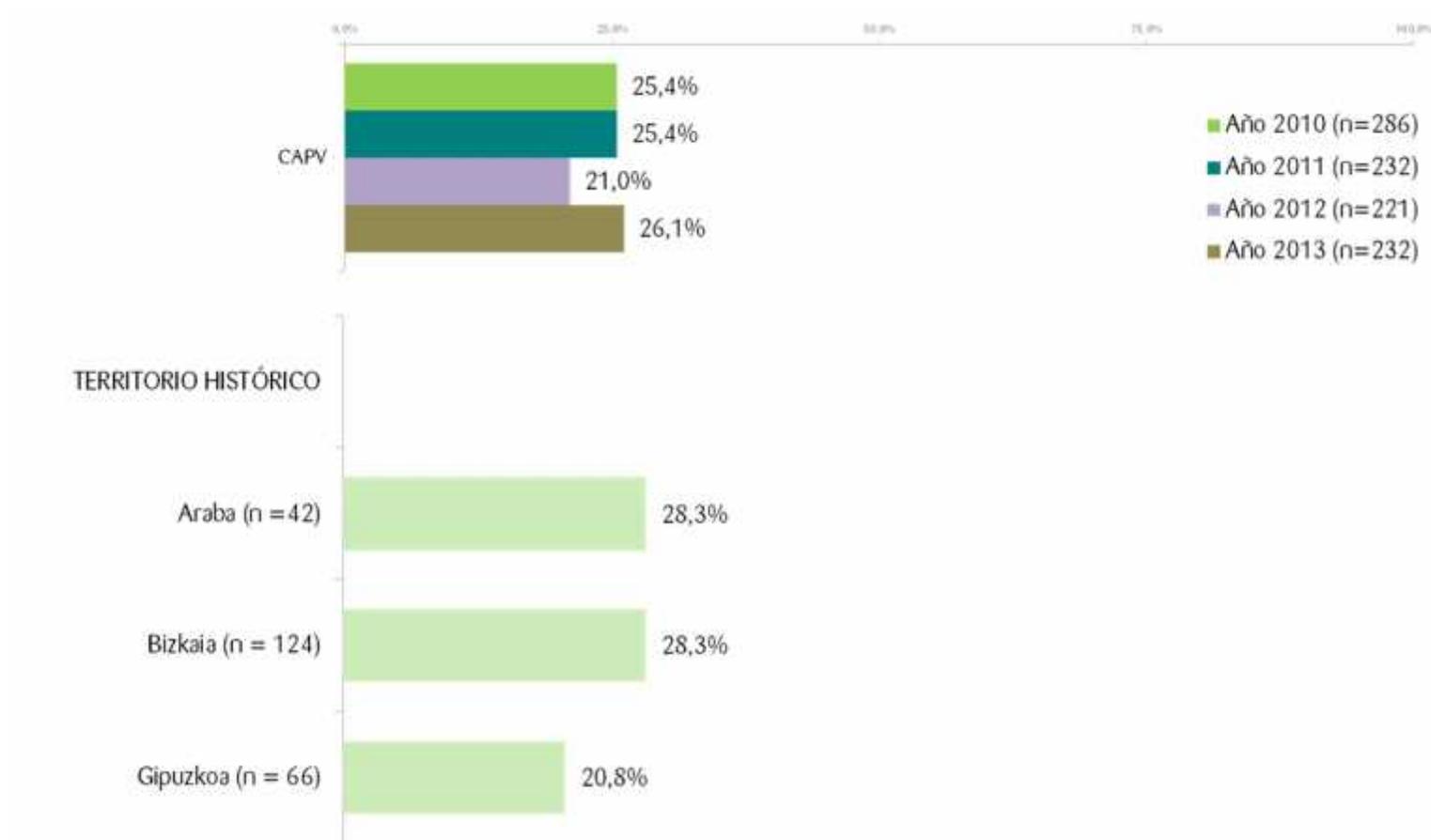
	Territorio Histórico		
	Araba (n = 42)	Bizkaia (n = 124)	Gipuzkoa (n = 66)
<b>Un año</b>	2,7%	2,9%	3,7%
<b>De 1 a 3 años</b>	4,9%	4,1%	5,1%
<b>De 3 a 5 años</b>	10,9%	5,4%	9,4%
<b>De 5 a 9 años</b>	15,0%	21,7%	15,9%
<b>De 9 a 19 años</b>	48,7%	41,9%	37,8%
<b>20 años o más</b>	17,8%	24,1%	28,0%

# 5.3.

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

*P.9: Y, de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios universitarios?  
 (año 2013)*

*Base: Total de comercios mayoristas entrevistados*



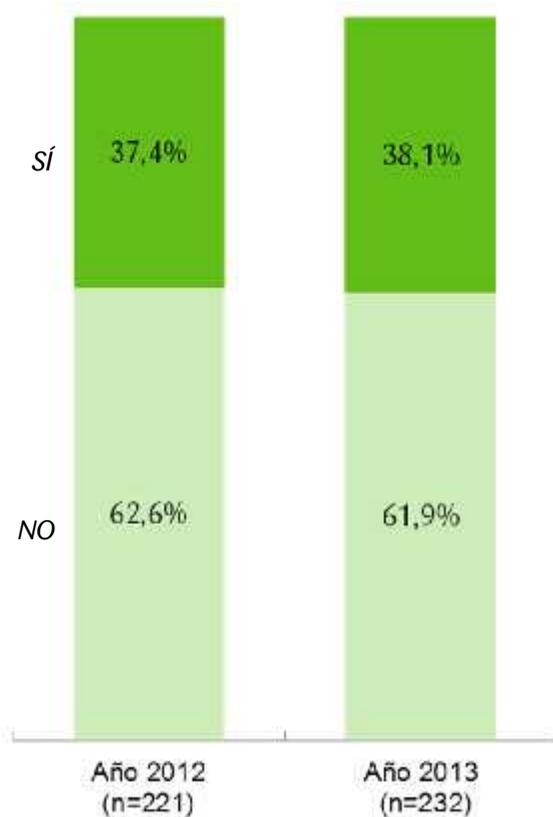


# 6.

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

P.25: ¿El local del establecimiento, del comercio está en régimen de alquiler? (año 2013)

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



Grado/tasa de locales comerciales en régimen de alquiler



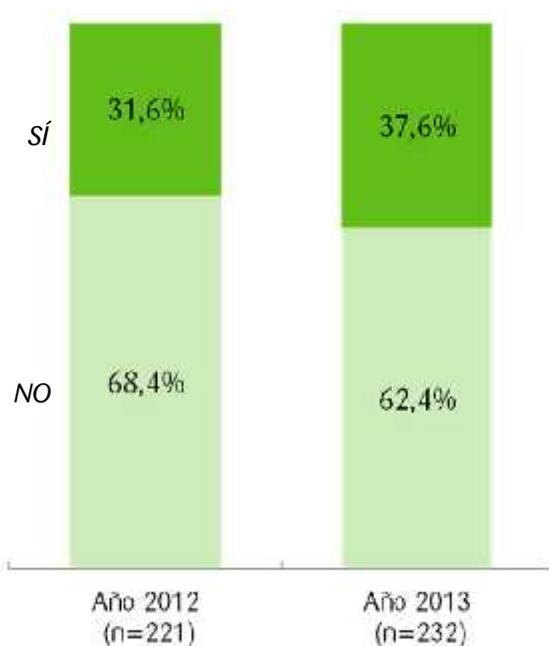
*P.26: ¿Podría decirnos, aproximadamente, cuánto paga al mes por el alquiler del local? (año 2013)*

*Base: 74 comercios mayoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler*



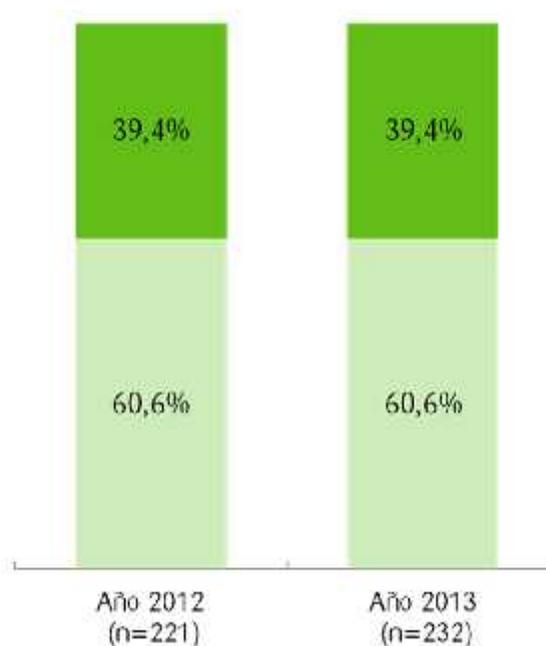
*P.27: Durante el año 2013, ¿ha intentado renegociar el precio del alquiler con el propietario del mismo?*

*Base: 74 comercios mayoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler*



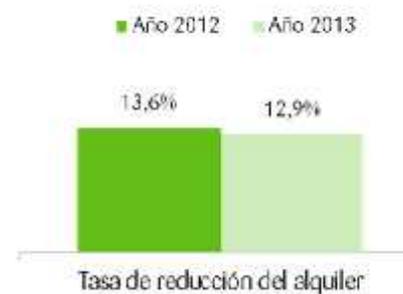
*P.28: ¿Ha conseguido reducir el precio del alquiler del local?*

*Base: 28 comercios minoristas que han intentado renegociar el precio del alquiler*



*P.29: Aproximadamente, ¿qué porcentaje de reducción del alquiler ha conseguido?\* (Año 2013)*

*Base: 18 comercios mayoristas que han conseguido reducir el precio del alquiler del local*



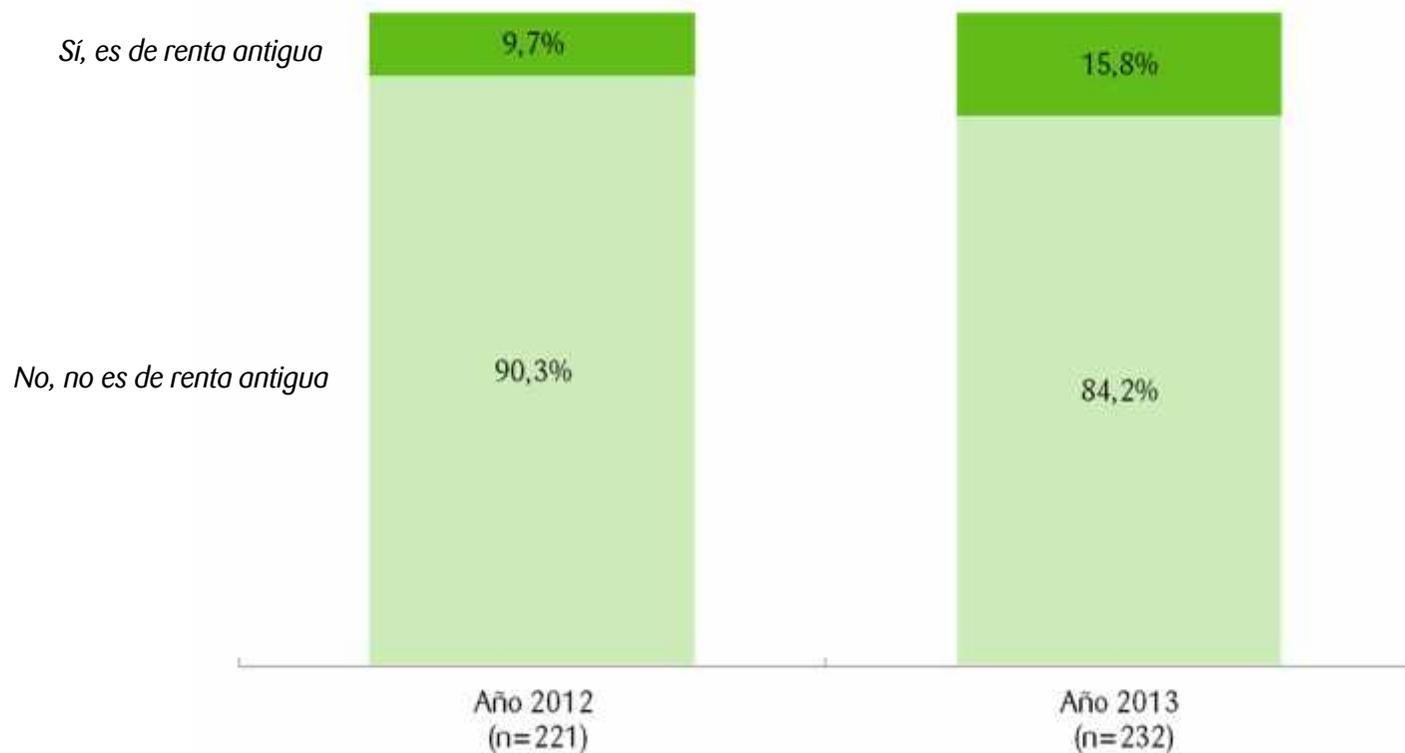
\* Lo reducido de esta base muestral nos debe hacer tomar con cautela los resultados, representando tendencias de carácter cualitativo más que cuantitativo.

*P.30: Cara al año que viene, ¿tiene intención de renegociar el precio del alquiler del local?*  
 Base: 51 comercios mayoristas que no han intentado renegociar durante el año 2013 el alquiler



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

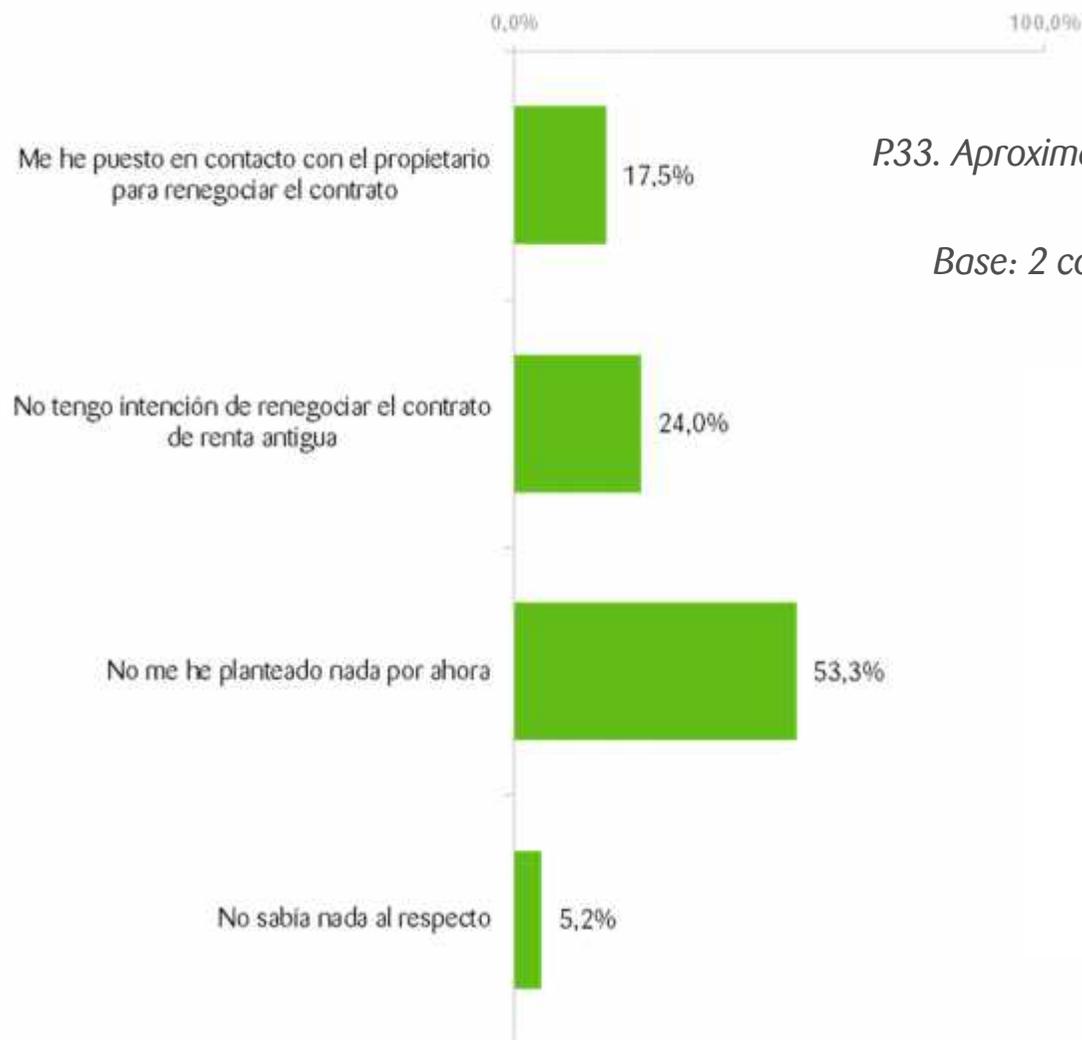
*Base: 88 comercios mayoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler*



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

*P.32: En Enero 2015 se extinguirá la modalidad de arrendamiento de renta antigua ¿Cuál de las siguientes opciones refleja mejor su situación, la del contrato de alquiler de renta antigua?*

*Base: 14 comercios minoristas cuyo arrendamiento del local es de renta antigua*



*P.33. Aproximadamente ¿qué porcentaje del aumento supondrá sobre el alquiler de renta antigua?*

*Base: 2 comercio mayorista que se ha puesto en contacto con el propietario*



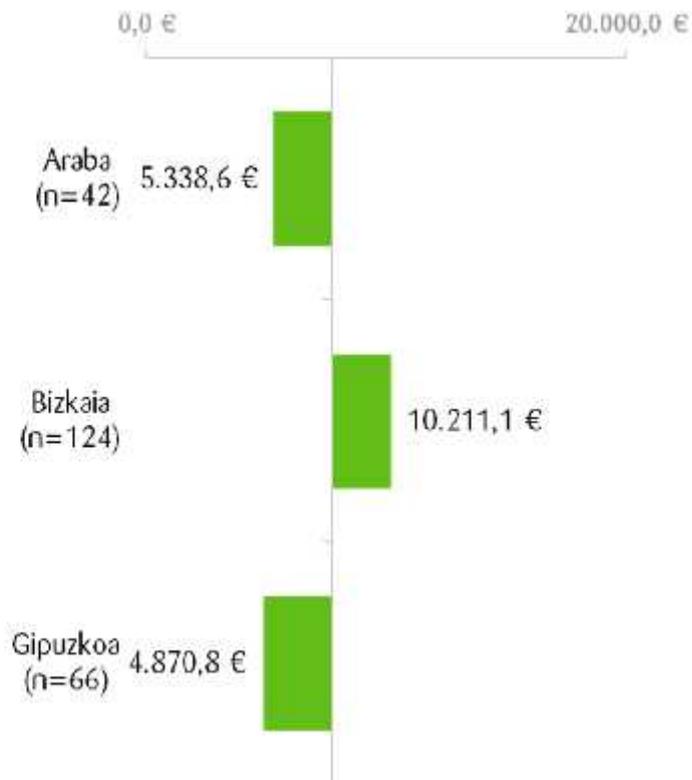
\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.



***“Inversión y costes de negocio”***



*N1: ¿a cuanto asciende la inversión que ha realizado en su negocio en 2013?*



*N2: ¿A cuanto asciende el total de costes de su negocio?*

