



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

**INFORME DE RESULTADOS**

16 de Diciembre de 2013

# Índice

<b>1.- INTRODUCCIÓN: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO</b>	<b>4</b>
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	114
1.5. Estilos de actividad comercial	127
<b>2.- LAS VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA VASCO</b>	<b>142</b>
2.1. Las ventas a lo largo de un día	143
2.2. Las ventas a lo largo de la semana	153
2.3. Distribución de las ventas según medios de pago	161
<b>3.- LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES</b>	<b>169</b>
3.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día	170
3.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana	180
3.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes	187
3.4. Dispositivos de control de la afluencia	196

# Índice

<b>4.- EL PESO DEL TURISMO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO</b>	<b>205</b>
4.1. La afluencia de turistas	206
4.2. Hitos de mayor afluencia de turistas	215
<b>5.- EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO</b>	<b>218</b>
5.1. Personal empleado en el comercio minorista vasco desde la perspectiva de género	219
5.2. Antigüedad del personal	231
5.3. El nivel de estudio de los/las empleados/as en el comercio minorista	238
<b>6.- EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES</b>	<b>244</b>
<b>7.- COSTES DEL COMERCIO MINORISTA VASCO</b>	<b>261</b>



# 1.

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

# 1.1.

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

## *Objetivos generales*

---

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



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

## ***Objetivos específicos***

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

# 1.2.

## ***“Ficha técnica”***

## ***METODOLOGÍA***

- Análisis de exploración y metodología cuantitativa.

## ***TÉCNICA DE ESTUDIO***

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

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

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

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

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

- Se han realizado 1507 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de  $e = \pm 2,6\%$  (para un nivel de confianza del 95,5%,  $2 \sigma$  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 MINORISTA**

- En concreto, se han realizado 1.187 entrevistas a comercios minoristas que, una vez aplicado el criterio de ponderación, anteriormente definido, suponen 1.275 entrevistas.
- Es por ello, que el margen de error, para este colectivo es de  $e = \pm 2,8\%$  (para un nivel de confianza del 95,5%,  $2\sigma$  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.

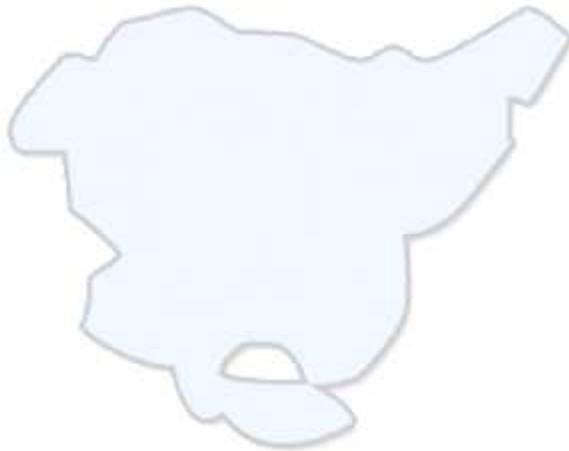
# 1.3.

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

# 1.3.1.

***“Ambito territorial”***

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



	Año 2.010 (n = 1.257)	Año 2.011 (n = 1.325)	Año 2.012 (n = 1.280)	Año 2.013 (n = 1.275)
Valles Alaveses	---	---	---	---
Llanada Alavesa	9,7%	9,9%	9,6%	9,6%
Montaña Alavesa	0,2%	---	---	---
Arratia-Nervión	0,4%	0,8%	0,8%	0,9%
Bajo Bidasoa	3,9%	4,2%	4,4%	4,1%
Gran Bilbao	42,7%	42,0%	42,3%	41,3%
Bajo Deba	2,8%	2,8%	2,7%	2,7%
Alto Deba	2,6%	2,5%	2,5%	2,5%
Donostia-San Sebastián	17,9%	17,9%	17,6%	17,0%
Duranguesado	3,9%	3,8%	3,9%	4,6%
Encartaciones	1,0%	0,9%	1,0%	1,2%
Rioja Alavesa	0,2%	0,3%	0,3%	0,5%
Gernika-Bermeo	2,1%	2,1%	2,1%	2,2%
Goierri	2,7%	2,9%	2,9%	3,0%
Estribaciones del Gorbea	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%
Cantábrica Alavesa	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%
Markina-Ondarroa	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%
Plentzia-Mungia	1,8%	1,7%	1,7%	1,7%
Tolosa	2,1%	2,2%	2,2%	2,5%
Urola Costa	3,1%	3,3%	3,5%	3,5%

# 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*

	<b>Año 2.010</b> <b>(n = 1.257)</b>	<b>Año 2.011</b> <b>(n = 1.325)</b>	<b>Año 2.012</b> <b>(n = 1.280)</b>	<b>Año 2.013</b> <b>(n = 1.275)</b>
<b>Un empleado/a</b>	<b>37,3%</b>	<b>39,0%</b>	<b>39,6%</b>	<b>40,4%</b>
<b>Dos empleados/as</b>	<b>44,4%</b>	<b>41,7%</b>	<b>40,4%</b>	<b>38,2%</b>
<b>3-5 empleados/as</b>	<b>12,8%</b>	<b>13,3%</b>	<b>14,3%</b>	<b>15,3%</b>
<b>6-9 empleados/as</b>	<b>2,7%</b>	<b>3,0%</b>	<b>2,7%</b>	<b>3,2%</b>
<b>10-19 empleados/as</b>	<b>1,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,1%</b>
<b>20 o más empleados/as</b>	<b>1,2%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,8%</b>

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

*Grandes grupos de comercios*

	<b>Año 2.010</b> <b>(n = 1.257)</b>	<b>Año 2.011</b> <b>(n = 1.325)</b>	<b>Año 2.012</b> <b>(n = 1.280)</b>	<b>Año 2.013</b> <b>(n = 1.275)</b>
<b>Alimentación</b>	<b>28,1%</b>	<b>33,1%</b>	<b>32,3%</b>	<b>30,6%</b>
<b>Moda</b>	<b>27,9%</b>	<b>22,2%</b>	<b>22,2%</b>	<b>21,1%</b>
<b>Hogar</b>	<b>7,6%</b>	<b>8,4%</b>	<b>8,9%</b>	<b>9,1%</b>
<b>Salud y Belleza</b>	<b>8,3%</b>	<b>7,3%</b>	<b>8,5%</b>	<b>9,1%</b>
<b>Otros</b>	<b>28,1%</b>	<b>29,0%</b>	<b>28,0%</b>	<b>30,1%</b>

# 1.3.3.

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

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

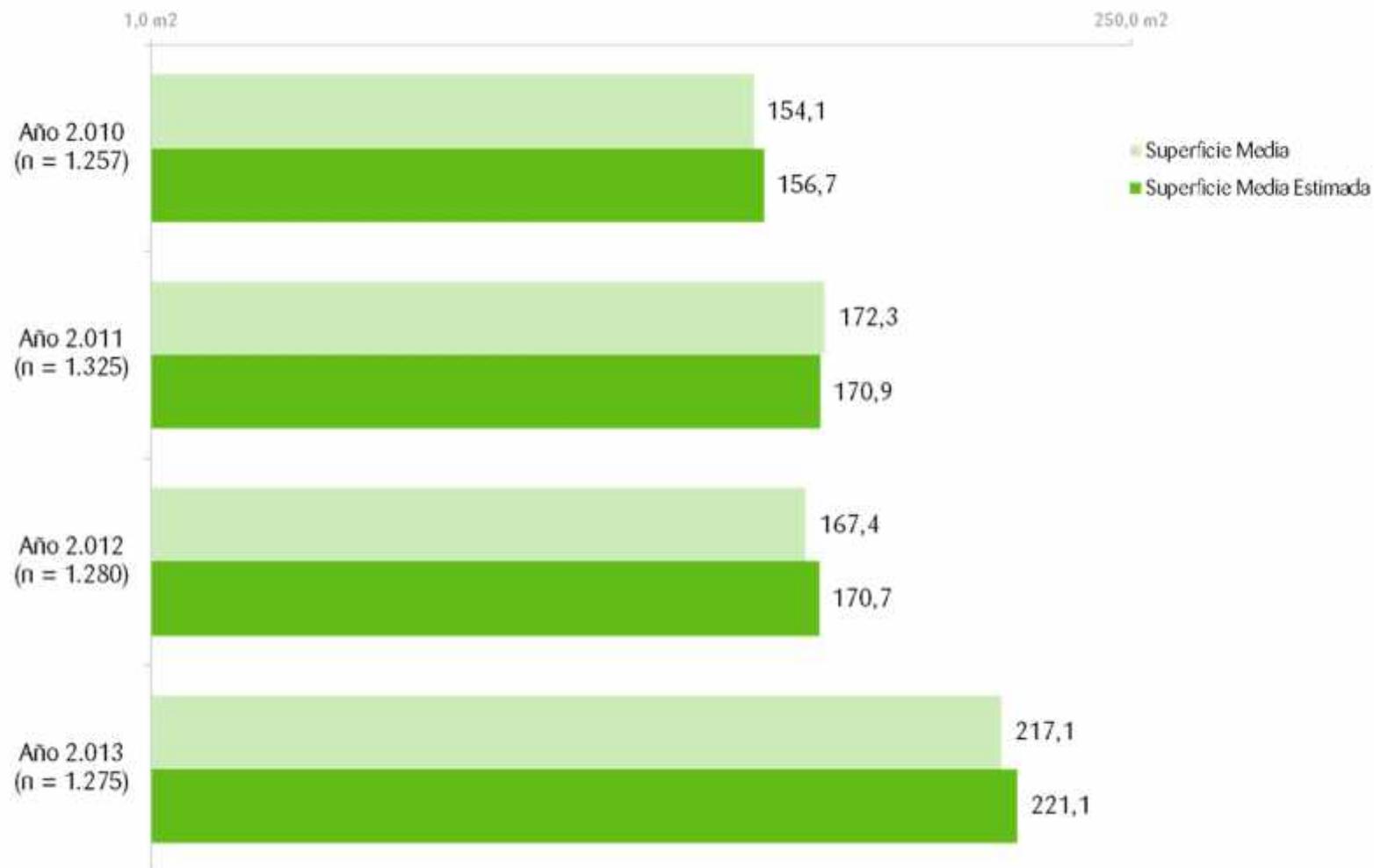
## ***Tamaño del comercio: superficie total del comercio***

- El tamaño medio del comercio minorista se sitúa en 217,1 m<sup>2</sup>. El tamaño del comercio minorista vasco vuelve a ser mayor en:
  - Los comercios de municipios, excepto Vitoria-Gasteiz, del Territorio Histórico de Araba (1141,4 m<sup>2</sup>).
  - 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, mayor es la superficie total del comercio.
  - Y, como venimos señalando a lo largo de los distintos Barómetros del Comercio Vasco, los comercios minoristas del ramo de actividad comercial del hogar y otras actividades (excepto alimentación, moda, salud e higiene) son los comercios que presentan una superficie media total mayor.

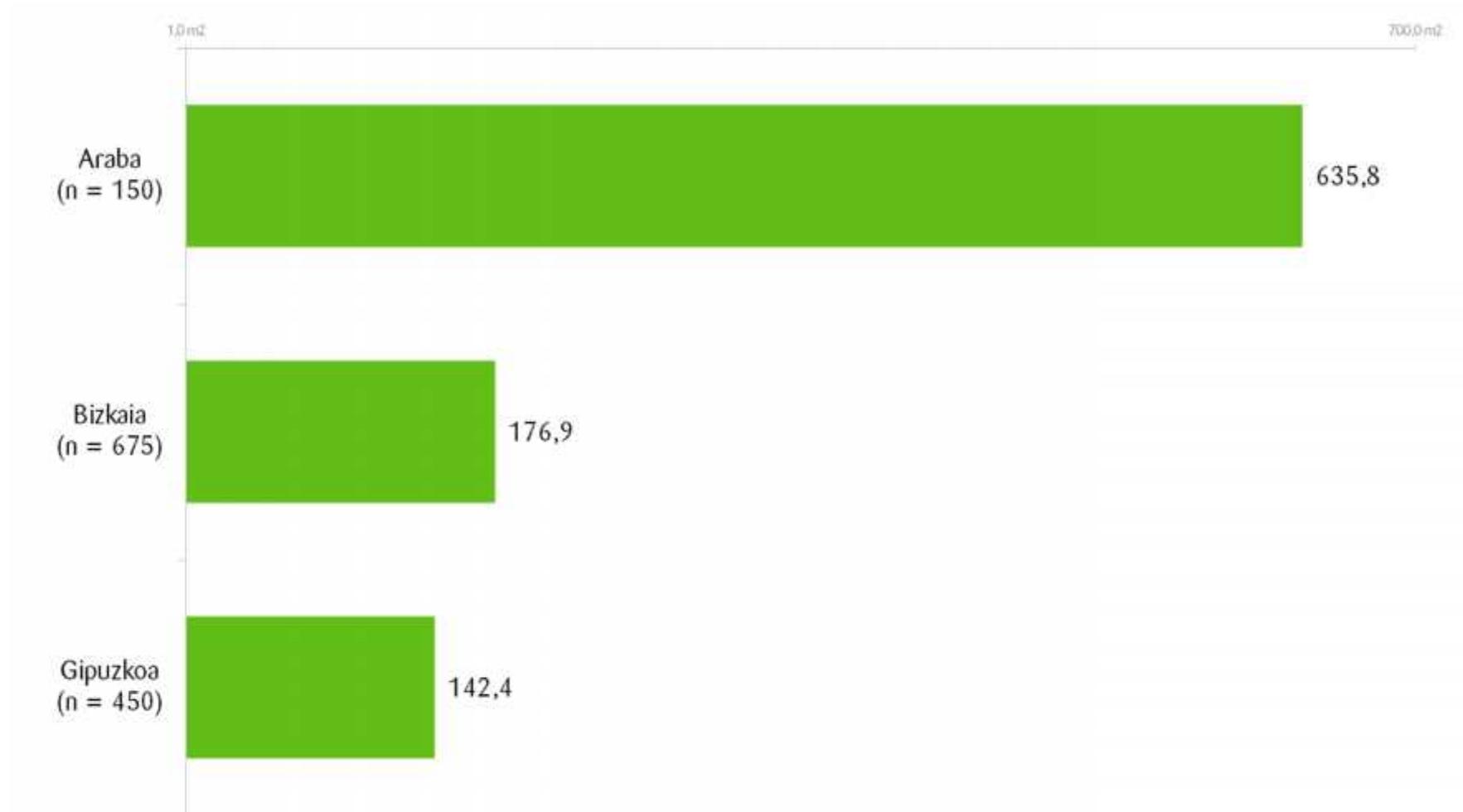
*D.3: Superficie del comercio minorista vasco*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Año 2.010 (n=1.257)	Año 2.011 (n=1.325)	Año 2.012 (n=1.280)	Año 2.013 (n=1.275)
Hasta 45 m2	20,6%	22,4%	22,7%	21,4%
De 46 a 64 m2	16,8%	14,9%	16,9%	18,0%
De 65 a 80 m2	16,2%	16,4%	15,3%	14,4%
De 81 a 99 m2	6,4%	6,3%	6,0%	6,3%
De 100 a 120 m2	15,4%	14,4%	13,7%	13,9%
De 121 a 199 m2	9,3%	7,5%	8,6%	9,3%
De 200 a 299 m2	5,1%	5,6%	5,7%	5,6%
De 300 a 450 m2	2,9%	3,6%	3,0%	3,6%
De 451 a 999 m2	1,8%	1,8%	2,0%	2,3%
1.000 m2 o más	1,9%	2,9%	2,5%	2,4%
No concreta respuesta	3,6%	4,3%	3,6%	2,8%

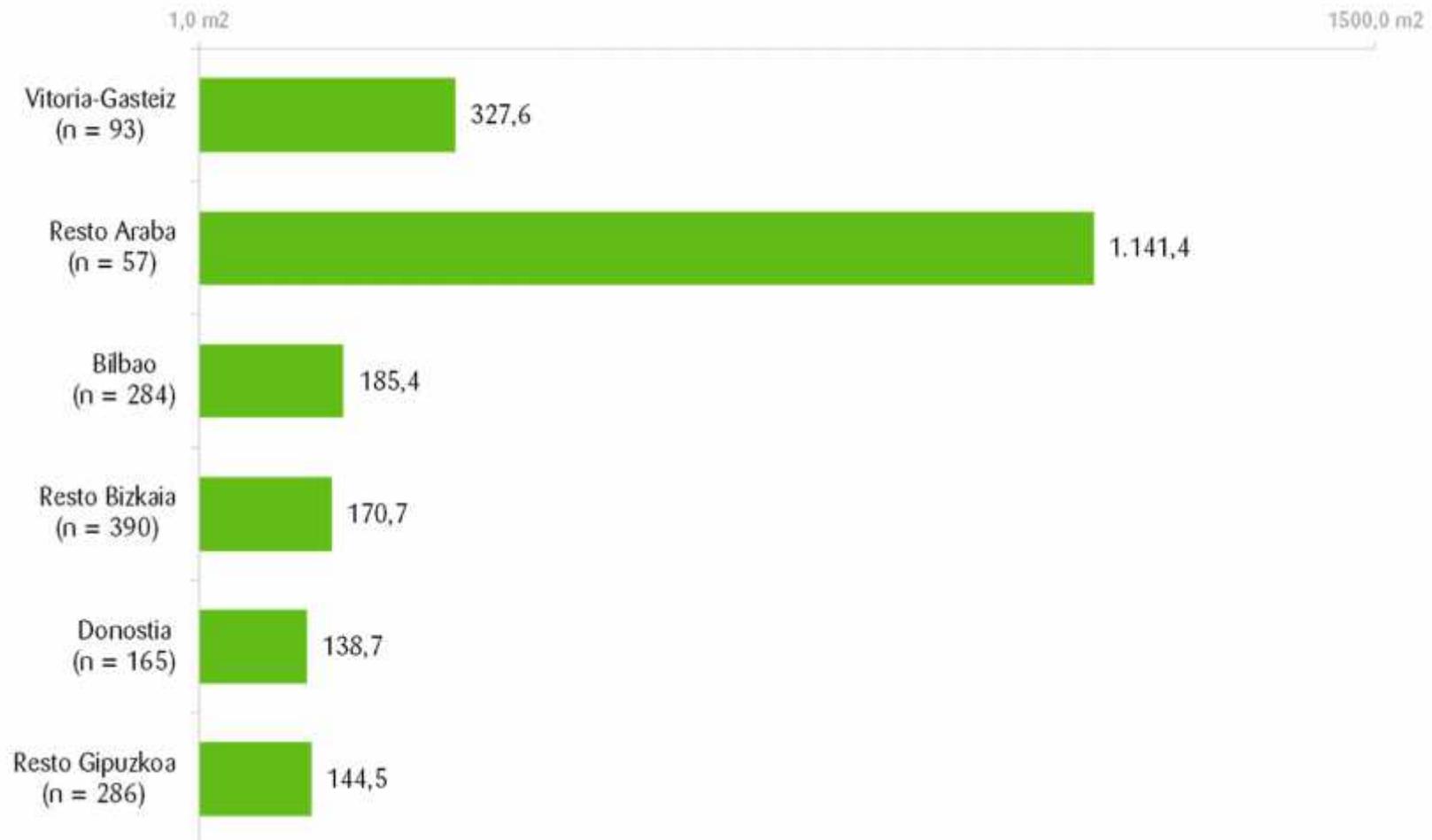
*D.3: Evolución de la superficie media del comercio minorista vasco*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



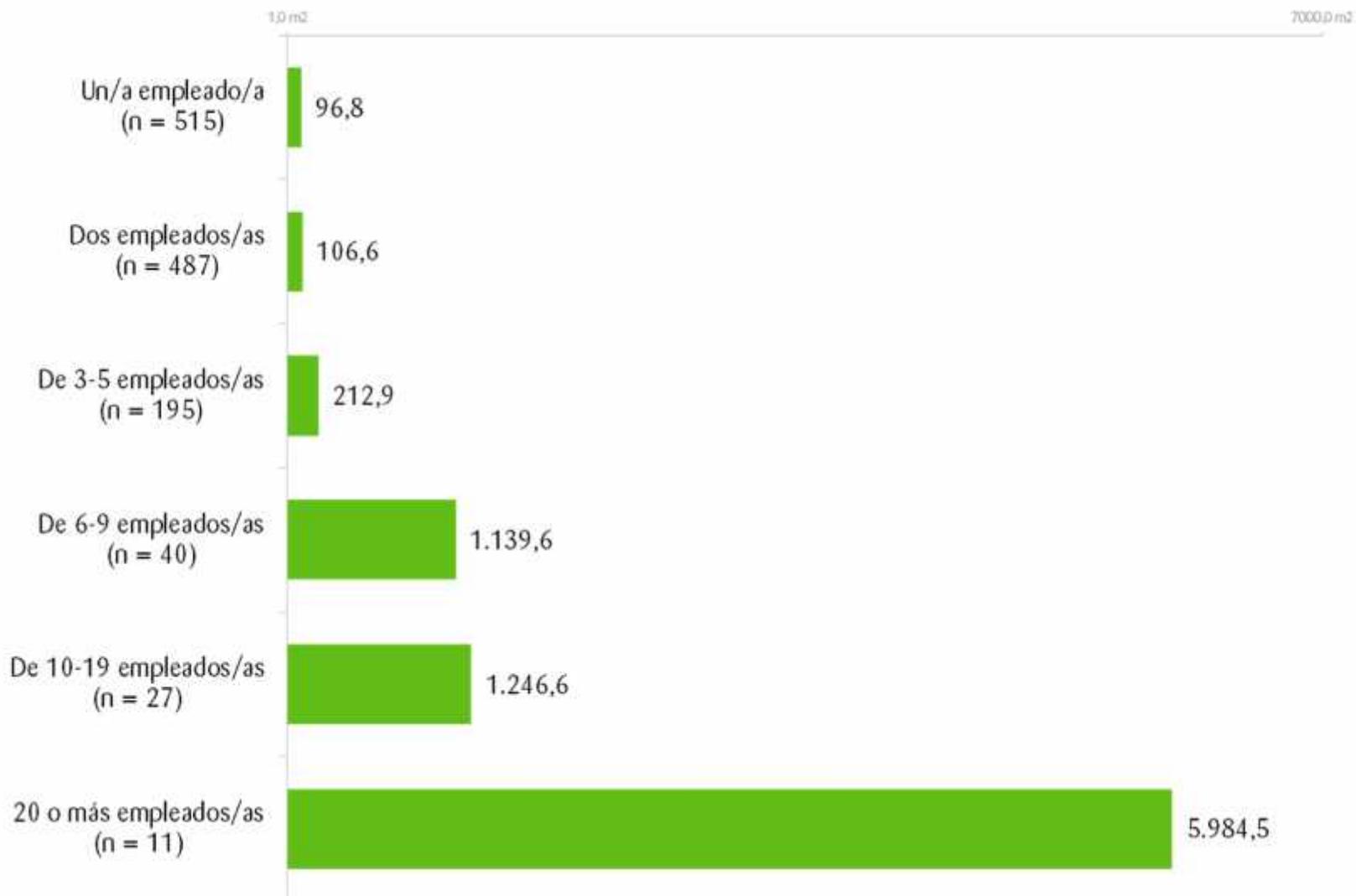
### Territorio Histórico



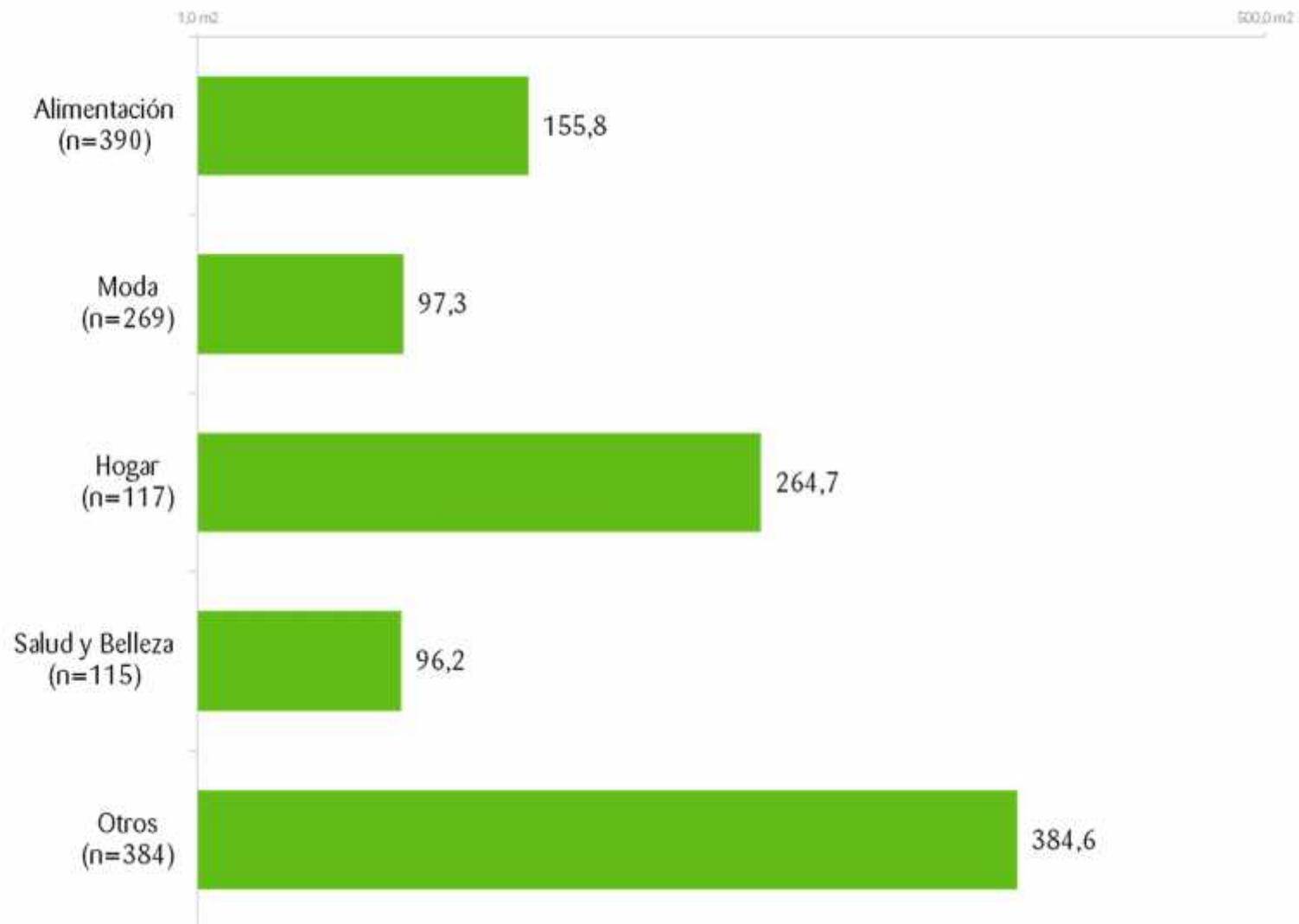
**Capitales/Resto Territorio**



**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**



### Grandes grupos de comercios



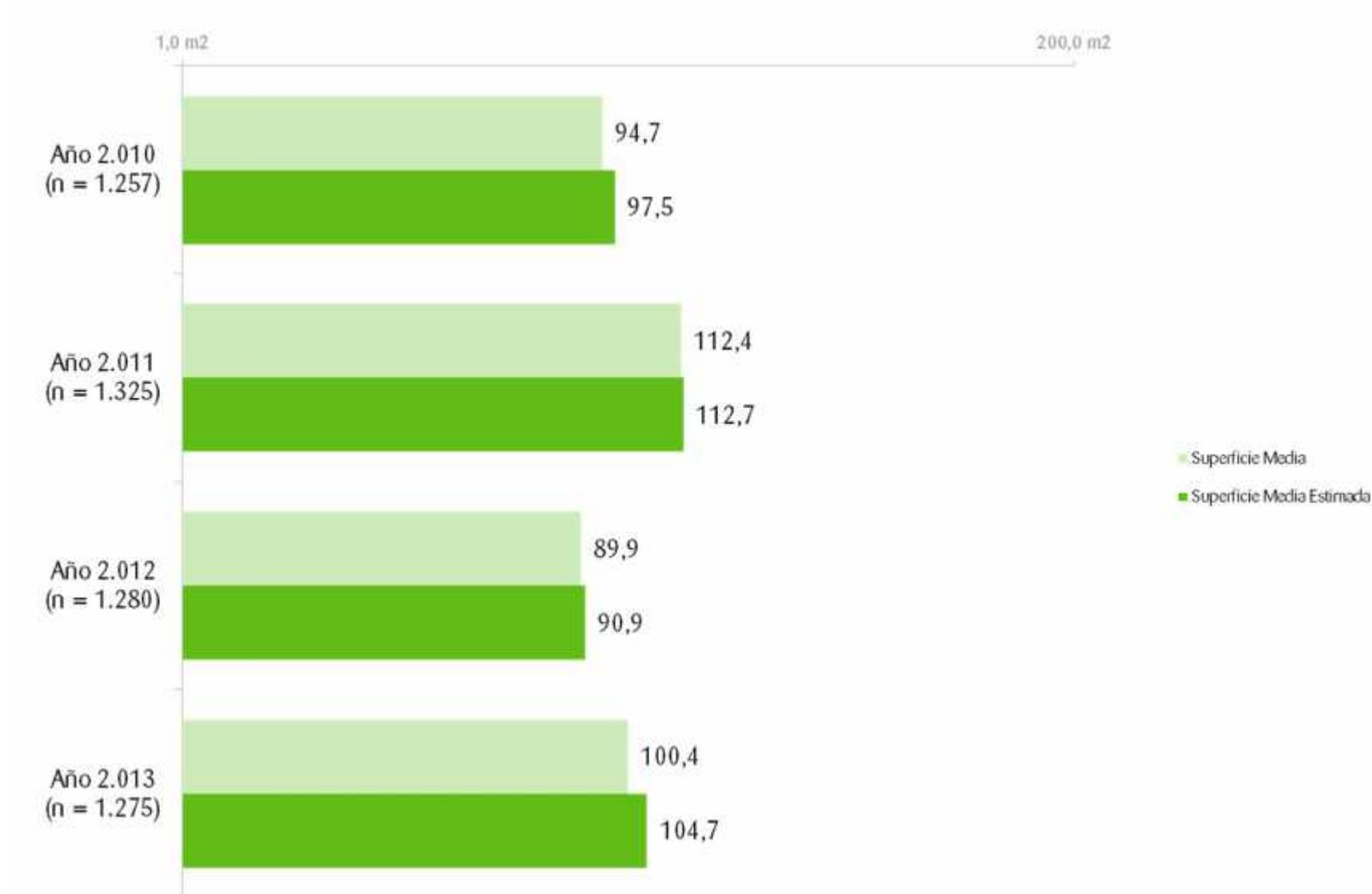
## ***Tamaño del comercio: superficie de atención al público***

- La superficie media dedicada a la atención al público es de 100,4 m<sup>2</sup>, es decir, el 46,3% de la superficie media total se dedica a la atención al público.
- En este sentido, resultará clarificador ahondar en el índice o ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio vasco. Como adelanto, el comercio minorista de los municipios del Territorio Histórico de Bizkaia tiende a presentar un mayor ratio alto de superficie de atención al público según la superficie total, que los comercios Bilbao. Tendencia ya detectada en anteriores Barómetros del Comercio Vasco. Es en el Territorio Histórico de Gipuzkoa donde los resultados, comparando los comercios de la capital y el resto del Territorio, son mas homogéneos.



	Año 2.010 (n=1.257)	Año 2.011 (n=1.325)	Año 2.012 (n=1.280)	Año 2.013 (n=1.275)
No atención al público	2,3%	2,1%	1,6%	2,2%
Menos de 30 m2	19,4%	17,3%	24,0%	22,8%
De 30 a 40 m2	19,8%	18,9%	21,7%	20,3%
De 41 a 50 m2	11,6%	12,0%	10,3%	10,7%
De 51 a 70 m2	13,1%	15,7%	12,5%	12,8%
De 71 a 90 m2	10,8%	8,6%	9,2%	9,4%
De 91 a 130 m2	7,3%	7,1%	6,3%	8,1%
De 131 a 200 m2	4,4%	4,8%	4,5%	4,6%
De 201 a 450 m2	2,3%	3,4%	2,6%	3,0%
Más de 450 m2	2,4%	2,9%	2,5%	2,5%
No concreta respuesta	6,6%	7,1%	4,7%	3,9%

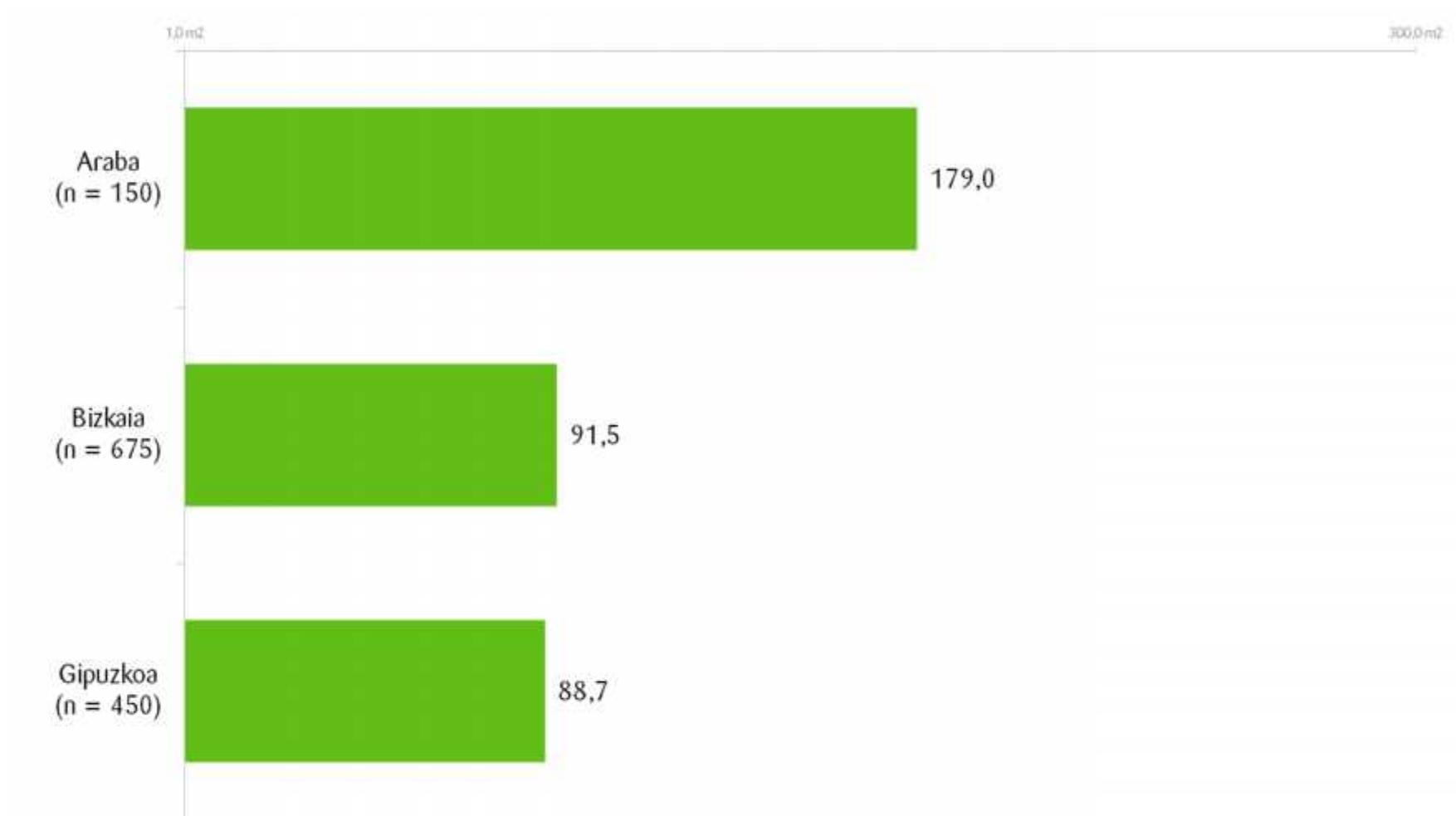
*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada  
a la atención al público (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

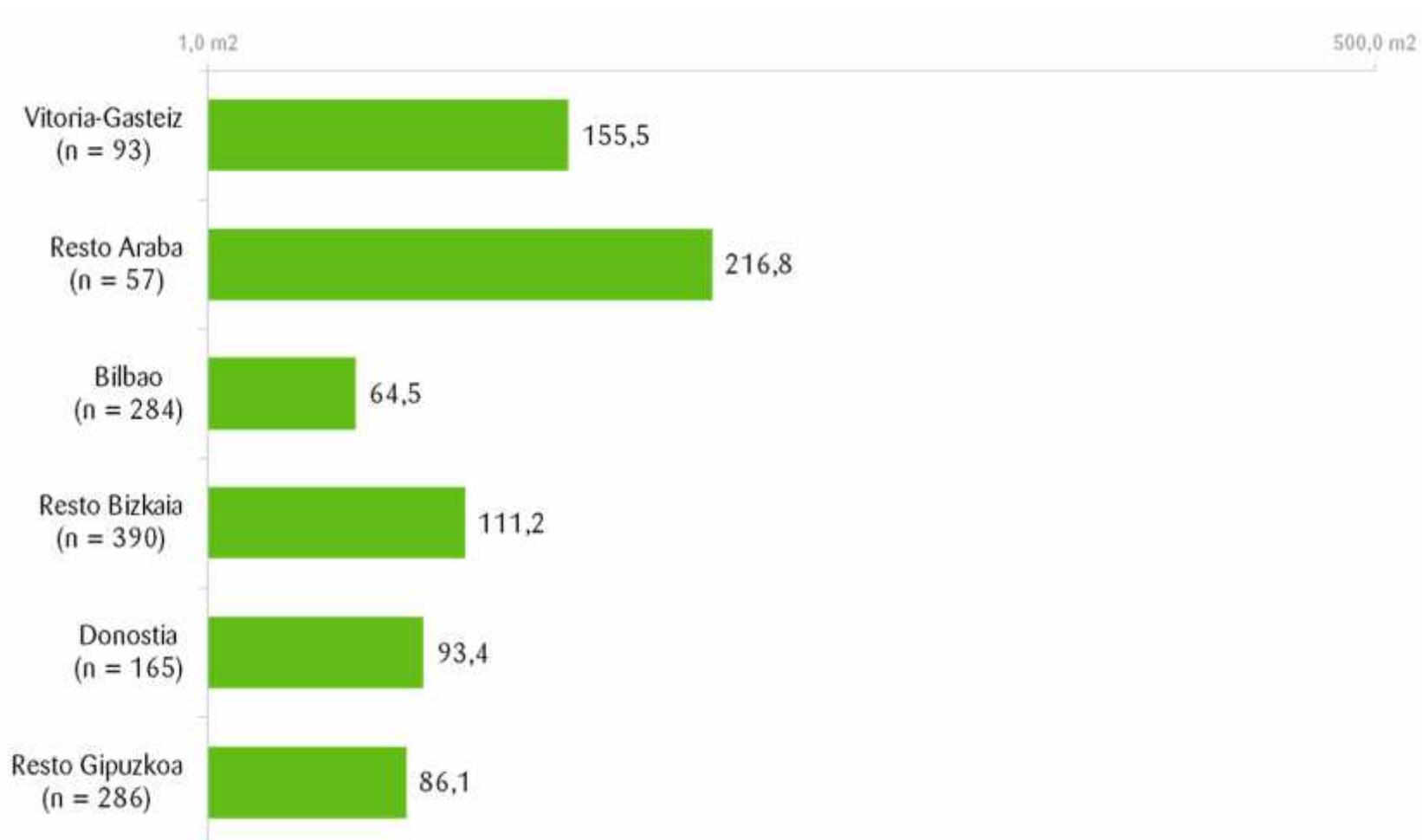
**Territorio Histórico**



*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

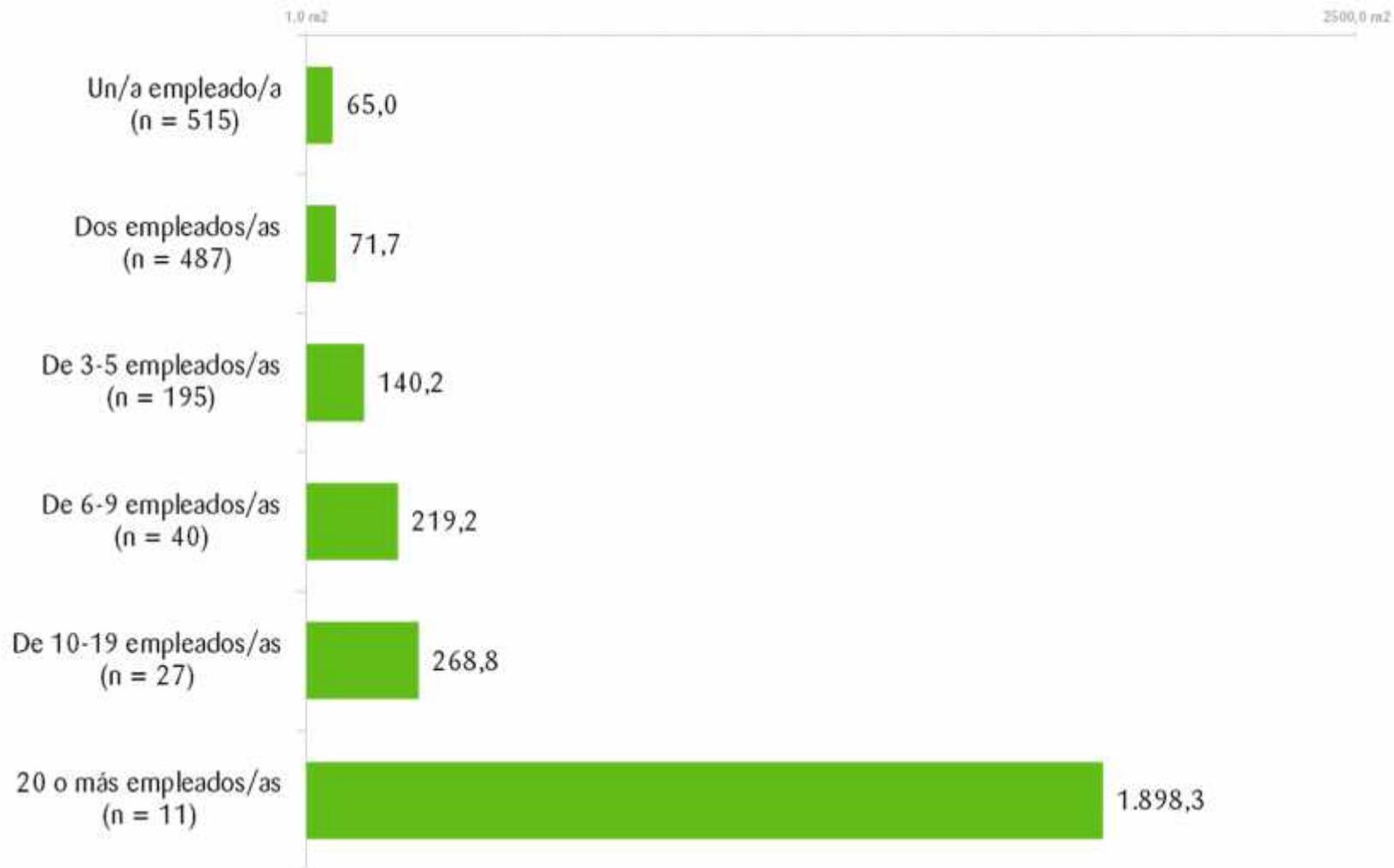
**Capitales/Resto Territorio**



*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

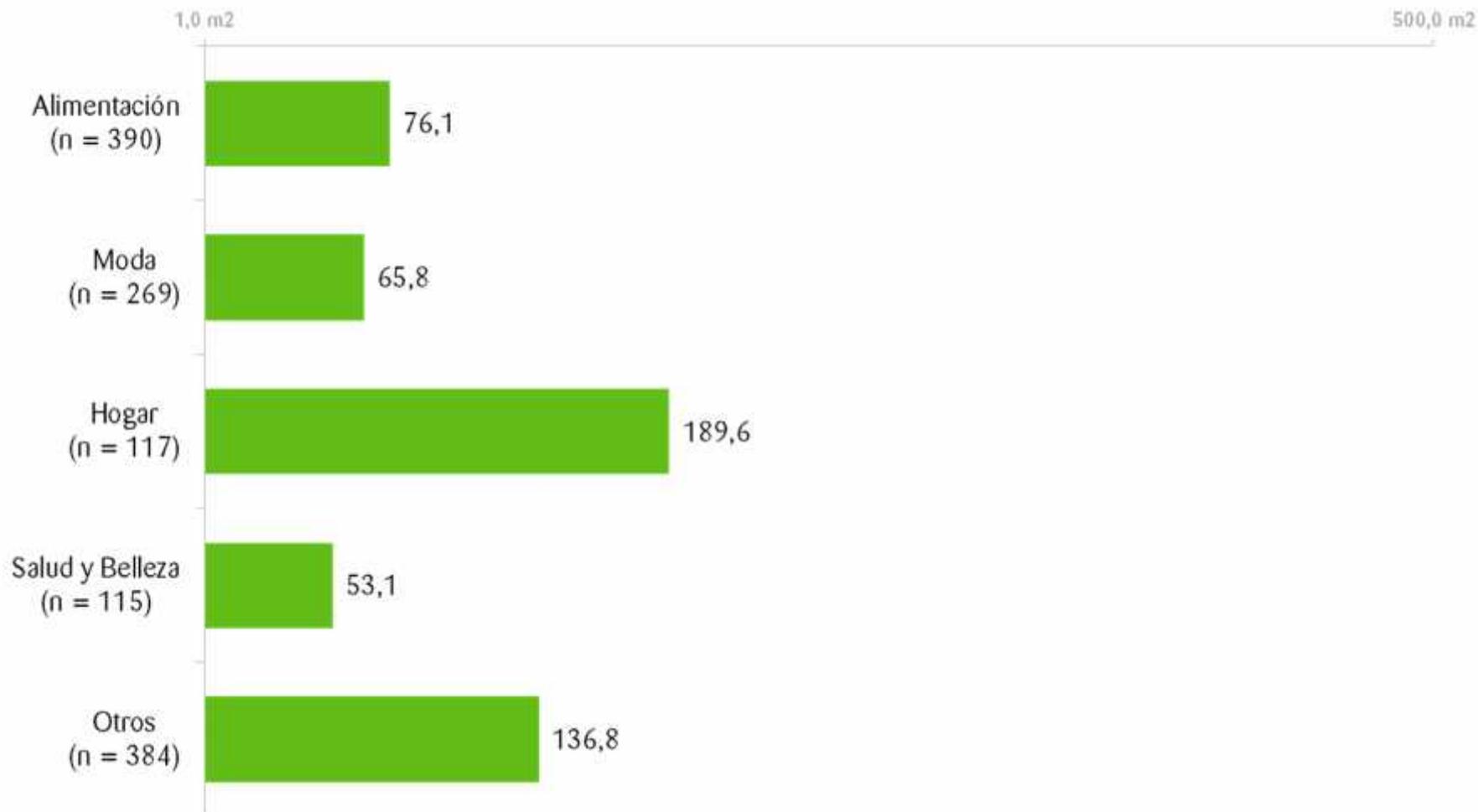
**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**



*D.4: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a la atención al público (año 2.013)*

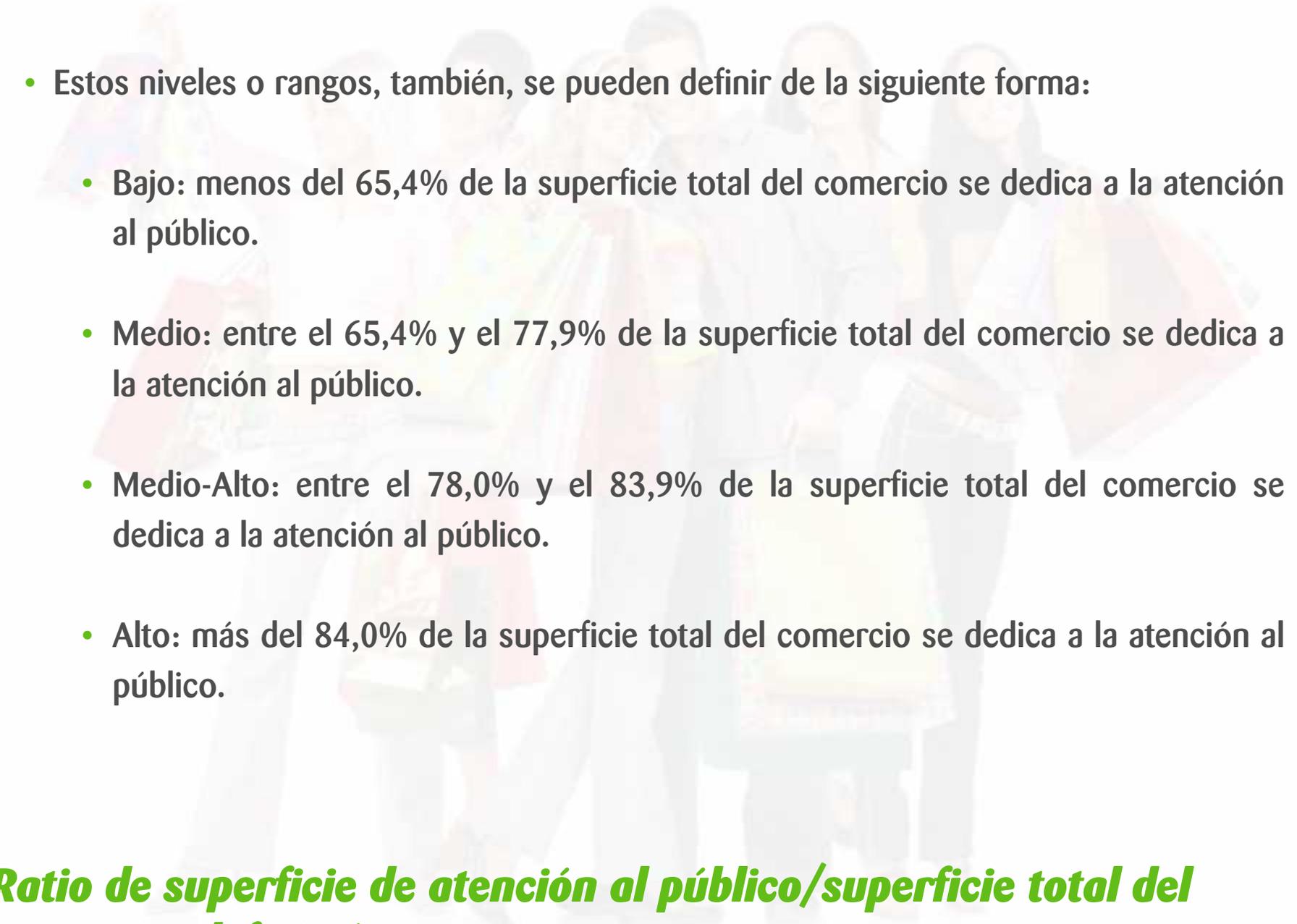
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

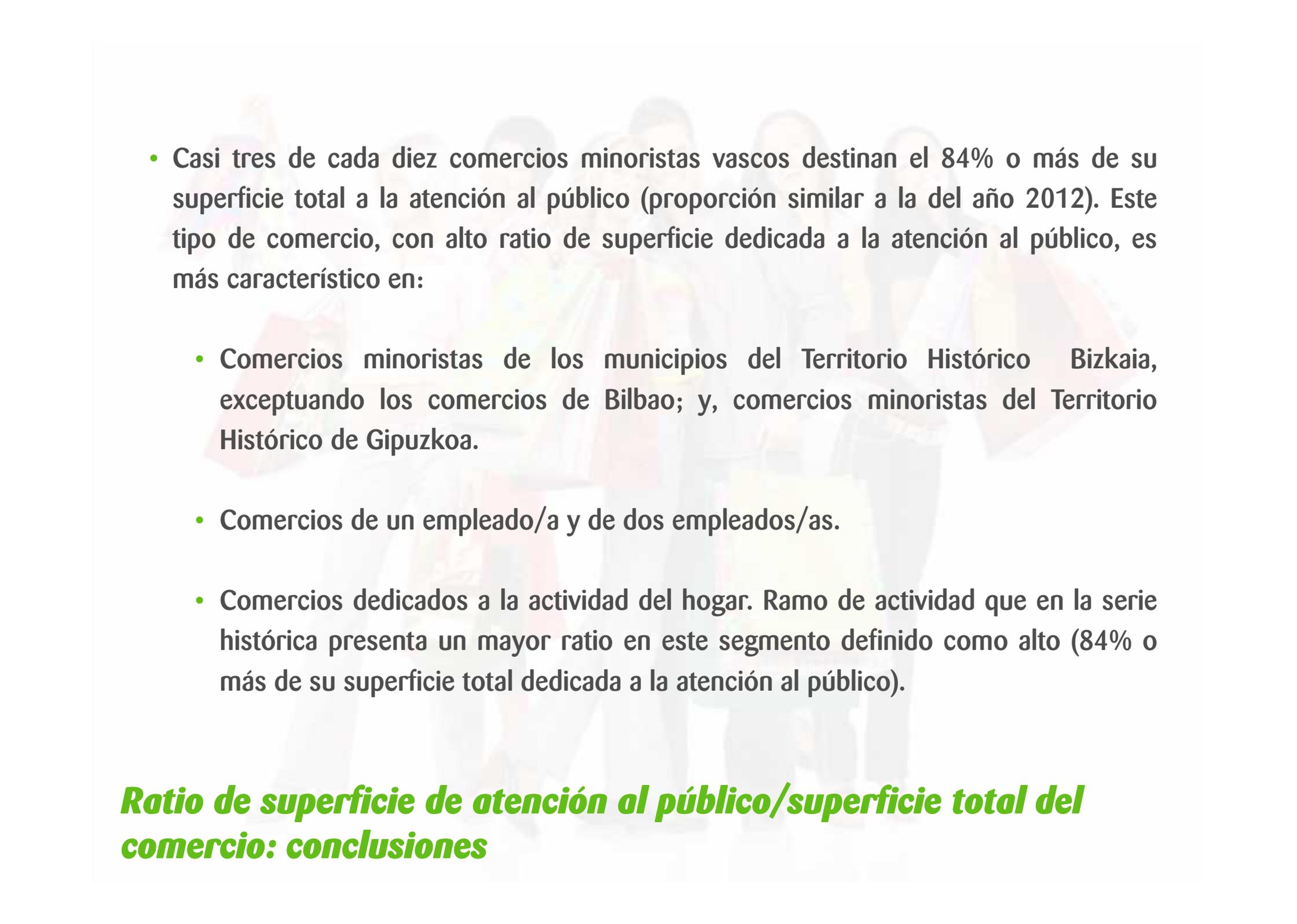


- El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar la superficie de atención dedicada al público y la superficie total de cada uno de los comercios minoristas vascos.
- El ratio genera una puntuación, segmenta y clasifica a los comercios minoristas vascos en cuatro niveles o rangos.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

- 
- A group of people, including men and women, are shown from the waist up, walking and carrying several colorful shopping bags. The image is faded and serves as a background for the text.
- Estos niveles o rangos, también, se pueden definir de la siguiente forma:
    - Bajo: menos del 65,4% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
    - Medio: entre el 65,4% y el 77,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
    - Medio-Alto: entre el 78,0% y el 83,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
    - Alto: más del 84,0% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.

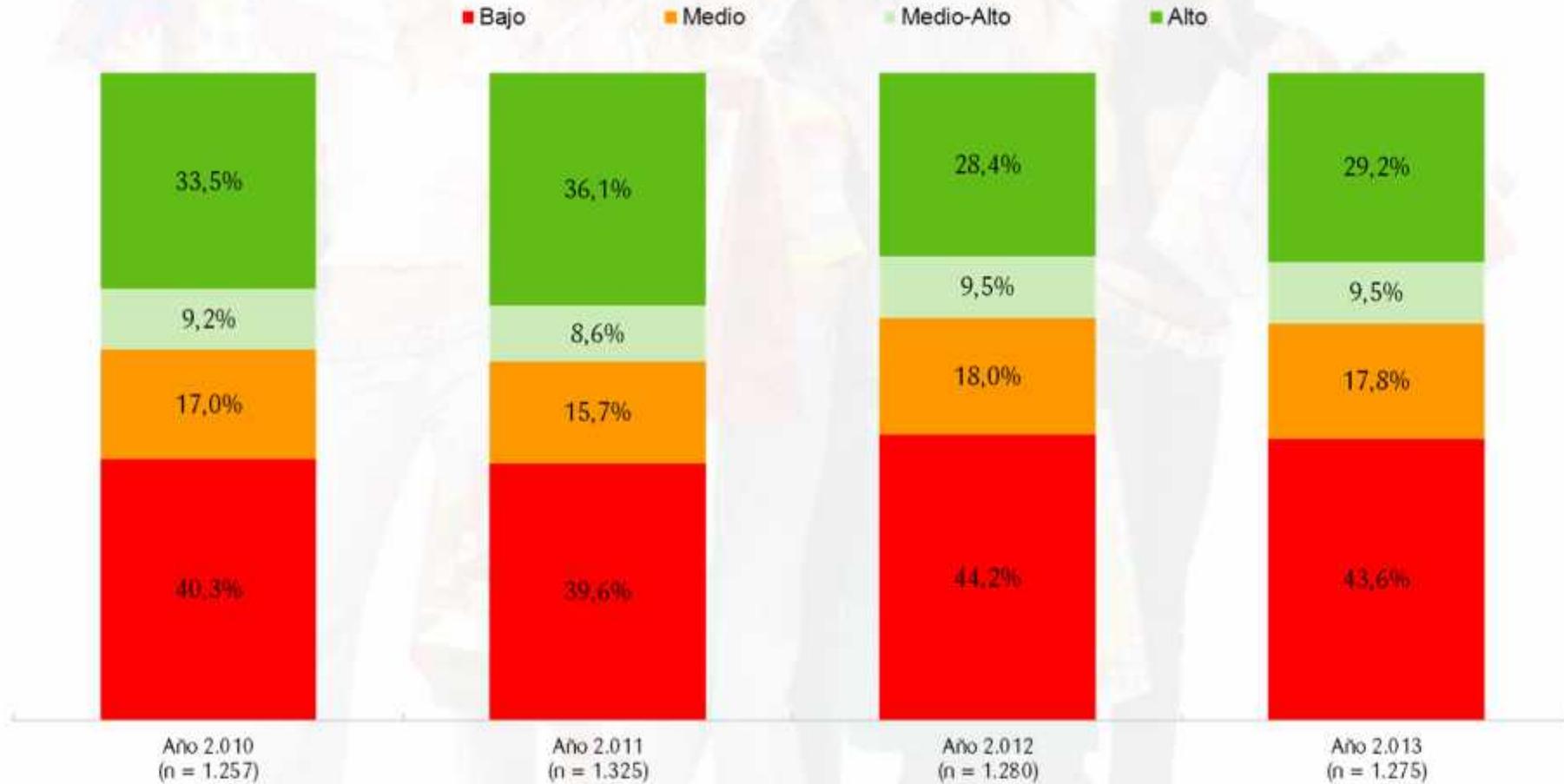
***Ratio de superficie de atención al público/superficie total del comercio: definición***

- 
- Casi tres de cada diez comercios minoristas vascos destinan el 84% o más de su superficie total a la atención al público (proporción similar a la del año 2012). Este tipo de comercio, con alto ratio de superficie dedicada a la atención al público, es más característico en:
    - Comercios minoristas de los municipios del Territorio Histórico Bizkaia, exceptuando los comercios de Bilbao; y, comercios minoristas del Territorio Histórico de Gipuzkoa.
    - Comercios de un empleado/a y de dos empleados/as.
    - Comercios dedicados a la actividad del hogar. Ramo de actividad que en la serie histórica presenta un mayor ratio en este segmento definido como alto (84% o más de su superficie total dedicada a la atención al público).

***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*

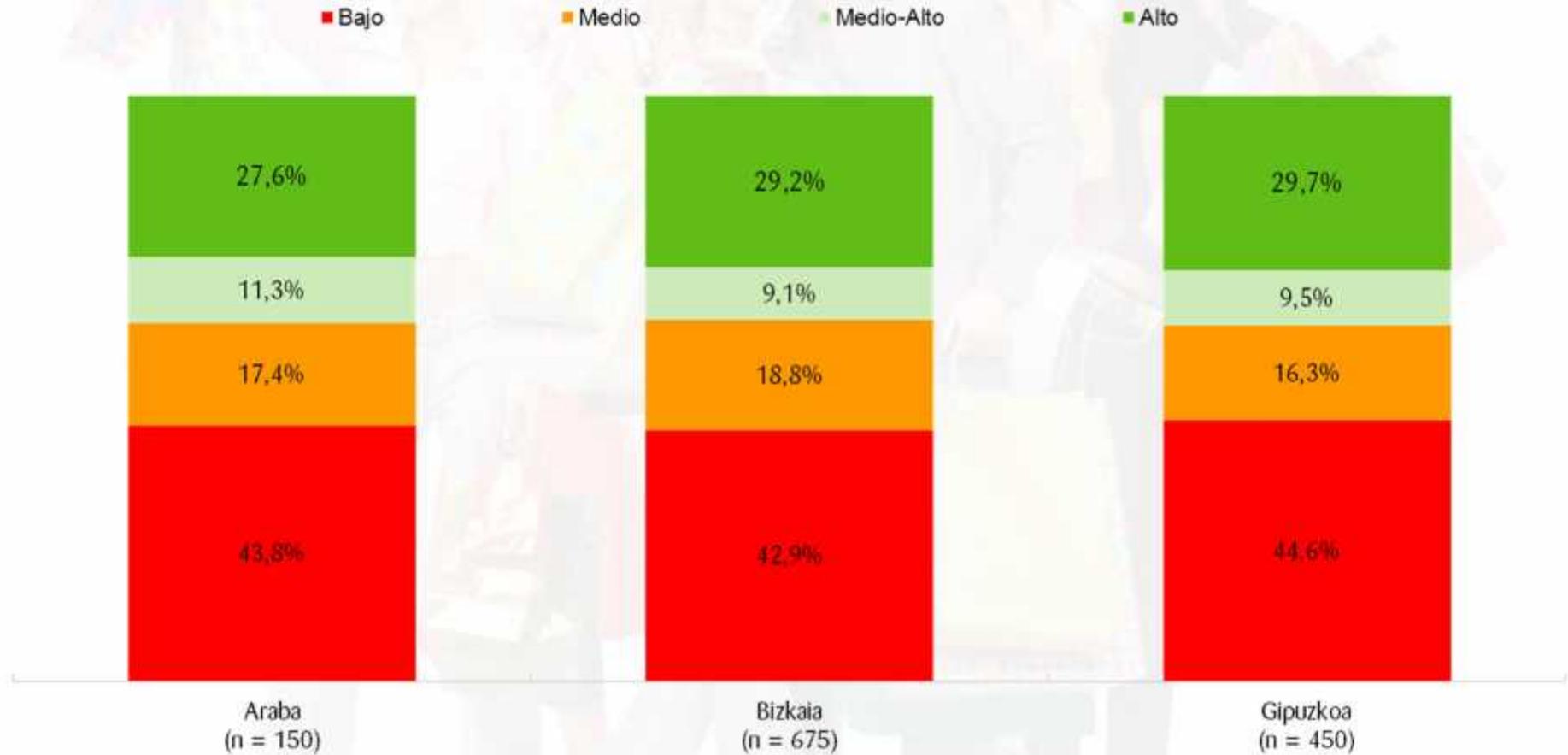


***Ratio de superficie de atención al público/superficie total: datos***

Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

### Territorio Histórico



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

*Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/ Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Alto	28,3%	26,3%	27,6%	30,4%	30,2%	29,4%
Medio-Alto	13,5%	7,5%	9,8%	8,5%	10,6%	8,8%
Medio	17,0%	18,1%	17,3%	20,0%	16,6%	16,1%
Bajo	41,2%	48,1%	45,3%	41,1%	42,6%	45,7%

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

*Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Tamaño comercio minorista (según número empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n = 515)	Dos empleados/as (n = 487)	De 3-5 empleados/as (n = 195)	De 6-9 empleados/as (n = 40)	De 10-19 empleados/as (n = 27)	20 o más empleados/as (n = 11)
Alto	31,9%	29,8%	22,4%	28,3%	21,1%	22,2%
Medio-Alto	8,4%	10,4%	12,0%	4,4%	3,9%	8,3%
Medio	20,2%	17,1%	14,4%	13,2%	11,8%	22,5%
Bajo	39,6%	42,8%	51,1%	54,1%	63,2%	47,0%

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

*Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

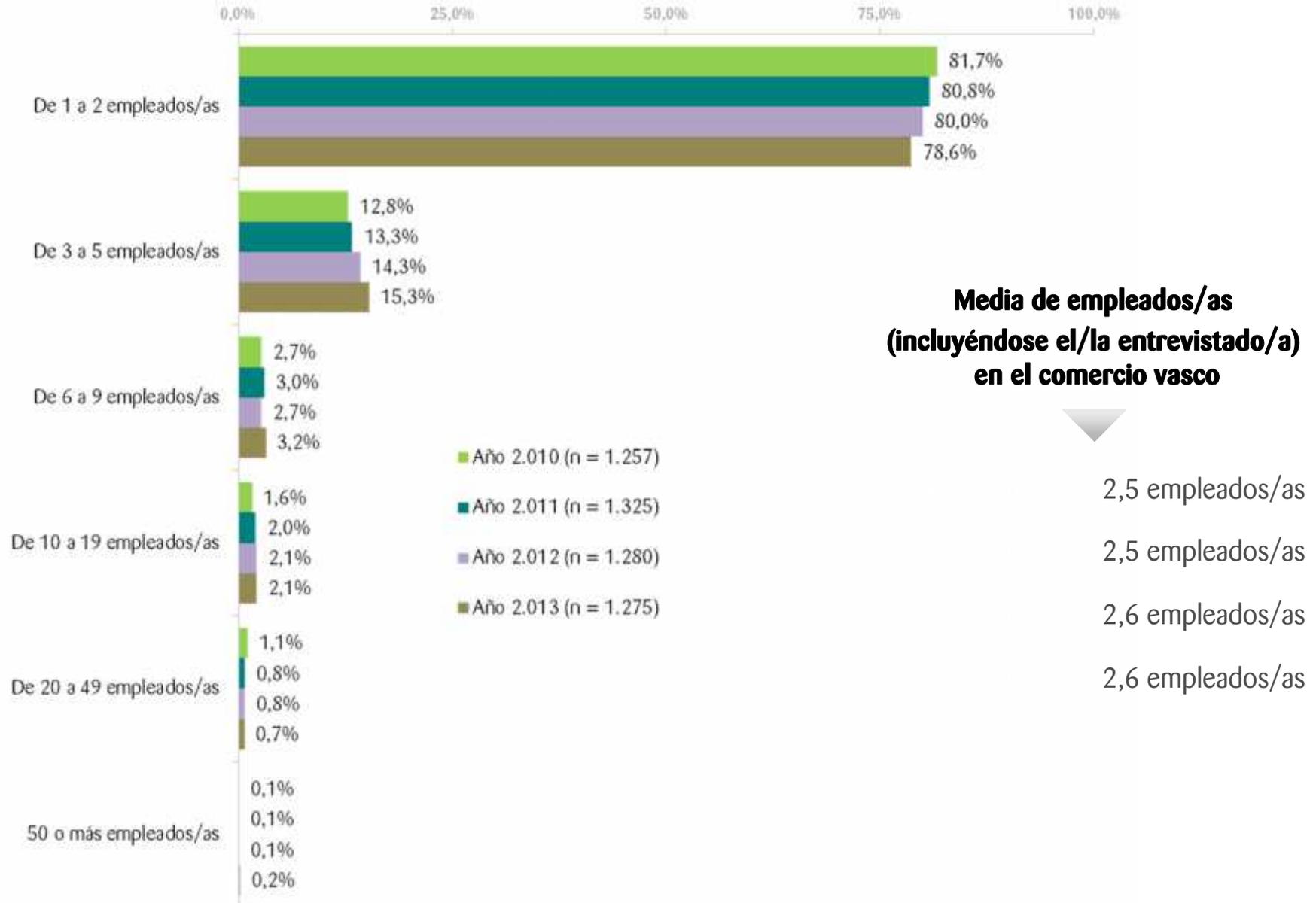
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
Alto	25,8%	28,2%	41,7%	33,2%	28,4%
Medio-Alto	8,4%	11,4%	13,6%	10,4%	7,6%
Medio	16,5%	22,3%	17,3%	18,2%	15,8%
Bajo	49,2%	38,1%	27,4%	38,1%	48,2%

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

## ***Tamaño del comercio: personal***

- Se mantiene la proporción de ocho de cada diez comercios minoristas vascos que cuentan en plantilla con un/a empleado/a o son solo un/a empleado/a.
- La media de empleados/as en el comercio minorista es de 2,6 empleados/as. Se detecta un número medio de empleados/as del comercio minorista vasco similar al de Barómetros anteriores.
- 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 97,0% de los comercios minoristas vascos.
  - Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as) supone el 2,8% de los comercios minoristas vascos.
  - Y, empresa mediana (de 50 hasta 250 empleados/as) refleja el tamaño del 0,2% de los comercios minoristas vascos.

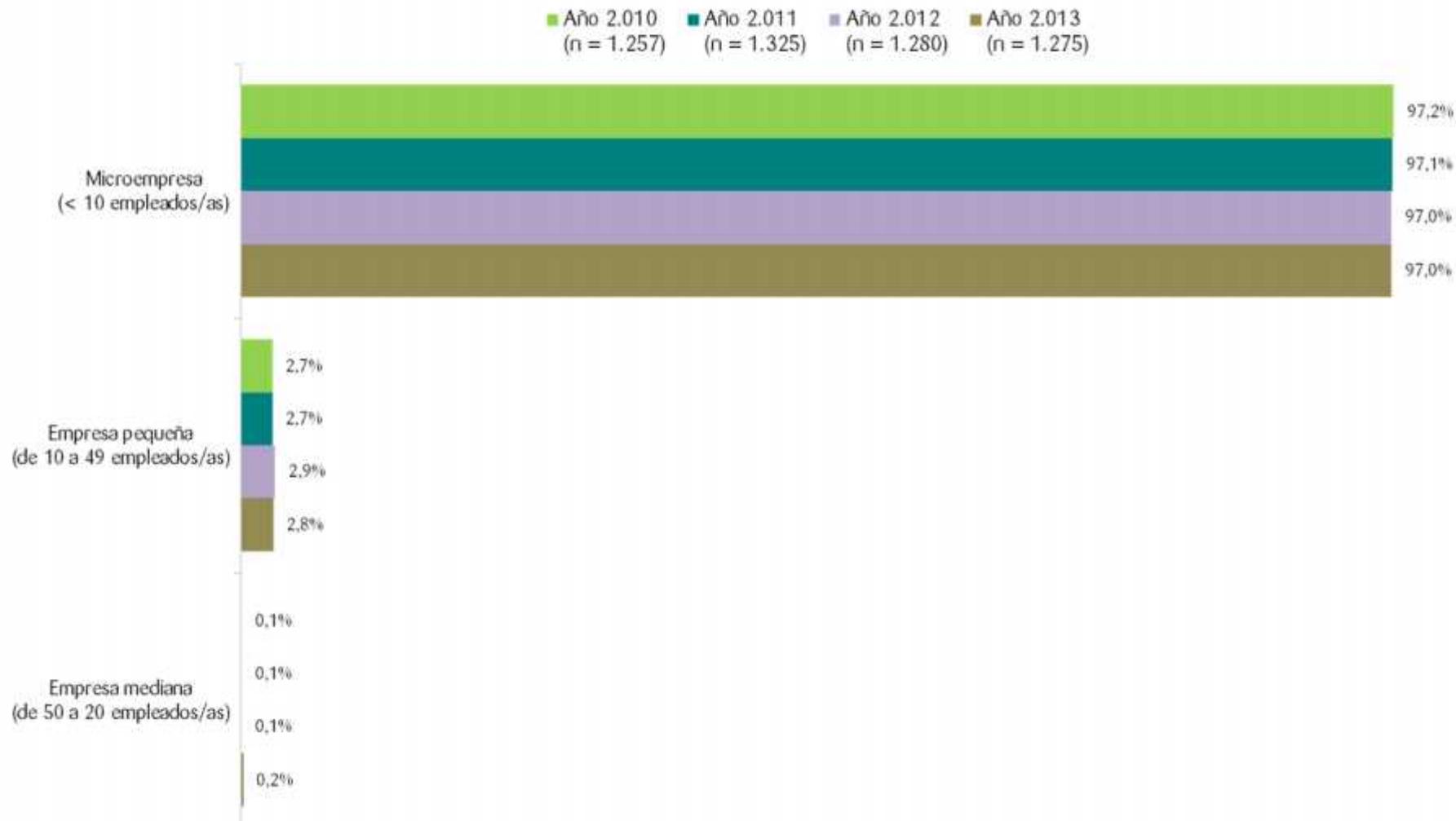
P.4: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?  
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
<b>Microempresa ( &lt; 10 empleados/as)</b>	92,8%	97,6%	97,6%
<b>Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)</b>	7,1%	2,2%	2,2%
<b>Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)</b>	0,1%	0,2%	0,1%

*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme  
(año 2.013)*

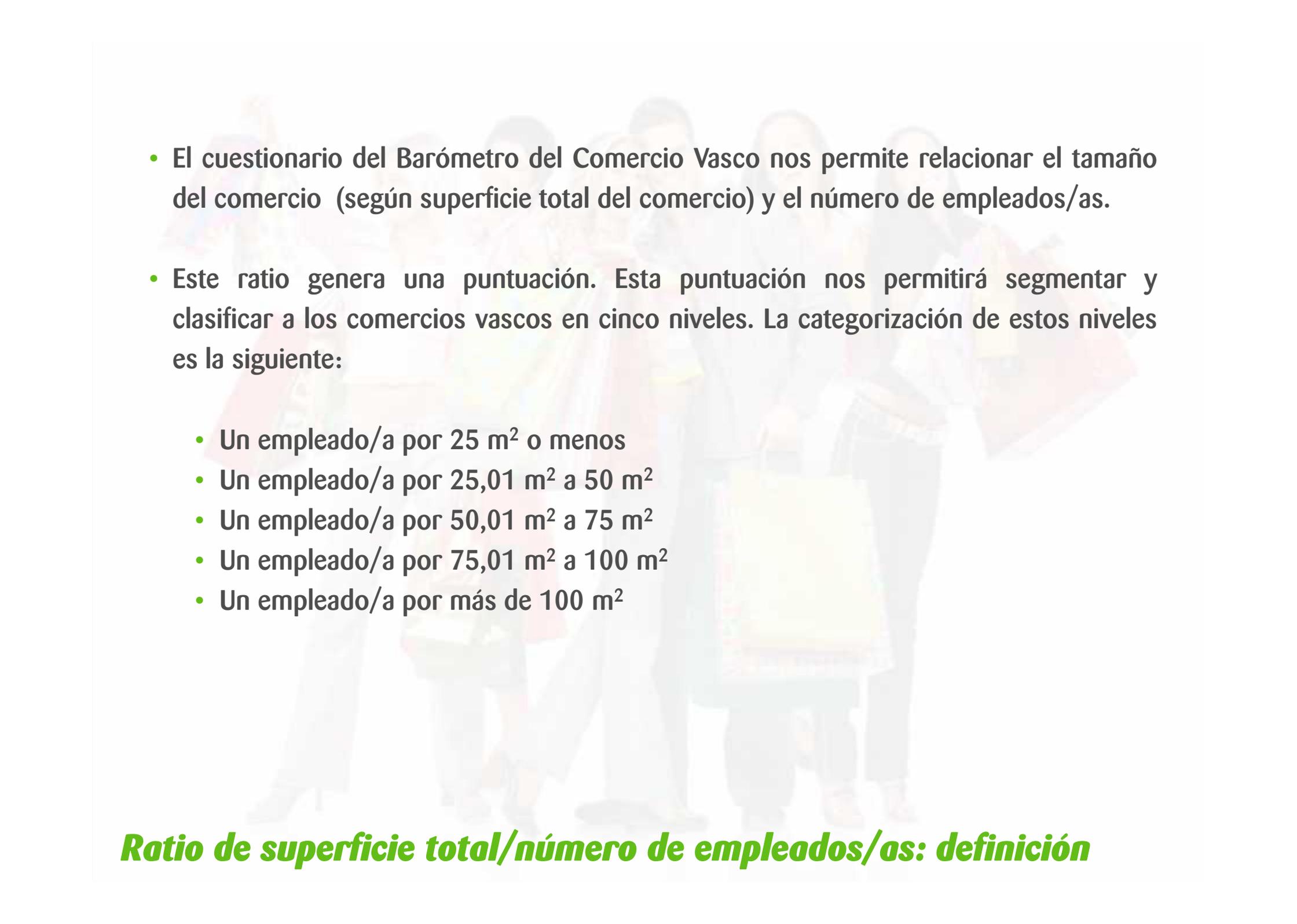
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Microempresa (&lt; 10 empleados/as)</b>	95,8%	87,7%	96,4%	98,5%	97,5%	97,7%
<b>Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)</b>	3,9%	12,3%	3,3%	1,4%	2,2%	2,3%
<b>Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)</b>	0,2%	---	0,3%	0,1%	0,3%	0,1%

*P.4: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme  
(año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y belleza (n = 115)	Otros (n = 284)
<b>Microempresa (&lt; 10 empleados/as)</b>	95,6%	98,5%	98,6%	99,4%	96,3%
<b>Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)</b>	4,2%	1,5%	1,4%	0,5%	3,4%
<b>Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)</b>	0,2%	---	---	0,1%	0,3%

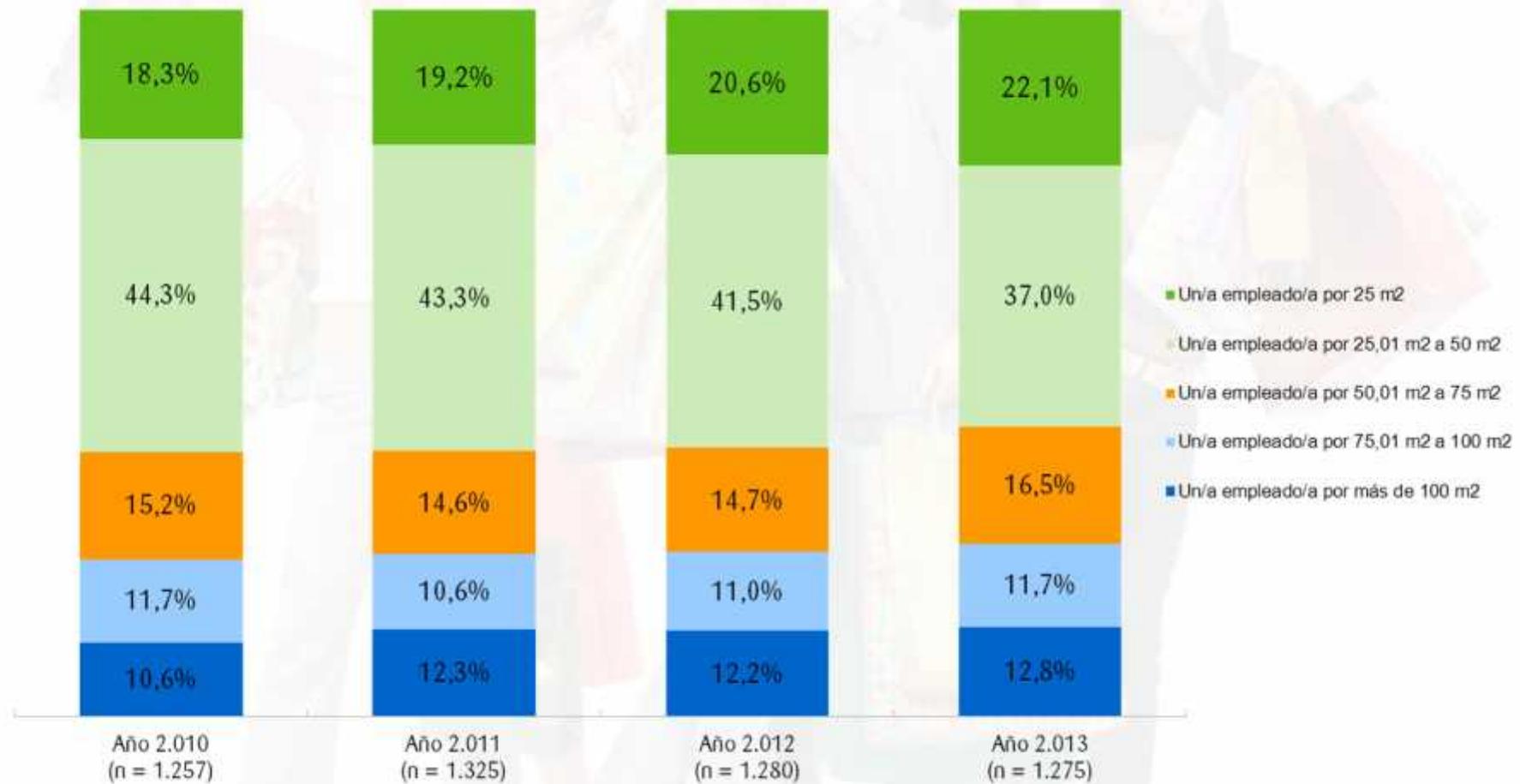
- 
- El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar el tamaño del comercio (según superficie total del comercio) y el número de empleados/as.
  - Este ratio genera una puntuación. Esta puntuación nos permitirá segmentar y clasificar a los comercios vascos en cinco niveles. La 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***

- El 37,0% de los comercios minoristas vascos presenta una densidad de un/a empleado/a por 25,01 m<sup>2</sup> a 50 m<sup>2</sup>. La media de densidad del conjunto de comercios minoristas vascos es de un/a empleado/a por 77,9 m<sup>2</sup>.
- Los comercios minoristas vascos que se sitúan por debajo de esta media de densidad, aquellos con una mayor concentración de empleados/as por m<sup>2</sup> , continúan siendo:
  - Comercios minoristas de las capitales de los tres Territorios Históricos.
  - Comercios dedicados, o bien a la actividad de moda, o bien a la actividad de salud, belleza, o bien a la actividad de alimentación.
  - Comercios, incluido dueño/a, con una plantilla de dos a cinco empleados/as.
  - Comercios más jóvenes (menos de 16 años de antigüedad declarada). Este aspecto continúa con la tendencia apuntada en el anterior Barómetro Comercio Minorista Vasco. Así, los comercios más jóvenes son quienes presentan un ratio de menor densidad, junto con los comercios de 11 a 20 años de antigüedad declarada.

***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 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Un/a empleado/a por 25 m <sup>2</sup> o menos	15,8%	22,8%	23,1%
Un/a empleado/a por 25,01 m <sup>2</sup> a 50 m <sup>2</sup>	32,1%	41,4%	32,0%
Un/a empleado/a por 50,01 m <sup>2</sup> a 75 m <sup>2</sup>	17,8%	14,9%	18,3%
Un/a empleado/a por 75,01 m <sup>2</sup> a 100 m <sup>2</sup>	9,4%	10,2%	14,6%
Un/a empleado/a por más de 100 m <sup>2</sup>	24,8%	10,7%	12,0%
MEDIA (empleado/a/ m <sup>2</sup> )	132,0	73,4	66,6

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

*Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados/as (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Territorio Histórico					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 171)	Resto Gipuzkoa (n = 285)
Un/a empleado/a por 25 m <sup>2</sup> o menos	15,2%	16,7%	31,0%	16,8%	26,1%	21,3%
Un/a empleado/a por 25,01 m <sup>2</sup> a 50 m <sup>2</sup>	38,7%	21,3%	44,4%	39,1%	37,9%	28,6%
Un/a empleado/a por 50,01 m <sup>2</sup> a 75 m <sup>2</sup>	20,8%	13,0%	12,8%	16,5%	14,3%	20,7%
Un/a empleado/a por 75,01 m <sup>2</sup> a 100 m <sup>2</sup>	8,1%	11,6%	2,6%	15,7%	12,7%	15,7%
Un/a empleado/a por más de 100 m <sup>2</sup>	17,2%	37,4%	9,2%	11,9%	9,0%	13,7%
MEDIA (empleado/a /m <sup>2</sup> )	83,0	212,8	50,7	90,0	58,9	71,0

***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 26,1 años. Mientras que uno de cada cinco comercios tiene una antigüedad de 10 años o inferior, la mitad de los comercios afirma llevar con la actividad 21 años o más. Distribución similar a lo detectado en 2012.
- La actividad de la salud y belleza tiende a concentrar el mayor volumen de comercios jóvenes, constante a lo largo de Barómetro del Comercio Minorista Vasco, al igual que los comercio del ramo de hogar.
- Desde 2010, el ratio bruto de comercio jóvenes, menos de seis años, ha descendido en 4,8 puntos porcentuales, es decir, un descenso del 35,3%.

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

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

**Antigüedad media  
de los comercios  
minoristas vascos**



23,7 años

23,6 años

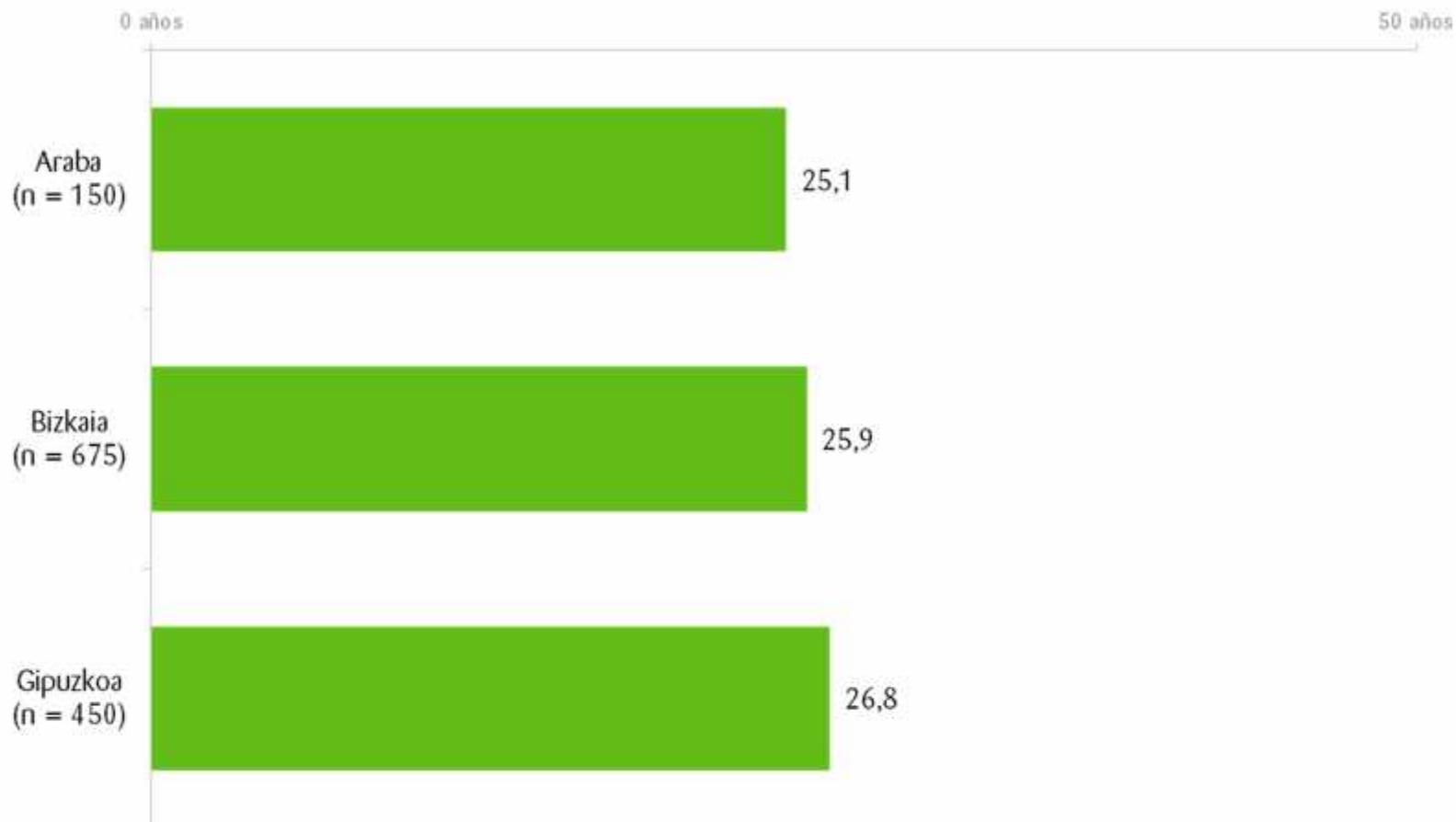
25,8 años

26,1 años

P.22: Año de apertura del comercio minorista (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

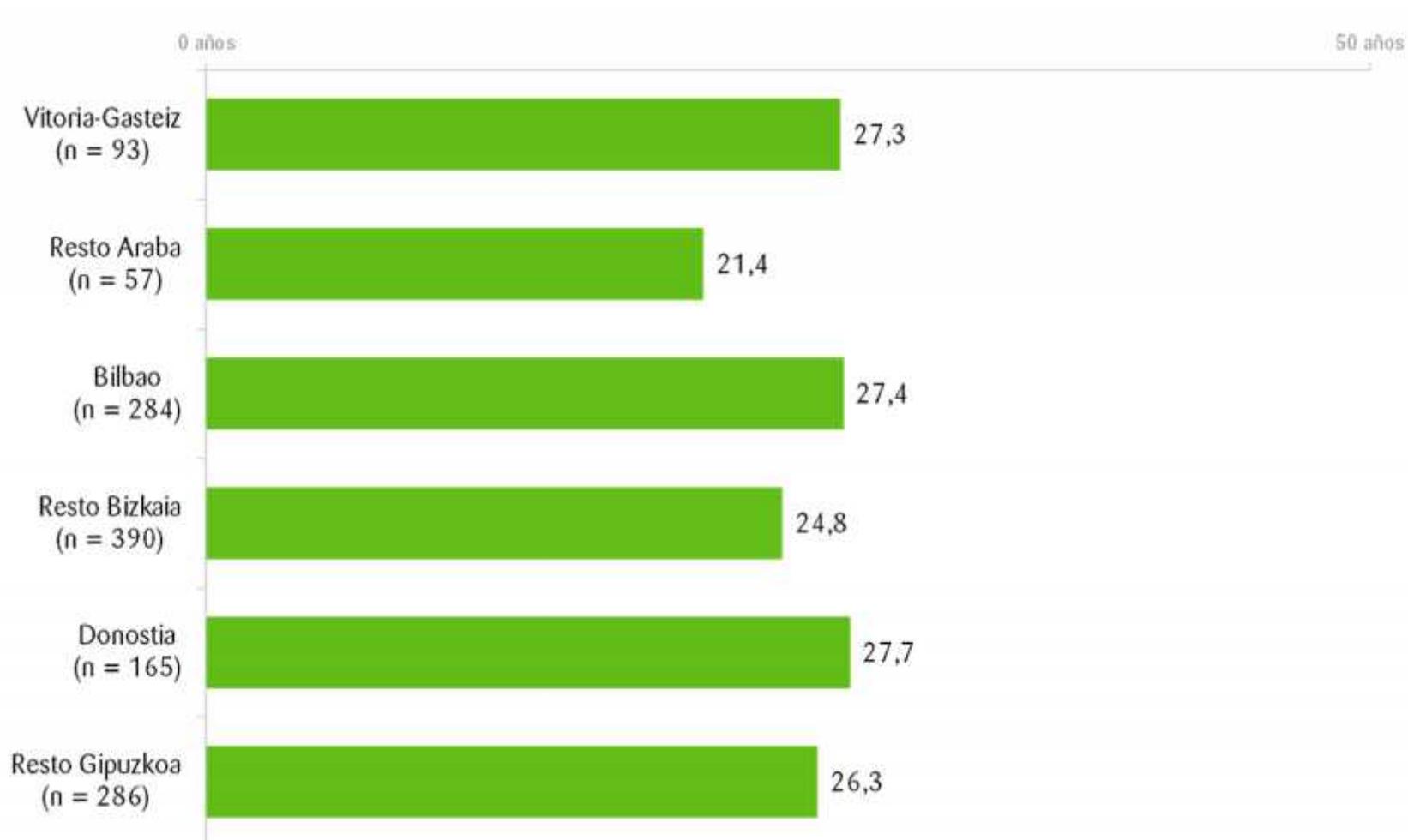
### Territorio Histórico



P.22: Año de apertura del comercio minorista (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

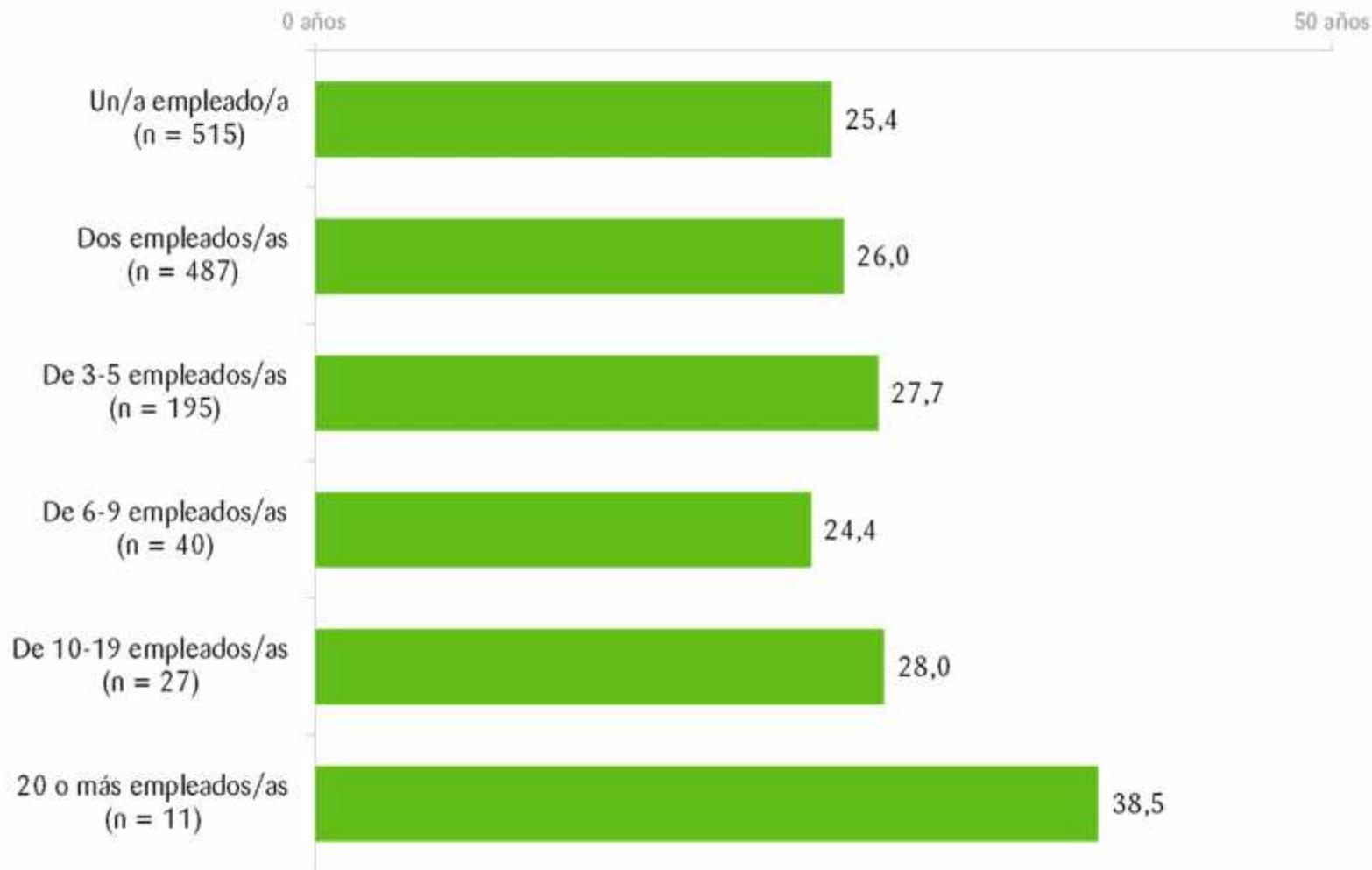
### Capitales/Resto Territorio



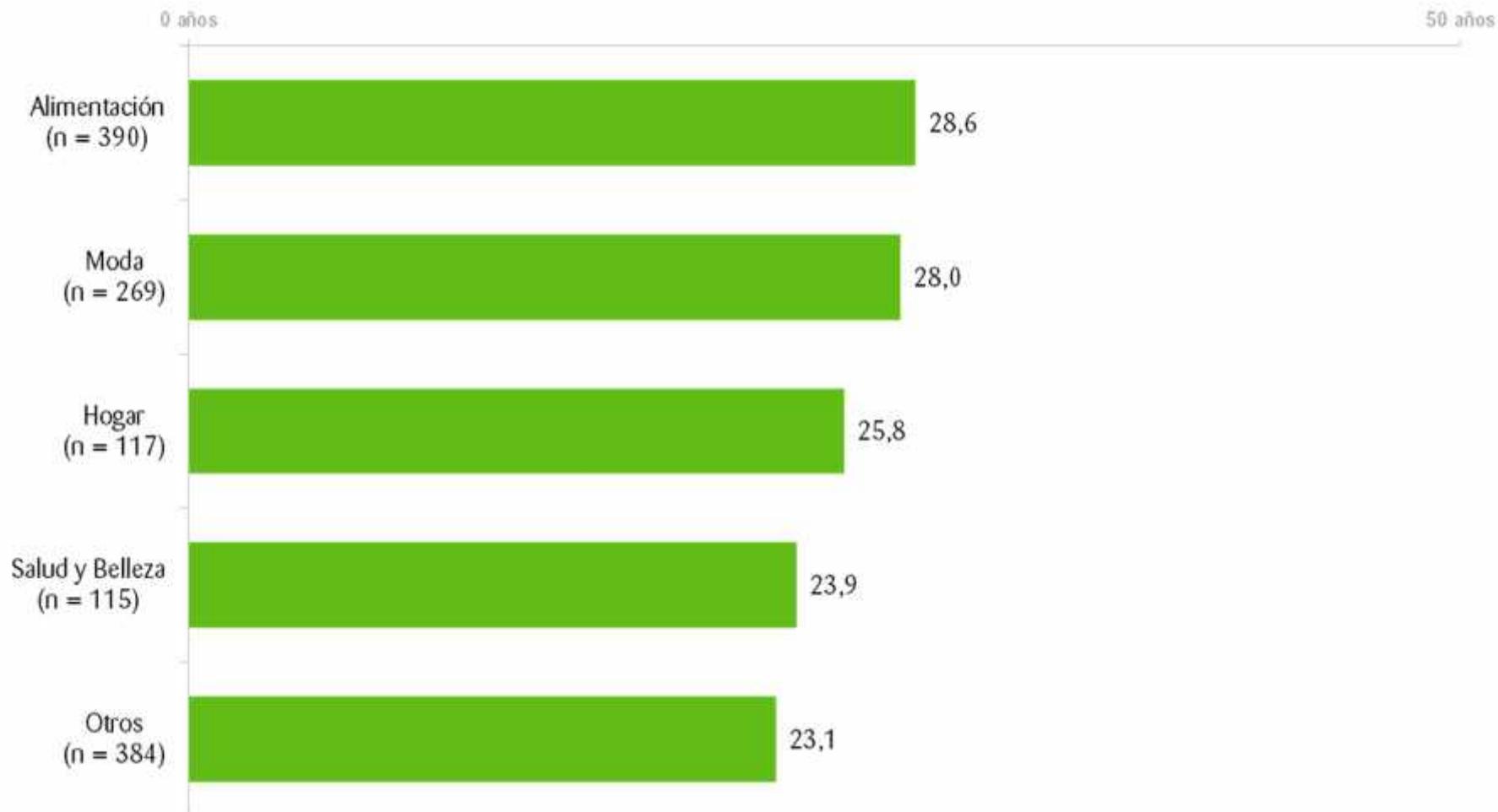
P.22: Año de apertura del comercio minorista (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**



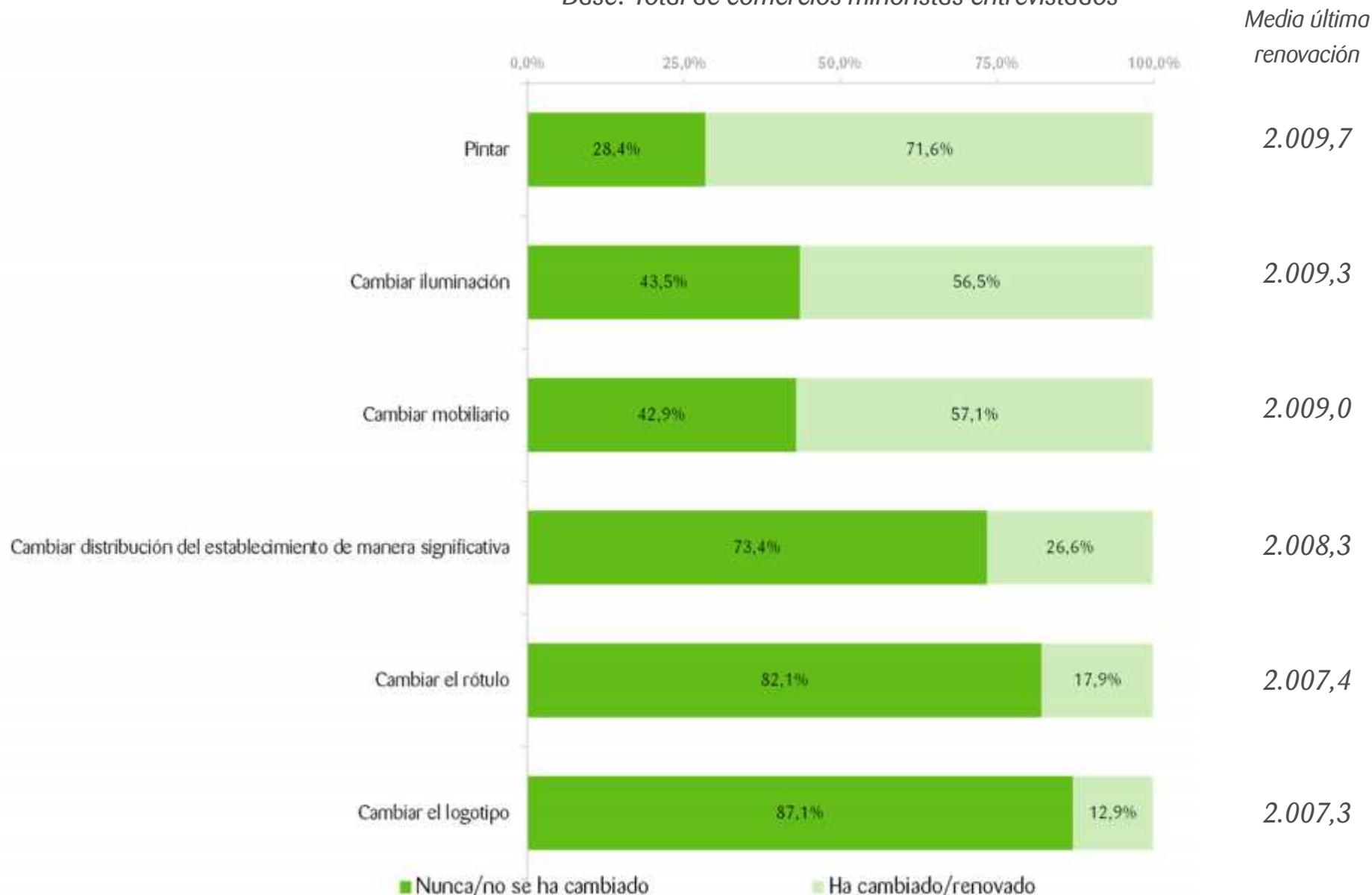
### Grandes grupos de comercios



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

*P.24: De las reformas, cambios que le cito a continuación, ¿me podría decir el año de la última realización de cada una de ellas? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



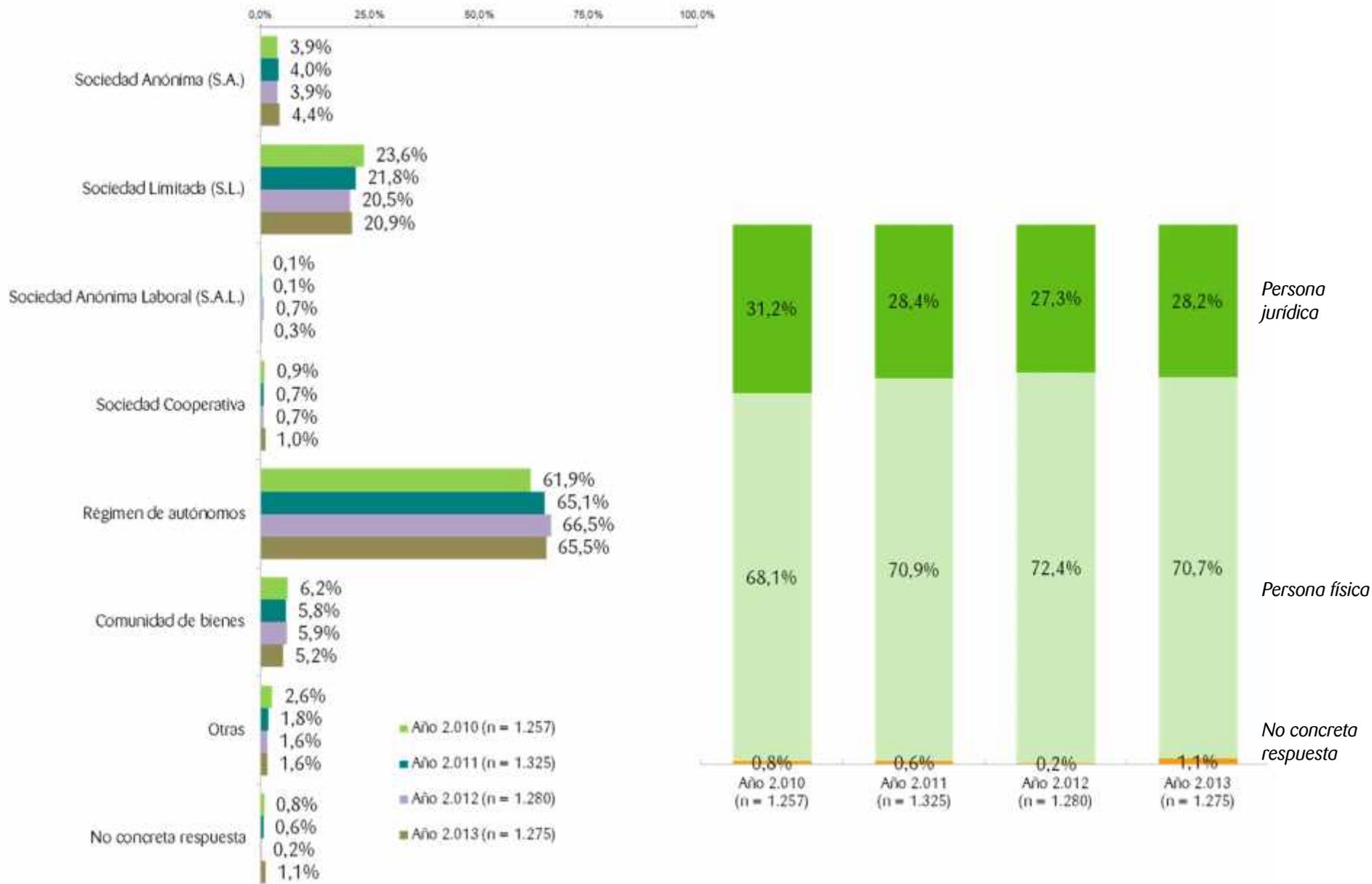
# ***“Forma jurídica del comercio”***

## *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), continúa siendo la de persona física.
- En este sentido, se reitera que a medida que el tamaño del comercio minorista es mayor, a partir sobre todo de tres empleados/as, la forma de organización de persona jurídica se convierte en la figura o forma jurídica más generalizada en el comercio minorista vasco.
- Por otro lado, continúa siendo más perceptible en el comercio minorista del ramo o actividad de hogar la presencia de la forma jurídica de persona, valga la redundancia, jurídica.

### 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 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Persona jurídica	38,9%	26,2%	27,5%
Persona física	60,1%	72,7%	71,3%
No concreta respuesta	1,1%	1,1%	1,2%

*D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Persona jurídica	42,1%	33,5%	32,6%	21,5%	38,1%	21,5%
Persona física	56,3%	66,2%	66,6%	77,1%	60,1%	77,7%
No concreta respuesta	1,6%	0,3%	0,7%	1,4%	1,8%	0,8%

*D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados)					
	Un/ a empleado/a (n = 515)	Dos empleados /as (n = 487)	De 3 -5 empleados /as (n = 195)	De 6 -9 empleados /as (n = 40)	De 10 -19 empleados /as (n = 27)	20 o más empleados /as (n = 11)
Persona jurídica	12,3%	27,5%	49,4%	74,4%	93,1%	98,6%
Persona física	87,2%	71,7%	47,4%	22,9%	4,9%	---
No concreta respuesta	0,5%	0,8%	3,3%	2,7%	2,0%	1,4%

*D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

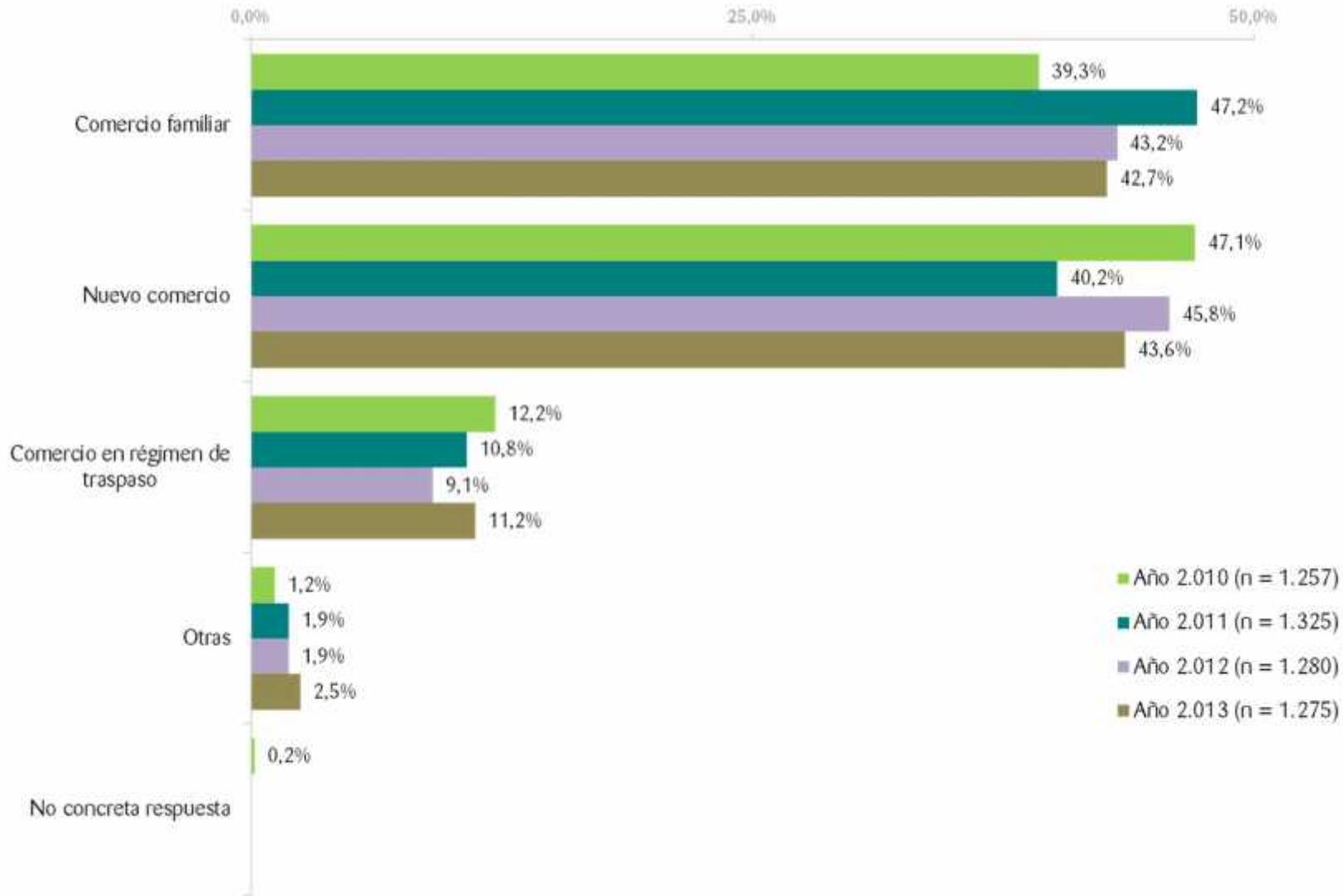
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
Persona jurídica	20,3%	21,3%	45,2%	19,2%	38,5%
Persona física	78,2%	77,9%	52,2%	79,5%	60,9%
No concreta respuesta	1,5%	0,8%	2,6%	1,2%	0,5%

## *Régimen del comercio*

- El régimen de tenencia del comercio minorista vasco se articula en base a estas dos situaciones:
  - El nuevo comercio. Por segunda vez se detecta un ratio ligeramente superior de comercios minoristas nuevos que comercios minoristas familiares.
  - El comercio familiar, de sucesión familiar,
- El comercio familiar, de sucesión familiar, tiende a ser más mayoritario en aquellos comercios que se dedican a la actividad de alimentación, moda u hogar.
- La presencia del comercio minorista nuevo es ligeramente más perceptible en el Territorio Histórico de Araba y de Bizkaia que en el Territorio Histórico de Gipuzkoa.

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



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

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

*(año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Comercio familiar	42,4%	41,1%	45,1%
Comercio en régimen de traspaso	10,2%	12,1%	10,2%
Nuevo comercio	44,6%	44,9%	41,4%
Otras	2,7%	2,0%	3,2%

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

*P.23: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?\**  
(año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Comercio familiar	47,1%	34,7%	42,0%	40,4%	49,3%	42,7%
Comercio en régimen de traspaso	12,0%	7,1%	10,1%	13,5%	6,1%	12,6%
Nuevo comercio	40,0%	52,4%	45,4%	44,5%	40,3%	42,0%
Otras	0,9%	5,8%	2,6%	1,5%	4,3%	2,5%

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

*P.23: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio? \**  
(año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/ a empleado/a (n = 515)	Dos empleados /as (n = 487)	De 3 -5 empleados /as (n = 195)	De 6 -9 empleados /as (n = 40)	De 10 -19 empleados /as (n = 27)	20 o más empleados /as (n = 11)
Comercio familiar	37,5%	46,2%	46,2%	38,0%	54,8%	48,5%
Comercio en régimen de traspaso	14,9%	9,0%	9,3%	6,9%	4,0%	---
Nuevo comercio	45,6%	42,0%	42,3%	51,9%	32,8%	42,6%
Otras	1,9%	2,8%	2,2%	3,2%	6,7%	8,9%

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

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

*(año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
Comercio familiar	46,4%	44,9%	57,3%	24,2%	38,5%
Comercio en régimen de traspaso	14,1%	10,0%	4,3%	17,6%	9,2%
Nuevo comercio	35,8%	44,6%	34,1%	58,1%	49,4%
Otras	3,7%	0,5%	4,3%	0,1%	2,9%

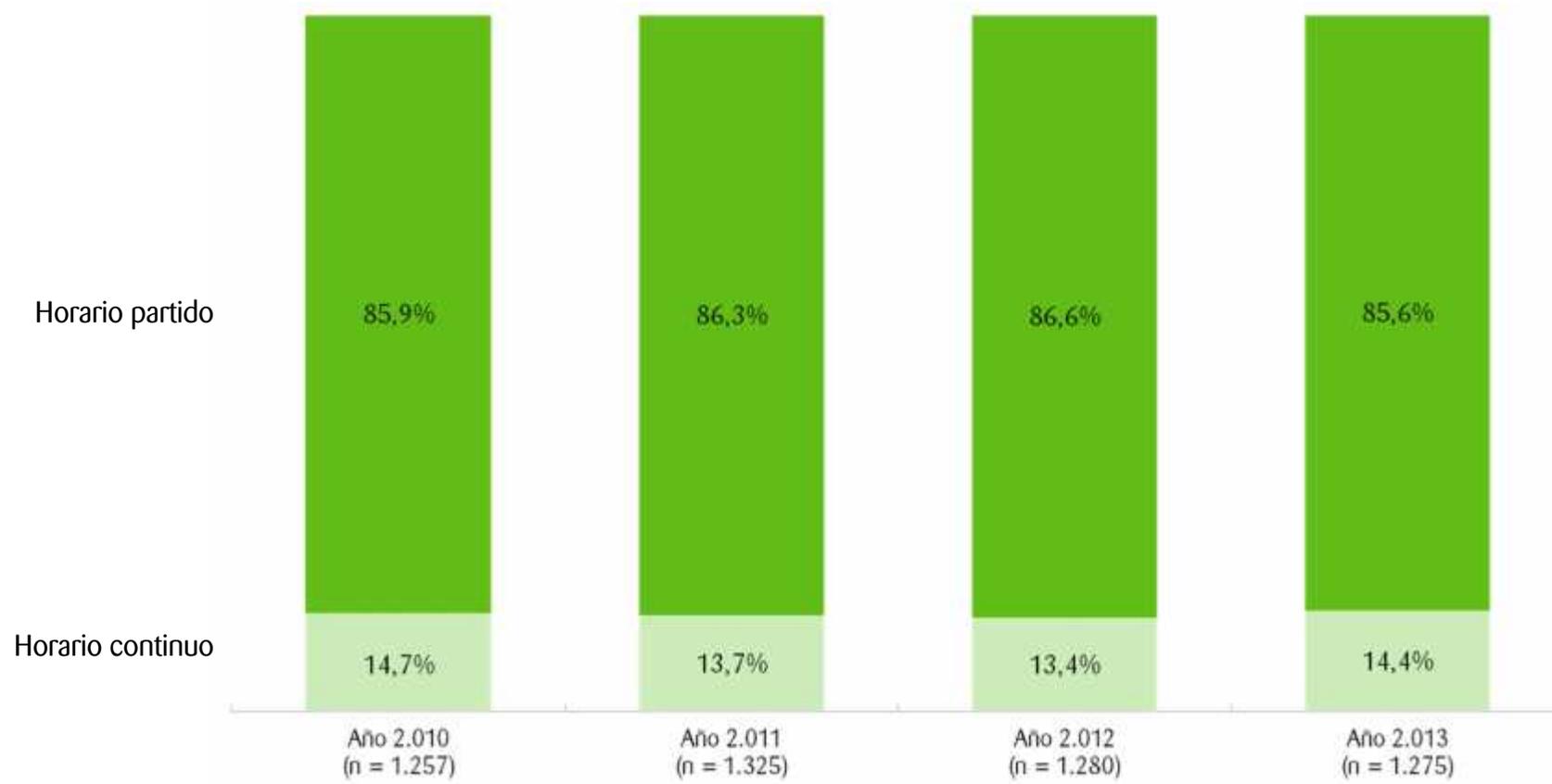
\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

# ***“Horario del comercio”***

## *Horario del comercio*

- La práctica más generalizada, en relación a la forma de estructurar la actividad de atención al público, continúa siendo la de ofertar un horario partido de atención al público. Como tendencias ya apuntadas en anteriores barómetros, destacamos las siguientes:
  - Lo práctica comercial de estructurar la actividad comercial según un horario partido de atención al público, es más perceptible en: los comercios de fuera de Donostia del Territorio Histórico de Gipuzkoa y de Vitoria-Gasteiz; en los comercios más pequeños (según número de empleados/as); y, en los comercios minoristas dedicados a la actividad del hogar y a la actividad de la moda.
- No se detectan cambios significativos, de calado en este indicador del desempeño de la actividad comercial.

*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 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Horario partido	81,9%	85,7%	86,6%
Horario continuo	18,1%	14,3%	13,4%

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

*(año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Horario partido	87,4%	72,8%	83,1%	87,6%	84,3%	88,0%
Horario continuo	12,6%	27,2%	16,9%	12,4%	15,7%	12,0%

*P.1: En estos momentos, ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?  
(año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Horario partido</b>	<b>90,0%</b>	<b>87,5%</b>	<b>79,7%</b>	<b>64,1%</b>	<b>54,9%</b>	<b>49,9%</b>
<b>Horario continuo</b>	<b>10,0%</b>	<b>12,5%</b>	<b>20,3%</b>	<b>35,9%</b>	<b>45,1%</b>	<b>50,1%</b>

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

*(año 2.013)*

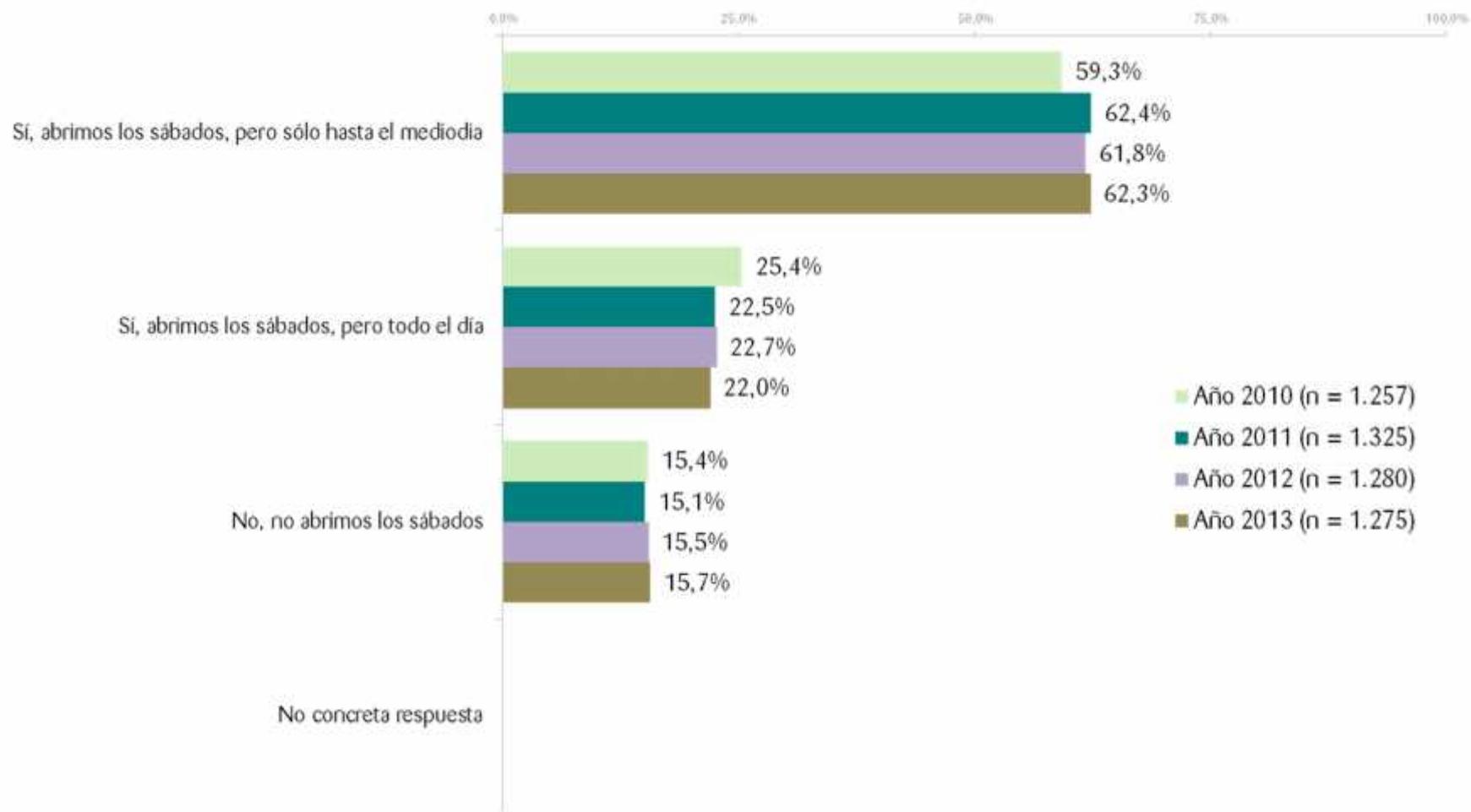
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Horario partido</b>	76,1%	93,0%	91,3%	79,3%	90,2%
<b>Horario continuo</b>	23,9%	7,0%	8,7%	20,7%	9,8%

- El horario de atención al público, de organización del tiempo de actividad comercial, tiende a presentarnos el sábado como totalmente inactivo para el 15,7% de los comercios y, parcialmente inactivo para seis de cada diez comercios minoristas. No se detectan cambios significativos en la apertura en sábados en el comercio minorista vasco.
- La apertura total de los comercios en sábado es más propia de los comercios minoristas de:
  - El Territorio Histórico de Gipuzkoa.
  - La actividad o rama de moda.
  - Comercios minoristas a partir de 3 empleados/as.

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



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

*P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?\** (año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	58,1%	65,2%	59,4%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	23,1%	17,8%	27,9%
No, no abrimos los sábados	18,8%	17,0%	12,8%

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

*P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?\** (año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía	57,8%	58,5%	70,6%	61,3%	53,5%	62,7%
Sí, abrimos los sábados, pero todo el día	25,3%	19,5%	12,9%	21,4%	30,2%	26,5%
No, no abrimos los sábados	16,9%	22,0%	16,5%	17,3%	16,3%	10,7%

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

*P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?\** (año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía</b>	71,3%	60,1%	54,3%	39,0%	30,5%	46,3%
<b>Sí, abrimos los sábados, pero todo el día</b>	14,9%	25,0%	28,6%	35,2%	25,6%	44,0%
<b>No, no abrimos los sábados</b>	13,8%	14,9%	17,1%	25,8%	43,9%	9,7%

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

*P.2: Su comercio, negocio, ¿abre los sábados?\** (año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

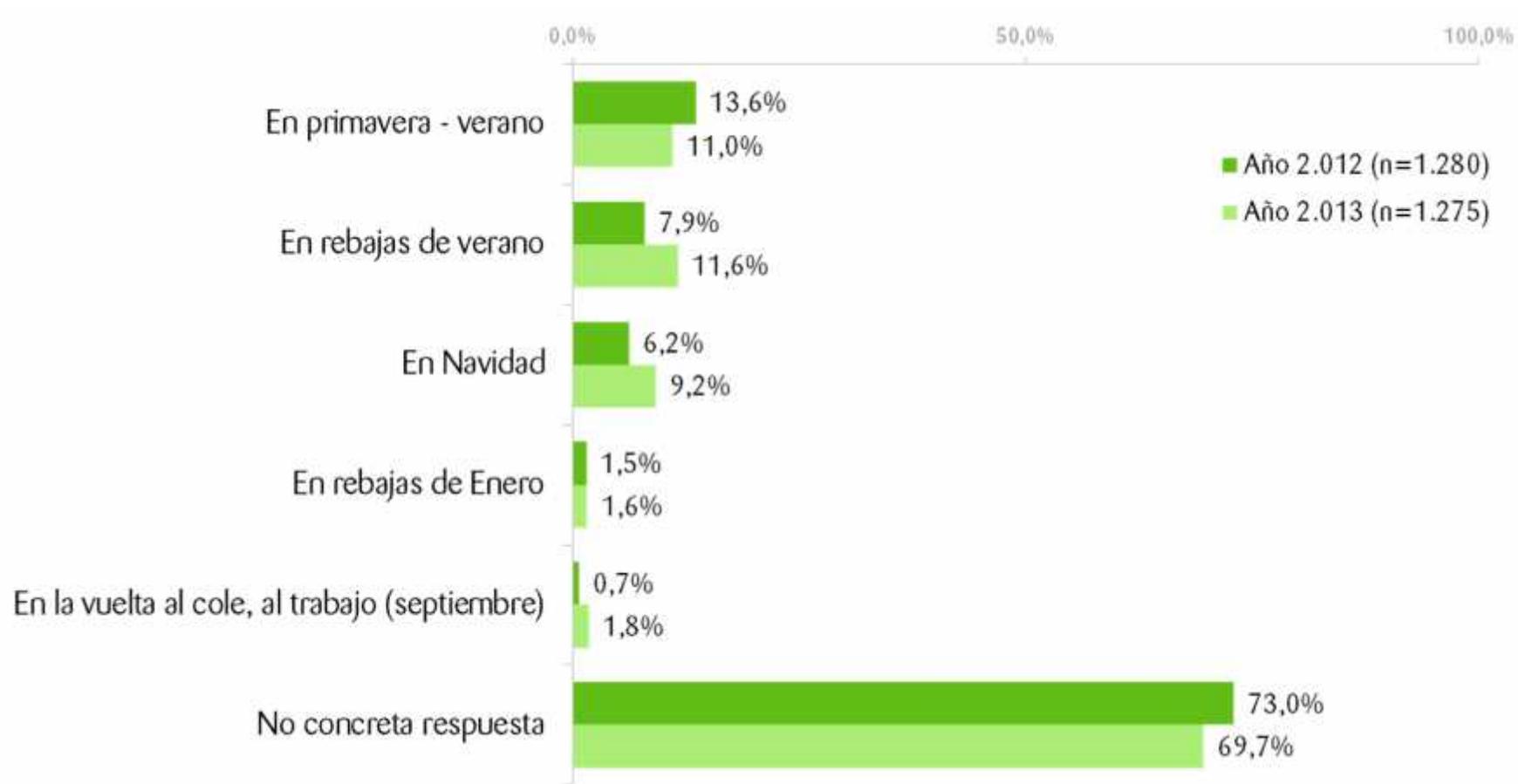
	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Sí, abrimos los sábados, pero hasta el mediodía</b>	<b>77,6%</b>	<b>45,8%</b>	<b>56,2%</b>	<b>68,7%</b>	<b>58,3%</b>
<b>Sí, abrimos los sábados, pero todo el día</b>	<b>16,5%</b>	<b>45,0%</b>	<b>14,0%</b>	<b>11,2%</b>	<b>17,1%</b>
<b>No, no abrimos los sábados</b>	<b>5,9%</b>	<b>9,2%</b>	<b>29,8%</b>	<b>20,0%</b>	<b>24,6%</b>

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

- La campaña de primavera-verano, las rebajas de verano y la campaña de Navidad son los momentos donde se detecta mayor variación del horario de atención al público en el comercio minorista vasco.
- Las rebajas de verano y la campaña de Navidad, respecto a lo manifestado en el año 2012, son momentos que ganan fuerza, relevancia con relación al cambio de horario de atención al público.

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?\*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



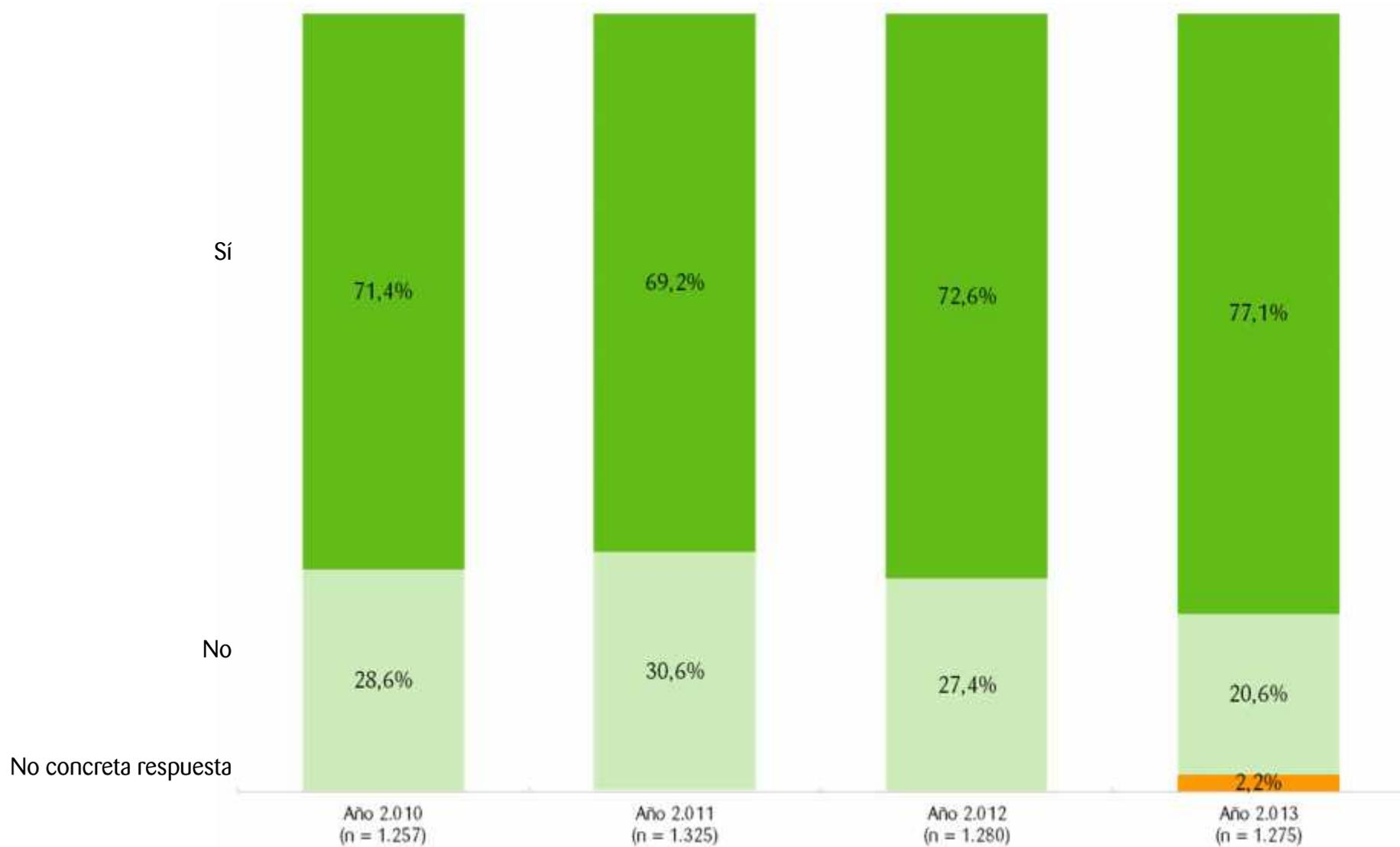
\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

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

## ***Grado de tecnologización del comercio minorista vasco: disponibilidad de ordenador***

- Tres de cada cuatro comercios minoristas vascos disponen de ordenador (pc, portátil, Tablet, TPV...). La presencia del ordenador en el comercio minorista vasco ha experimentado un incremento con relación a años anteriores.
- La presencia del ordenador en la práctica totalidad de los comercios minoristas continúa siendo más perceptible en aquellos comercios con una plantilla de empleados/as de 6 o más empleados/as.
- Por otro lado, la presencia del ordenador en aquellos comercios minoristas que se dedican a la actividad de hogar, continúa siendo mayor. No obstante, se detecta una menor presencia del ordenador en los negocios del ramo de alimentación.
- Por último, son los comercios del Territorio Histórico de Bizkaia donde la presencia del ordenador es inferior, significativamente, al resto de territorios históricos.

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



D.6A: ¿Disponen de ordenador en su negocio? (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

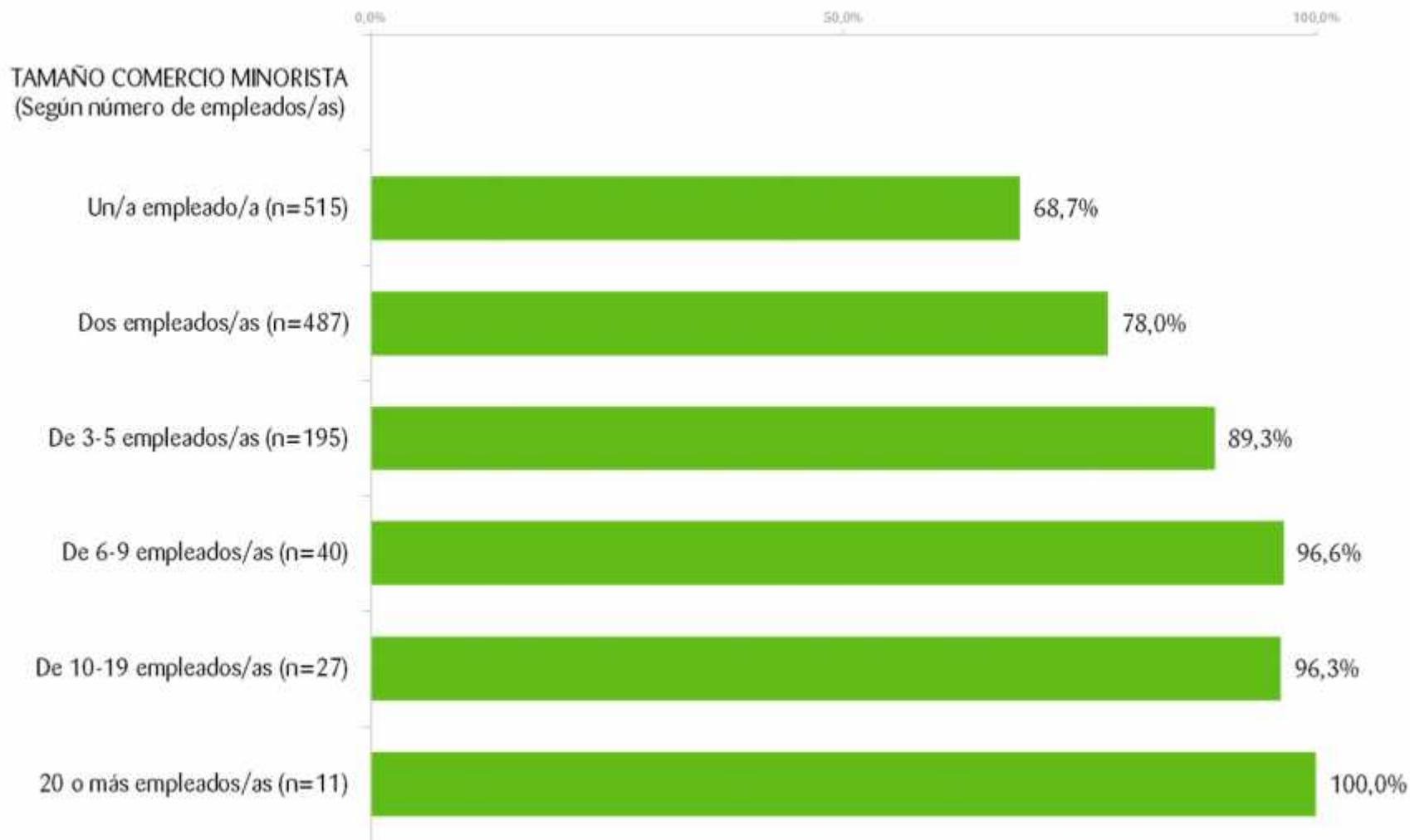
**Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco**



D.6A: ¿Disponen de ordenador en su negocio? (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

**Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco**



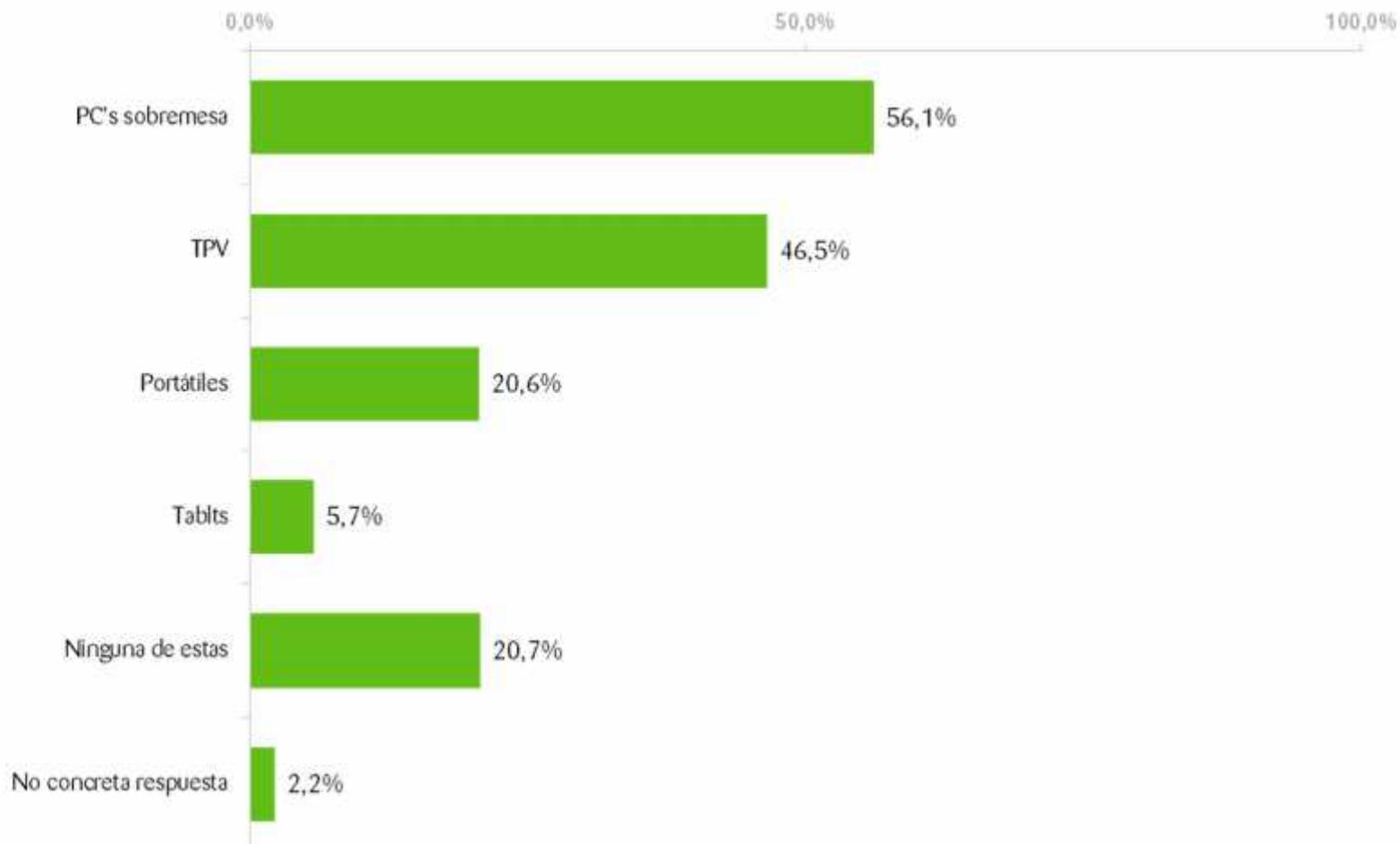
**Grado de penetración del ordenador en el comercio minorista vasco**



- La presencia de herramientas, tecnologías de la información y de la comunicación en el comercio minorista vasco, se concreta, principalmente, en:
  - PC's de sobremesa.
  - TPV.
- Tecnologías más presentes en los comercios minoristas vascos también desde una perspectiva temporal o antigüedad de la tecnología más antigua en el comercio minorista vasco.

*D.6A: De las siguientes tecnologías de la información y de la comunicación, ¿cuál, cuáles utilizan en su comercio?\** (año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



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

*D.6B/D.6C: Número de tecnologías de la información y comunicación y antigüedad de las mismas (año 2.013)*  
*Base: Comercios entrevistados que afirman disponer de cada tecnología de la información y comunicación*

	Número medio	Antigüedad media del más reciente	Antigüedad media del más antiguo
PC's de sobremesa (n=715)	2,1	2008,8	2006,0
Portátiles (n=263)	1,3	2010,0	2008,4
Tablets (n=72)	1,3	2012,1	2011,0
TPV (n=593)	1,2	2006,9	2005,7

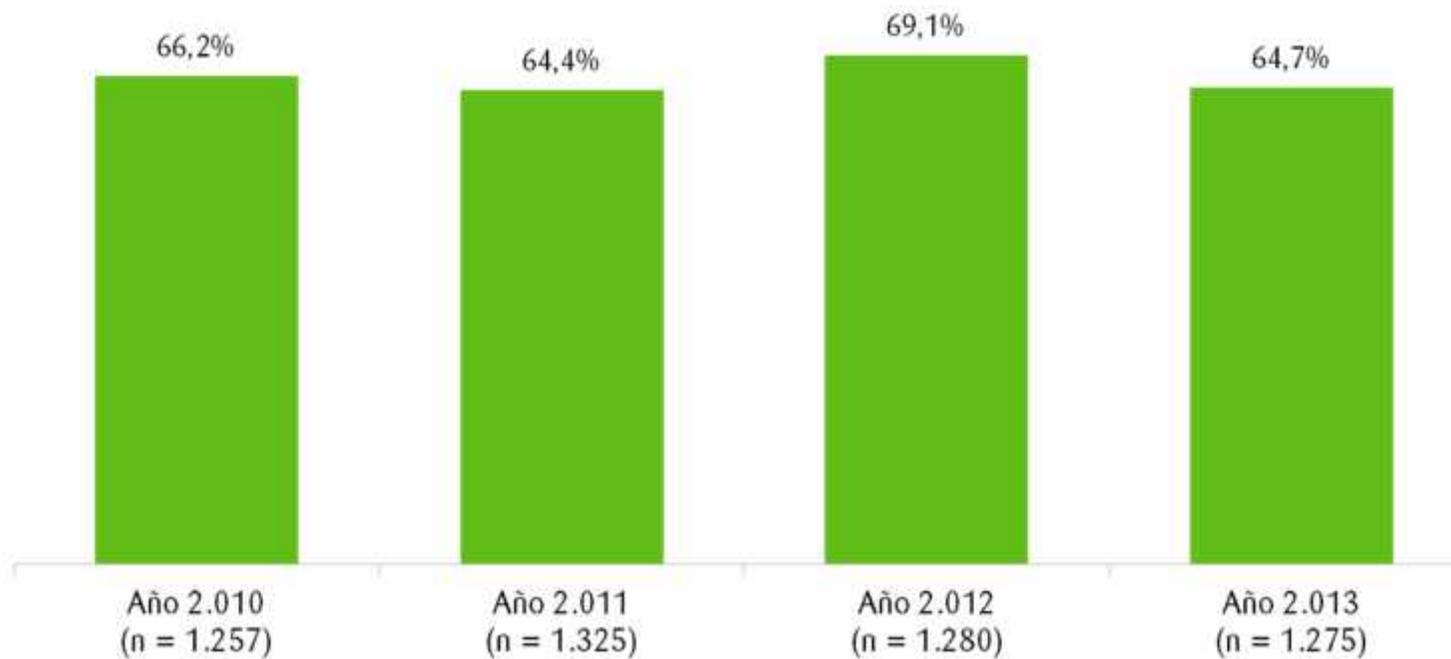
(n = base muestral de comercios minoristas que afirman disponer de cada tecnología)

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

## ***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 mantenimiento del mismo.
- El acceso a Internet continúa siendo más perceptible entre los siguientes comercios minoristas:
  - En los comercios del Territorio Histórico de Araba y de Donostia.
  - Comercios minoristas de 3 o más empleados/as.
  - Y, comercios minoristas dedicados a la actividad del hogar.
- No se detectan cambios significativos, más allá de lógicos incrementos, en los comercios minoristas con posibilidad de acceso a internet.

*D.7: ¿Tienen conexión a internet?*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



*D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.013)*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Sí disponen de internet	70,1%	62,8%	65,9%
No, no disponen de internet	22,3%	33,0%	29,5%
No concreta respuesta	7,6%	4,2%	4,5%

*D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.013)*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Sí disponen de internet	69,7%	70,8%	61,4%	63,8%	74,3%	61,1%
No, no disponen de internet	21,7%	23,4%	33,4%	32,7%	22,8%	33,4%
No concreta respuesta	8,6%	5,9%	5,2%	3,5%	2,9%	5,5%

*D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.013)*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	Un/ a empleado/a (n = 515)	Dos empleados /as (n = 487)	De 3 -5 empleados /as (n = 195)	De 6 -9 empleados /as (n = 40)	De 10 -19 empleados /as (n = 27)	20 o más empleados /as (n = 11)
<b>Sí disponen de internet</b>	54,5%	64,9%	81,7%	85,6%	95,3%	86,8%
<b>No, no disponen de internet</b>	40,4%	29,5%	16,3%	10,7%	1,0%	13,2%
<b>No concreta respuesta</b>	5,0%	5,7%	2,0%	3,7%	3,7%	---

*D.7: ¿Tienen conexión a Internet? (año 2.013)*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

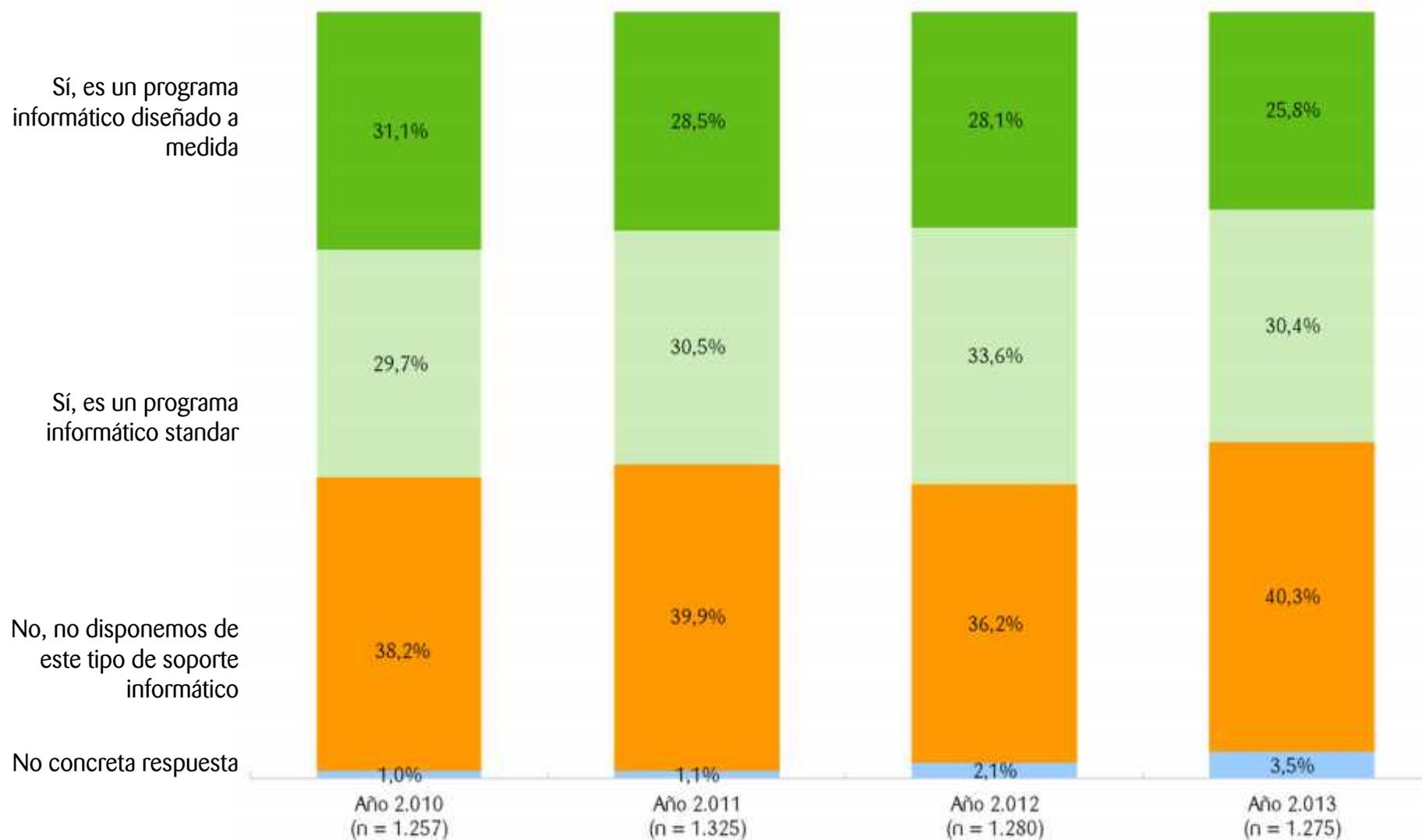
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
Sí disponen de internet	38,2%	70,7%	89,9%	62,4%	80,7%
No, no disponen de internet	55,3%	25,6%	6,9%	32,0%	15,5%
No concreta respuesta	6,5%	3,7%	3,2%	5,6%	3,8%

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

- Seis de cada diez comercios minoristas vascos tienen un programa informático orientado a la gestión de la actividad comercial.
- La presencia de soportes informáticos en la gestión de la actividad comercial realizados a medida continúa siendo más perceptible en los siguientes comercios minoristas vascos:
  - Los comercios del Territorio Histórico de Araba y, en concreto en los comercios de Vitoria-Gasteiz.
  - Los comercios de más de 2 empleados/as.
  - Los comercios dedicados a la actividad del hogar.

*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. Solo se admitió una respuesta.

*D.8: ¿Dispone de algún programa informático para la gestión parcial o total de su comercio/negocio?\** (año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
<b>Sí, es un programa informático diseñado a medida</b>	<b>31,1%</b>	<b>23,5%</b>	<b>27,3%</b>
<b>Sí, es un programa informático estándar</b>	<b>35,1%</b>	<b>27,9%</b>	<b>32,5%</b>
<b>No, no disponemos de este tipo de soporte informático</b>	<b>28,7%</b>	<b>44,6%</b>	<b>37,8%</b>
<b>No concreta respuesta</b>	<b>5,1%</b>	<b>3,9%</b>	<b>2,5%</b>

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

*D.8: ¿Dispone de algún programa informático para la gestión parcial o total de su comercio/negocio?\* (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	36,8%	21,8%	20,2%	25,9%	28,4%	26,7%
Sí, es un programa informático estándar	30,7%	42,4%	29,0%	27,2%	34,3%	31,4%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	26,7%	31,9%	47,2%	42,7%	36,0%	38,8%
No concreta respuesta	5,7%	3,9%	3,5%	4,2%	1,2%	3,2%

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

*D.8: ¿Dispone de algún programa informático para la gestión parcial o total de su comercio/negocio?\** (año 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas*

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados)					
	Un/ a empleado/a (n = 515)	Dos empleados /as (n = 487)	De 3 -5 empleados /as (n = 195)	De 6 -9 empleados /as (n = 40)	De 10 -19 empleados /as (n = 27)	20 o más empleados /as (n = 11)
<b>Sí, es un programa informático diseñado a medida</b>	15,9%	26,8%	36,9%	55,9%	50,6%	72,7%
<b>Sí, es un programa informático estándar</b>	23,6%	33,8%	39,3%	24,5%	44,7%	27,3%
<b>No, no disponemos de este tipo de soporte informático</b>	56,2%	35,7%	21,8%	18,5%	2,7%	---
<b>No concreta respuesta</b>	4,2%	3,8%	2,0%	1,1%	2,0%	---

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

*D.8: ¿Dispone de algún programa informático para la gestión parcial o total de su comercio/negocio?\* (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas*

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	14,1%	22,9%	36,5%	28,4%	35,6%
Sí, es un programa informático estándar	17,0%	34,6%	47,5%	26,2%	37,1%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	63,9%	39,6%	15,1%	40,9%	24,4%
No concreta respuesta	5,1%	2,9%	1,0%	4,4%	3,0%

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

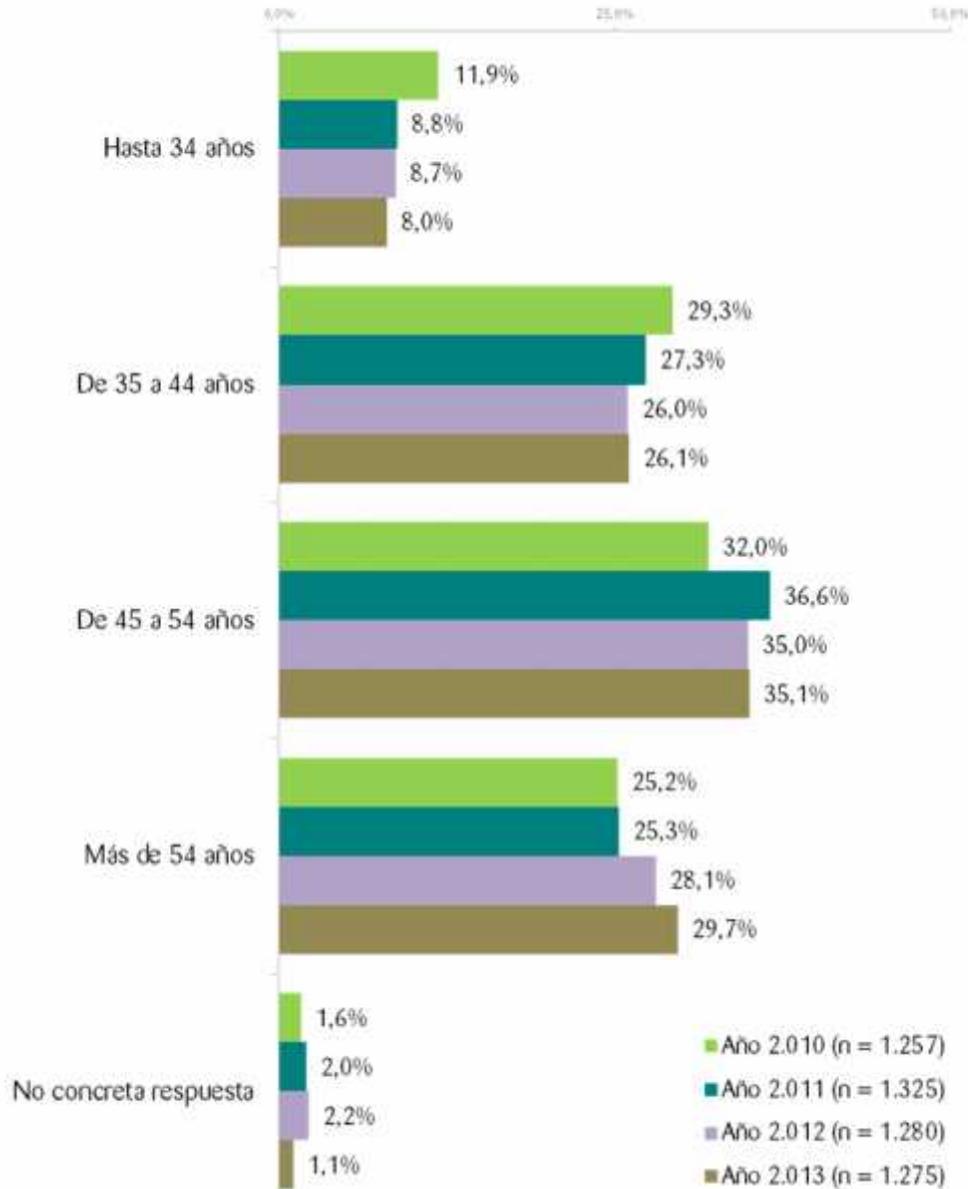
# 1.4.

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

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

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

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



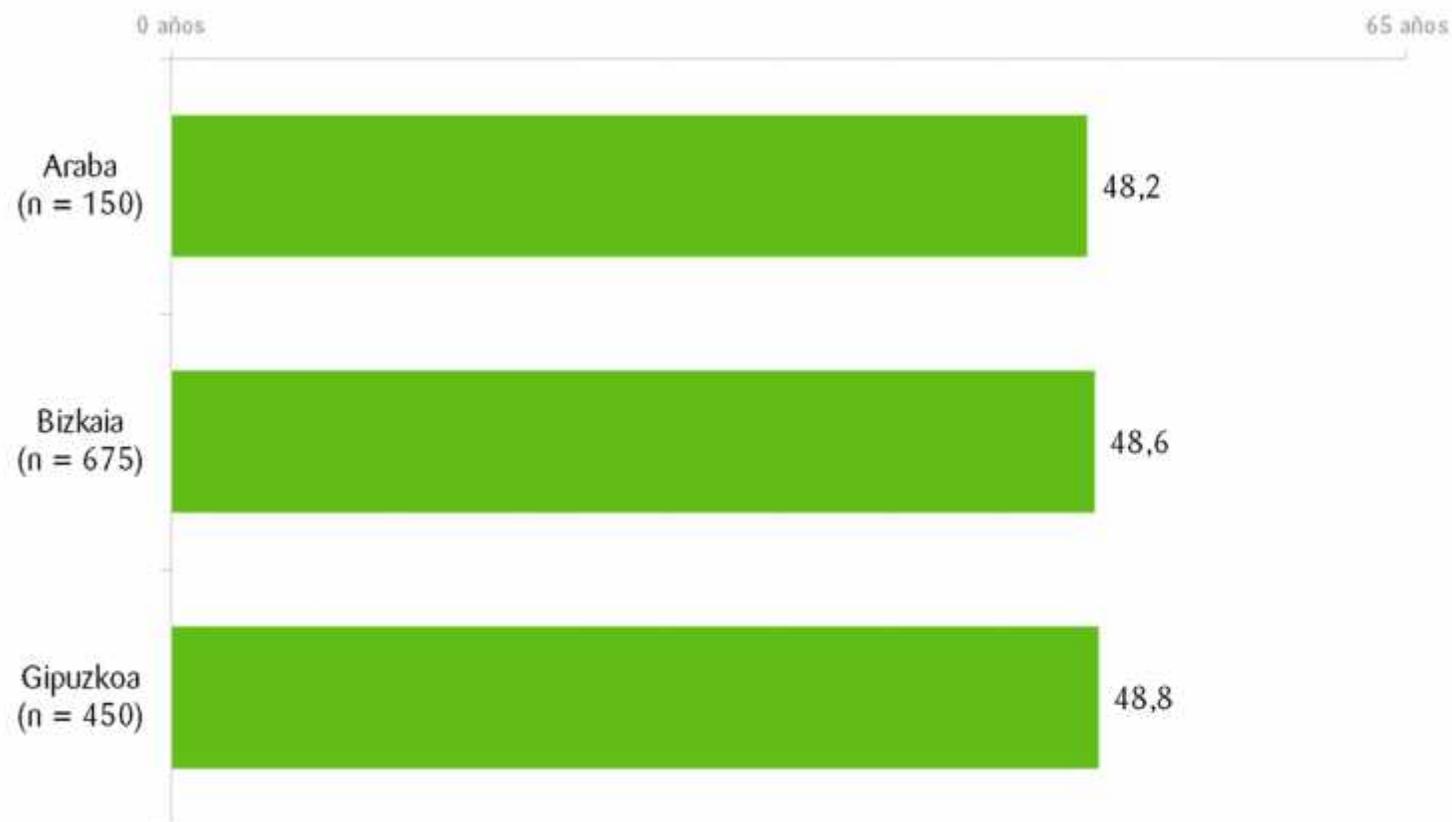
**EDAD MEDIA**



*D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Territorio Histórico**



*D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

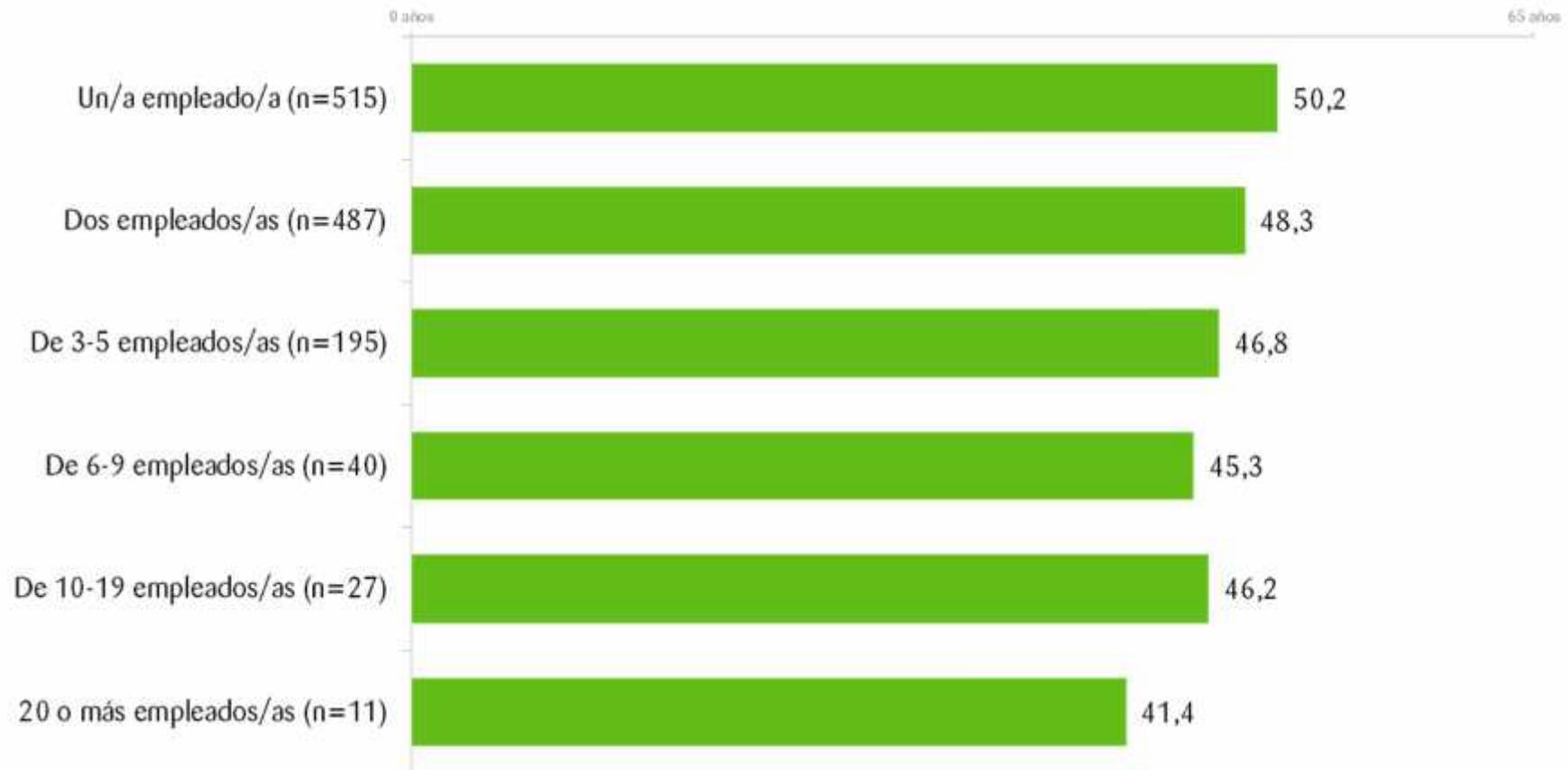
**Capitales/Resto Territorio**



*D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**



*D.1: Edad de los/las gestores/as del comercio minorista vasco (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

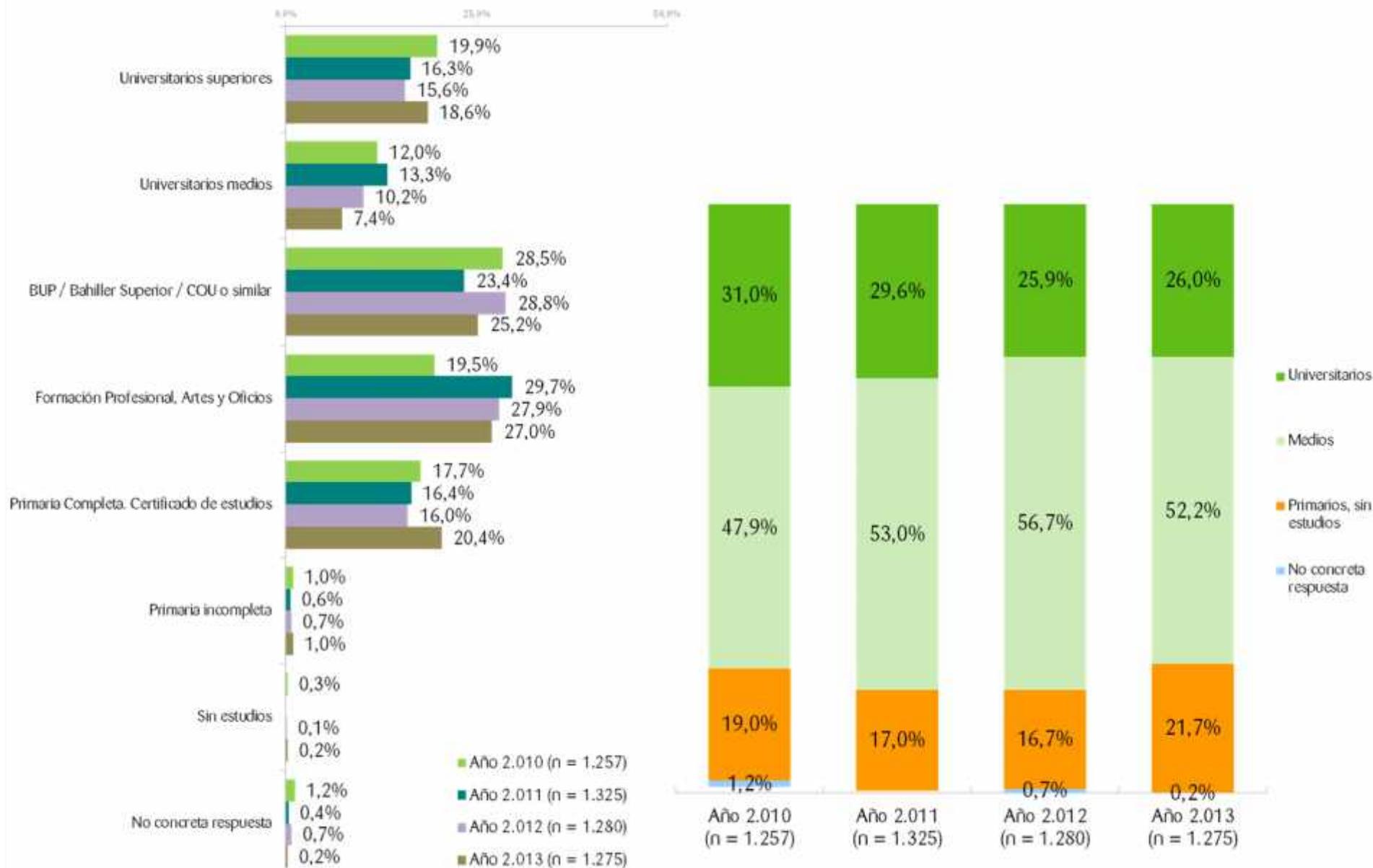


- El nivel de formación de los/as dueños/as, gestores/as de los comercios minoristas se puede categorizar como medio.
  - El 52,5%\* de los/as dueños/as, gestores/as ha completado estudios, o bien de B.U.P / C.O.U., o bien de Formación Profesional, Artes y Oficios.
- El nivel formativo más alto, con estudios universitarios, entre los/as dueños/as, gestores/as de comercios minoristas, continua detectándose entre:
  - Los/as dueños/as, gestores/as de comercios de más de 5 empleados/as.
  - Los/as dueños/as, gestores/as de comercios que no se dedican a la actividad comercial de la alimentación, destacando los/las dueños/as, gestores/as de comercios del ramo de hogar y de otros ramos categorizados como otros (ni moda ni alimentación ni hogar ni salud y belleza).

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

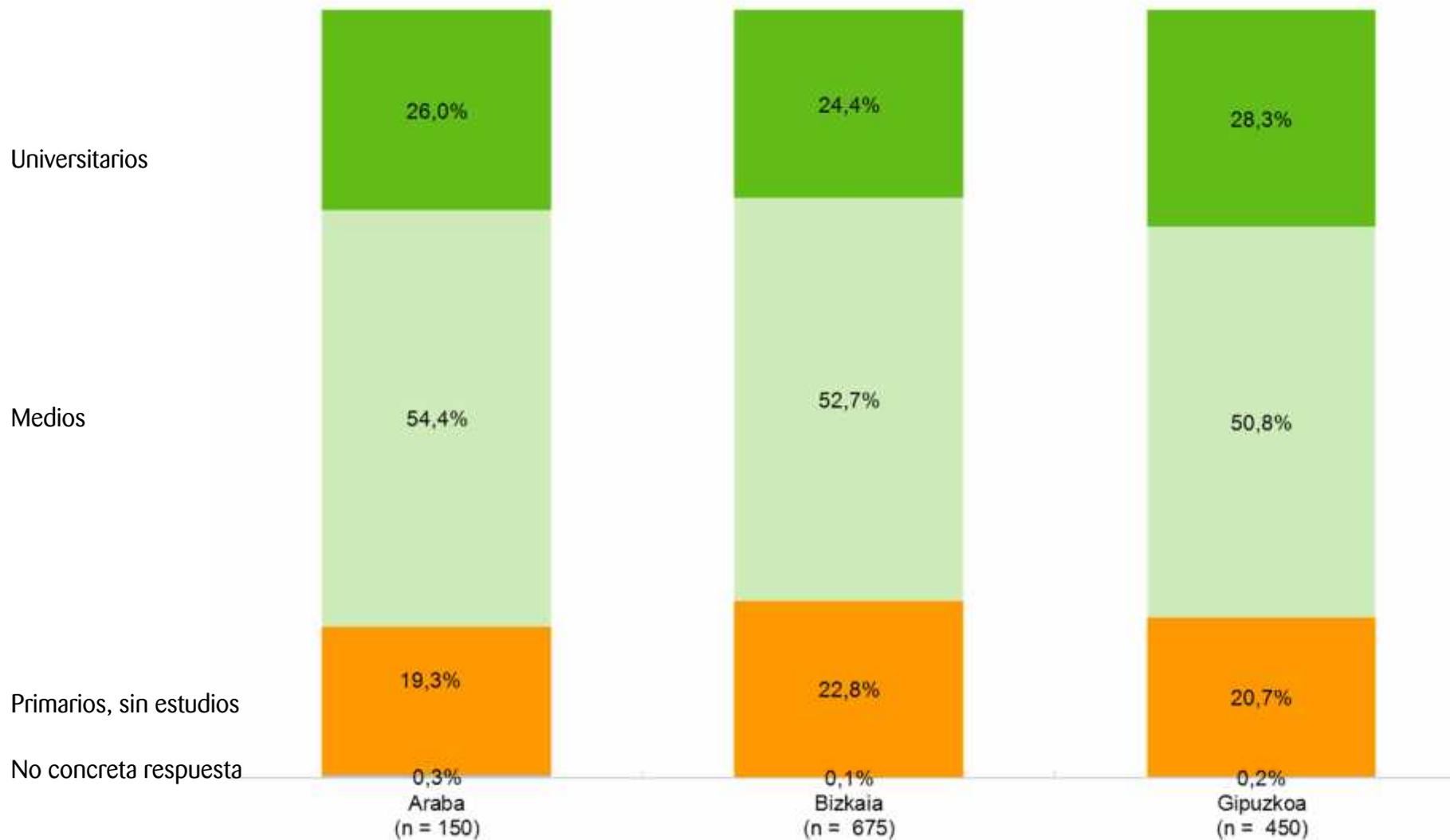
D.2: Nivel de estudios\*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

*D.2: Nivel de estudios\* (año 2.013)*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



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

*D.2: Nivel de estudios\* (año 2.013)*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Universitarios</b>	26,1%	25,8%	24,9%	24,0%	33,4%	25,3%
<b>Medios</b>	53,4%	56,0%	50,6%	54,1%	47,9%	52,5%
<b>Primarios, sin estudios</b>	20,5%	17,3%	24,2%	21,9%	18,6%	21,9%
<b>No concreta respuesta</b>	---	0,8%	0,3%	---	---	0,3%

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

*D.2: Nivel de estudios\* (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Universitarios</b>	20,2%	24,8%	33,6%	44,5%	59,7%	60,2%
<b>Medios</b>	52,3%	54,1%	51,0%	48,0%	36,8%	39,8%
<b>Primarios, sin estudios</b>	27,4%	21,1%	15,0%	5,5%	3,4%	---
<b>No concreta respuesta</b>	0,1%	---	0,4%	2,1%	---	---

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

*D.2: Nivel de estudios\* (año 2.013)*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
Universitarios	14,1%	24,2%	30,4%	24,2%	38,5%
Medios	47,8%	51,1%	55,7%	66,3%	52,1%
Primarios, sin estudios	37,9%	24,7%	13,9%	8,4%	9,4%
No concreta respuesta	0,2%	---	---	1,1%	---

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

# 1.5.

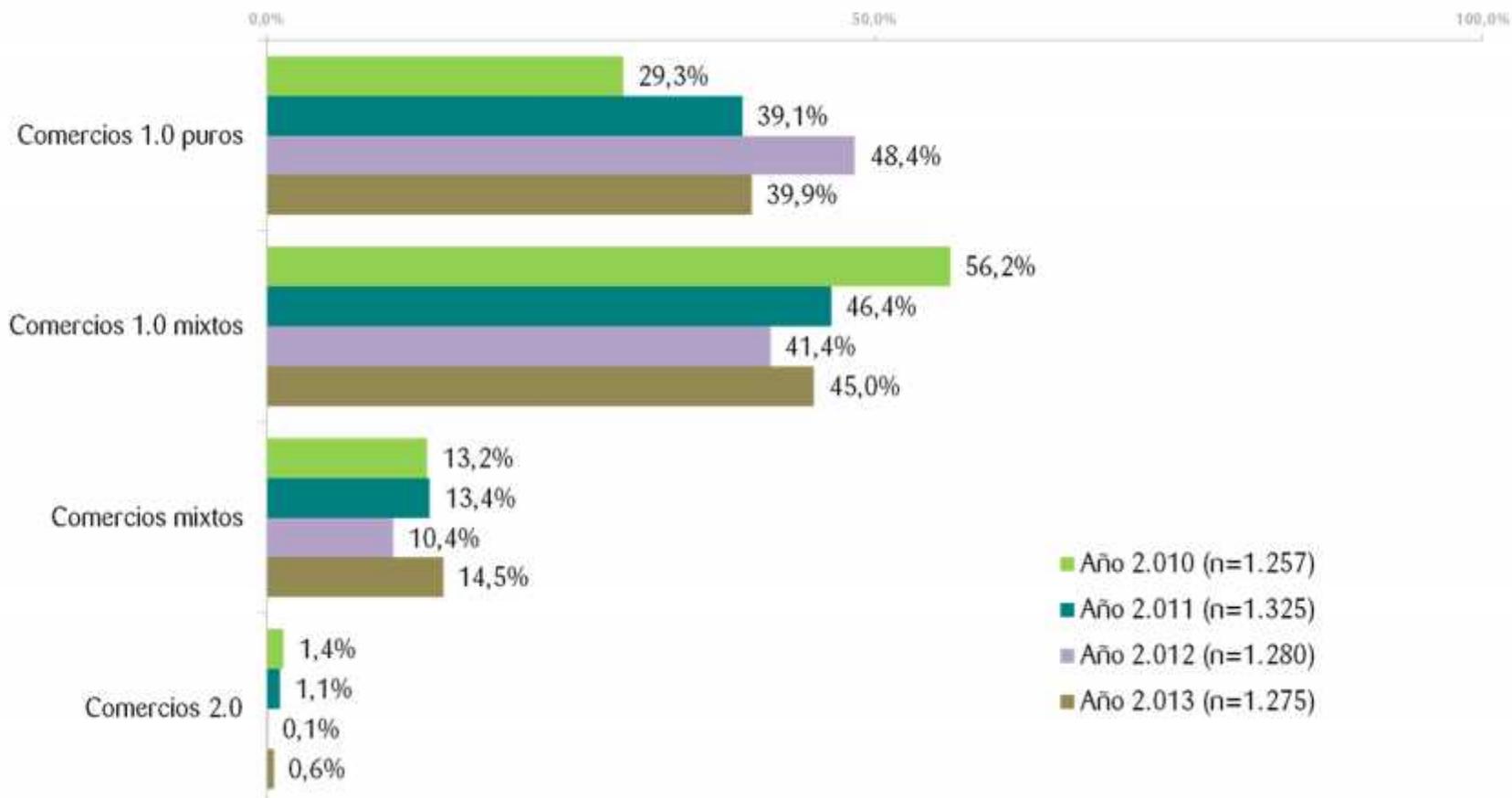
## ***“Estilos de actividad comercial”***

- Los estilos de actividad comercial es un ratio que nos permite segmentar a los comercios minoristas vascos.
  - Este ratio de estilos de actividad comercial se calcula a partir de los ítems de las preguntas P.34 y P.35. Así, partimos de dos grandes estilos de actividad comercial: “Estilo de comercios 1.0” y “Estilo de comercios 2.0”
- 
- 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 minoristas vascos, nos permite establecer la siguiente segmentación:
  - Comercios 1.0 puntos. En P.34 y P.35 elige los ítems de estilos comerciales 1.0 (Puntuación de 2).
  - Comercios 1.0 mixtos. Elección en una pregunta de ítems de estilos comerciales 1.0 y en otra de ítems mixtos (Puntuación de 3).
  - Comercios mixtos (Puntuación de 4)
  - Comercios 2.0, o bien en P.34 y P.35 elige los ítems de estilos comerciales 2.0 (puntuación de 6), o bien en una pregunta elige ítems de estilos comerciales 2.0 y en otro ítems mixtos (puntuación de 5).

- El comercio minorista vasco, conceptualmente, continúa teniendo interiorizado una forma de hacer actividad muy de “mostrador”, muy alejado de las innovaciones tanto tecnológicas como de talento. Más aún, en tres años, motivado por la coyuntura, ha retrocedido el carácter comercial más “innovador”, hasta llegar a ser prácticamente insignificante.
- Así, la mitad de los comercios minoristas vascos pone en valor factores como el prestigio, la historia en la actividad comercial, la atención diferenciada, el conocimiento del producto y el mantenimiento de una clientela fiel. En concreto, aspectos que chocan con la “innovación en valor”, con ir más allá de la demanda existente, con reimaginarse como empresa, etc.

*P26-P.27/P3.-P.33/P34-P.35/P34-P.35: Estilos de actividad comercial*  
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



*P.34-P.35: Estilos de actividad comercial (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Comercios 1.0 puros	41,2%	41,5%	37,2%
Comercios 1.0 mixtos	44,1%	44,6%	45,9%
Mixtos	13,8%	13,6%	16,1%
Comercios 2.0	1,0%	0,4%	0,9%

*P.34-P.35: Estilos de actividad comercial (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Comercios 1.0 puros</b>	41,3%	40,9%	47,1%	37,5%	42,5%	34,1%
<b>Comercios 1.0 mixtos</b>	42,0%	47,5%	41,8%	46,5%	40,8%	48,9%
<b>Mixtos</b>	15,1%	11,6%	11,1%	15,3%	15,5%	16,4%
<b>Comercios 2.0</b>	1,6%	---	---	0,6%	1,2%	0,7%

*P.34-P.35: Estilos de actividad comercial (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Comercios 1.0 puros</b>	37,3%	41,8%	41,2%	35,8%	48,3%	50,0%
<b>Comercios 1.0 mixtos</b>	46,9%	43,8%	45,0%	41,3%	37,0%	40,8%
<b>Mixtos</b>	15,8%	13,3%	12,8%	22,1%	14,7%	9,3%
<b>Comercios 2.0</b>	---	1,1%	1,1%	0,9%	---	---

*P.34-P.35: Estilos de actividad comercial (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Comercios 1.0 puros</b>	47,9%	36,1%	43,2%	29,0%	36,7%
<b>Comercios 1.0 mixtos</b>	42,6%	46,0%	37,0%	52,8%	46,8%
<b>Mixtos</b>	9,3%	17,0%	18,3%	18,0%	15,9%
<b>Comercios 2.0</b>	0,3%	0,9%	1,5%	0,3%	0,6%

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

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

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

Primer aspecto

Segundo aspecto

Tercer aspecto

Cuarto aspecto

Quinto aspecto

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

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	C.A.E. (n = 1.275)	Territorio Histórico		
		Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
<b>Servicio/Atención</b>	3,9	3,7	3,8	3,9
<b>Confianza</b>	3,6	3,5	3,5	3,6
<b>Precio</b>	3,2	3,3	3,2	3,1
<b>Cercanía/Ubicación</b>	2,4	2,4	2,4	2,3
<b>Tiempo</b>	2,0	2,0	2,0	2,0
Primer aspecto				
Segundo aspecto				
Tercer aspecto				
Cuarto aspecto				
Quinto aspecto				

\* Escala de 1 "menos importante" a 5 "más importante".

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

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

Primer aspecto

Segundo aspecto

Tercer aspecto

Cuarto aspecto

Quinto aspecto

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

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)						
	C.A.E. (n = 1.275)	Un/ a empleado/a (n = 515)	Dos empleados /as (n = 487)	De 3 -5 empleados /as (n = 195)	De 6 -9 empleados /as (n = 40)	De 10 -19 empleados /as (n = 27)	20 o más empleados /as (n = 11)
<b>Servicio/Atención</b>	3,9	3,8	3,9	3,8	3,9	3,8	4,2
<b>Confianza</b>	3,6	3,6	3,5	3,7	3,4	3,1	3,5
<b>Precio</b>	3,2	3,3	3,2	3,0	3,4	3,7	3,4
<b>Cercanía/Ubicación</b>	2,4	2,4	2,4	2,4	2,3	2,2	1,8
<b>Tiempo</b>	2,0	2,0	2,0	2,2	2,0	2,2	2,1
Primer aspecto							
Segundo aspecto							
Tercer aspecto							
Cuarto aspecto							
Quinto aspecto							

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

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Grandes grupos de comercios					
	C.A.E. (n = 1.275)	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
<b>Servicio/Atención</b>	3,9	3,8	3,9	4,0	3,9	3,8
<b>Confianza</b>	3,6	3,5	3,5	3,5	3,8	3,5
<b>Precio</b>	3,2	3,2	3,3	3,4	2,9	3,1
<b>Cercanía/Ubicación</b>	2,4	2,5	2,3	2,2	2,2	2,4
<b>Tiempo</b>	2,0	2,0	1,9	1,9	2,2	2,1
	Primer aspecto					
	Segundo aspecto					
	Tercer aspecto					
	Cuarto aspecto					
	Quinto aspecto					

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



# 2.

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

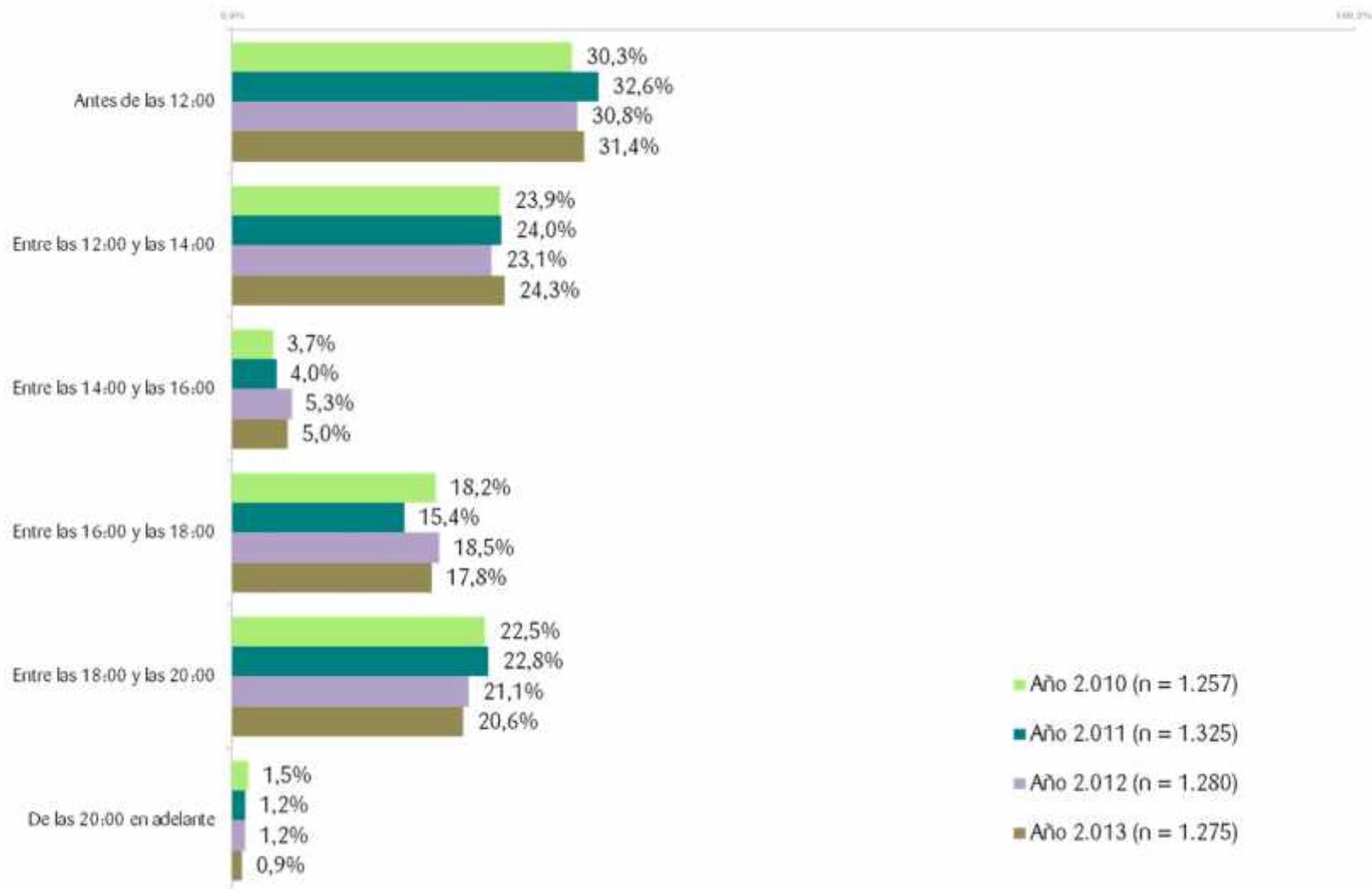
# 2.1.

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

- El 55,7% de las ventas del comercio minorista vasco, durante el año 2.013, se concentra en el tramo horario de la mañana (antes de las 14:00). Por sexto momento consecutivo, más del 50% de las ventas se concentran antes de las 14:00 horas, presentando una tendencia de incremento de ventas en este tramo horario con relación a la tendencia de desaceleración apuntada en 2.012, siendo similar o muy parecido a lo detectado en 2.011 y 2.010.
- 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. En línea con lo manifestado en Barómetros anteriores.
- Por último, se confirma que las ventas de “última hora”, más allá de las 20:00 horas, siguen siendo muy residuales.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

- Como tendencias más significativas cabe reseñar las siguientes:
  - Los comercios minoristas vascos donde se concentra mayor volumen de ventas por la mañana que por la tarde, son: Del Territorio Histórico de Araba, excepto de Vitoria-Gasteiz, y del Territorio Histórico de Bizkaia; del ramo o actividad de la alimentación; comercios que cuenta con 6 a 19 empleados/as.
  - Por el contrario, los comercios del ramo o actividad de hogar son quienes presentan una mayor concentración de las ventas en horario vespertino (a partir de las 16:00 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 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Antes de las 10:00	10,9%	9,9%	9,5%
Entre las 10:00 y las 12:00	21,4%	21,3%	21,9%
Entre las 12:00 y las 14:00	23,3%	25,4%	23,1%
Entre las 14:00 y las 16:00	5,9%	5,0%	4,8%
Entre las 16:00 y las 18:00	17,5%	16,8%	19,3%
Entre las 18:00 y las 20:00	20,0%	20,3%	21,1%
De las 20:00 en adelante	1,0%	1,2%	0,4%

\* 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 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Antes de las 10:00</b>	10,2%	12,2%	9,8%	9,9%	8,3%	10,2%
<b>Entre las 10:00 y las 12:00</b>	19,4%	24,8%	21,4%	21,2%	21,5%	22,0%
<b>Entre las 12:00 y las 14:00</b>	23,3%	23,2%	26,6%	24,5%	24,6%	22,2%
<b>Entre las 14:00 y las 16:00</b>	4,8%	7,6%	4,0%	5,8%	5,3%	4,4%
<b>Entre las 16:00 y las 18:00</b>	18,7%	15,6%	16,4%	17,2%	19,0%	19,5%
<b>Entre las 18:00 y las 20:00</b>	22,7%	15,7%	20,9%	20,0%	20,9%	21,2%
<b>De las 20:00 en adelante</b>	1,0%	0,9%	1,1%	1,3%	0,4%	0,4%

\* 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 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Antes de las 10:00</b>	9,2%	9,6%	10,6%	12,8%	15,5%	16,6%
<b>Entre las 10:00 y las 12:00</b>	21,6%	21,9%	20,7%	20,3%	23,2%	13,3%
<b>Entre las 12:00 y las 14:00</b>	25,8%	23,3%	24,2%	23,2%	20,3%	20,1%
<b>Entre las 14:00 y las 16:00</b>	4,7%	5,3%	4,0%	8,1%	8,9%	8,8%
<b>Entre las 16:00 y las 18:00</b>	17,8%	18,1%	18,1%	16,6%	12,8%	15,0%
<b>Entre las 18:00 y las 20:00</b>	19,9%	21,1%	21,7%	18,5%	17,4%	22,9%
<b>De las 20:00 en adelante</b>	1,0%	0,7%	0,8%	0,5%	1,7%	3,4%

\* 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 2.013)

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

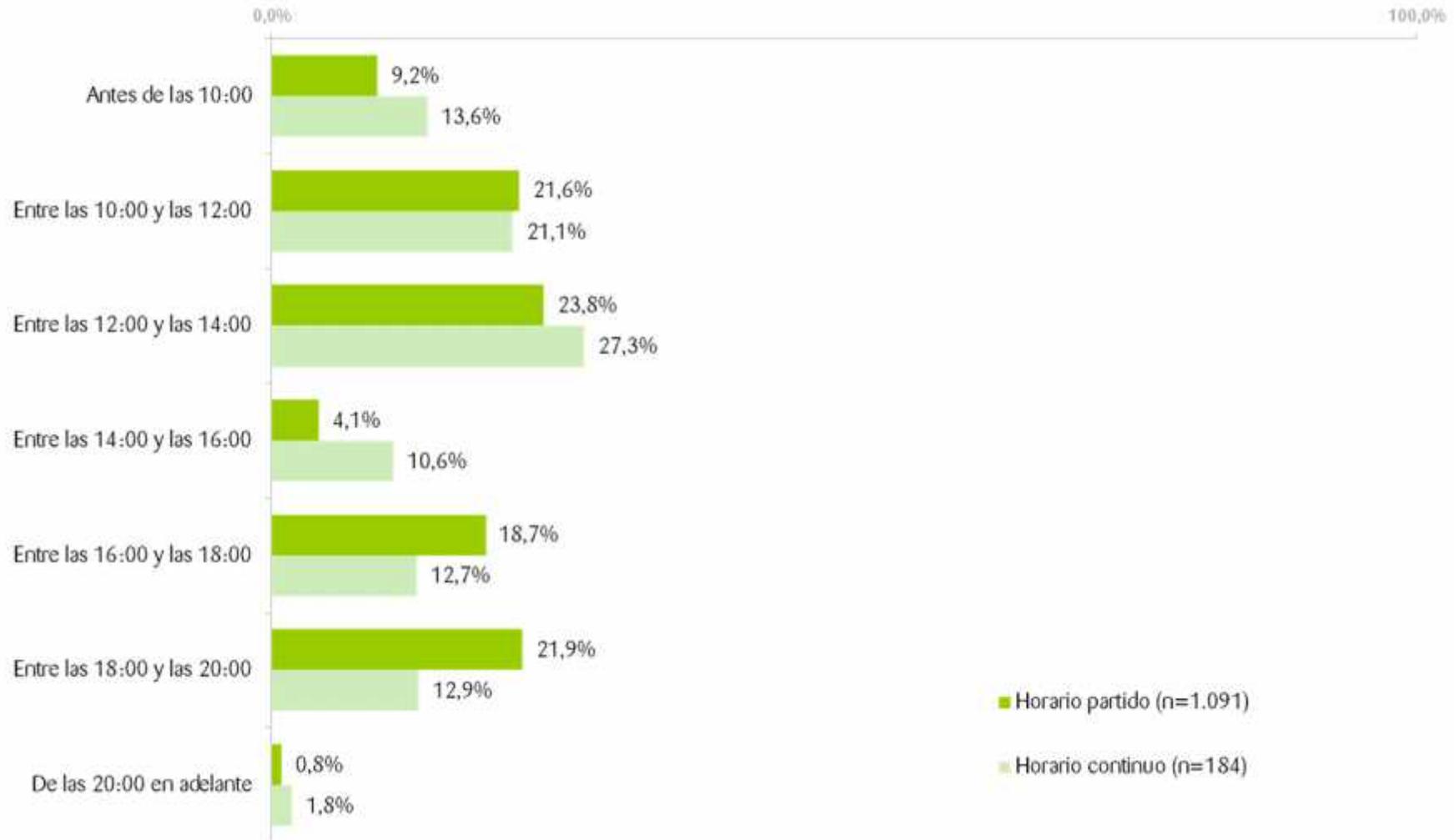
	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Antes de las 10:00</b>	12,4%	8,1%	7,3%	6,0%	10,5%
<b>Entre las 10:00 y las 12:00</b>	23,5%	21,3%	18,4%	22,2%	20,3%
<b>Entre las 12:00 y las 14:00</b>	27,9%	21,8%	18,9%	26,8%	23,4%
<b>Entre las 14:00 y las 16:00</b>	5,5%	5,2%	4,7%	4,8%	4,6%
<b>Entre las 16:00 y las 18:00</b>	13,5%	19,3%	23,7%	18,1%	19,2%
<b>Entre las 18:00 y las 20:00</b>	16,2%	23,4%	26,6%	21,8%	20,8%
<b>De las 20:00 en adelante</b>	1,0%	0,9%	0,5%	0,2%	1,2%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

- Por último, el diferencial de ventas, de la distribución de las mismas, entre los comercios minoristas con horario partido y los comercios minoristas con horario continuo sigue marcando las tendencias de anteriores barómetros.
  - 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, en los comercios con horario continuo, se concentra una décima parte de las ventas de los mismos.
  - Antes de las 16:00, los comercio minoristas con horario continuo concentran un 72,6% de sus ventas, mientras que el supuesto de los comercios minoristas con horario partido esta proporción es del 58,7% (13,9 puntos porcentuales menos).

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 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

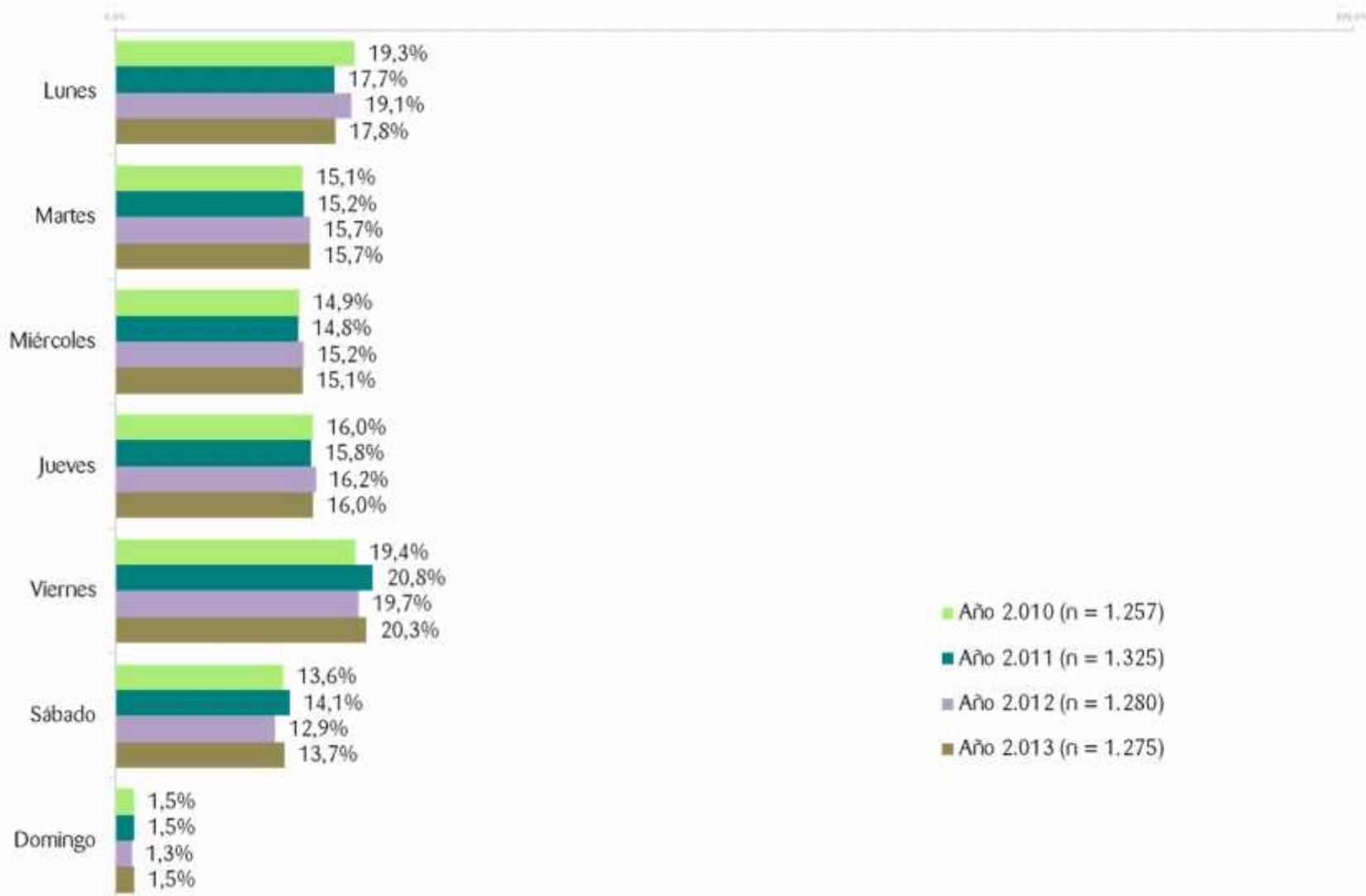
# 2.2.

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

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

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



- El viernes y lunes se convierten en días clave para las ventas de la práctica totalidad de los comercios a excepción de:
  - Los comercios minoristas del ramo o actividad de la alimentación. El viernes concentra el 24,1% del volumen de ventas semanal y el sábado se convierte en el segundo gran momento con un 17,7%.
  - En los comercios minoristas del ramo / actividad de hogar y de moda, el lunes supera al viernes. Más aún, en estos comercios la concentración de ventas el viernes y jueves es muy similar.

*P.11: Y, durante el año 2.013, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	<b>Territorio Histórico</b>		
	<b>Araba (n = 150)</b>	<b>Bizkaia (n = 675)</b>	<b>Gipuzkoa (n = 450)</b>
<b>Lunes</b>	18,3%	17,9%	17,5%
<b>Martes</b>	16,2%	15,6%	15,6%
<b>Miércoles</b>	14,9%	14,7%	15,7%
<b>Jueves</b>	15,3%	16,0%	16,2%
<b>Viernes</b>	20,7%	21,3%	18,7%
<b>Sábado</b>	12,8%	13,1%	14,7%
<b>Domingo</b>	1,8%	1,4%	1,6%

*P.11: Y, durante el año 2.013, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Lunes</b>	19,3%	16,7%	17,8%	18,0%	17,0%	17,8%
<b>Martes</b>	16,2%	16,1%	14,9%	16,2%	15,7%	15,6%
<b>Miércoles</b>	15,4%	14,1%	14,1%	15,1%	15,5%	15,7%
<b>Jueves</b>	15,6%	14,7%	15,2%	16,5%	16,4%	16,1%
<b>Viernes</b>	20,4%	21,2%	23,0%	20,1%	18,7%	18,6%
<b>Sábado</b>	12,4%	13,7%	13,9%	12,5%	15,4%	14,3%
<b>Domingo</b>	0,7%	3,6%	1,0%	1,6%	1,2%	1,8%

*P.11: Y, durante el año 2.013, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Lunes</b>	18,5%	17,4%	17,0%	16,0%	18,4%	20,1%
<b>Martes</b>	16,6%	14,8%	16,0%	14,3%	15,8%	14,4%
<b>Miércoles</b>	15,4%	14,7%	15,2%	14,8%	16,0%	13,3%
<b>Jueves</b>	16,2%	16,1%	15,4%	15,3%	15,9%	13,5%
<b>Viernes</b>	19,7%	20,9%	19,9%	20,2%	21,9%	23,8%
<b>Sábado</b>	12,7%	14,2%	14,9%	16,6%	9,3%	13,3%
<b>Domingo</b>	0,8%	2,0%	1,6%	2,9%	2,9%	1,6%

*P.11: Y, durante el año 2.013, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

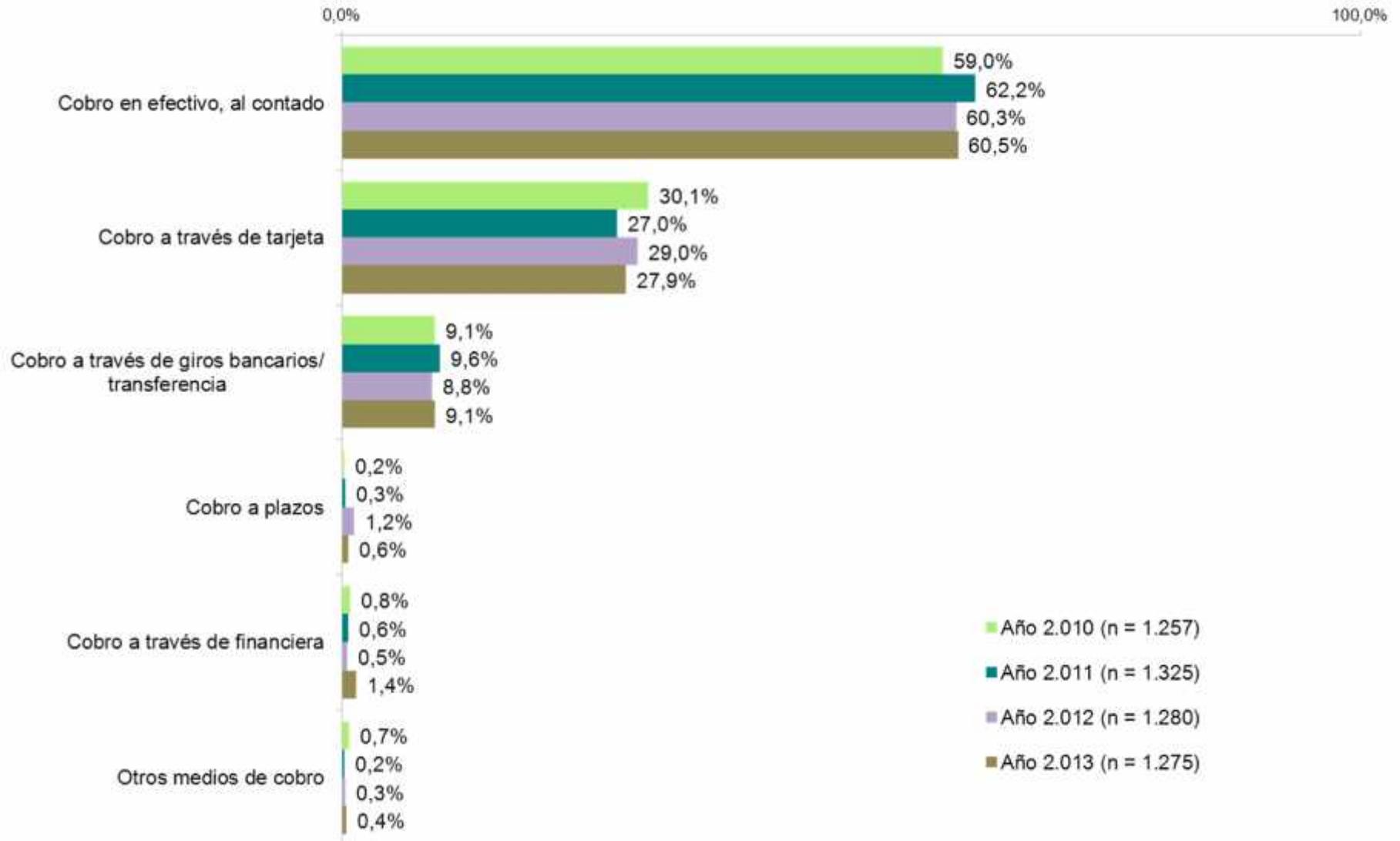
	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Lunes</b>	15,1%	18,6%	19,2%	16,4%	20,0%
<b>Martes</b>	13,9%	16,2%	16,8%	15,8%	16,8%
<b>Miércoles</b>	12,4%	16,9%	16,9%	15,0%	15,9%
<b>Jueves</b>	13,5%	17,4%	18,1%	16,5%	16,8%
<b>Viernes</b>	24,1%	17,4%	18,4%	23,2%	18,1%
<b>Sábado</b>	17,7%	13,5%	10,5%	13,1%	10,7%
<b>Domingo</b>	3,3%	---	---	0,0%	1,6%

# 2.3.

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

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

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



- Como tendencias ya apuntadas en momentos anteriores, cabe reseñar que la generalización o predominio del cobro en efectivo en los comercios minoristas sólo se ve alterada o mermada por la tarjeta o la transferencia bancaria en los siguientes supuestos:
  - En los comercios minoristas del ramo o actividad de moda, el cobro en tarjeta supera al cobro efectivo.
  - En los comercios minoristas de 10 o más empleados/as, el cobro a través de transferencia bancaria tiene una mayor presencia que en el resto de comercios minoristas.

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Efectivo, al contado	53,8%	64,8%	56,5%
Tarjeta	30,4%	25,1%	31,4%
A través de giros/transferencias	13,6%	8,0%	9,1%
A plazos	0,7%	0,6%	0,5%
A través de financiera	0,3%	1,4%	1,7%
Otros medios de pago	1,2%	0,1%	0,5%

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Efectivo, al contado	49,8%	60,5%	69,5%	61,3%	54,2%	57,8%
Tarjeta	37,0%	19,4%	22,6%	26,9%	33,4%	30,2%
A través de giros/transferencias	11,1%	17,6%	6,4%	9,2%	8,4%	9,6%
A plazos	0,9%	0,3%	0,8%	0,5%	0,7%	0,4%
A través de financiera	0,5%	0,0%	0,6%	2,1%	3,1%	0,9%
Otros medios de pago	0,7%	2,0%	0,1%	0,1%	0,3%	0,7%

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/ a empleado/a (n = 515)	Dos empleados /as (n = 487)	De 3 -5 empleados /as (n = 195)	De 6 -9 empleados /as (n = 40)	De 10 -19 empleados /as (n = 27)	20 o más empleados /as (n = 11)
<b>Efectivo, al contado</b>	69,5%	58,2%	52,4%	40,6%	29,0%	41,9%
<b>Tarjeta</b>	23,6%	29,6%	34,4%	34,7%	22,4%	29,3%
<b>A través de giros/transferencias</b>	5,2%	9,6%	10,7%	17,8%	41,5%	23,7%
<b>A plazos</b>	0,1%	0,6%	0,9%	2,8%	4,1%	2,1%
<b>A través de financiera</b>	1,3%	1,5%	1,2%	2,4%	0,0%	2,7%
<b>Otros medios de pago</b>	0,3%	0,2%	0,3%	1,8%	3,0%	0,3%

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

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

A collage of fashion-related images including models in various outfits, a handbag, and a hat, all in a faded, artistic style. A large green number '3.' is centered over the collage.

# 3.

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

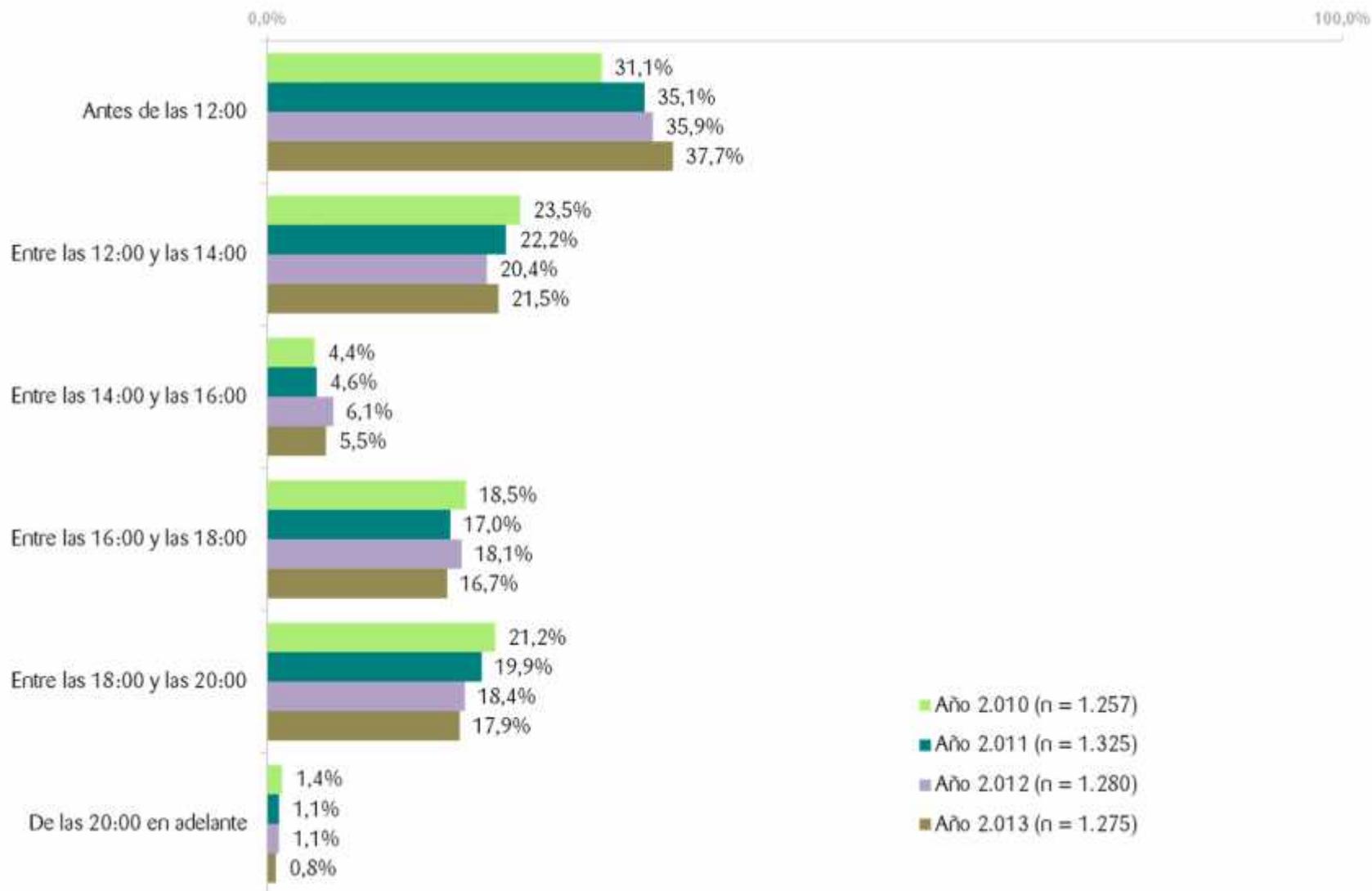
# 3.1.

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

- El 59,3% de la afluencia a los comercios minoristas vascos se concentra en el tramo horario anterior a las 14:00 horas. Este ratio de afluencia supone un incremento de la afluencia en este tramo horario respecto al Barómetro de 2.012.
- Durante el año 2.013, el tramo horario que más crece es aquel que comprende antes de las 12:00 horas. Casi dos puntos porcentuales más que en el Barómetro de 2.012.
- El ritmo de afluencia vespertina continúa su tendencia a la baja, 2 puntos porcentuales menos que en el Barómetro de 2.012.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

- Los comercios de moda o de hogar continúan concentrando, en el tramo horario de las 18:00 horas a las 20:00 horas, algo más de una cuarta parte de su afluencia.
- Los comercios del ramo o actividad de belleza presentan dos momentos de mayor concentración de visitas; por un lado, el tramo horario de las 12:00 horas a las 14:00 horas; y, por otro lado, el tramo horario de las 18:00 horas a las 20:00 horas.
- En el lado opuesto, la concentración de dos de cada tres visitas por la mañana refleja la distribución de las mismas en el comercio del ramo o actividad de alimentación.

*P.17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?\* (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
Antes de las 10:00	18,9%	20,0%	17,0%
Entre las 10:00 y las 12:00	19,2%	18,6%	19,2%
Entre las 12:00 y las 14:00	21,4%	21,9%	20,8%
Entre las 14:00 y las 16:00	6,4%	5,7%	5,0%
Entre las 16:00 y las 18:00	16,2%	15,9%	18,0%
Entre las 18:00 y las 20:00	16,8%	17,0%	19,5%
De las 20:00 en adelante	1,1%	1,0%	0,4%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

*P.17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?\* (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	<b>Capitales/Resto Territorio</b>					
	<b>Vitoria / Gasteiz (n = 93)</b>	<b>Resto Araba (n = 57)</b>	<b>Bilbao (n = 284)</b>	<b>Resto Bizkaia (n = 390)</b>	<b>Donostia (n = 165)</b>	<b>Resto Gipuzkoa (n = 286)</b>
<b>Antes de las 10:00</b>	16,9%	22,3%	19,5%	20,3%	15,7%	17,8%
<b>Entre las 10:00 y las 12:00</b>	18,4%	20,4%	18,2%	18,8%	19,0%	19,4%
<b>Entre las 12:00 y las 14:00</b>	21,9%	20,5%	22,0%	21,8%	21,3%	20,5%
<b>Entre las 14:00 y las 16:00</b>	5,1%	8,5%	4,8%	6,3%	6,0%	4,5%
<b>Entre las 16:00 y las 18:00</b>	17,0%	14,7%	16,7%	15,2%	18,4%	17,8%
<b>Entre las 18:00 y las 20:00</b>	19,5%	12,5%	17,5%	16,7%	19,2%	19,7%
<b>De las 20:00 en adelante</b>	1,2%	1,0%	1,2%	0,8%	0,4%	0,4%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

*P.17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?\* (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Antes de las 10:00</b>	17,3%	18,7%	21,3%	22,4%	24,7%	21,6%
<b>Entre las 10:00 y las 12:00</b>	19,2%	18,7%	18,6%	18,5%	20,8%	12,0%
<b>Entre las 12:00 y las 14:00</b>	22,7%	21,2%	19,8%	19,0%	20,3%	20,5%
<b>Entre las 14:00 y las 16:00</b>	4,9%	5,8%	5,5%	6,9%	9,8%	9,2%
<b>Entre las 16:00 y las 18:00</b>	17,2%	16,6%	16,6%	15,5%	10,9%	14,6%
<b>Entre las 18:00 y las 20:00</b>	18,0%	18,3%	17,3%	16,8%	11,9%	19,4%
<b>De las 20:00 en adelante</b>	0,7%	0,7%	0,9%	0,8%	1,6%	2,8%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

*P.17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?\* (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

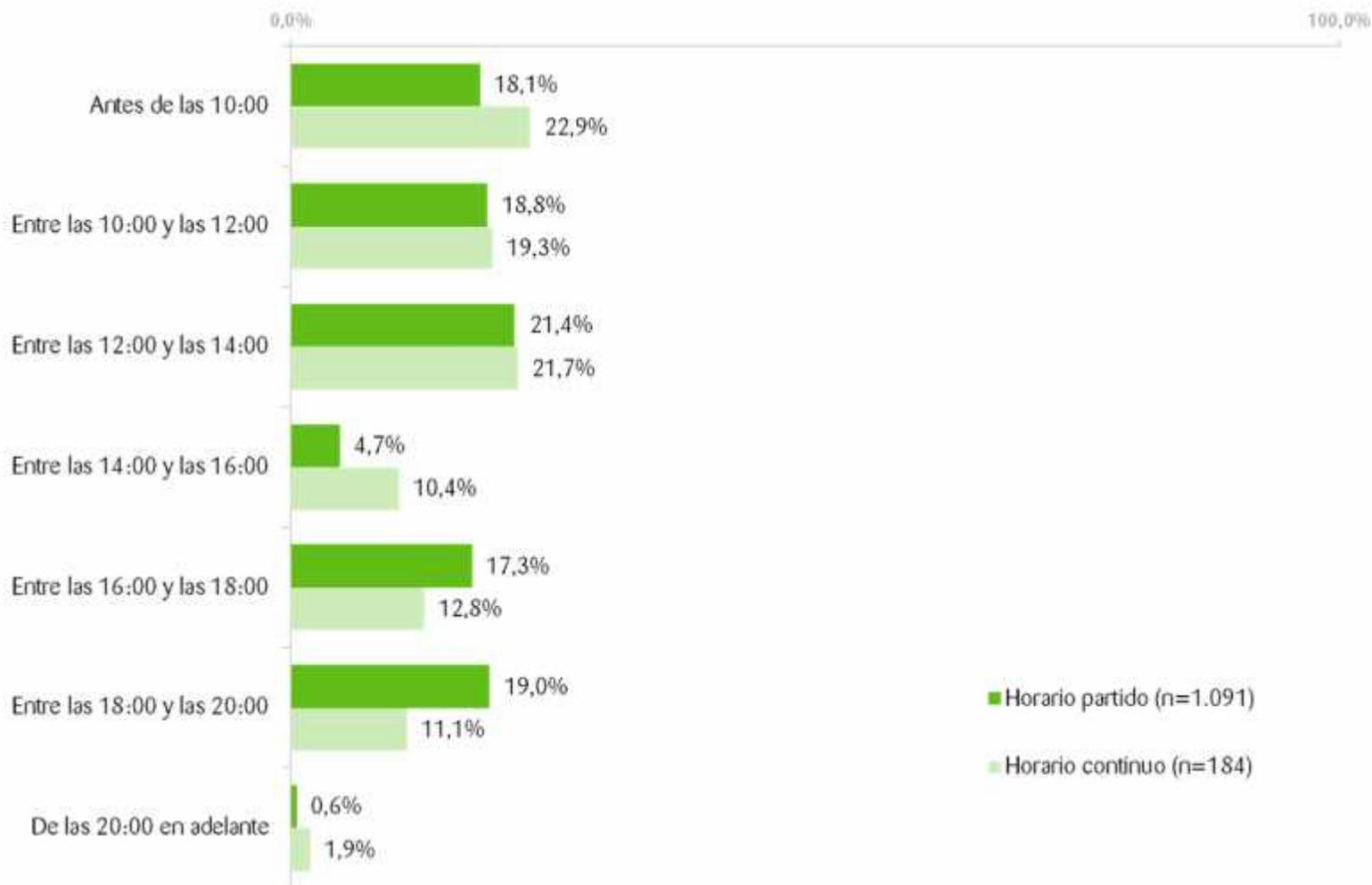
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
<b>Antes de las 10:00</b>	21,8%	15,0%	16,7%	15,5%	20,1%
<b>Entre las 10:00 y las 12:00</b>	20,7%	18,4%	15,6%	18,4%	18,5%
<b>Entre las 12:00 y las 14:00</b>	22,9%	21,4%	19,6%	22,7%	20,3%
<b>Entre las 14:00 y las 16:00</b>	6,6%	5,3%	4,6%	5,3%	5,0%
<b>Entre las 16:00 y las 18:00</b>	13,2%	18,1%	20,7%	17,1%	17,9%
<b>Entre las 18:00 y las 20:00</b>	13,9%	21,1%	22,4%	20,7%	17,4%
<b>De las 20:00 en adelante</b>	0,9%	0,7%	0,3%	0,4%	1,0%

\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

- Por otro lado, los diferentes ritmos de la afluencia de clientes a los comercios minoristas vascos, según el horario de atención al público del comercio, continúan poniendo de manifiesto que:
  - Los comercios con horarios continuo tienden a concentrar en el tramo horario de las 14:00 horas a las 16:00 horas una décima parte de su afluencia. Con relación a 2.012, se detecta un descenso de la afluencia en este tramo horario y en estos comercios de 1,4 puntos porcentuales.
  - Los comercios con horario continuo, a partir de las 16:00 horas, concentran el 25,8% de su afluencia, siendo el ratio similar a lo detectado en el Barómetro de 2.012.
  - En esta misma franja horaria, los comercios con horario partido concentran el 36,9% de su afluencia, incidiendo en la desaceleración vespertina de la afluencia de clientes. En concreto, la afluencia vespertina en este tipo de comercio, comercio minorista con horario partido, se contrae 2,5 puntos porcentuales.

*P.17: En relación a la entrada de visitantes o clientes, durante el año 2.013, 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 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



\* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

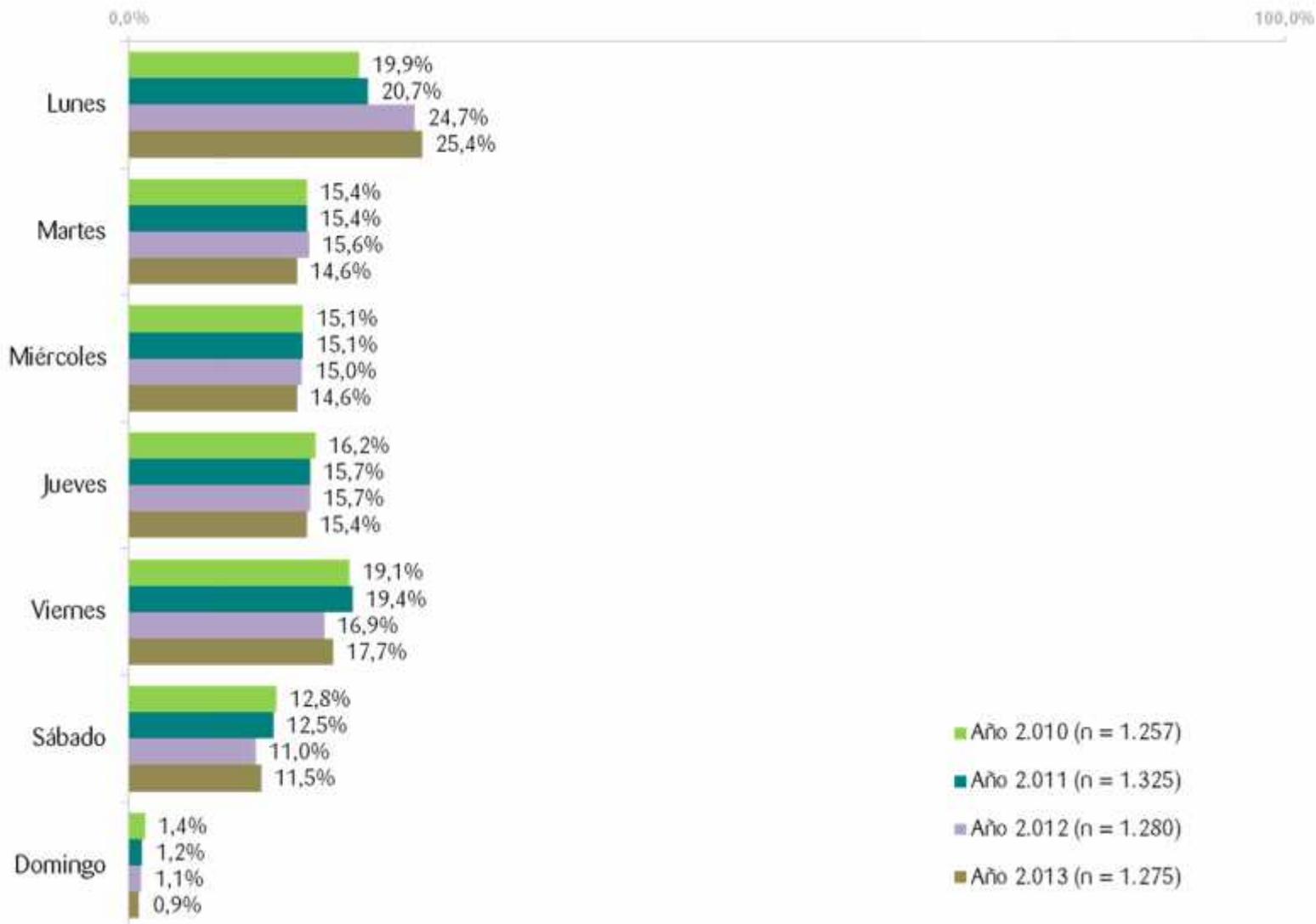
# 3.2.

***“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, nos sitúa ante los siguientes ritmos:
  - El lunes sigue su escalada como referente de visitas, afluencia al comercio minorista vasco. No obstante, la comparación de ventas y afluencia, hace que el lunes sea un momento donde ventas y afluencia se hallan descompensadas.
  - El sábado sigue siendo, a excepción del domingo, el día más bajo de afluencia.
  - El viernes es el «día» para el comercio minorista vasco. La relación de afluencia y ventas, pone de manifiesto que con menos afluencia que un lunes, se consigue más porcentaje de ventas.

P.17/P.18/P.18/P.18: 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



*P18: Y, durante el año 2.013, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 675)	Gipuzkoa (n = 450)
<b>Lunes</b>	24,8%	26,7%	23,7%
<b>Martes</b>	15,3%	14,1%	14,9%
<b>Miércoles</b>	14,6%	14,2%	15,1%
<b>Jueves</b>	15,1%	15,6%	15,1%
<b>Viernes</b>	18,5%	17,9%	17,2%
<b>Sábado</b>	10,5%	10,8%	12,9%
<b>Domingo</b>	1,3%	0,6%	1,2%

*P18: Y, durante el año 2.013, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Lunes</b>	24,6%	25,0%	26,4%	27,0%	22,4%	24,5%
<b>Martes</b>	15,1%	15,7%	13,7%	14,4%	14,5%	15,2%
<b>Miércoles</b>	14,8%	14,2%	13,8%	14,5%	15,1%	15,1%
<b>Jueves</b>	15,1%	15,2%	15,5%	15,7%	15,4%	14,9%
<b>Viernes</b>	18,7%	18,1%	18,0%	17,8%	17,2%	17,2%
<b>Sábado</b>	10,9%	9,8%	12,0%	10,0%	14,3%	12,0%
<b>Domingo</b>	0,7%	2,2%	0,6%	0,6%	1,2%	1,2%

*P18: Y, durante el año 2.013, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Lunes</b>	24,9%	25,3%	27,0%	28,1%	25,3%	23,0%
<b>Martes</b>	15,0%	14,1%	14,6%	13,2%	15,9%	14,4%
<b>Miércoles</b>	15,1%	14,1%	14,4%	13,6%	15,2%	13,7%
<b>Jueves</b>	16,2%	15,1%	14,3%	14,1%	15,0%	13,4%
<b>Viernes</b>	17,6%	18,2%	16,7%	16,8%	17,4%	22,2%
<b>Sábado</b>	10,9%	12,2%	11,7%	11,3%	9,0%	11,2%
<b>Domingo</b>	0,4%	1,1%	1,1%	2,9%	2,1%	2,0%

*P18: Y, durante el año 2.013, ¿cómo se reparte la afluencia a su comercio/negocio en función de los días de la semana? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Lunes</b>	24,3%	24,7%	26,2%	24,4%	27,2%
<b>Martes</b>	13,3%	14,5%	15,5%	15,5%	15,3%
<b>Miércoles</b>	12,5%	15,9%	16,0%	14,7%	15,2%
<b>Jueves</b>	14,3%	16,1%	16,0%	16,0%	15,6%
<b>Viernes</b>	19,2%	16,6%	16,2%	19,8%	16,8%
<b>Sábado</b>	14,2%	12,2%	10,0%	9,6%	9,2%
<b>Domingo</b>	2,2%	---	---	0,1%	0,7%

# 3.3.

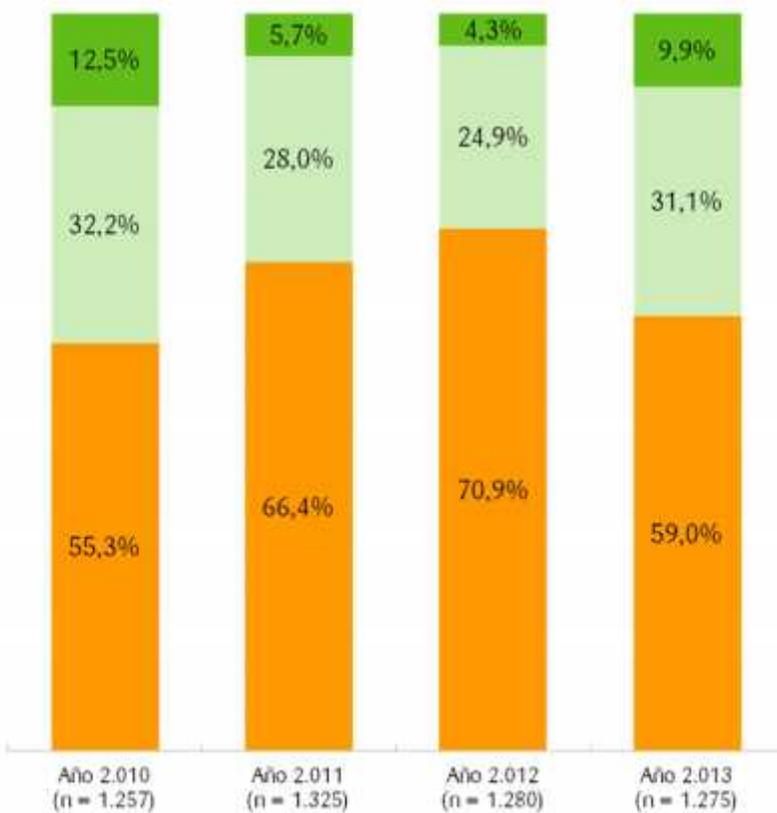
## ***“Evolución de la afluencia de clientes y visitantes”***

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

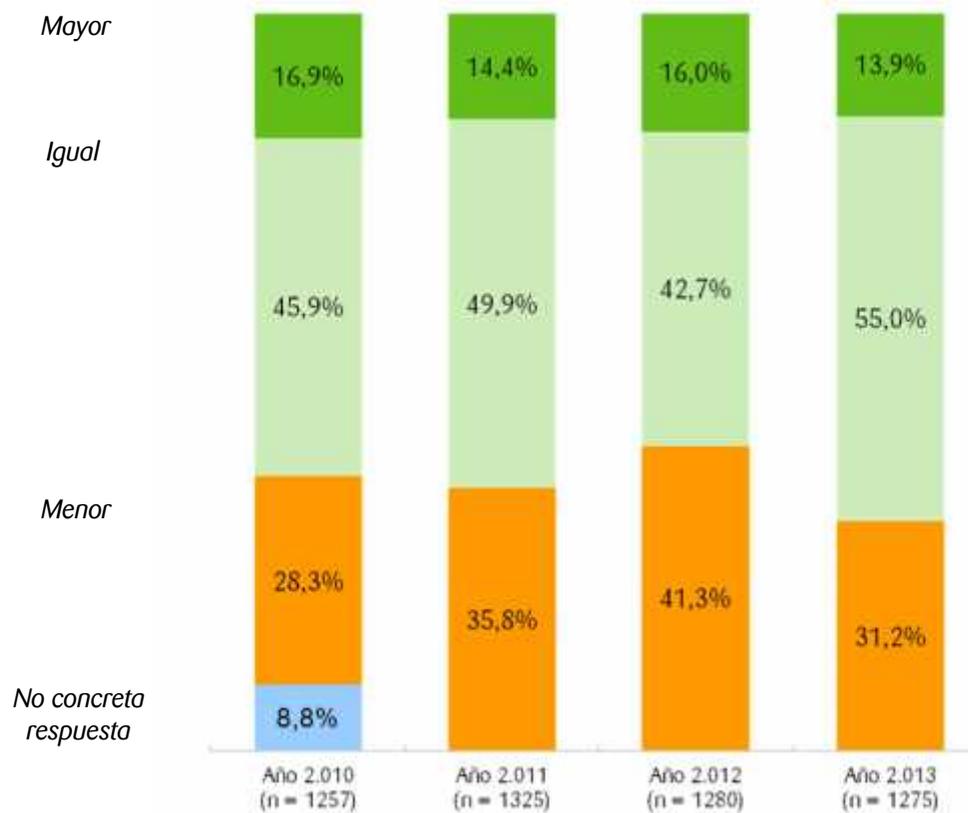
P.14B-P.15B/ P.14-P.16/P.14-P.16/P.14-P.16: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) o de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

### Cientes (personas que han efectuado gasto)



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



*P.14 – P.16: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) o de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

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

*P.14 – P.16: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) o de visitantes (personas que han entrado en el establecimiento, pero no han efectuado gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

### Capitales/Resto Territorio

	Clientes (personas que han efectuado gasto)						Visitante (personas que no han efectuado gasto)					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Mayor</b>	17,3%	9,1%	4,3%	11,1%	16,1%	8,0%	15,9%	14,3%	12,1%	14,7%	13,8%	13,7%
<b>Igual</b>	35,2%	28,4%	29,1%	32,3%	25,6%	34,0%	46,7%	69,5%	53,4%	56,1%	53,4%	55,6%
<b>Menor</b>	47,4%	62,6%	66,7%	56,6%	58,4%	58,0%	37,4%	16,1%	34,4%	29,2%	32,7%	30,6%

*P.14 : ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Mayor</b>	9,4%	9,1%	12,9%	6,9%	12,5%	17,9%
<b>Igual</b>	28,4%	33,0%	34,3%	29,5%	25,5%	38,4%
<b>Menor</b>	62,2%	57,9%	52,8%	63,6%	62,0%	43,6%

*P.16 : ¿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 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Mayor</b>	12,2%	13,8%	18,9%	15,1%	9,6%	12,8%
<b>Igual</b>	56,3%	53,6%	55,3%	45,9%	66,1%	54,2%
<b>Menor</b>	31,5%	32,7%	25,8%	39,0%	24,3%	33,0%

*P.14: ¿Diría que la afluencia de clientes (personas que han efectuado algún gasto) ha sido mayor, igual o menor? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Mayor</b>	8,2%	14,0%	11,7%	6,0%	9,3%
<b>Igual</b>	32,6%	23,8%	31,4%	31,5%	34,6%
<b>Menor</b>	59,3%	62,2%	56,9%	62,5%	56,1%

*P.16: ¿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 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Mayor</b>	7,2%	17,8%	24,5%	14,2%	14,6%
<b>Igual</b>	62,5%	48,4%	41,9%	58,1%	54,9%
<b>Menor</b>	30,4%	33,7%	33,6%	27,7%	30,5%

# 3.4.

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

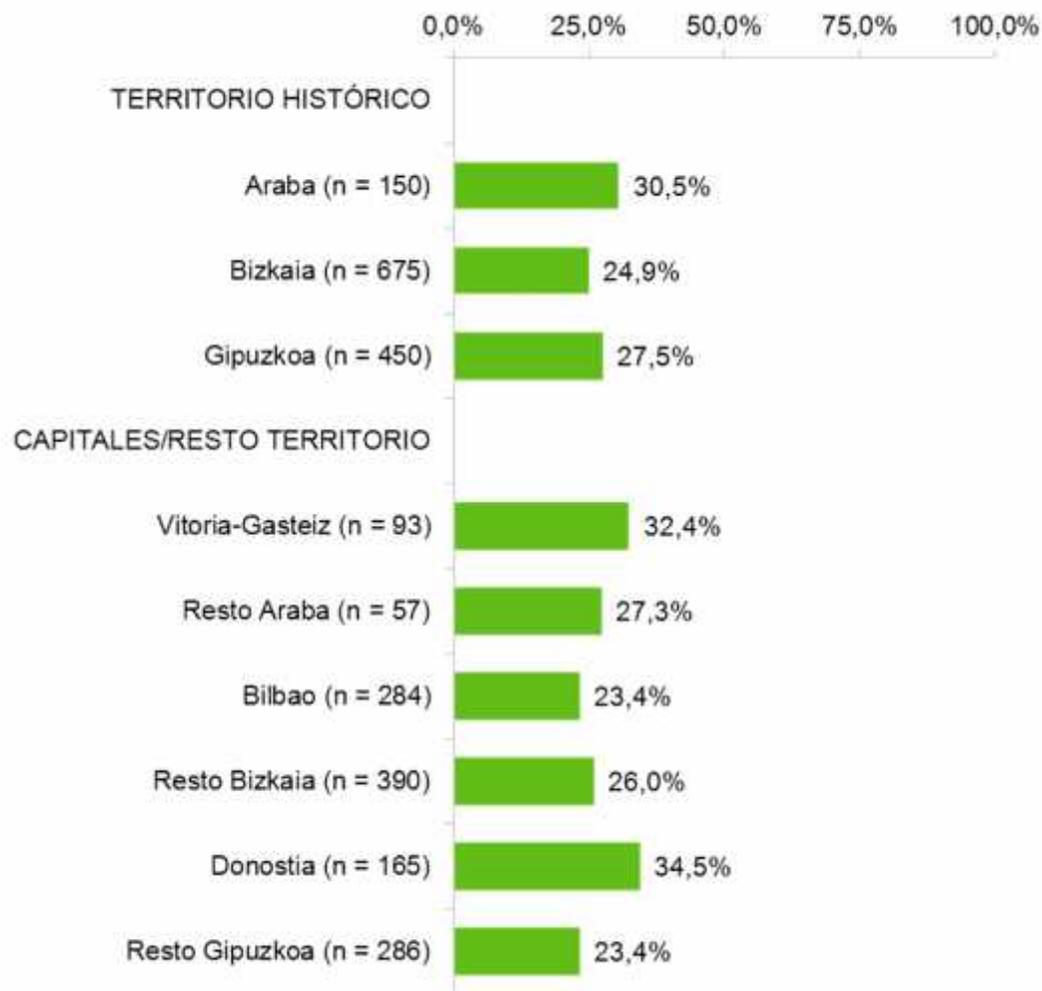
- El/la comerciante tiende a dotarse de dispositivos, mecanismos para gestionar la afluencia de clientes más que de visitantes. En concreto, uno de cada cinco comerciantes entrevistados/as afirma que dispone de un registro de control del número de personas que efectúan gasto. Esta proporción es algo inferior a la detectada en Barómetros anteriores (año 2.010, año 2.011 y año 2.012).
- Este tipo de control, de registro de control, continúa siendo más perceptible en:
  - Los comercios minoristas del Territorio Histórico de Araba.
  - Los comercios minoristas más grandes, según número de empleados/as.
  - Los comercios minoristas del hogar o comercios minoristas del ramo de salud y belleza.
  - Los/las comerciantes con estudios universitarios.
  - Los/las comerciantes más jóvenes. A medida que la edad del dueño/a, responsable es mayor, menor tiende a ser la presencia de este tipo de herramientas para la gestión del negocio.

P.14A:/P.13/P.13/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 minoristas entrevistados



Grado de presencia de algún registro de control de clientes  
 (Año 2.013)

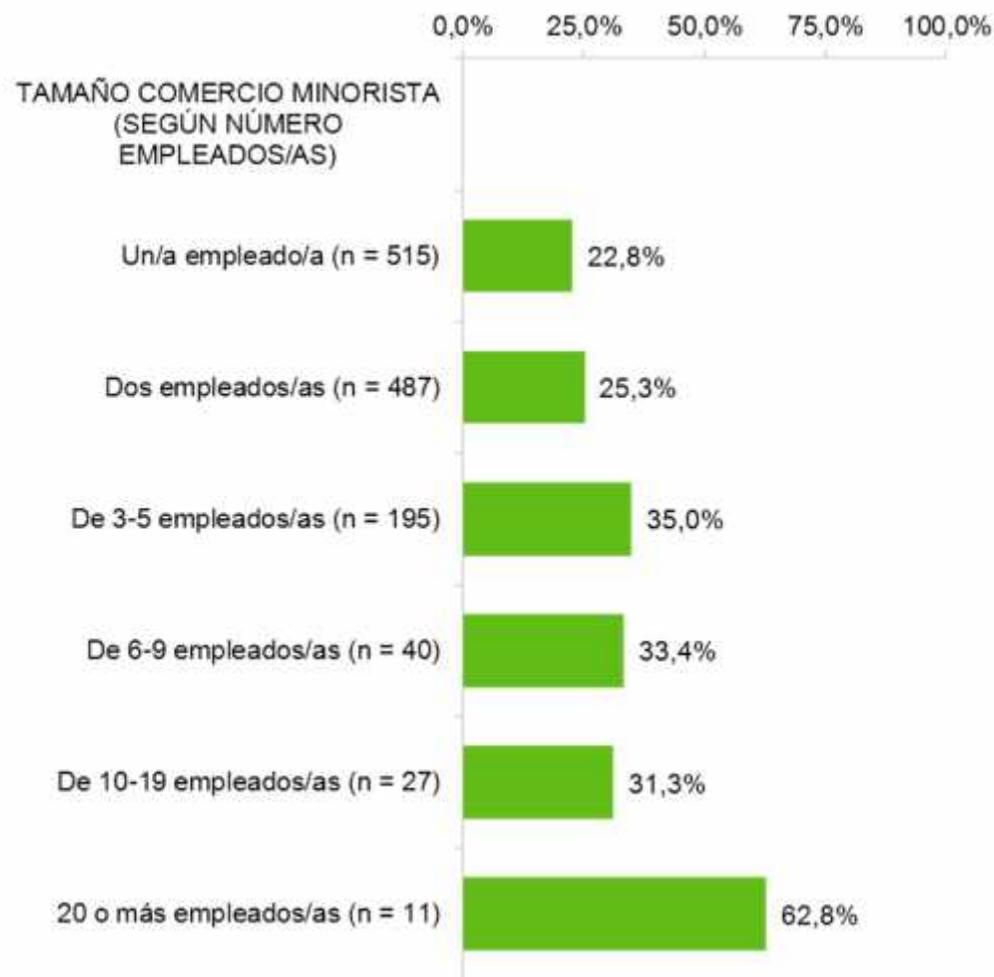


P.14A/P.13/P.13/P.13: ¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

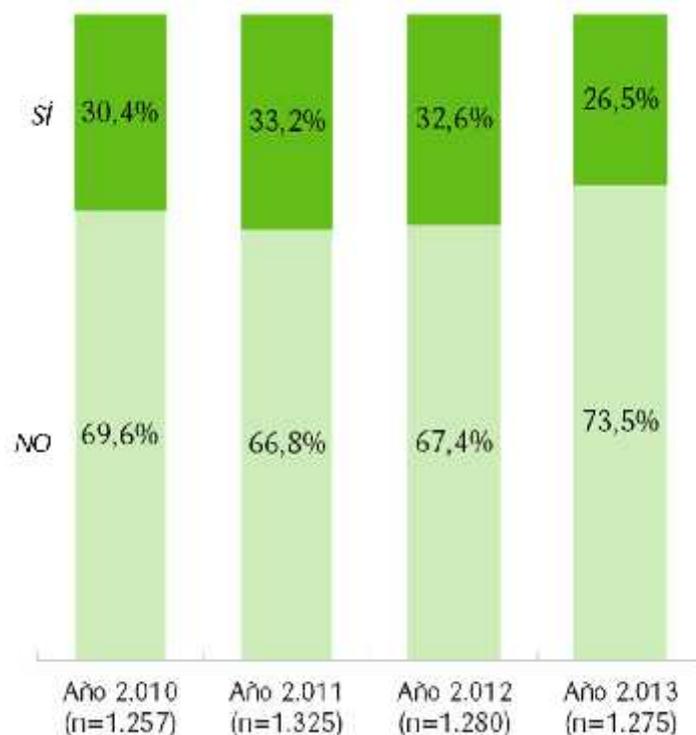


Grado de presencia de algún registro de control de clientes (año 2013)

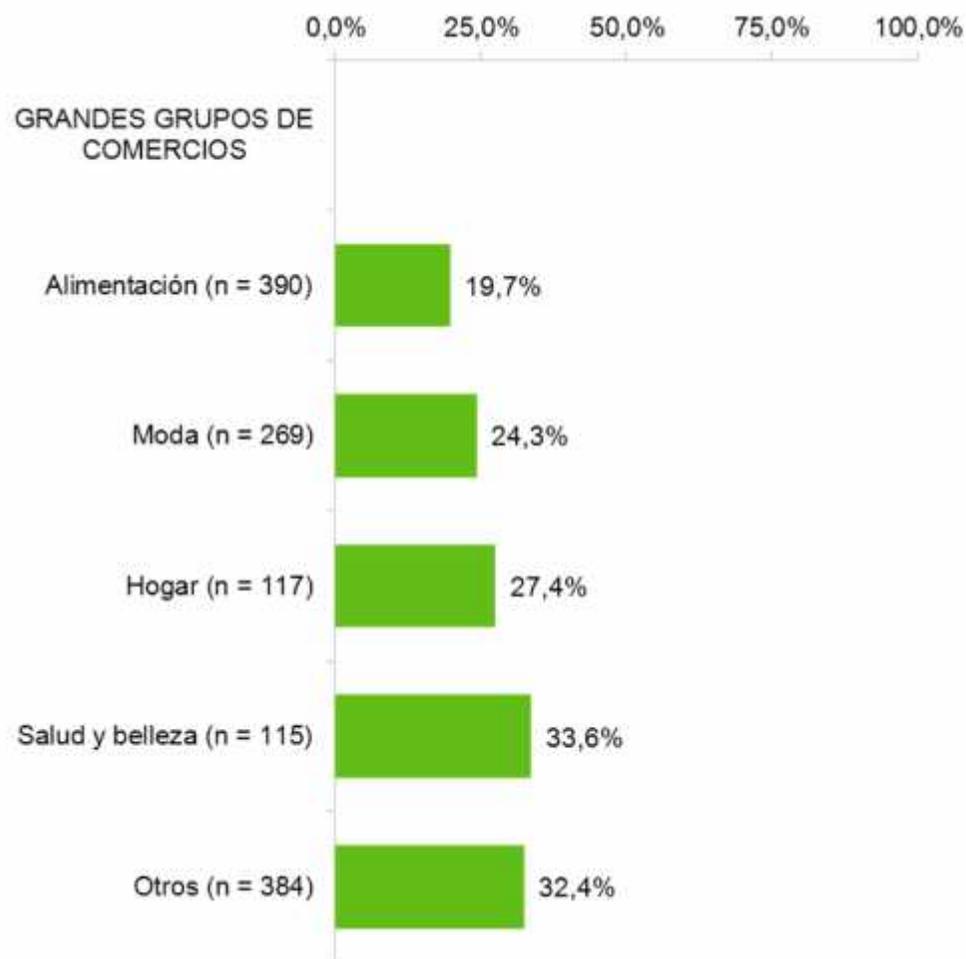


P.14A/P.13/P.13/P.13: *¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de personas que efectúan gasto en su comercio, negocio?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Grado de presencia de algún registro de control de clientes  
 (año 2.013)



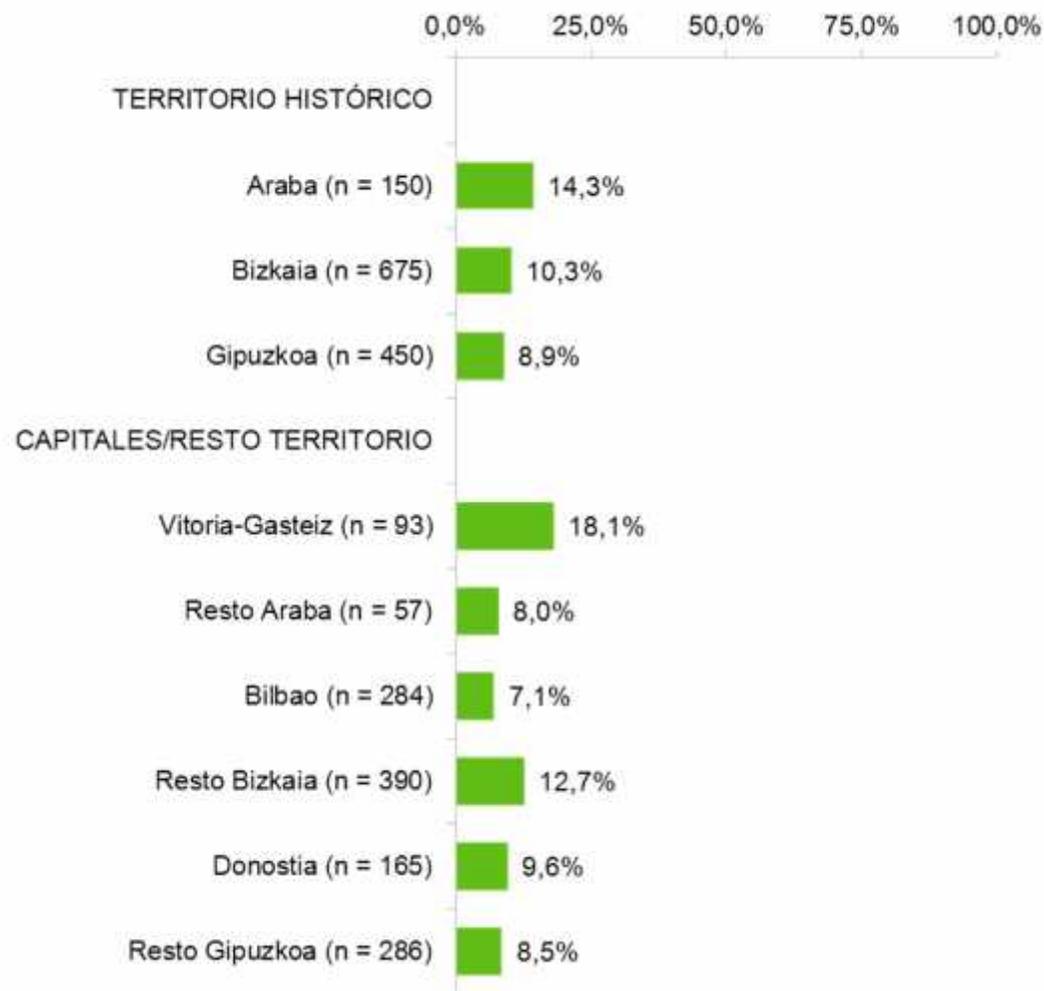
- Se reiteran las principales conclusiones apuntadas en Barómetros anteriores:
  - Que es en los comercios del ramo o actividad de hogar donde más recurrente es la presencia de este tipo de sistemas de control de visitantes.
  - Y, que es en los comercio de tamaño más grande, según número de empleados/as, donde la presencia de este tipo de sistemas, registros de control, de visitantes es, también, mayor.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Grado de presencia de algún registro de control de visitantes (año 2.013)

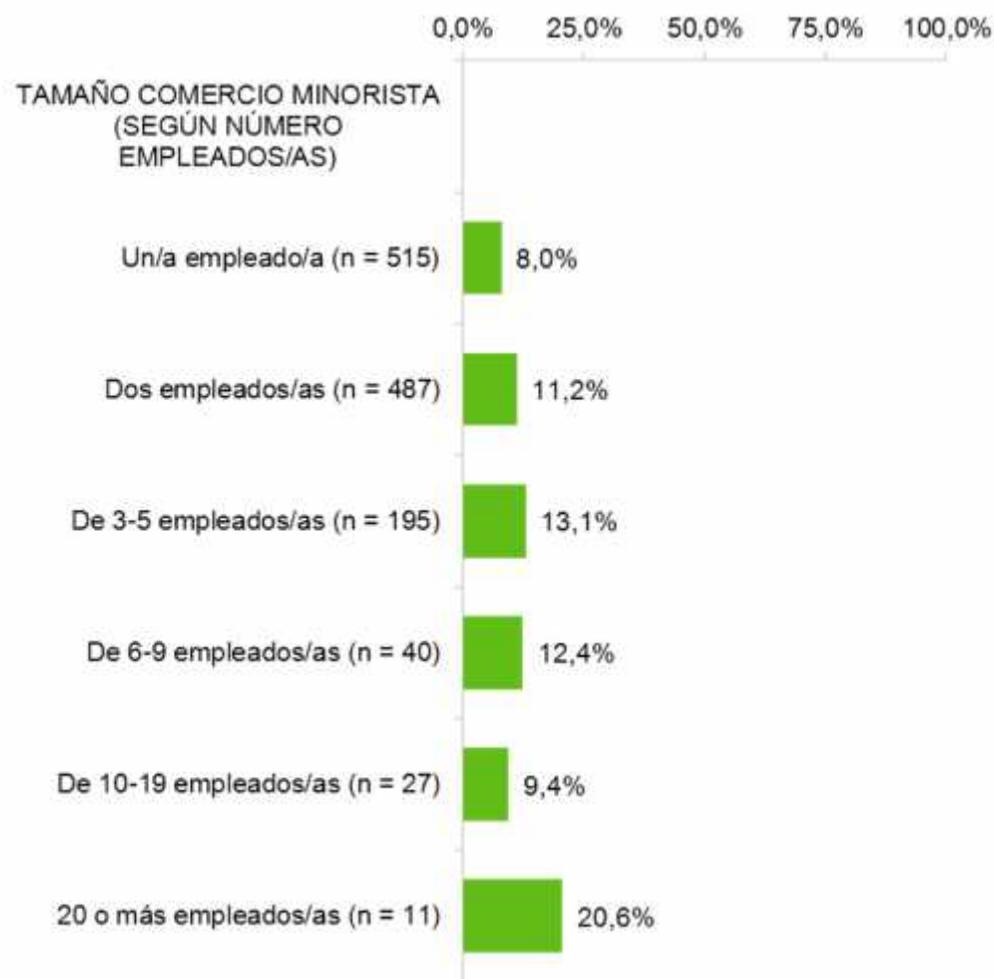


P.15A/P.15/P.15: *¿Dispone usted de algún registro de control anual del número de visitantes (personas que no efectúan gasto) en su comercio, negocio?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



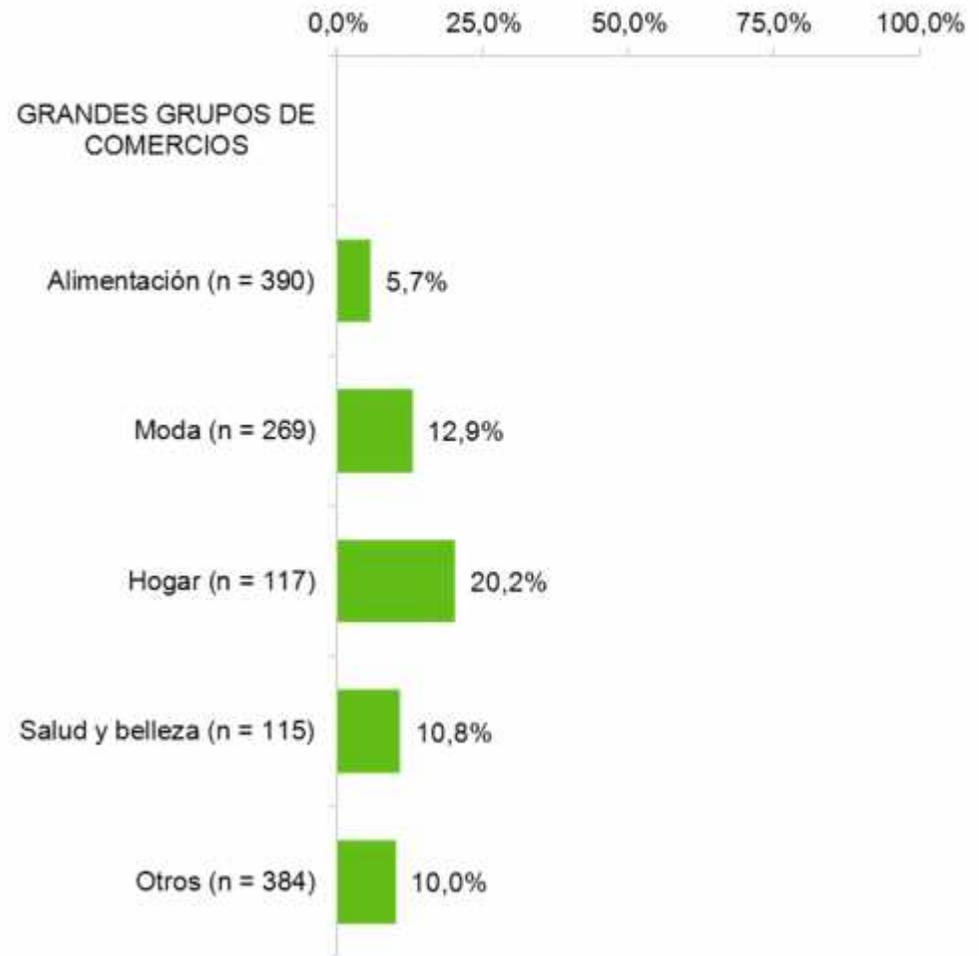
Grado de presencia de algún registro de control de visitantes (año 2.013)



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



Grado de presencia de algún registro de control de visitantes (año 2.013)





# 4.

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

# 4.1.

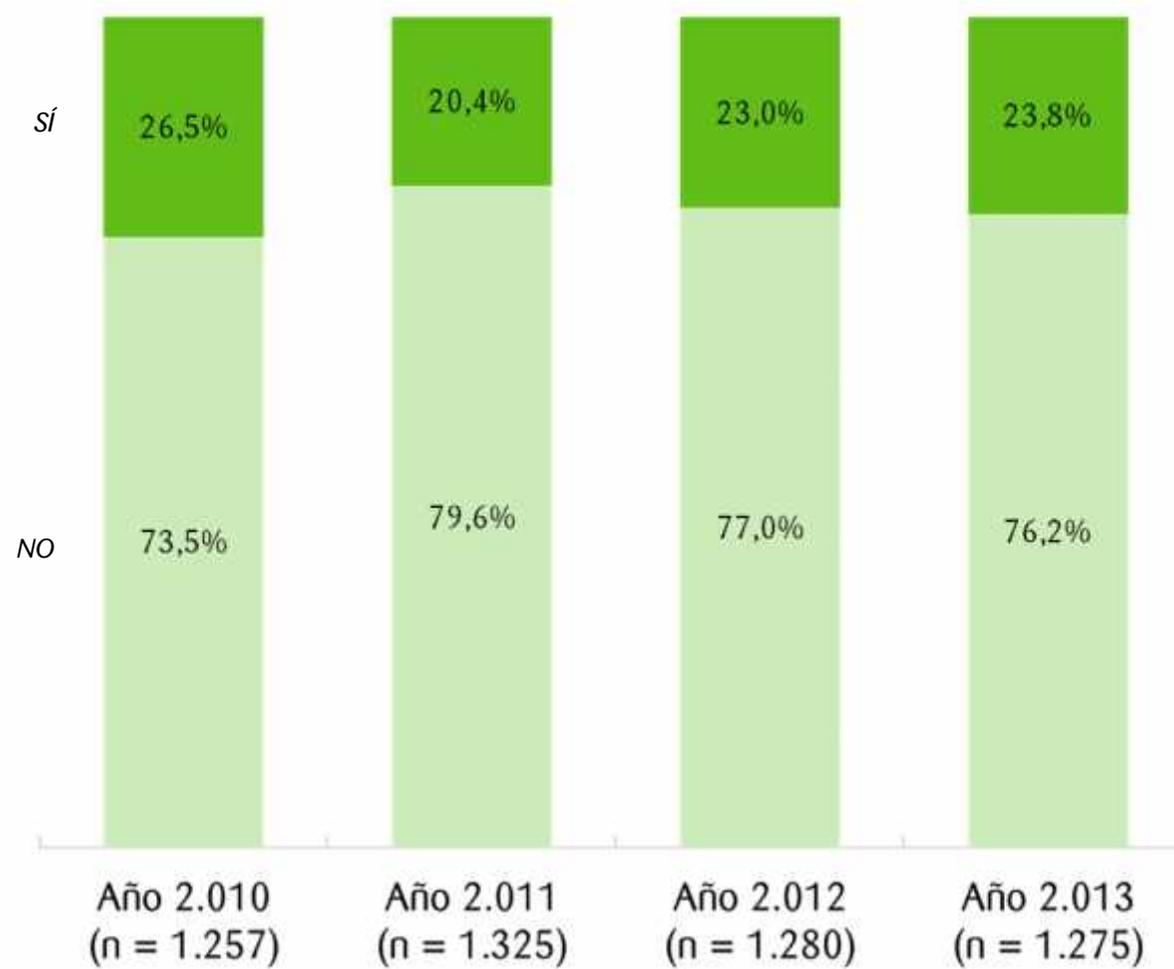
## ***“Lo afluencia de turistas”***

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

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

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



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

P.19: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas\*? (año 2.013)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



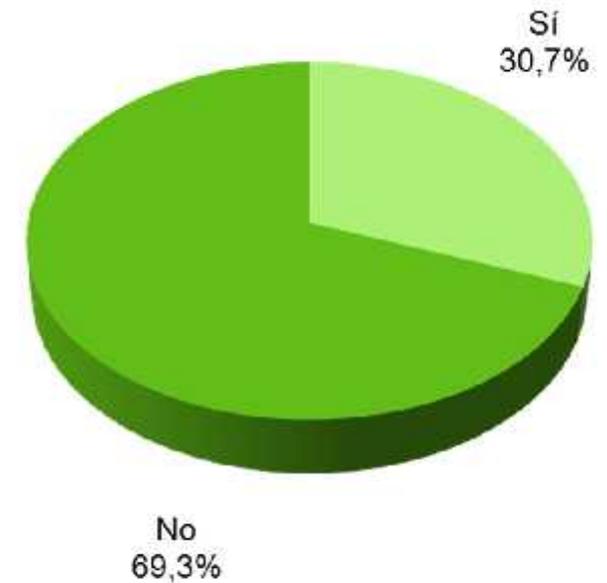
**ARABA**  
(n = 150)



**BIZKAIA**  
(n = 675)



**GIPUZKOA**  
(n = 450)



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

*P.19: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas\*? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Sí</b>	20,7%	20,8%	20,8%	19,2%	40,5%	25,1%
<b>No</b>	79,3%	79,2%	79,2%	80,8%	59,5%	74,9%

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

*P.19: En su comercio, negocio, o lo largo del año, ¿entran turistas\*? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/ a empleado/a (n = 515)	Dos empleados /as (n = 487)	De 3 -5 empleados /as (n = 195)	De 6 -9 empleados /as (n = 40)	De 10 -19 empleados /as (n = 27)	20 o más empleados /as (n = 11)
<b>Sí</b>	20,0%	25,2%	29,8%	24,3%	24,8%	30,7%
<b>No</b>	80,0%	74,8%	70,2%	75,7%	75,2%	69,3%

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

*P.19: En su comercio, negocio, a lo largo del año, ¿entran turistas\*? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	<b>Grandes grupos de comercios</b>				
	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Sí</b>	18,2%	34,7%	18,7%	23,0%	23,6%
<b>No</b>	81,8%	65,3%	81,3%	77,0%	76,4%

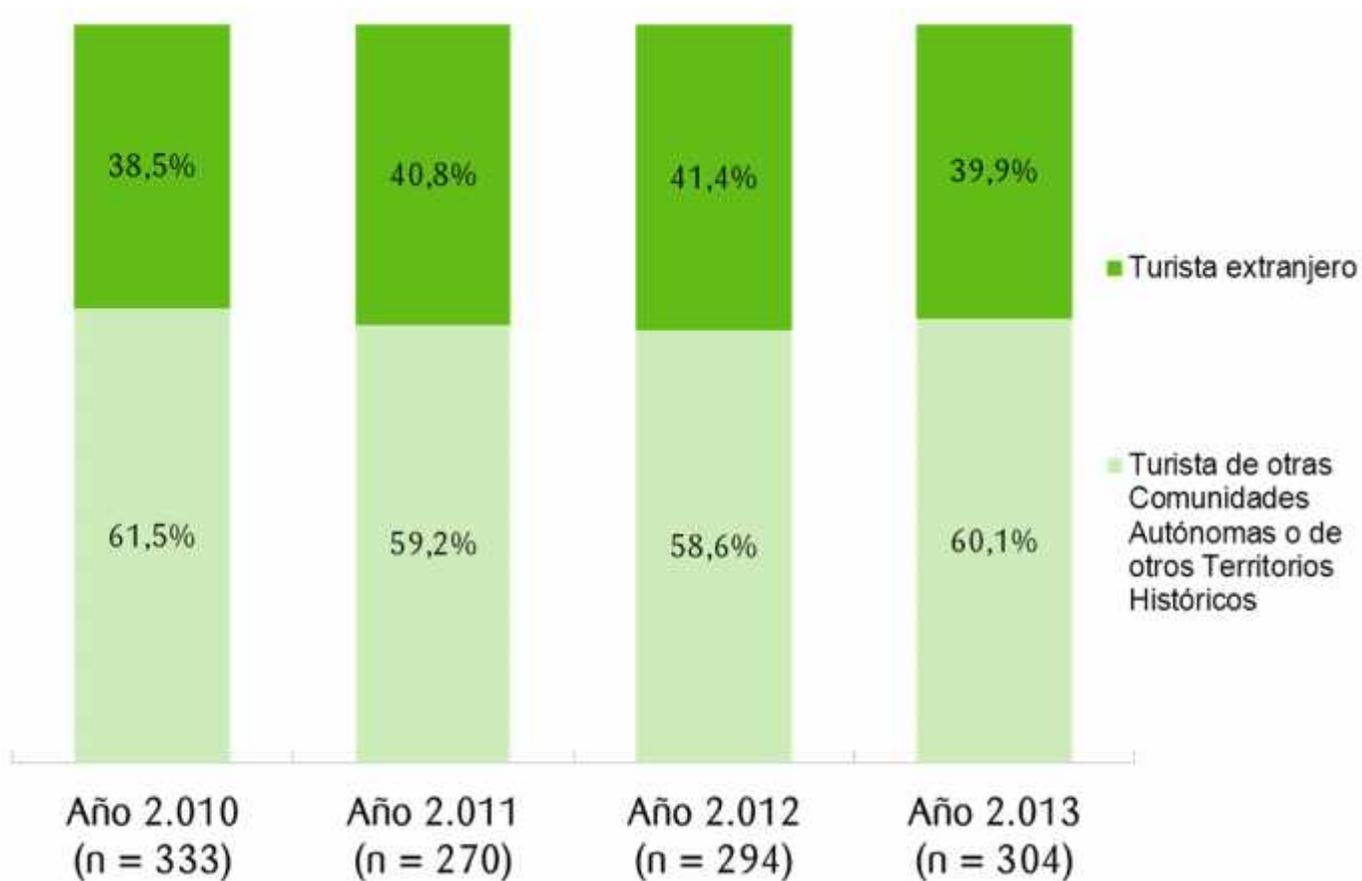
\* Por turista entendemos cualquier persona de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

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

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

Base: Comercios minoristas entrevistados donde entran turistas

Comercios C.A.E.



# 4.2.

## ***“Hitos de mayor afluencia de turistas”***

- La afluencia de turistas al comercio minorista vasco, en función de cuatro momentos clave, se estructura de la siguiente manera:
  - El verano es el momento clave de afluencia de turistas a los comercios minoristas vascos. Ocho de cada diez responsables, gestores, etc... del comercio minorista vasco que afirman recibir turistas en sus establecimientos, manifiestan como momento de mayor afluencia de los mismos el verano. Misma tendencia que en el Barómetro de 2.011 y en el Barómetro de 2.012.
  - Los puentes se consolidan como el segundo gran momento.
  - Semana Santa es el tercer gran referente o momento de entrada de turista en el comercio minorista vasco.
  - Por último, la Navidad continúa siendo el momento donde menor afluencia de turistas se detecta en el comercio minorista vasco.

*P.21: A lo largo de un año, ¿en cuáles de los siguientes momentos que le sugiero, nota más la afluencia de turistas a su comercio?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercer lugar?, ¿y en último lugar? (año 2.013)*

*Base: 304 comercios minoristas entrevistados donde entran turistas*

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

The background of the slide features a grid of fashion illustrations. The top row shows three panels: a woman in a red dress holding a purple umbrella, a woman in a red dress with a long train, and a woman in a red dress and a wide-brimmed hat carrying a large white shopping bag with a blue and red pattern. The bottom row shows three panels: a woman in a red dress with long hair, a woman in a red dress with a long train, and a woman in a red dress and a wide-brimmed hat carrying a large white shopping bag with a blue and red pattern. The number '5.' is prominently displayed in the center in a large, bold, green font.

# 5.

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

# 5.1.

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

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

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

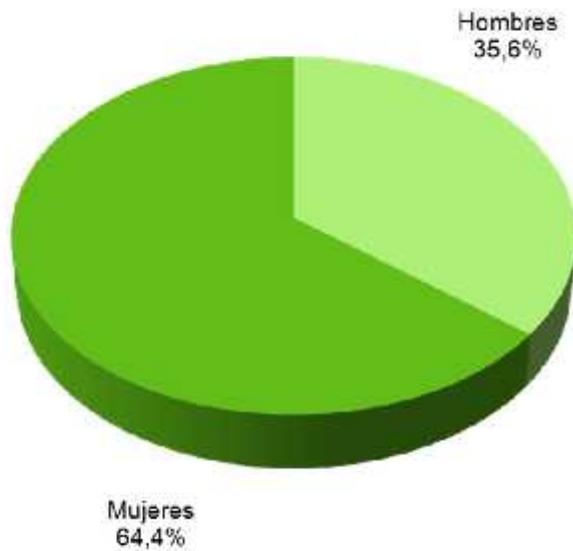


*P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.013)*

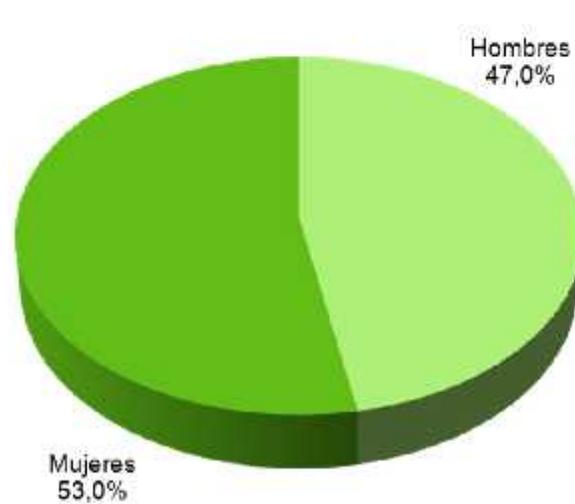
*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*



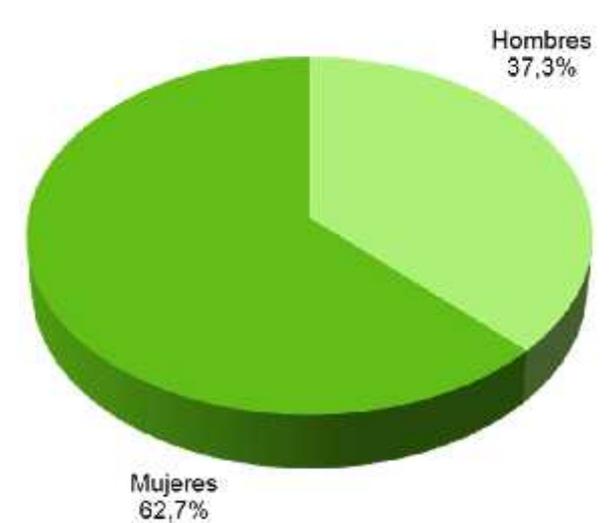
**ARABA**  
(n = 150)



**BIZKAIA**  
(n = 675)



**GIPUZKOA**  
(n = 450)



*P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Hombres</b>	38,1%	31,5%	49,6%	45,1%	44,3%	33,2%
<b>Mujeres</b>	61,9%	68,5%	50,4%	54,9%	55,7%	66,8%

*P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**

	<b>Un/ a empleado/a (n = 515)</b>	<b>Dos empleados /as (n = 487)</b>	<b>De 3 -5 empleados /as (n = 195)</b>	<b>De 6 -9 empleados /as (n = 40)</b>	<b>De 10 -19 empleados /as (n = 27)</b>	<b>20 o más empleados /as (n = 11)</b>
<b>Hombres</b>	45,1%	39,9%	39,6%	40,2%	50,4%	45,7%
<b>Mujeres</b>	54,9%	60,1%	60,4%	59,8%	49,6%	54,3%

*P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

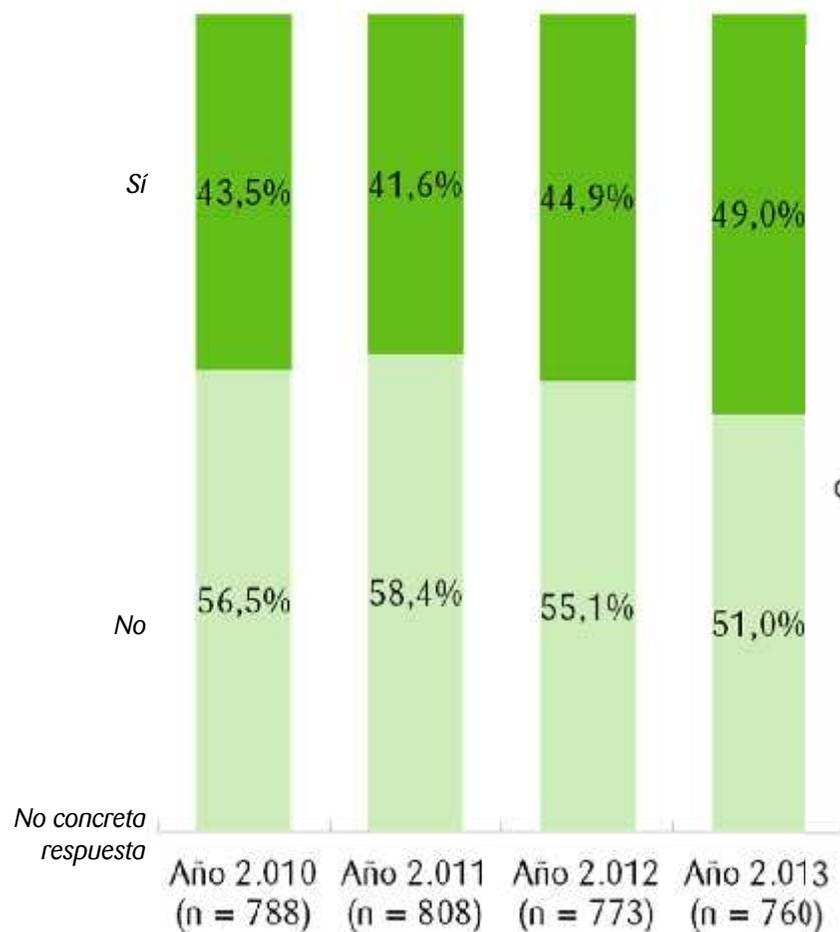
	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 390)	Moda (n = 269)	Hogar (n = 117)	Salud y Belleza (n = 115)	Otros (n = 384)
<b>Hombres</b>	47,2%	28,8%	48,4%	23,1%	50,5%
<b>Mujeres</b>	52,8%	71,2%	51,6%	76,9%	49,5%

- La presencia de la figura del responsable de tienda, establecimiento experimenta un incremento con relación a Barómetros anteriores. En 2.013, en aquellos comercios minoristas con más de un/a empleado/a, es el momento de más alta presencia en la serie.
- Como datos más relevantes, destacamos los siguientes:
  - Continúa siendo en el Territorio Histórico de Araba donde esta figura de responsable de tienda, establecimiento adquiere una mayor presencia.
  - Continúan siendo en los comercios minoristas del ramo o actividad de moda donde la presencia de esta figura es inferior al resto de comercio minorista.

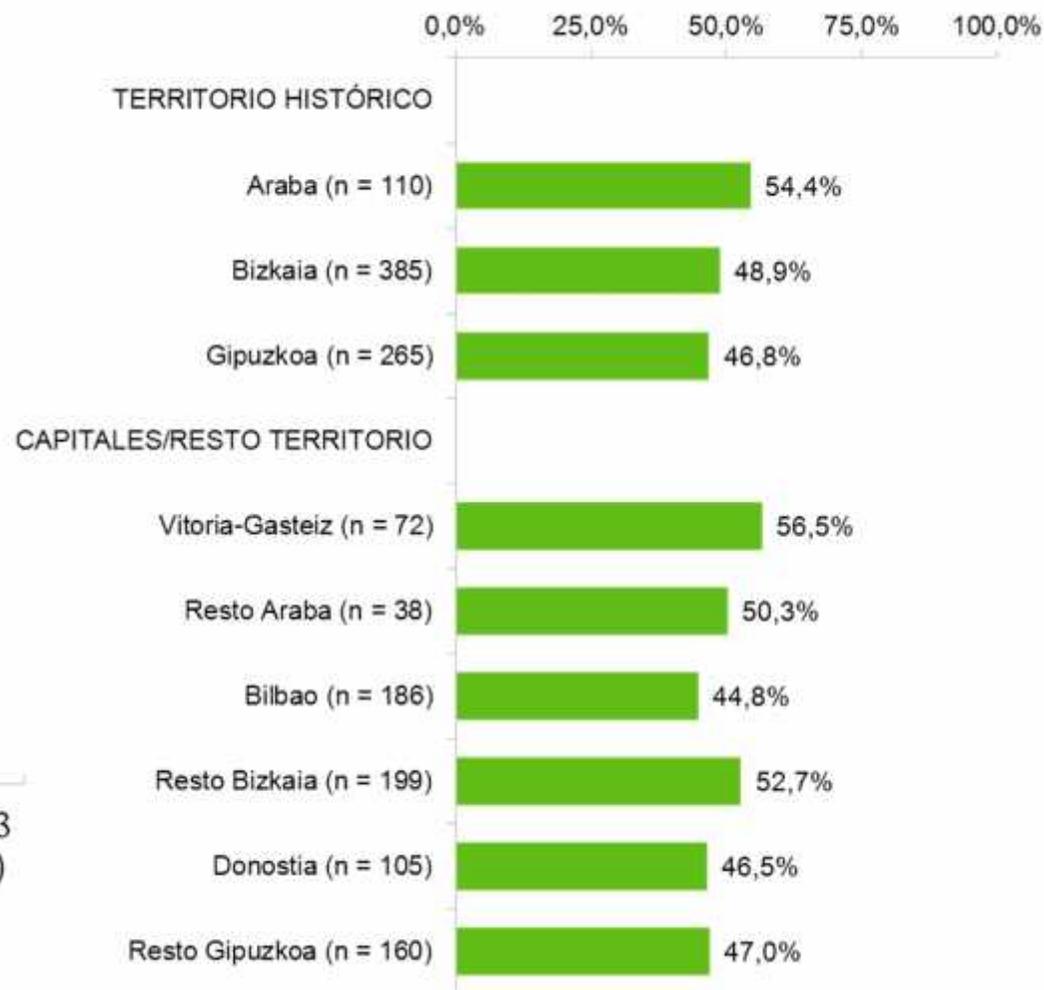
P.6: Excluyéndose usted, ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento?

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

Comercios C.A.E.



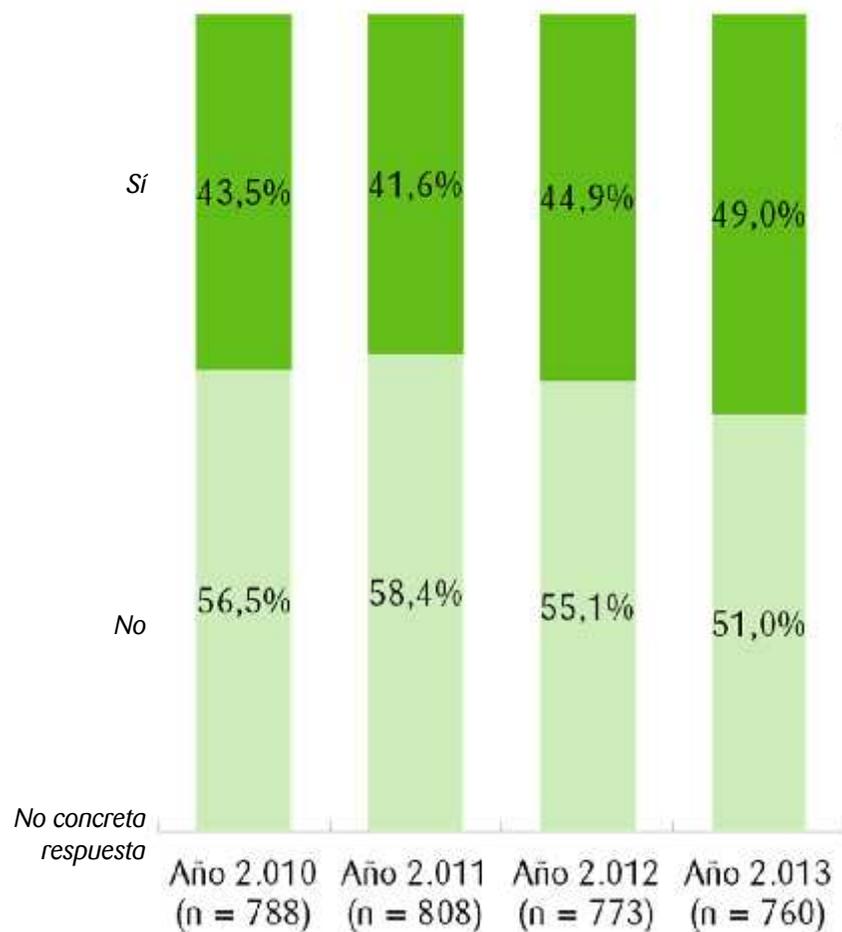
Grado de presencia de la figura de responsable de tienda (año 2.013)



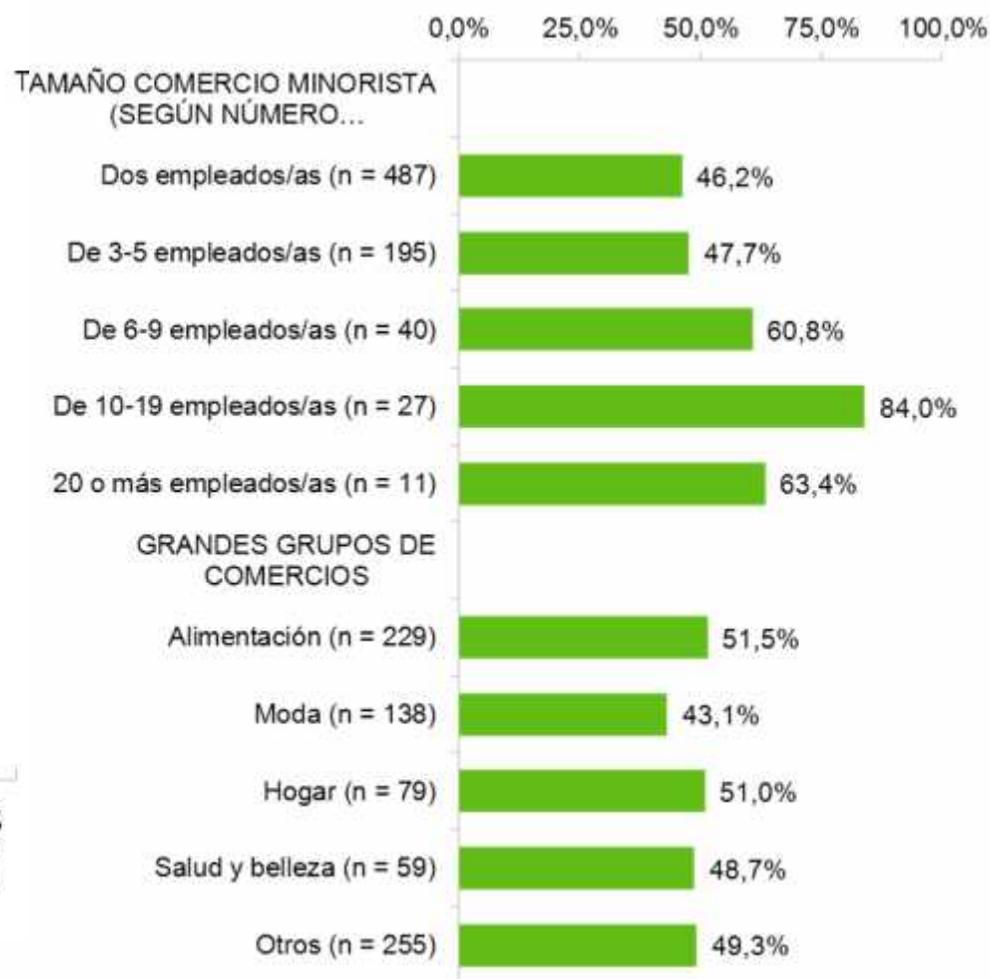
P.6: Excluyéndose usted, ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento?

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

Comercios C.A.E.



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



- La figura del responsable de tienda, establecimiento presenta un equilibrio entre la asunción de dicha responsabilidad según la variable genero.
- Excepto en el Barómetro de 2.011 donde se detectó una mayor presencia de mujeres responsables de tiendas, en el resto de años la tendencia al equilibrio ha sido la nota o característica predominante.

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

*Comercios C.A.P.V.*



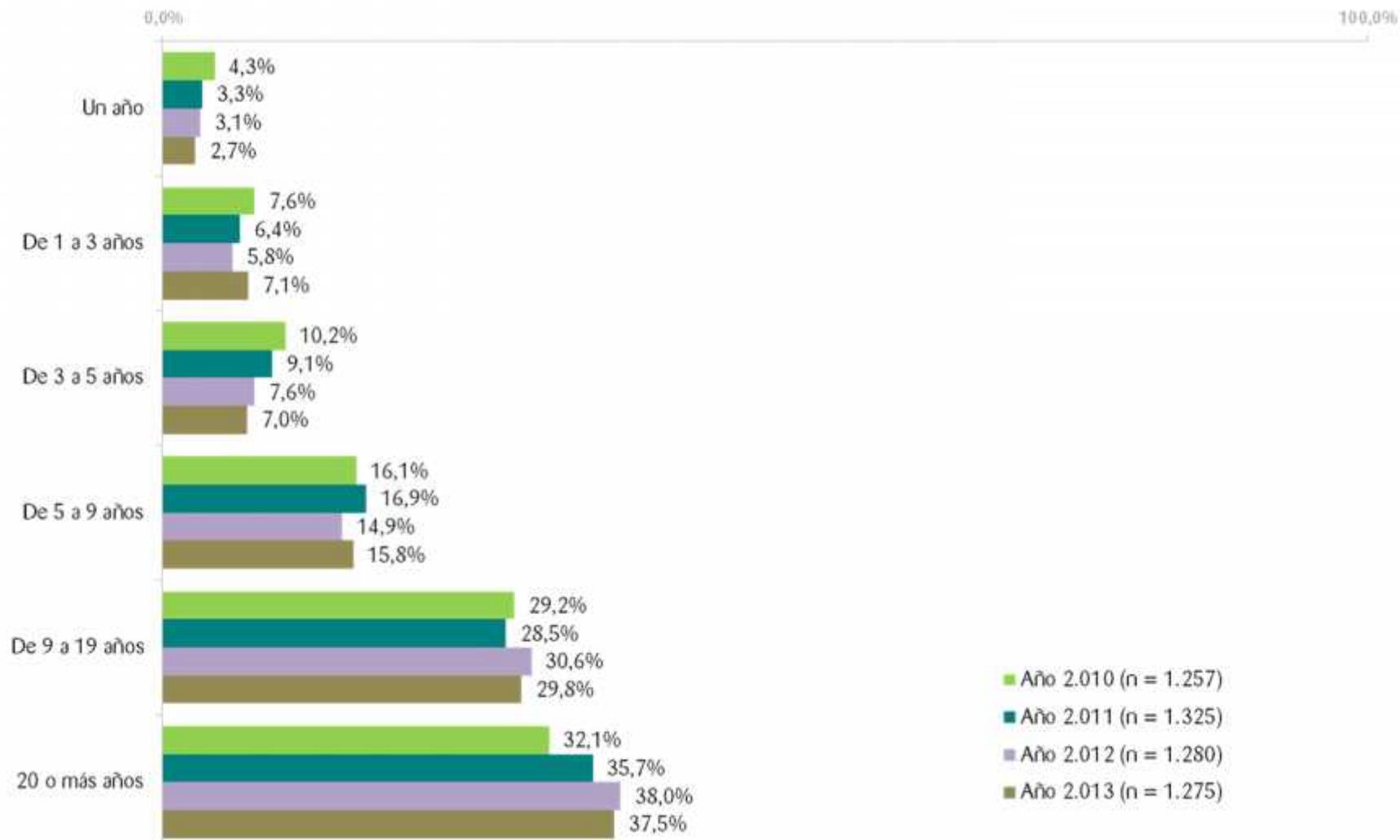
# 5.2.

## ***“Antigüedad del personal”***

- Los datos de antigüedad media de los/las empleados/as del comercio minorista vasco, ponen de manifiesto:
  - Una desaceleración significativa de la contratación. Desde el año 2.010, la incorporación de empleados/as, empleados/as con un año de antigüedad, se ha visto reducida en 1,6 puntos porcentuales. Tomando como base el año o el Barómetro de 2.010, esta reducción supone un 37,2%.
- El comercio minorista vasco con un ratio de empleados/as con mayor experiencia laboral-profesional se halla más presente en el siguiente perfil de comercio minorista:
  - Del Territorio Histórico de Bizkaia, sobre todo, en los comercios minoristas de Bilbao Capital.
  - De un/a empleado/a o dos empleados/as.
  - Del ramo o actividad de alimentación y del ramo o actividad de salud y belleza.

*P.8: 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 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 150)	Bizkaia (n = 650)	Gipuzkoa (n = 450)
<b>Un año</b>	4,5%	2,8%	2,0%
<b>De 1 a 3 años</b>	8,5%	6,5%	7,6%
<b>De 3 a 5 años</b>	7,3%	6,3%	7,9%
<b>De 5 a 9 años</b>	19,1%	16,5%	13,8%
<b>De 9 a 19 años</b>	24,3%	29,2%	32,5%
<b>20 años o más</b>	36,3%	38,8%	36,1%

*P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria / Gasteiz (n = 93)	Resto Araba (n = 57)	Bilbao (n = 284)	Resto Bizkaia (n = 390)	Donostia (n = 165)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
<b>Un año</b>	4,6%	4,4%	2,2%	3,2%	2,0%	2,0%
<b>De 1 a 3 años</b>	8,9%	7,8%	3,2%	8,9%	8,2%	7,3%
<b>De 3 a 5 años</b>	5,3%	10,6%	6,2%	6,3%	11,7%	5,7%
<b>De 5 a 9 años</b>	19,2%	18,8%	15,9%	16,9%	16,6%	12,2%
<b>De 9 a 19 años</b>	23,3%	26,0%	30,0%	28,7%	29,6%	34,2%
<b>20 años o más</b>	38,6%	32,4%	42,4%	36,1%	31,9%	38,5%

*P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

	Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/ a empleado/a (n = 515)	Dos empleados /as (n = 487)	De 3 -5 empleados /as (n = 195)	De 6 -9 empleados /as (n = 40)	De 10 -19 empleados /as (n = 27)	20 o más empleados /as (n = 11)
<b>Un año</b>	1,6%	3,1%	4,6%	3,9%	1,5%	2,6%
<b>De 1 a 3 años</b>	5,8%	6,9%	10,6%	7,5%	9,0%	9,7%
<b>De 3 a 5 años</b>	3,4%	7,8%	10,3%	17,0%	17,6%	18,8%
<b>De 5 a 9 años</b>	13,5%	14,9%	19,3%	32,2%	27,4%	22,1%
<b>De 9 a 19 años</b>	29,8%	29,8%	30,4%	26,5%	27,6%	40,4%
<b>20 años o más</b>	46,0%	37,4%	24,9%	12,9%	16,9%	6,4%

*P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

**Grandes grupos de comercios**

	<b>Alimentación (n = 390)</b>	<b>Moda (n = 269)</b>	<b>Hogar (n = 117)</b>	<b>Salud y Belleza (n = 115)</b>	<b>Otros (n = 384)</b>
<b>Un año</b>	2,2%	2,7%	2,7%	3,6%	2,9%
<b>De 1 a 3 años</b>	9,0%	6,1%	3,1%	8,1%	6,9%
<b>De 3 a 5 años</b>	5,7%	5,7%	5,8%	9,1%	8,9%
<b>De 5 a 9 años</b>	13,7%	20,3%	13,9%	11,1%	16,9%
<b>De 9 a 19 años</b>	26,7%	25,7%	35,7%	25,4%	35,4%
<b>20 años o más</b>	42,7%	39,5%	38,8%	42,6%	29,0%

# 5.3.

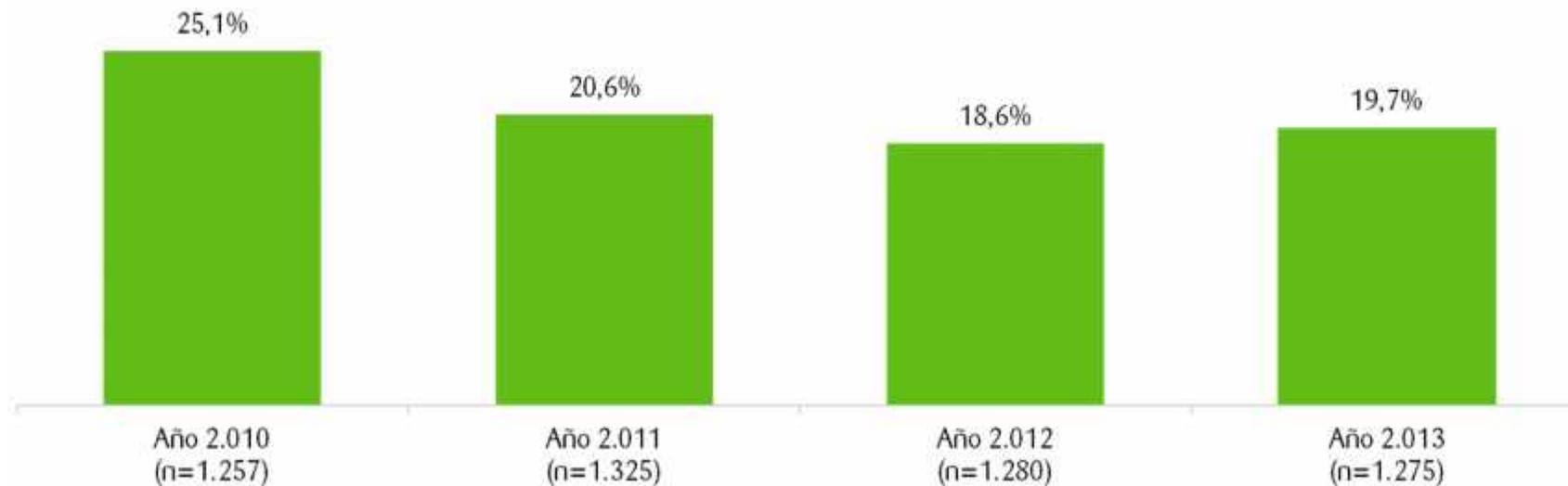
***“El nivel de estudio de los/las empleados/as en el comercio minorista”***

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

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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

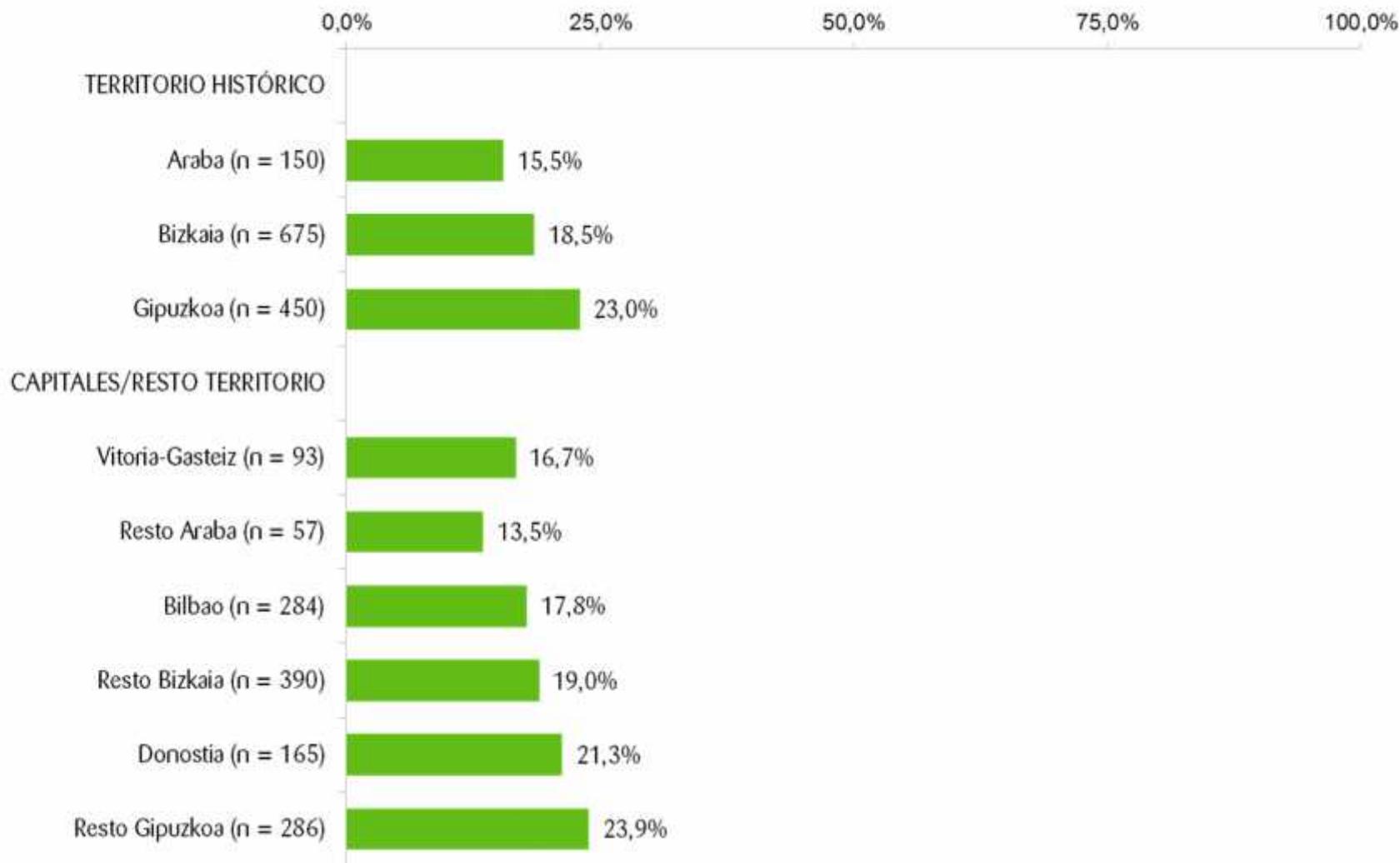
*Ratio de empleados/as con estudios universitarios*



*P.9: Y, de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios medios, universitarios? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

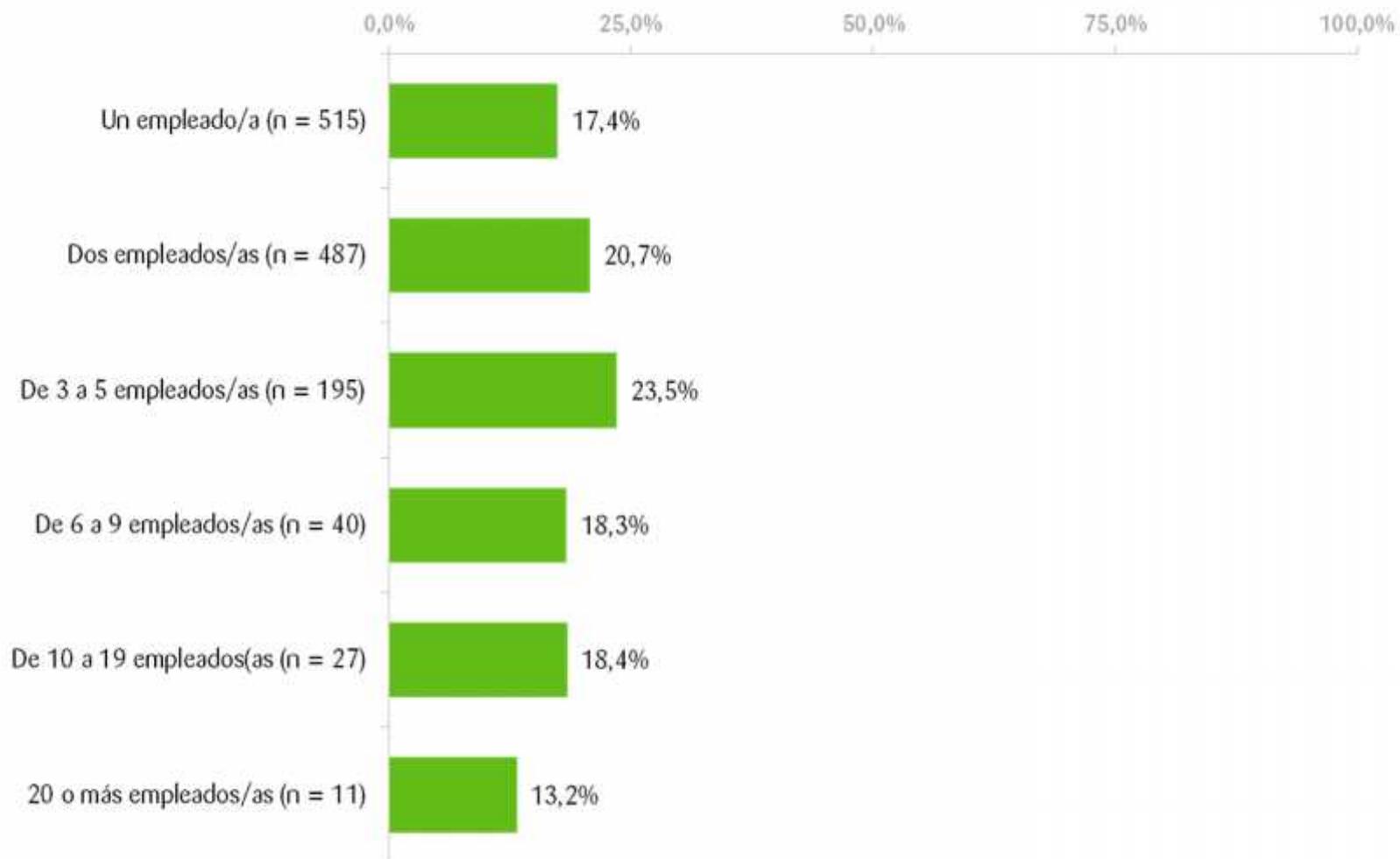
*Ratio de empleados/as con estudios universitarios*



*P.9: Y, de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios medios, universitarios? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

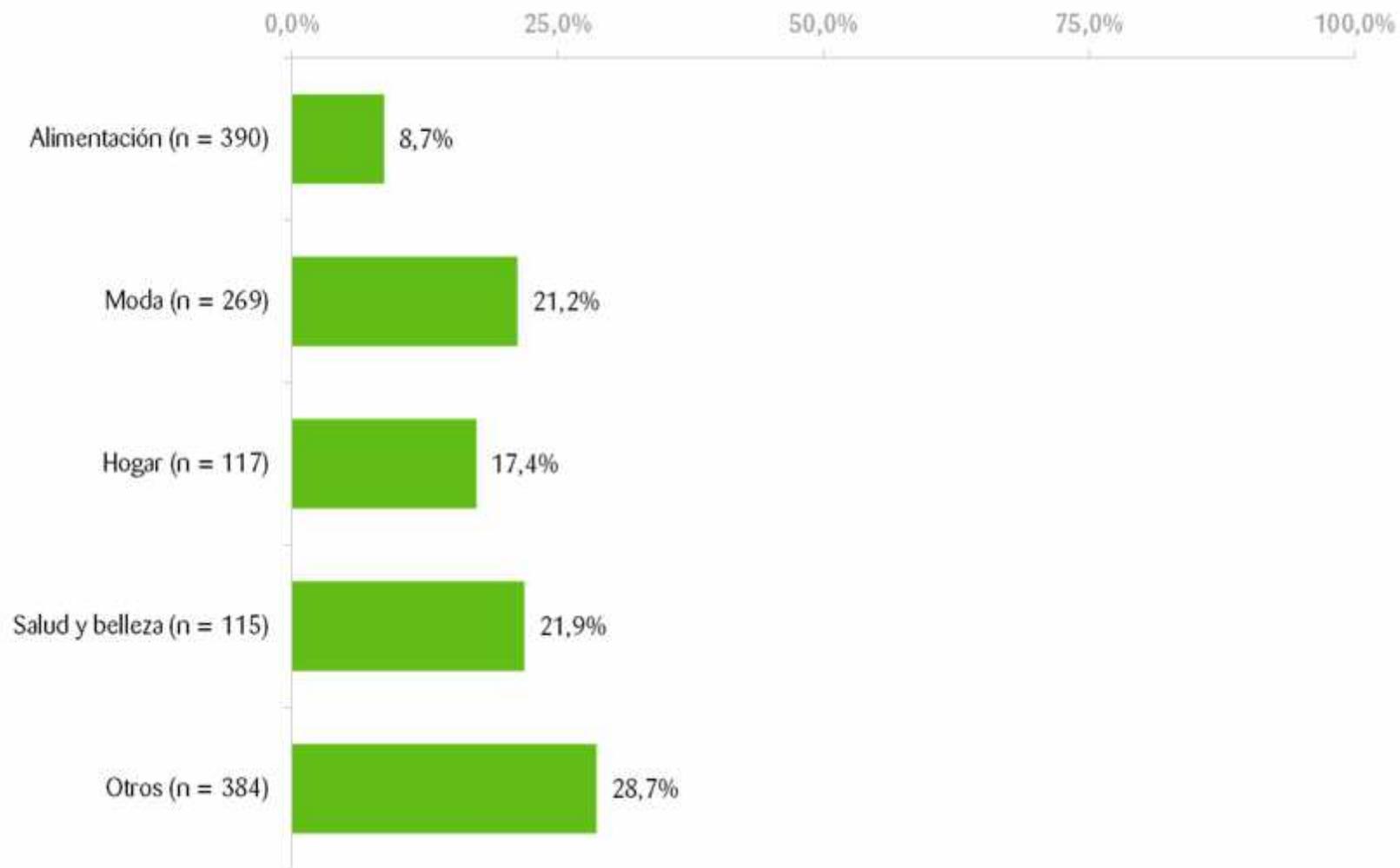
*Ratio de empleados/as con estudios universitarios*



*P.9: Y, de las personas que trabajan en su comercio, ¿cuántas tienen estudios medios, universitarios? (año 2.013)*

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

*Ratio de empleados/as con estudios universitarios*





# 6.

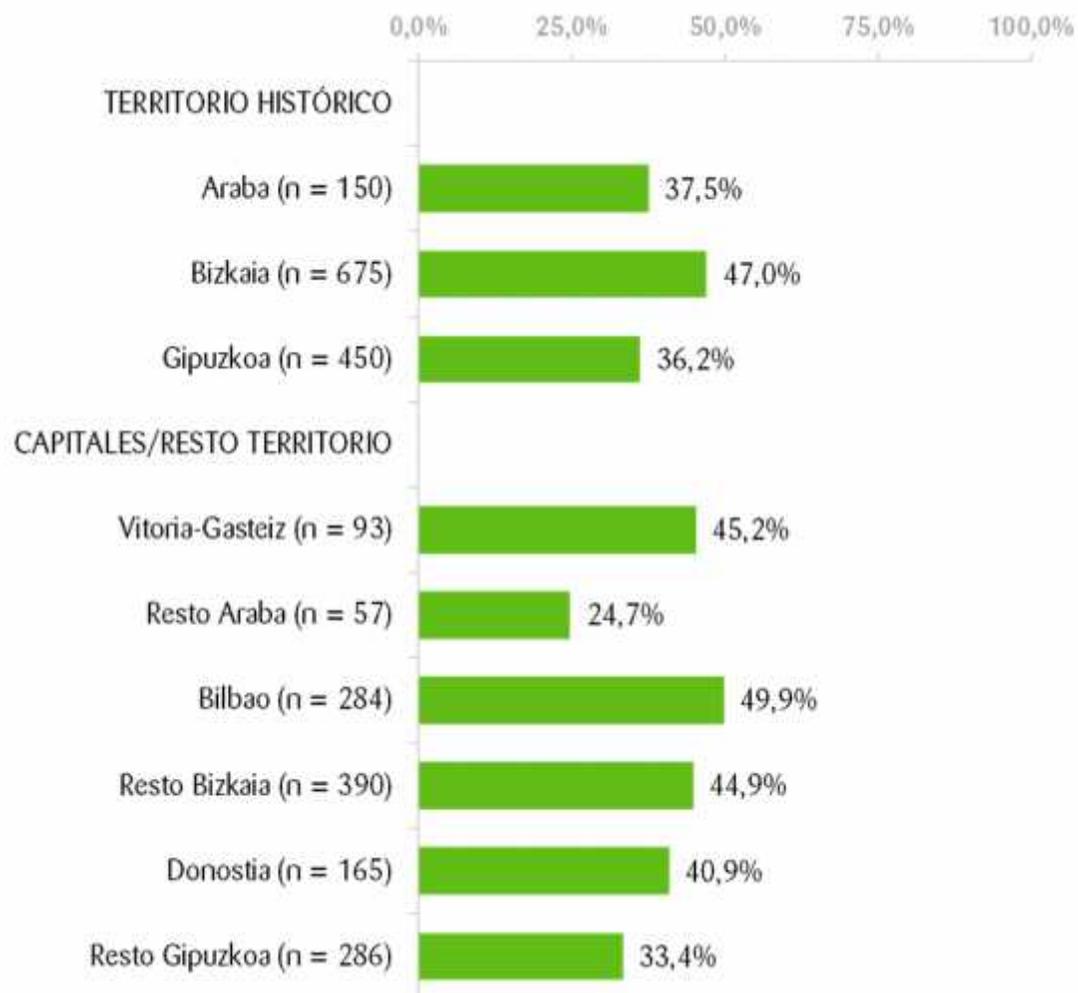
***“El alquiler de los locales comerciales”***

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

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

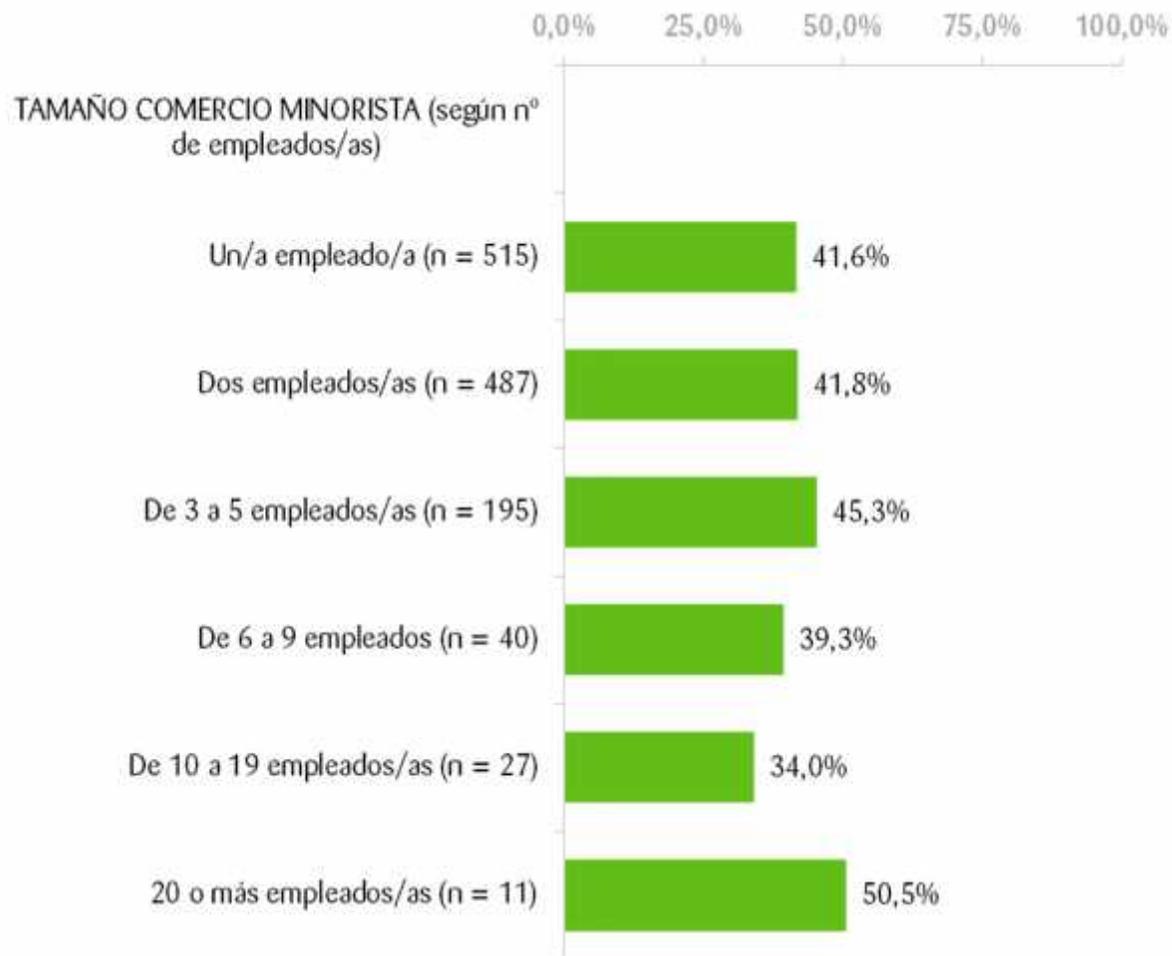
Grado/tasa de locales comerciales en régimen de alquiler (año 2013)



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

*Base: Total de comercios minoristas entrevistados*

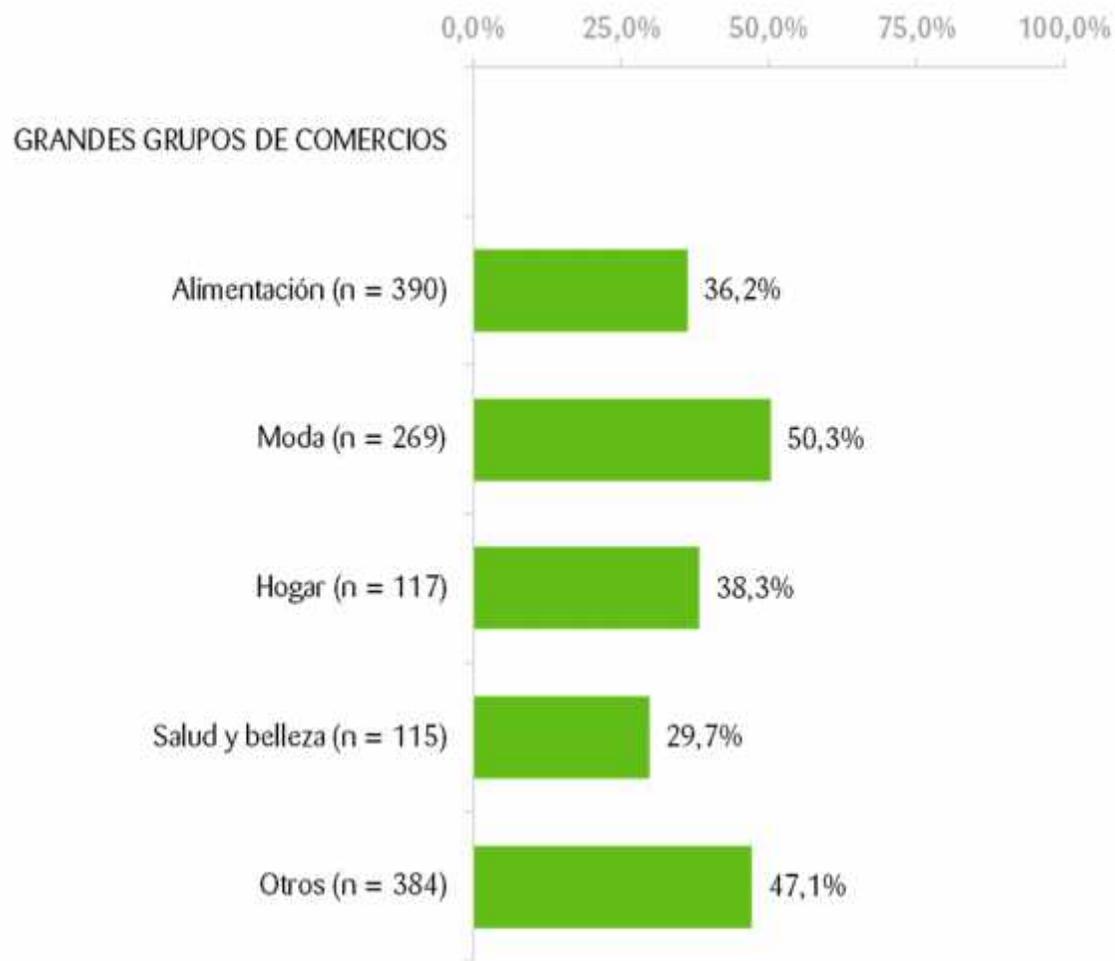
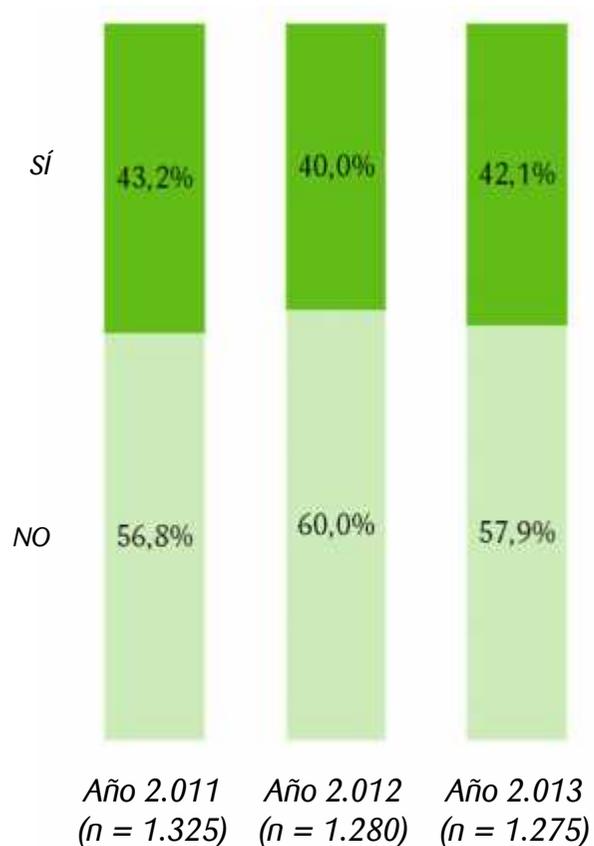
*Grado/tasa de locales comerciales en régimen de alquiler (año 2.013)*



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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

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



- El alquiler medio mensual de estos comercios cuyos establecimientos están en régimen de alquiler, es de 1.117,0 euros.
- Este alquiler medio supone un 14,3% menos que en el año 2.012 (1.303,6 euros).
- Las diferencias de alquiler medio entre los comercios de las capitales y los comercios del resto de Territorio Histórico, son más significativas en el supuesto del Territorio Histórico de Araba y Gipuzkoa.
- El alquiler medio más elevado se halla en Donostia.

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

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



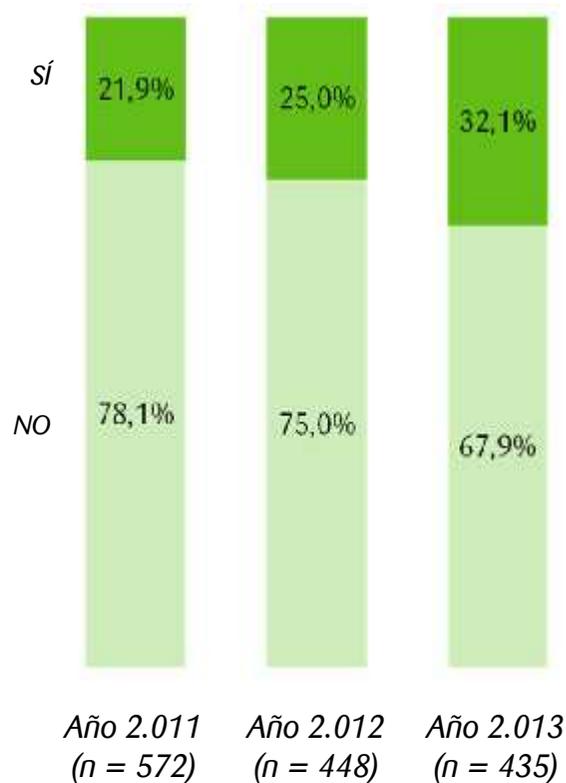
*P.26: ¿Podría decirnos, aproximadamente, cuanto paga al mes por el alquiler del local? (año 2.013)  
 Base: 435 comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler*



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

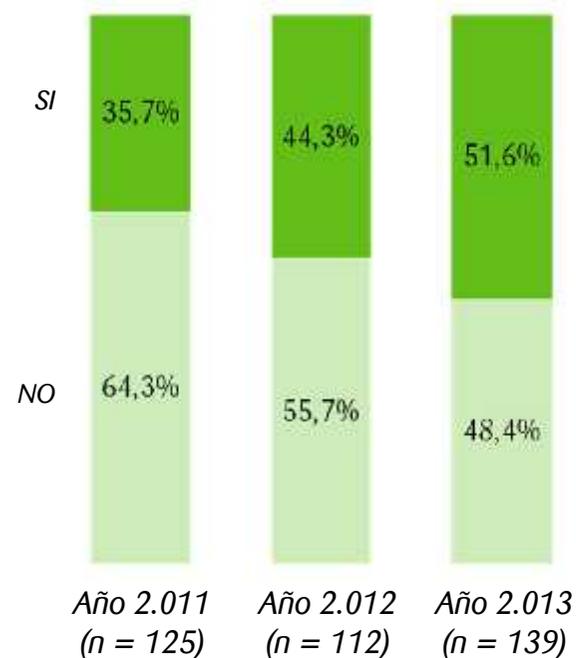
*P.27: Durante el año 2.011/2.012/2.013, ¿ha intentado renegociar el precio del alquiler con el propietario del mismo?*

*Base: Comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler*



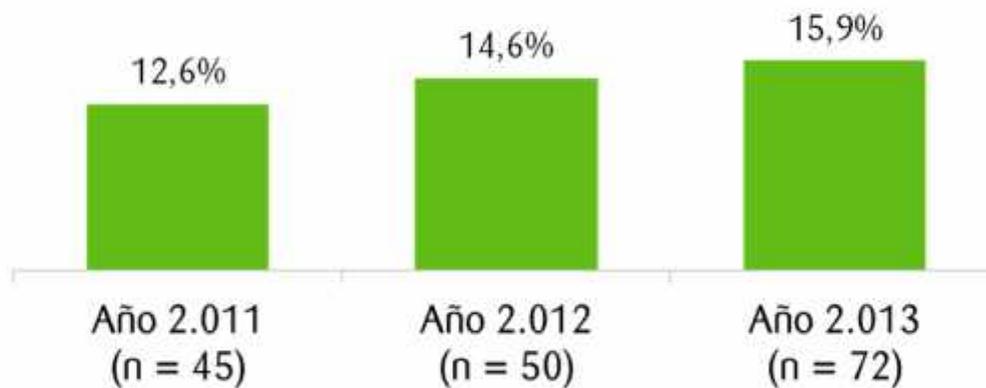
*P.28: ¿Ha conseguido reducir el precio del alquiler del local?*

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

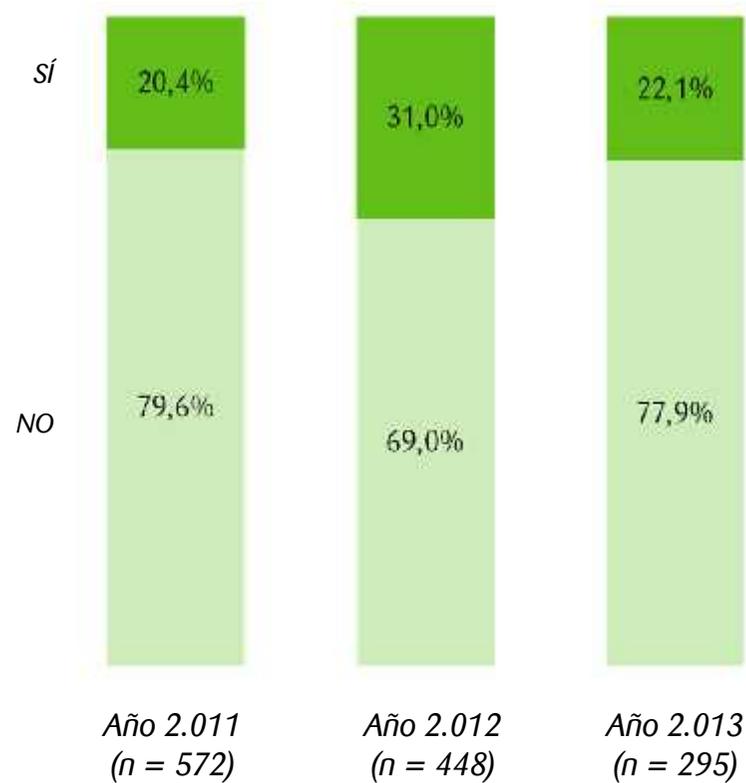


*P.29: Aproximadamente, ¿qué porcentaje de reducción del alquiler ha conseguido?*  
*Base: Comercios minoristas que han conseguido reducir el precio del alquiler del local*

*TASA DE REDUCCIÓN DEL ALQUILER*



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



*No están en régimen de alquiler*

*Año 2.011 56,8%*

*Año 2.012 60,0%*

*Año 2.013 57,9%*

*Están en régimen de alquiler*

*Año 2.011 43,2%*

*Año 2.012 40,0% (5% de renta antigua)*

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

*No han intentado  
renegociar el alquiler*

*Año 2.011 33,7%*

*Año 2.012 26,2%*

*Año 2.013 23,1%*

*Han intentado  
renegociar el alquiler*

*Año 2.011 9,5%*

*Año 2.012 8,7%*

*Año 2.013 10,9%*

*No lo intentan en el próximo año*

*Año 2.011 26,8%*

*Año 2.012 18,1%*

*Año 2.013 18,0%*

*Lo intentan en el próximo año*

*Año 2.011 6,9%*

*Año 2.012 8,1%*

*Año 2.013 5,1%*

*No ha logrado reducción*

*Año 2.011 6,1%*

*Año 2.012 4,9%*

*Año 2.013 5,3%*

*Ha logrado reducción*

*Año 2.011 3,4%*

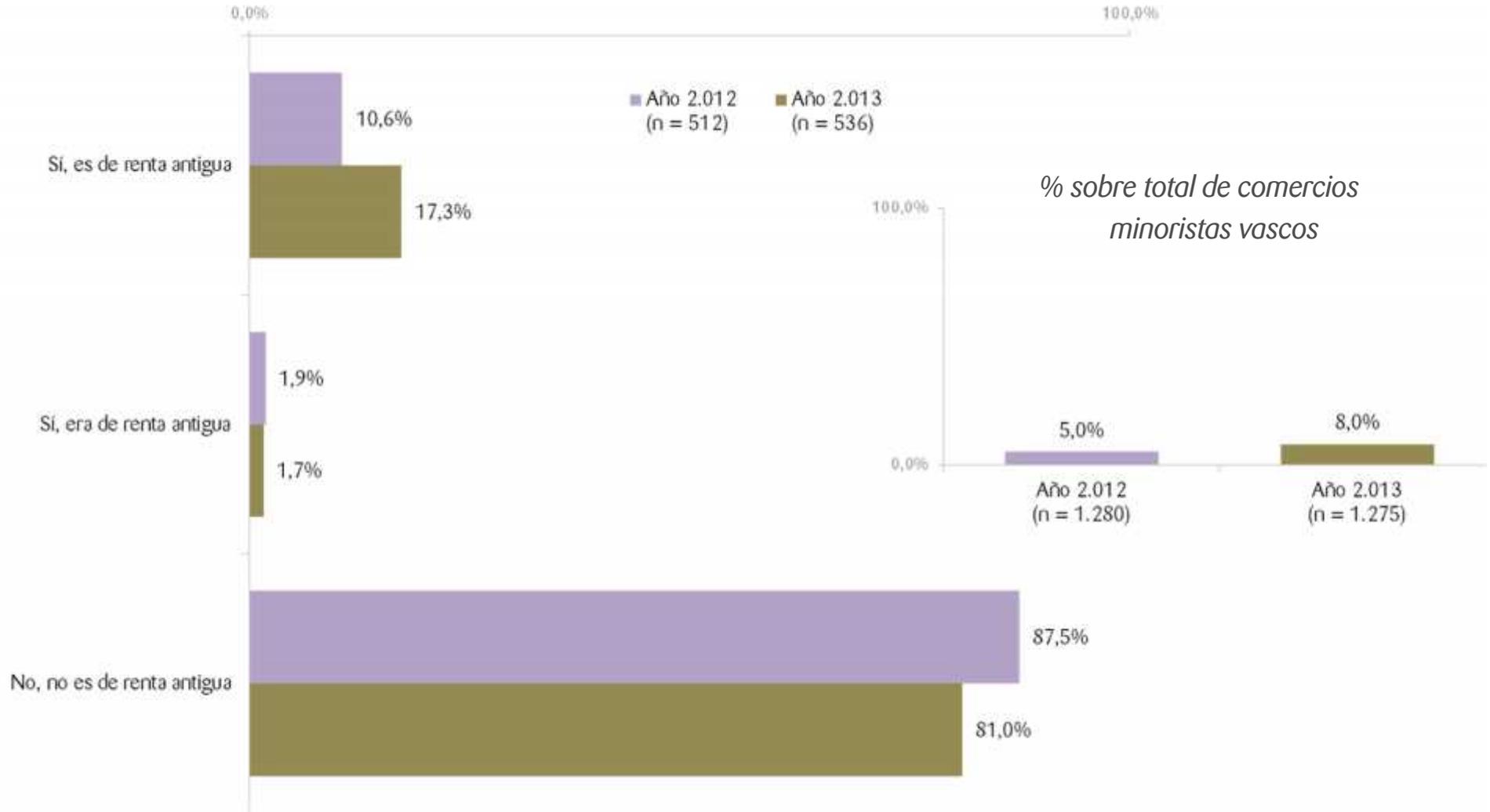
*Año 2.012 3,9%*

*Año 2.013 5,6%*

- EL 17,3% de los comercios minoristas en régimen de alquiler se clasifican como comercios cuyo régimen de alquiler es de renta antigua. Sobre el total del comercio minorista vasco, supone el 8,0% de los comercios.
- Teniendo en cuenta que para **enero de 2015** se extinguirá la modalidad de arrendamiento de renta antigua para los comercios con forma jurídica de persona jurídica y en el supuesto de los comercios minoristas con forma jurídica de persona física se extingue con la jubilación del titular o cónyuge, **la gran mayoría de estos comerciantes, o bien desconoce este supuesto, norma, o bien señala que todavía no se ha plantado nada al respecto.**
- Tal y como se detectó en el Barómetro de 2.012, uno de cada cinco comercios en régimen de renta antigua, ha sido proactivo al respecto, o bien se ha puesto en contacto con el propietario, o bien ya ha culminado dicho proceso.

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

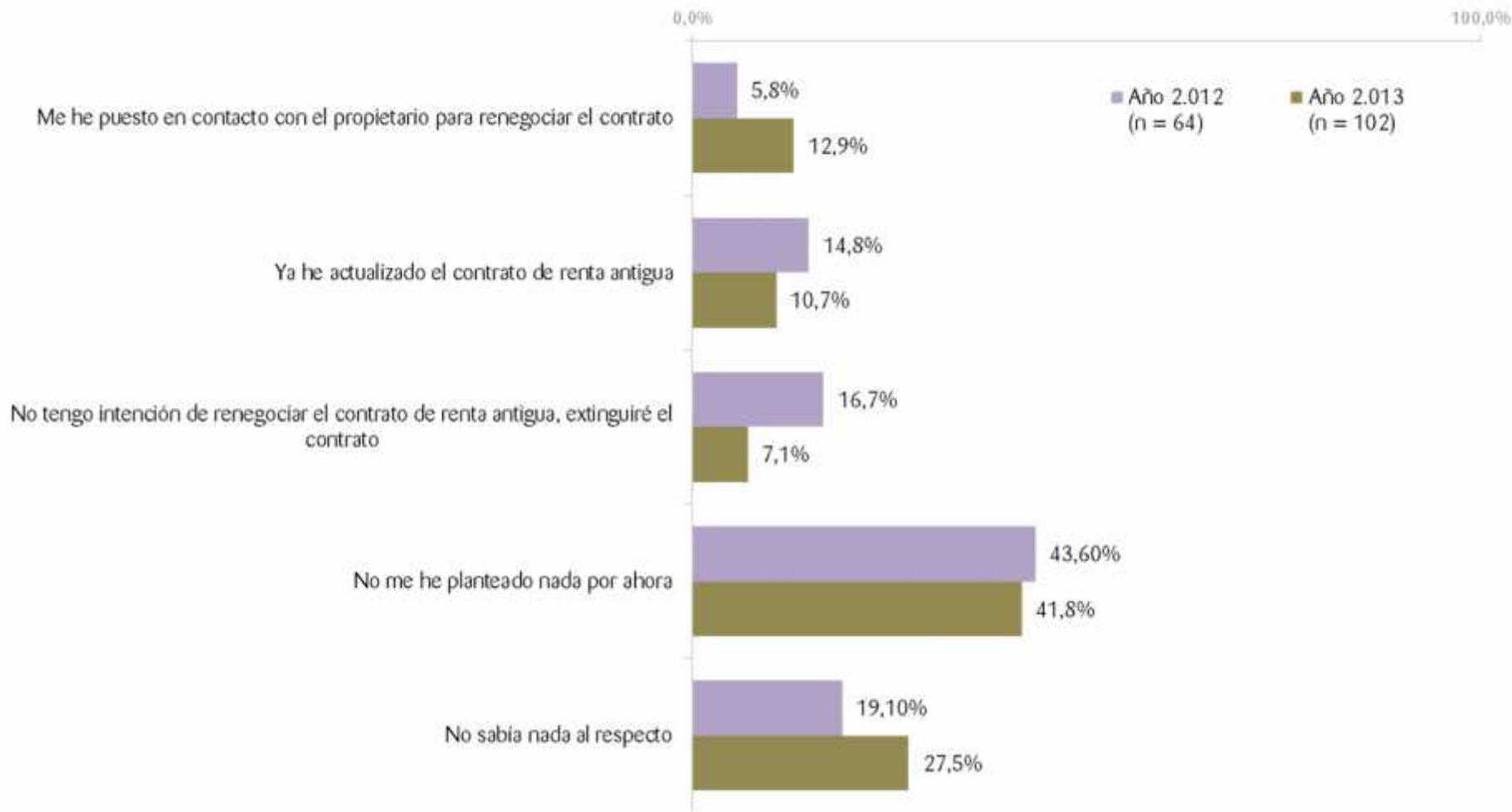
*Base: Comercios minoristas cuyo establecimiento está en régimen de alquiler*



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

P.32. Como ya sabrá, en enero de 2015 se extinguirá la modalidad de arrendamiento de renta antigua, en el supuesto de las personas jurídicas, o, en el supuesto de las personas físicas, se extingue con la jubilación del titular o cónyuge. con este horizonte de 2015, ¿cuál de las siguientes opciones refleja mejor su situación, la del contrato de alquiler de renta antigua?\*

Base: Comercios minoristas cuyo arrendamiento del local es de renta antigua

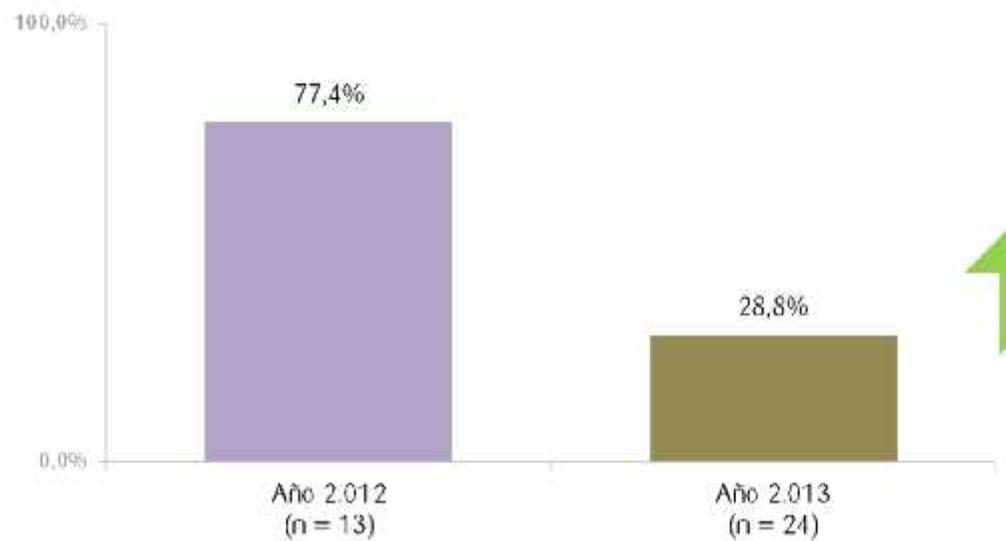


\* Se sugirieron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

*P.33: Aproximadamente, ¿qué porcentaje de aumento ha supuesto/supondría el alquiler sobre el alquiler de renta antigua?*

*Base: Comercios minoristas que se han puesto a renegociar, que han actualizado el contrato de arrendamiento de renta antigua*

### INCREMENTO ESTIMADO DEL ARRENDAMIENTO DE RENTA ANTIGUA



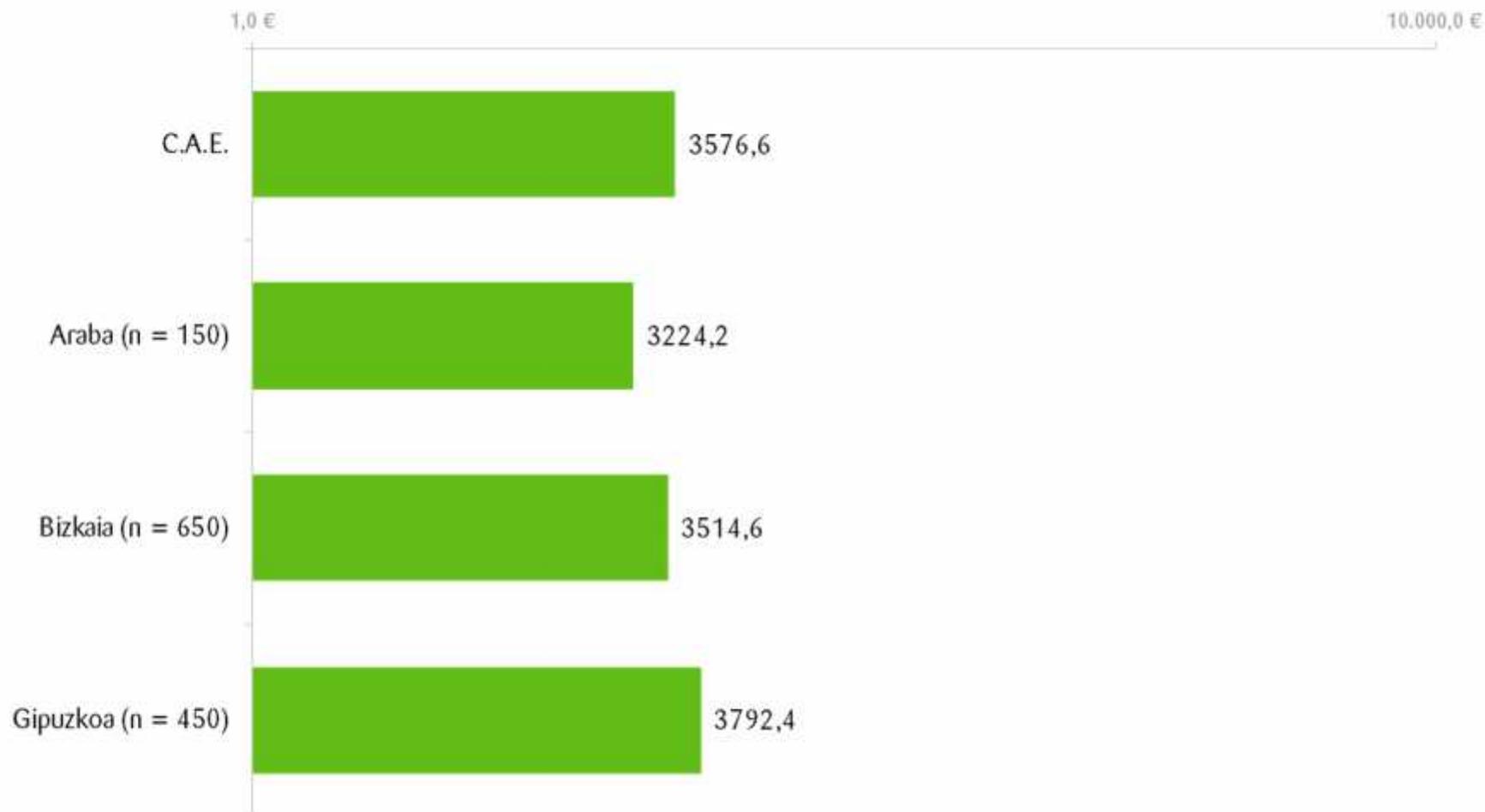


***“Costes del comercio minorista vasco”***

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

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

### **Territorio Histórico**



## ***Inversión realizada en el comercio minorista vasco***

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

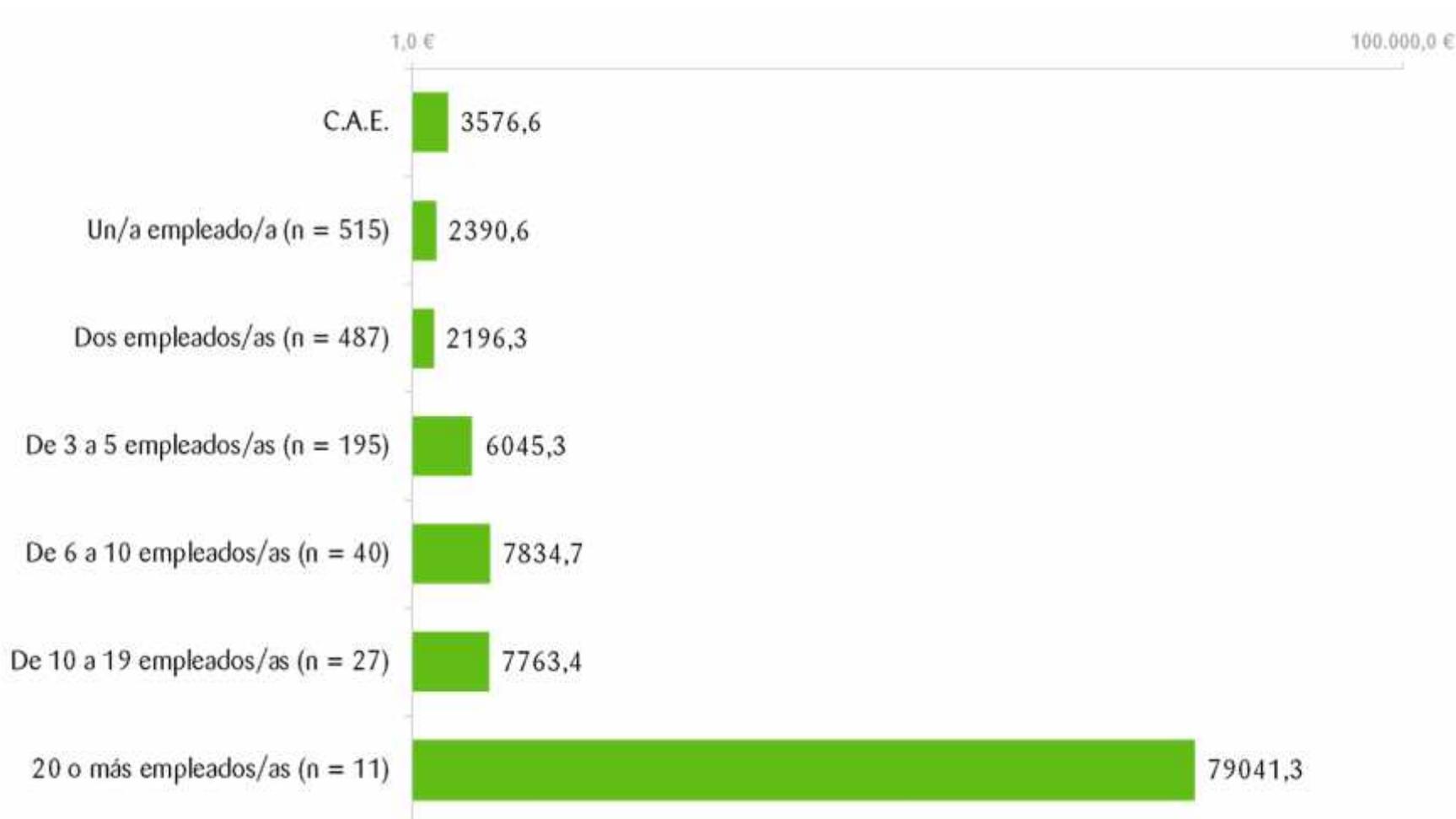
**Capitales/Resto Territorio**



***Inversión realizada en el comercio minorista vasco***

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

**Tamaño comercio minorista (según número de empleados/as)**



***Inversión realizada en el comercio minorista vasco***

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

**Grandes grupos de comercio**

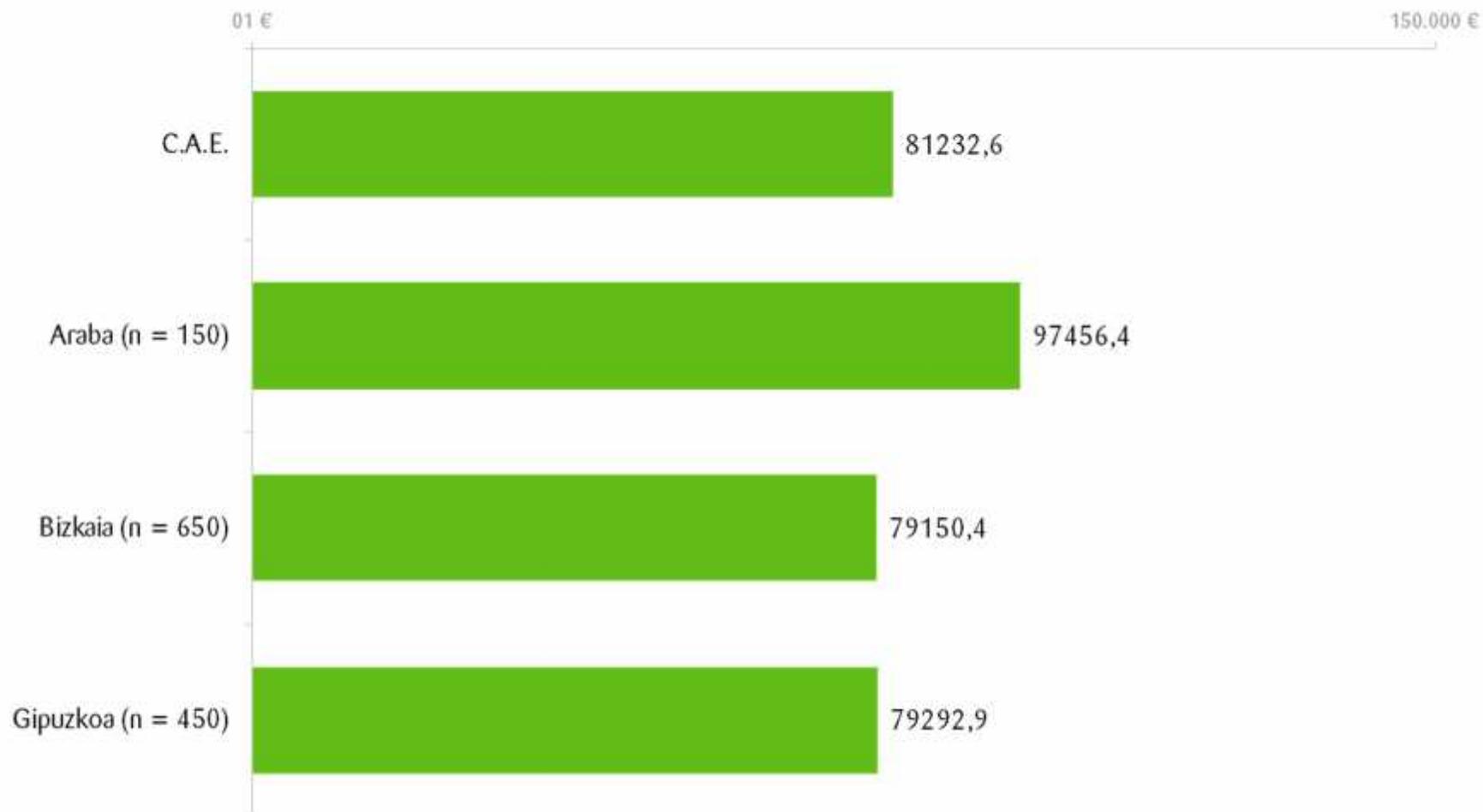


***Inversión realizada en el comercio minorista vasco***

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

### Territorio Histórico



## Costes del comercio minorista vasco