



euskadiko merkataritzaren behatokia
observatorio del comercio de euskadi

Barómetro del Comercio Mayorista Vasco 2019

14 de mayo de 2020



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

ÍNDICE

1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	3
1.1. Objetivos del Barómetro del Comercio Mayorista Vasco	4
1.2. Ficha Técnica	6
2. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO SEGÚN VARIABLES ESTRUCTURALES	12
2.1. El tamaño del comercio mayorista vasco	13
2.2. Antigüedad y renovación del comercio mayorista vasco	29
2.3. Forma jurídica y régimen de tenencia del comercio mayorista vasco	33
2.4. Horarios comerciales	39
2.5. Grado de tecnologización del comercio mayorista vasco	47
2.6. Perfil del responsable del comercio	55
3. LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES	67
3.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día	68
3.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana	72
3.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes	75
3.4. Distribución de las ventas según medios de pago	78
4. LA INCORPORACIÓN AL CANAL ONLINE DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO	81
5. LAS PERSONAS EMPLEADAS EN EL COMERCIO MAYORISTA VASCO	85
5.1. El empleo en el comercio mayorista vasco desde la perspectiva de género	86
5.2. Antigüedad del personal	91
5.3. Nivel formativo del personal	94
5.4. Capacidad lingüística	96
6. EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES	98
7. OFERTAS, PROMOCIONES Y CAMPAÑAS	102

1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. Objetivos del Barómetro del Comercio Mayorista Vasco

El Barómetro del Comercio Vasco del Observatorio Enfoka-mer tiene como objetivos fundamentales analizar, describir y monitorizar de forma adecuada el sector comercial de la Comunidad Autónoma de Euskadi, definiendo una serie de indicadores de coyuntura necesarios para la implementación de acciones, políticas públicas encaminadas a la mejora de la competitividad del sector comercial.

El Barómetro a continuación, describe tanto hechos concretos, como el propio palpito y percepción del sector en el año 2019 en función de distintos indicadores, siendo comparativo con los datos previos disponibles correspondientes al período 2010-2015. Los indicadores analizados han sido:

- Descripción del sector comercial mayorista vasco a través de variables estructurales; superficie, antigüedad, empleo, grado de tecnologización, horarios comerciales, etc..
- Análisis de la afluencia de clientes y visitantes durante 2019 y percepción de evolución
- Distribución de las ventas según medios de pago.
- Tasa de comercios que realiza venta Online y características
- La caracterización de los y las empleadas en el comercio mayorista vasco.
- La clasificación del comercio vasco según estilos, praxis de actividad comercial.
- Participación en acciones promocionales, campañas y valoración.

1.2. Ficha técnica

Para la consecución de los objetivos planteados se ha trabajado mediante planteamiento de investigación cuantitativa, como se detalla a continuación:



TECNICA DE INVESTIGACIÓN

- Entrevista telefónica aplicada por sistema C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interview)



PÚBLICO OBJETIVO

- El universo objeto del estudio del Barómetro del Comercio Vasco, está compuesto por las 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.

- Quedan por tanto 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.



TAMAÑO MUESTRAL Y ERROR ESTADÍSTICO

- Se han realizado 1.516 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de $e = \pm 2,6\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, 2σ respecto de μ siendo $p=q=0,5$) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.



DISEÑO MUESTRAL

- Se ha diseñado un muestreo por conglomerados respecto a las variables Territorio y Tamaño de empleo que garantiza niveles de fiabilidad razonables para dichas variables, así como por tipo de actividad en grandes grupos según CNA-09. A continuación se detalla la muestra alcanzada y la ponderación realizada según los datos del Directorio de Establecimientos de Comercio, DIRAE, 2019.



ESTRUCTURA DE LA MUESTRA SIN PONDERAR

- Detalle de la muestra sin ponderar:

	De 1 a 2 trabajadores	De 3 a 5 trabajadores	De 6 a 9 trabajadores	De 10 a 19 trabajadores	De 20 a 49 trabajadores	50 o más trabajadores	Total
Araba	111	59	13	8	5	1	197
Montaña Alavesa	1	0	0	0	0	0	1
Valles Alaveses	1	1	0	0	0	0	2
Llanada Alavesa	90	45	11	7	5	1	159
Rioja Alavesa	7	1	1	0	0	0	9
Estribaciones del Gorbea	2	3	0	0	0	0	5
Cantábrica Alavesa	10	9	1	1	0	0	21
Bizkaia	560	136	53	24	11	3	787
Arratia - Nervión	10	2	1	0	1	0	14
Gran Bilbao	455	102	35	15	7	1	615
Duranguesado	36	13	7	2	2	2	62
Encartaciones	16	4	1	0	0	0	21
Gernika - Bermeo	16	5	4	3	0	0	28
Markina - Ondarroa	11	5	0	2	0	0	18
Plentzia - Mungia	16	5	5	2	1	0	29
Gipuzkoa	351	116	32	22	10	1	532
Bajo Bidasoa	48	7	2	4	1	0	62
Bajo Deba	28	5	4	1	0	0	38
Alto Deba	23	11	2	0	1	0	37
Donostialdea	163	63	14	13	5	1	259
Goierri	31	9	4	1	1	0	46
Tolosa	18	11	3	1	2	0	35
Urola costa	40	10	3	2	0	0	55
Total	1.022	311	98	54	26	5	1.516



ESTRUCTURA DE LA MUESTRA PONDERADA

- Detalle de la muestra ponderada:

	De 1 a 2 trabajadores	De 3 a 5 trabajadores	De 6 a 9 trabajadores	De 10 a 19 trabajadores	De 20 a 49 trabajadores	50 o más trabajadores	Total
Araba	133	39	12	7	3	1	195
Montaña Alavesa	1	0	0	0	0	0	1
Valles Alaveses	1	1	0	0	0	0	2
Llanada Alavesa	106	32	11	6	3	1	159
Rioja Alavesa	7	1	1	0	0	0	9
Estribaciones del Gorbea	3	2	0	0	0	0	5
Cantábrica Alavesa	15	3	1	1	0	0	19
Bizkaia	568	134	45	26	15	3	791
Arratia - Nervión	11	2	1	0	0	0	14
Gran Bilbao	435	107	38	22	13	3	618
Duranguesado	46	10	3	2	1	0	63
Encartaciones	16	3	1	0	0	0	20
Gernika - Bermeo	23	4	1	1	0	0	28
Markina - Ondarroa	14	4	0	1	0	0	18
Plentzia – Mungia	23	4	1	1	0	0	29
Gipuzkoa	369	104	30	17	8	1	530
Bajo Bidasoa	42	12	3	2	1	0	61
Bajo Deba	28	7	1	2	0	0	38
Alto Deba	27	6	3	0	1	0	37
Donostialdea	169	57	18	10	5	1	259
Goierri	36	6	2	1	1	0	46
Tolosa	26	7	1	1	1	0	35
Urola costa	41	9	2	2	0	0	54
Total	1.070	277	87	50	26	5	1.516



MUESTRA DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO

- En concreto, se han realizado 153 entrevistas a comercios mayoristas que posteriormente aplicado el criterio de ponderación, representan 146 entrevistas. Esta muestra supone operar con un margen de error de $e = \pm 8,3\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, 2σ respecto de μ , siendo $p = q = 0,5$) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.



PERÍODO DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

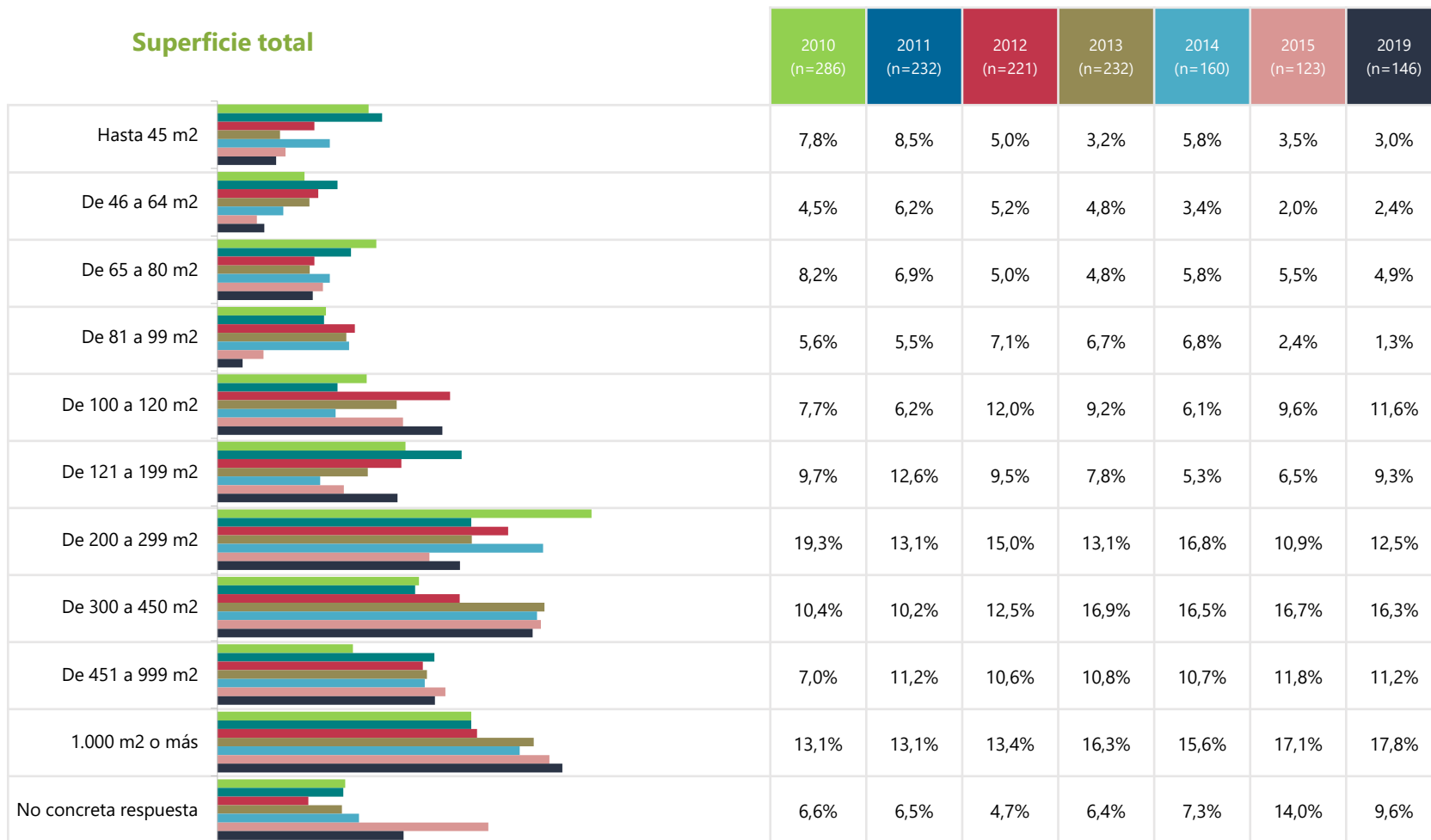
- El trabajo de campo se ha realizado entre los días 5 y 28 de Febrero de 2020.

2. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO SEGÚN VARIABLES ESTRUCTURALES

2.1. Tamaño del comercio mayorista vasco

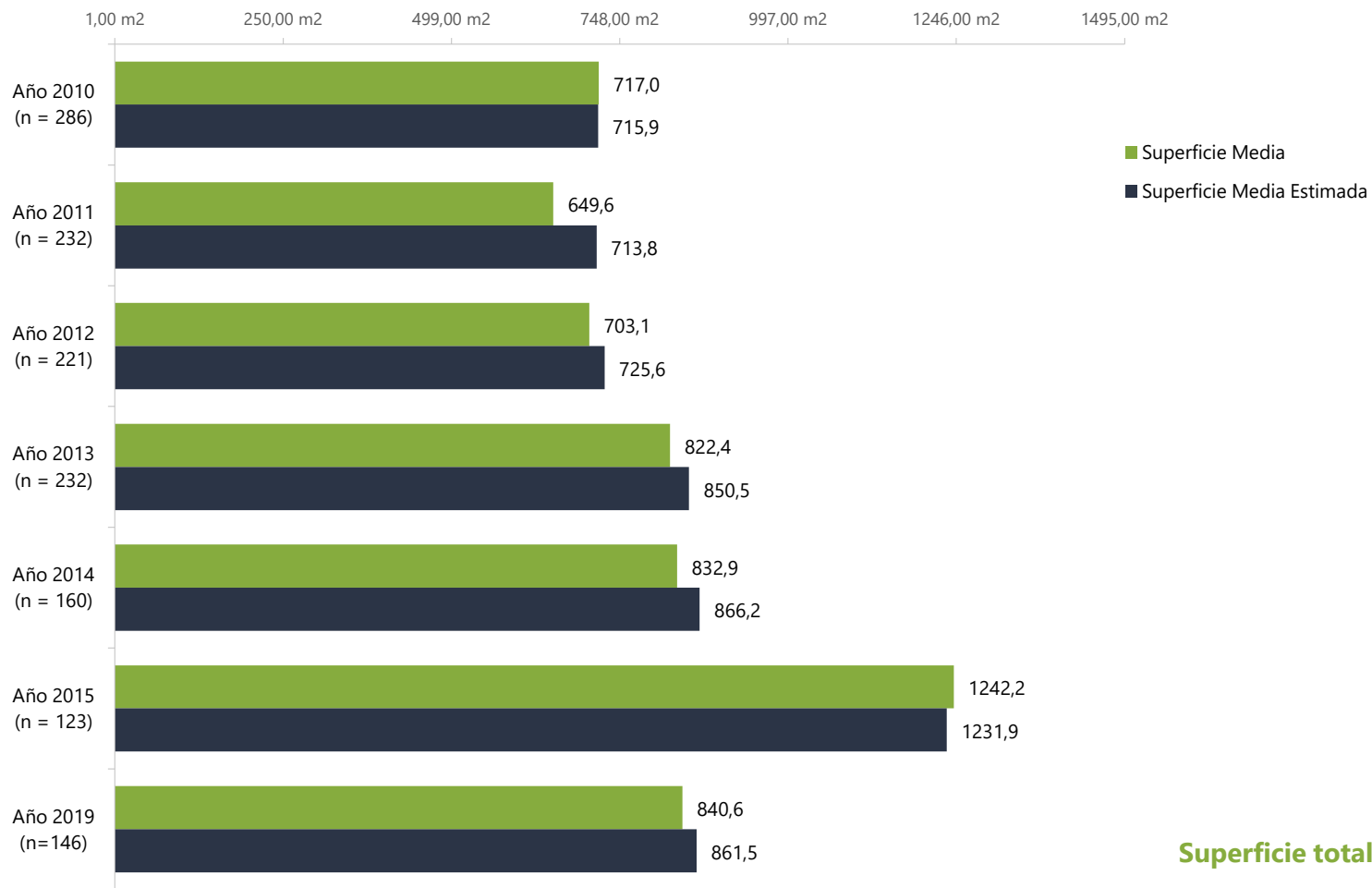
D.3.: Superficie del comercio mayorista vasco

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



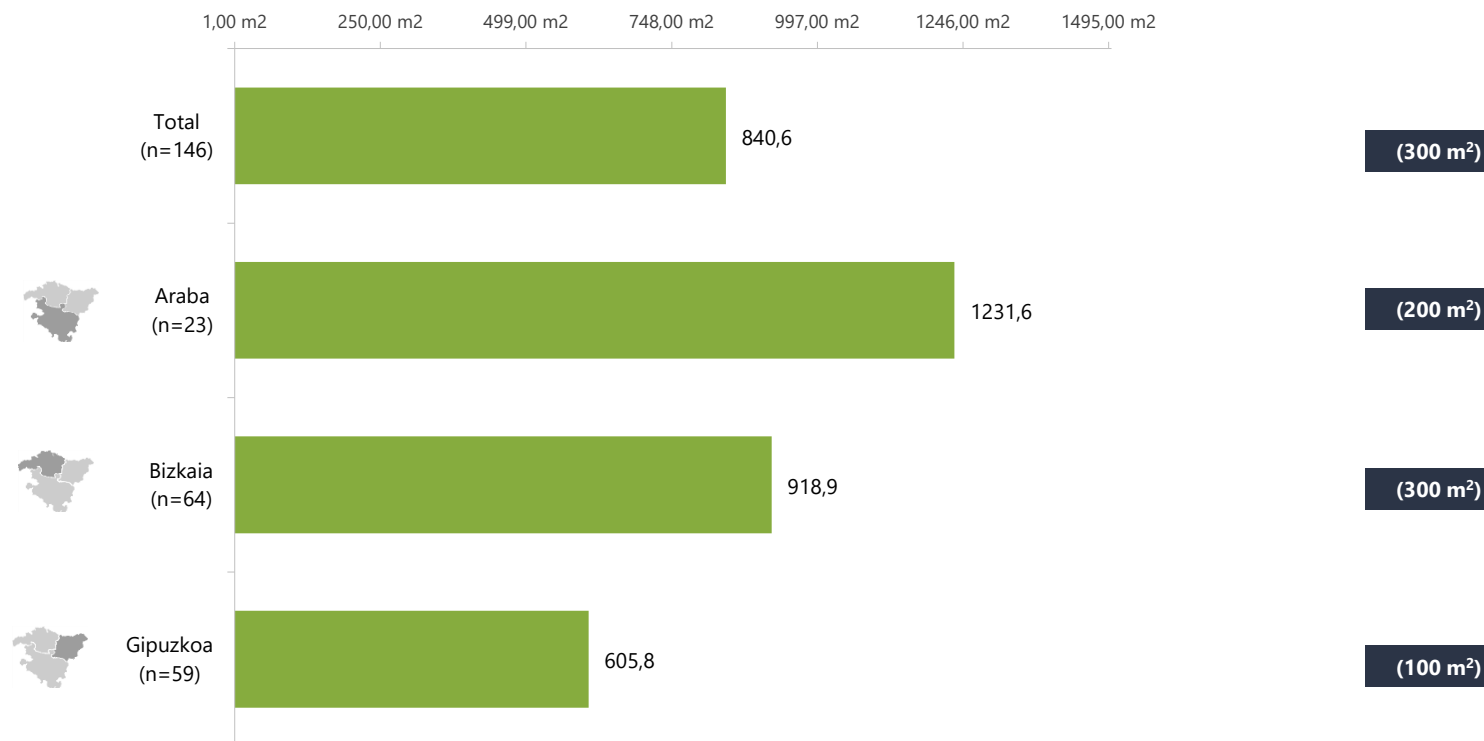
D.3.: Evolución de la superficie media del comercio mayorista vasco

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



D.3.: Superficie media del comercio mayorista vasco según Territorio Histórico, 2019
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

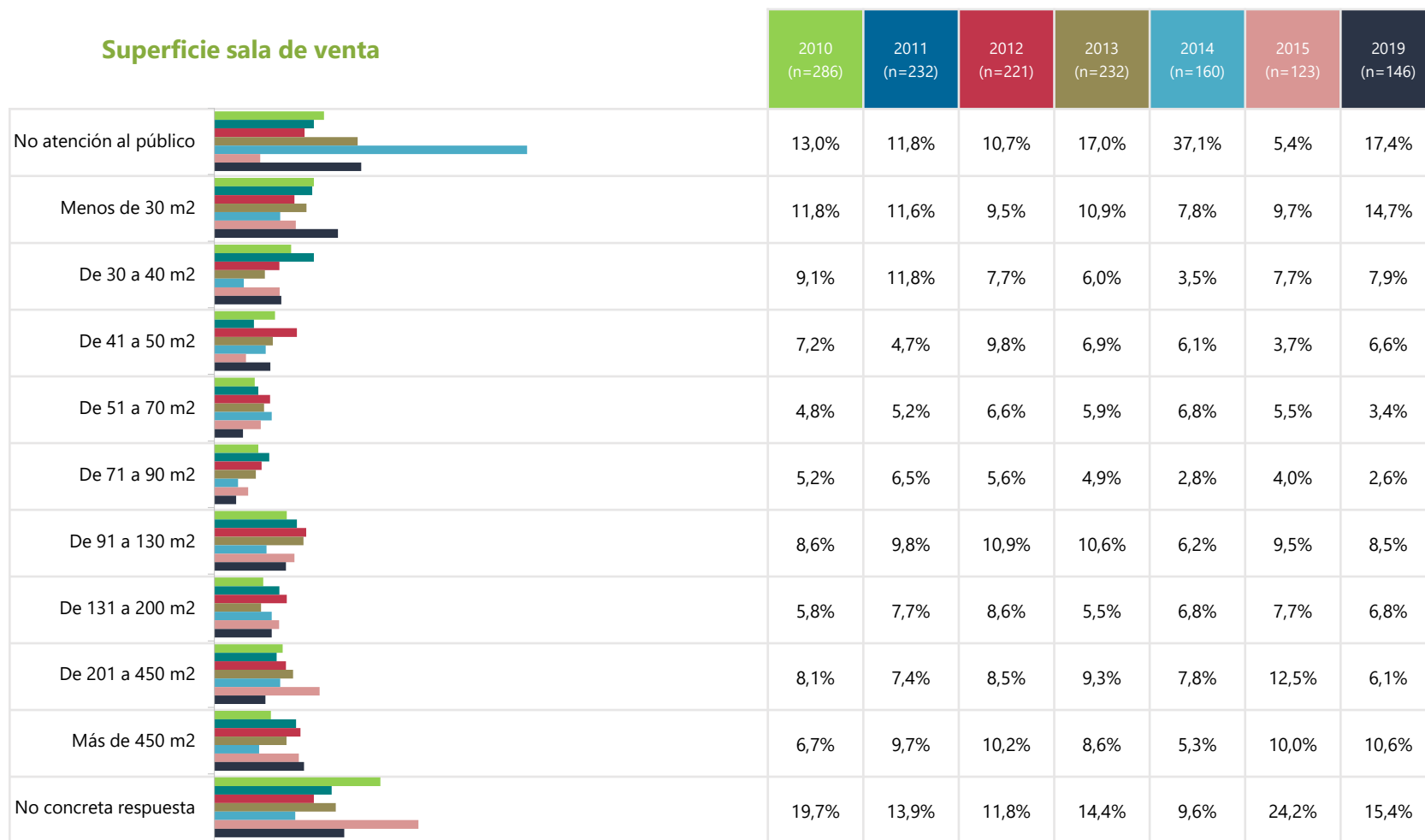
Territorio histórico



* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente.

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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



D.4.: Evolución de la superficie media del comercio mayorista vasco dedicada a atención al público

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



D.4.: Superficie media del comercio mayorista vasco de atención al público según Territorio Histórico, 2019

 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico



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

El Barómetro del Comercio Vasco permite relacionar la superficie de sala de venta, dedicada a la atención al público y la superficie total de cada uno de los comercios mayoristas vascos a través de un ratio, como se describe a continuación.

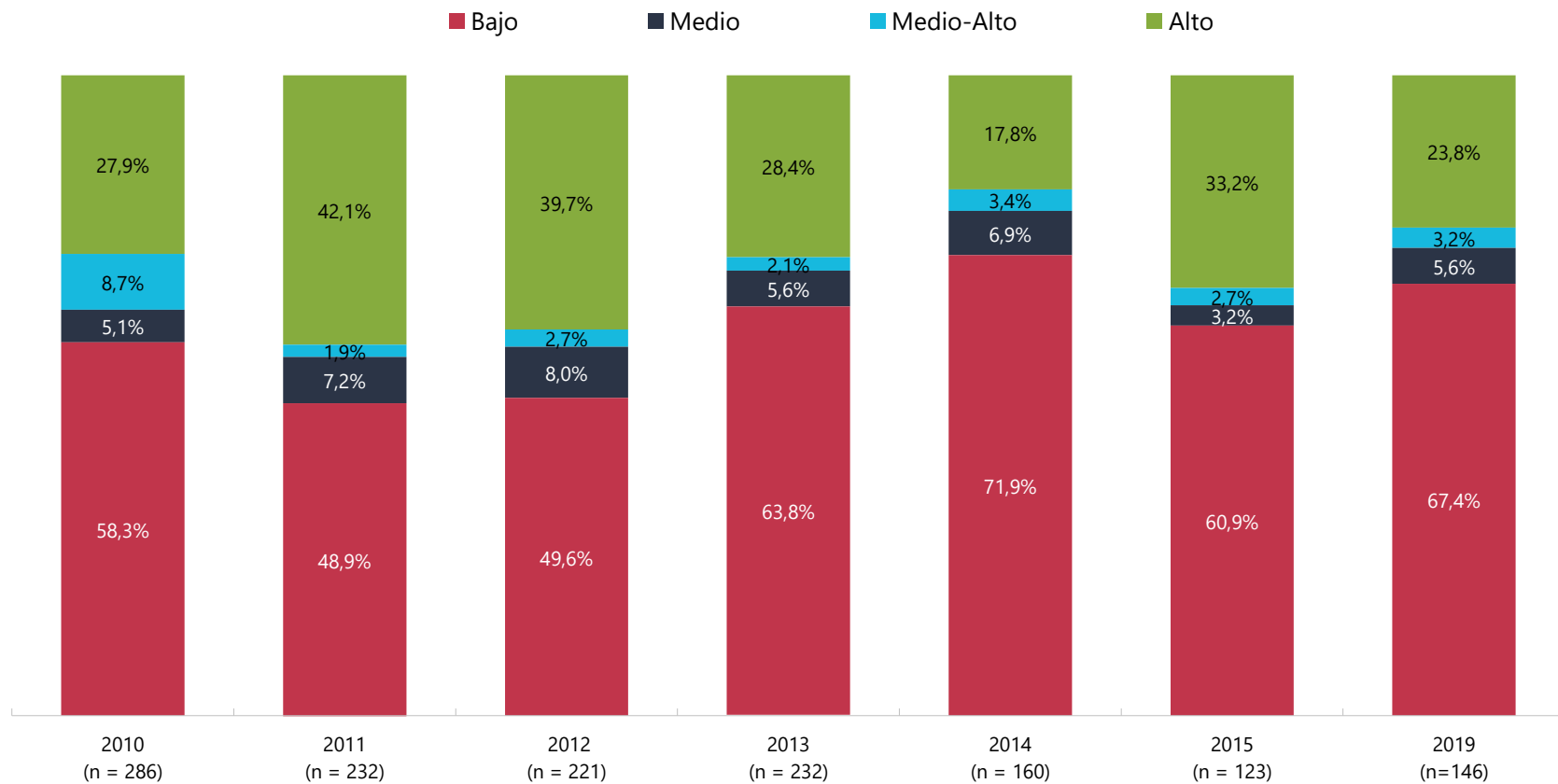
Este ratio genera una puntuación, segmenta y clasifica a los comercios mayoristas vascos en cuatro niveles o rangos. Niveles que se calculan de la siguiente forma:

- 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)

Estos niveles o rangos, también, se pueden definir de la siguiente forma:

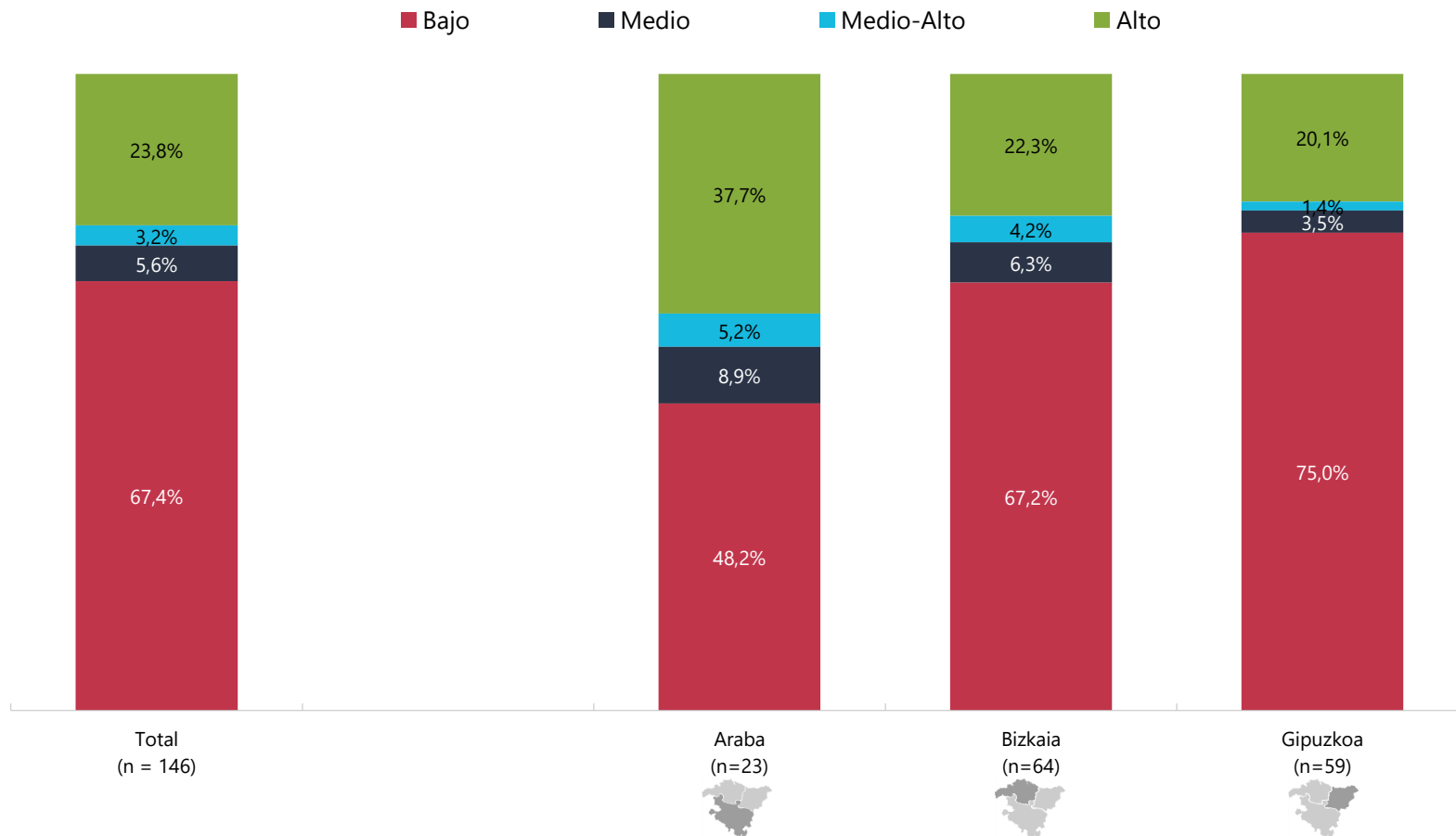
- Bajo: menos del 65,4% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
- Medio: entre el 65,4% y el 77,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
- Medio-Alto: entre el 78,0% y el 83,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
- Alto: más del 84,0% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.

Evolución del ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio mayorista
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



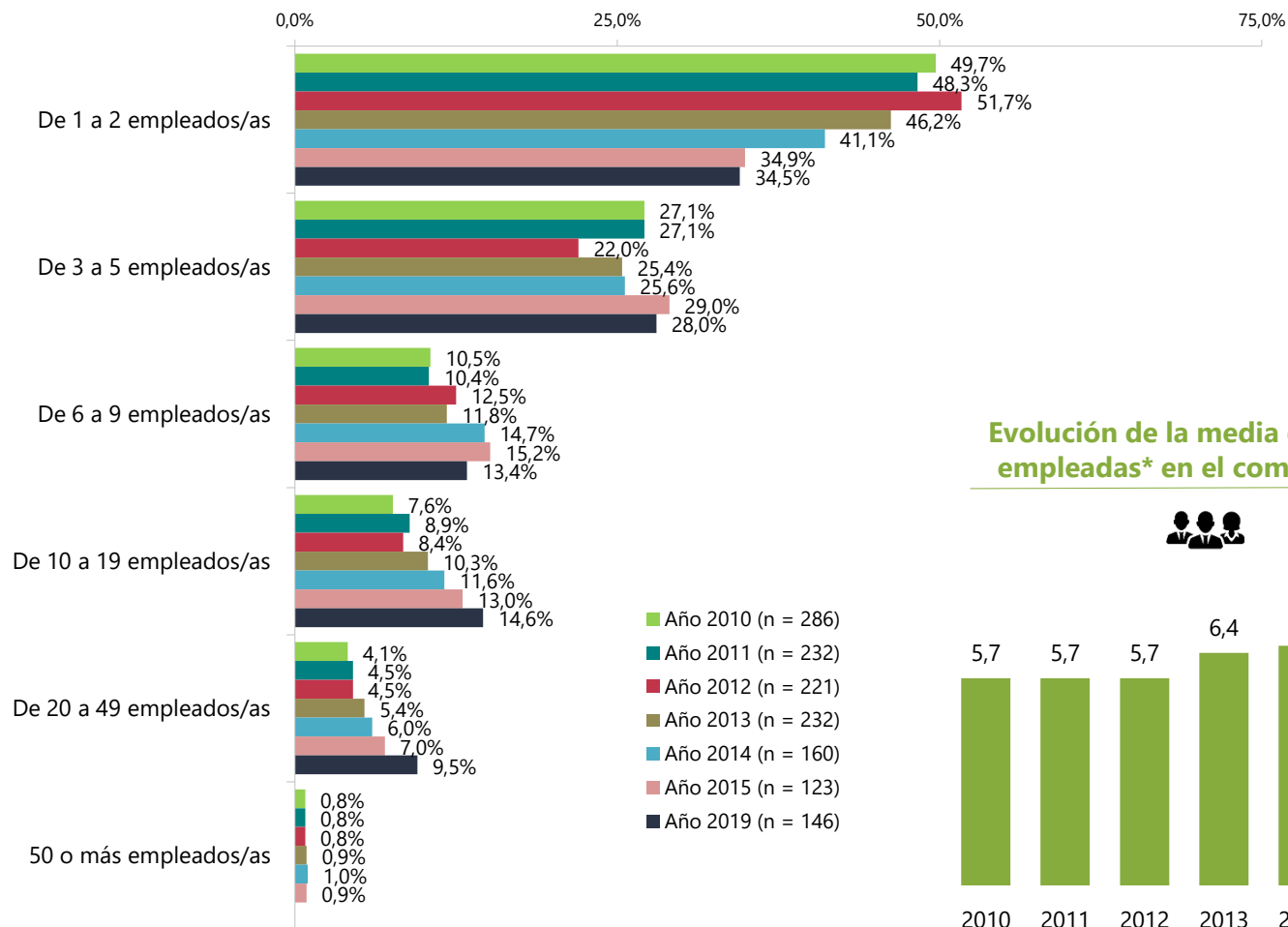
Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio mayorista, 2019

 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

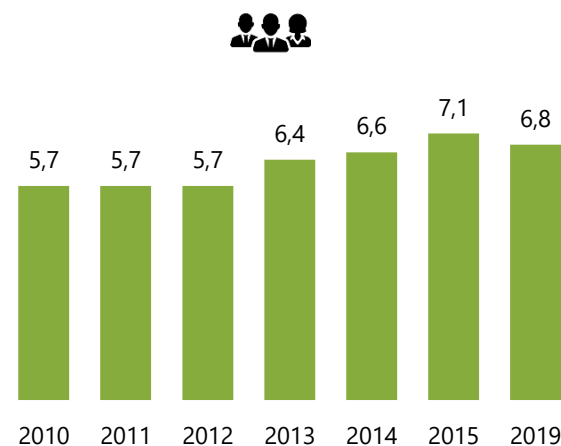


P.4: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



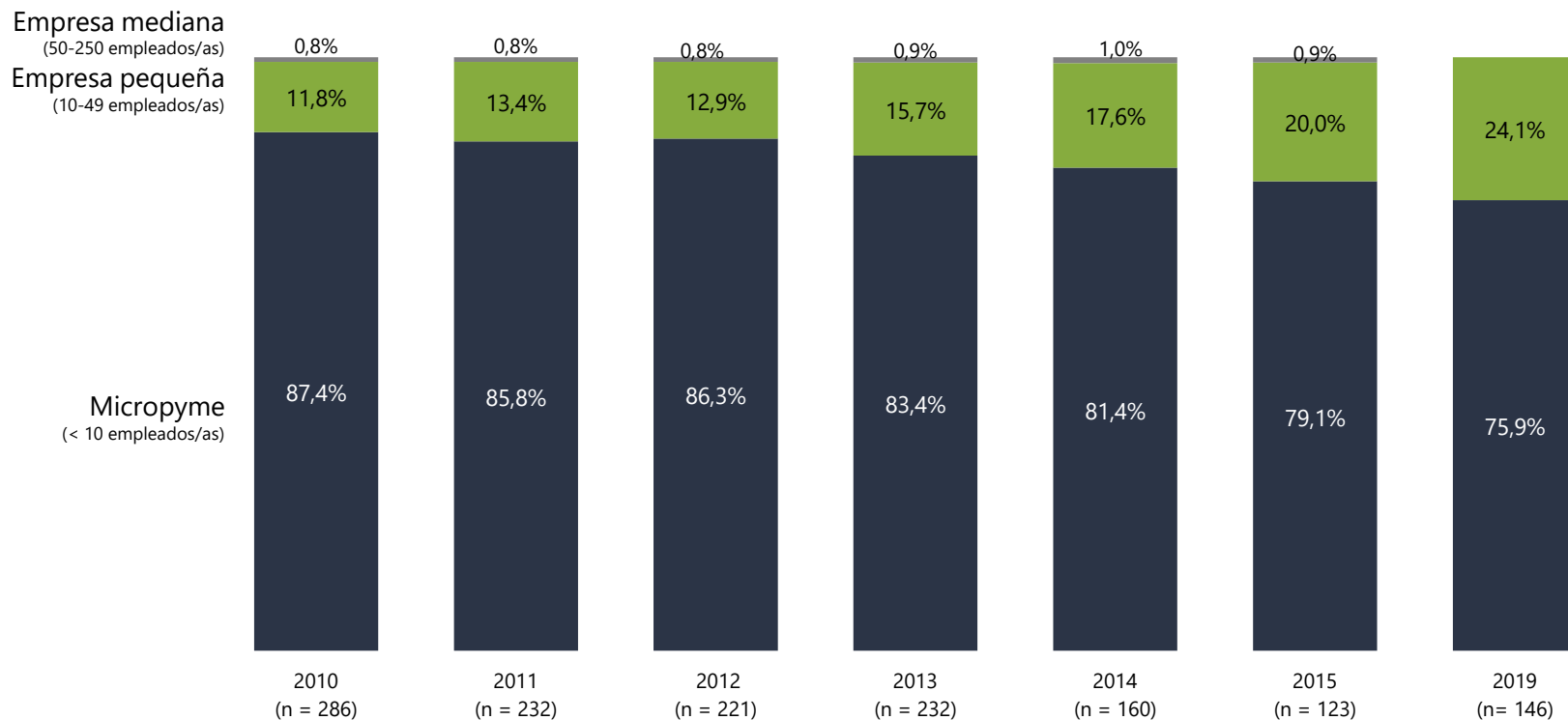
Evolución de la media de personas empleadas* en el comercio vasco



*Incluye el/la entrevistado/a




P.4: Evolución de la clasificación del comercio mayorista vasco según criterio de la Unión Europea

 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



P.4: Clasificación del comercio mayorista vasco según criterio de la Unión Europea y Territorio Histórico, 2019
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico

	 Araba (n = 23)	 Bizkaia (n = 64)	 Gipuzkoa (n = 59)
Microempresa (< 10 personas empleadas)	79,3%	67,9%	83,4%
Empresa pequeña (de 10 a 49 personas empleadas)	20,7%	32,1%	16,6%
Empresa mediana (de 50 a 250 personas empleadas)	--	--	--

Ratio de superficie total/número de personas empleadas

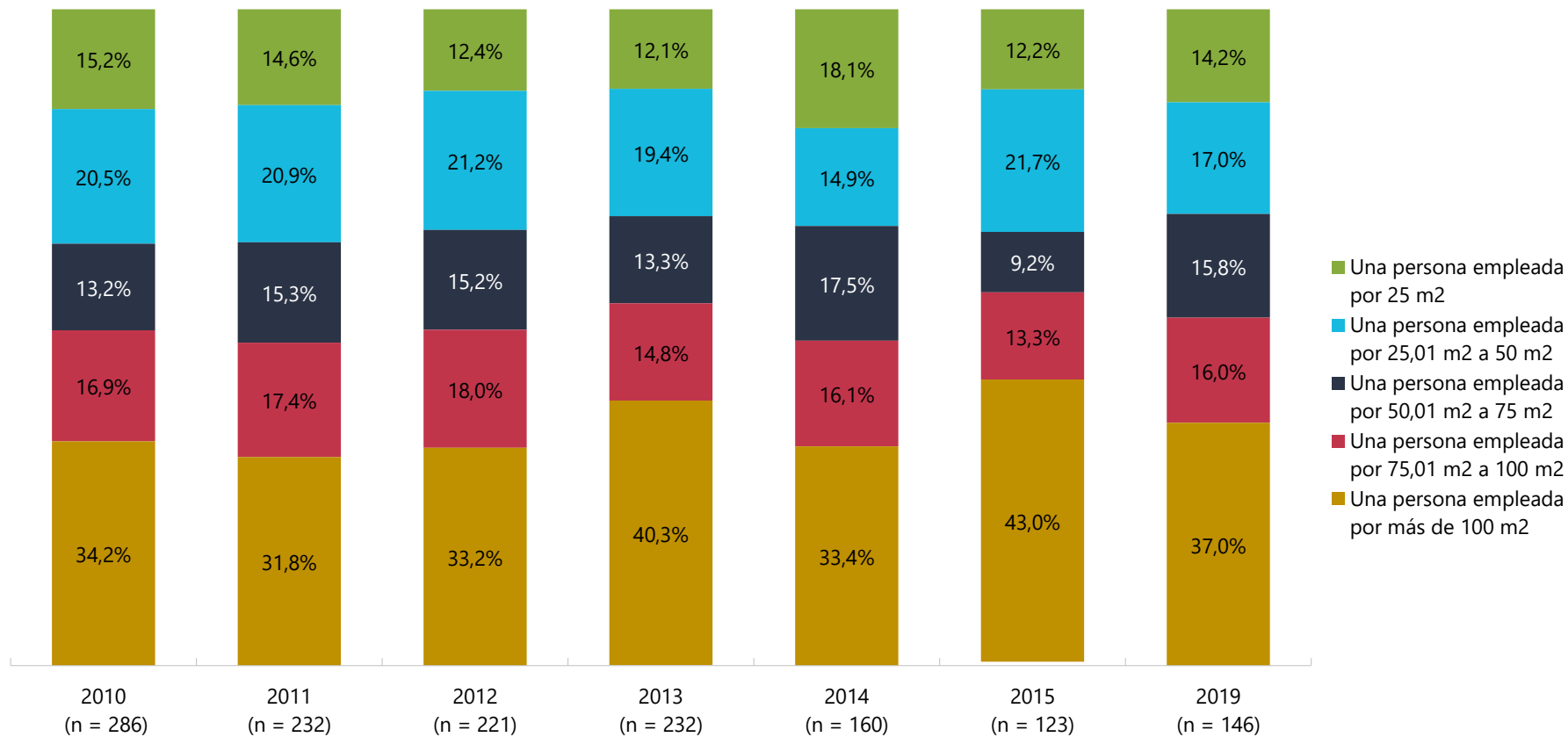
El cuestionario del Barómetro del Comercio Vasco nos permite relacionar también el tamaño del comercio (según superficie total) y el número de empleados/as.

Este ratio genera una puntuación que permite segmentar y clasificar a los comercios vascos en cinco niveles. La categorización de estos niveles es la siguiente:

- Una persona empleada por 25 m² o menos
- Una persona empleada por 25,01 m² a 50 m²
- Una persona empleada por 50,01 m² a 75 m²
- Una persona empleada por 75,01 m² a 100 m²
- Una persona empleada por más de 100 m²

Evolución del Ratio de superficie total del comercio mayorista según número de empleados/as

 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



Ratio de superficie total del comercio mayorista según número de empleados/as por Territorio Histórico, 2019
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

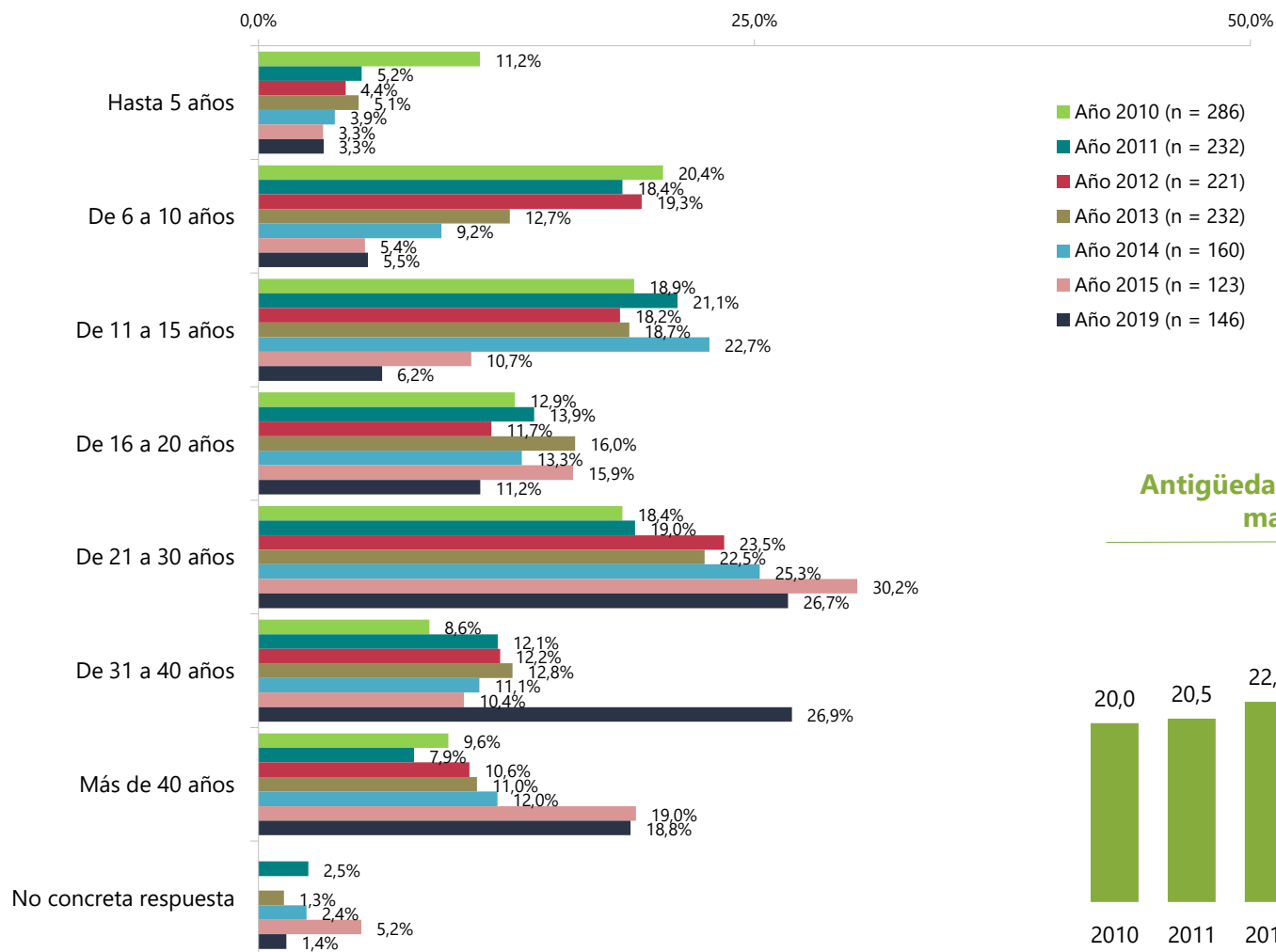
Territorio histórico



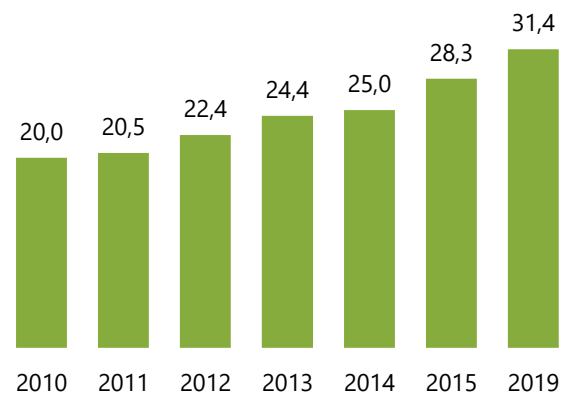
	Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
Una persona empleada por 25 m ² o menos	14,1%	14,9%	13,4%
Una persona empleada por 25,01 m ² a 50 m ²	6,3%	17,6%	20,4%
Una persona empleada por 50,01 m ² a 75 m ²	20,5%	15,2%	14,7%
Una persona empleada por 75,01 m ² a 100 m ²	22,8%	17,9%	11,4%
Una persona empleada por más de 100 m ²	36,2%	34,5%	40,1%
MEDIA (persona empleada/m²)	514,6	134,0	126,2

2.2. Antigüedad y renovación del comercio mayorista vasco

P.30: Antigüedad según año de apertura del comercio mayorista
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



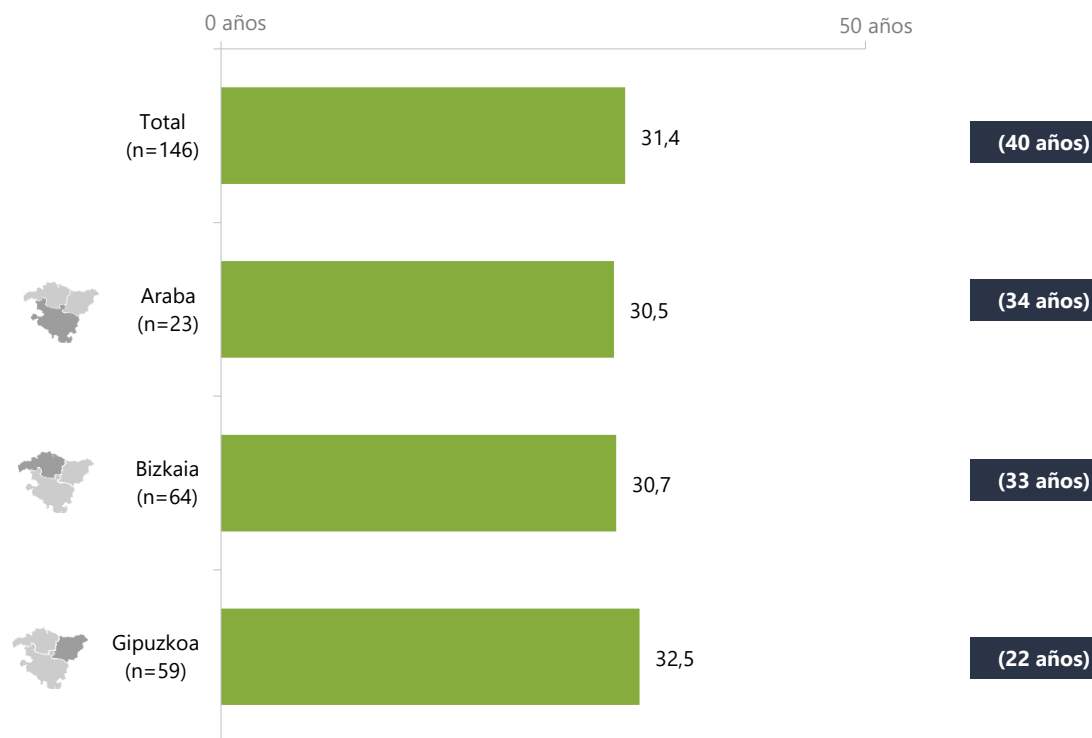
Antigüedad media del comercio mayorista vasco



P.30: Antigüedad según año de apertura del comercio mayorista por Territorio Histórico, 2019

 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

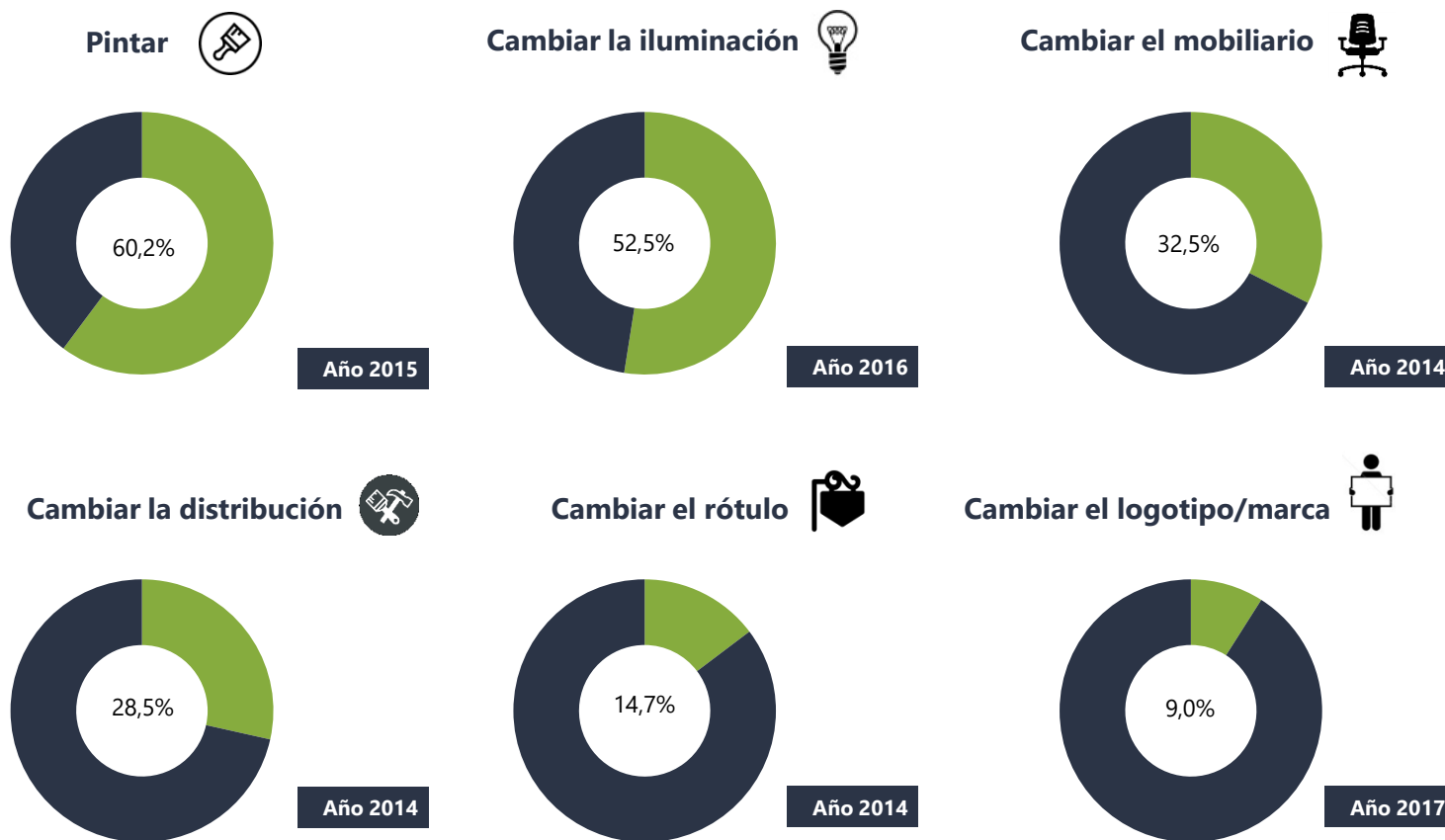
Territorio histórico



* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente.

P.32: De las reformas, cambios que le cito a continuación, ¿me podría decir el año de la última realización de cada una de ellas? (2019)
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

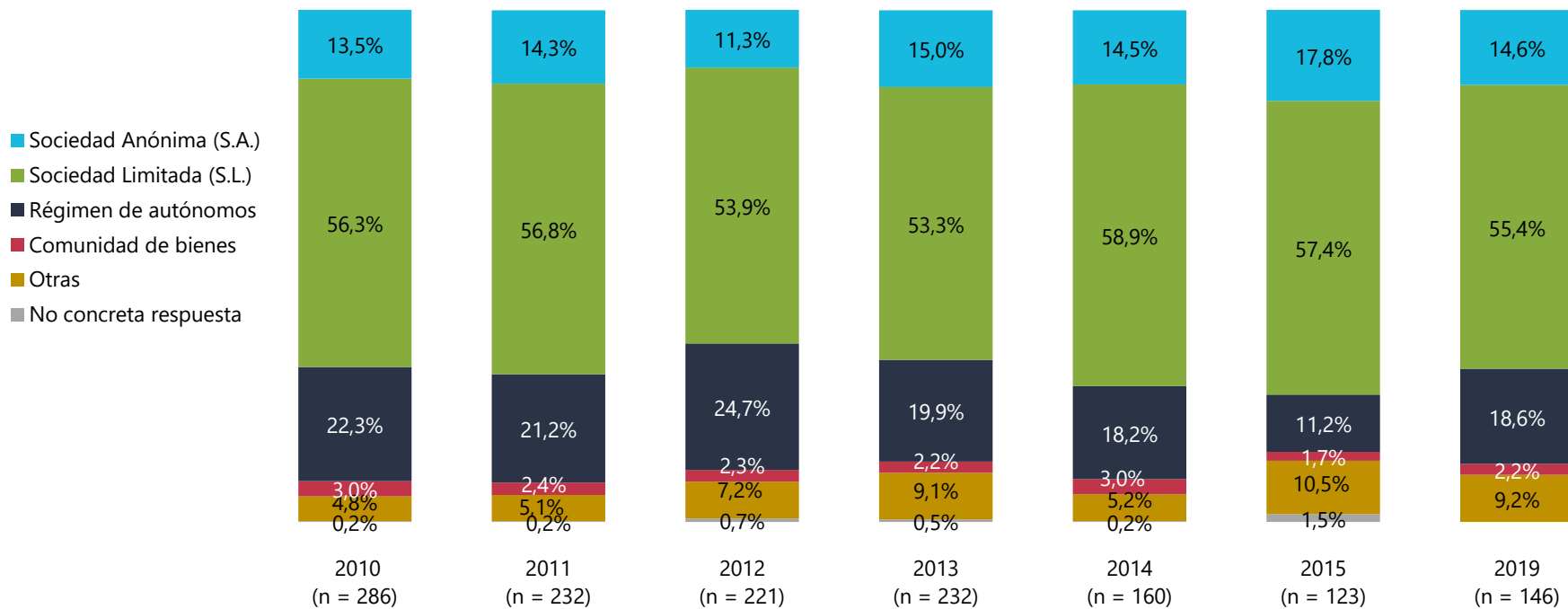
Tasa de comercios mayoristas vascos que ha acometido cada acción y año medio de la última reforma



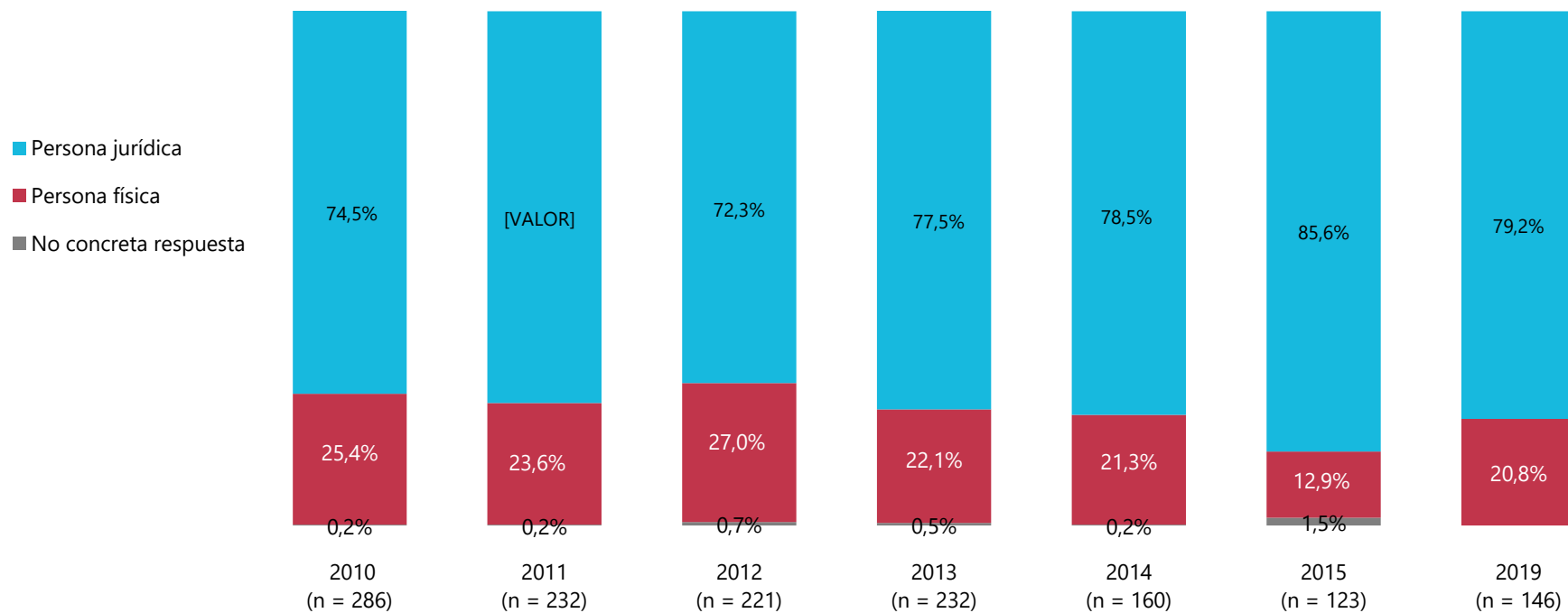
2.3. Forma jurídica y régimen de tenencia del comercio mayorista vasco

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

 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados






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



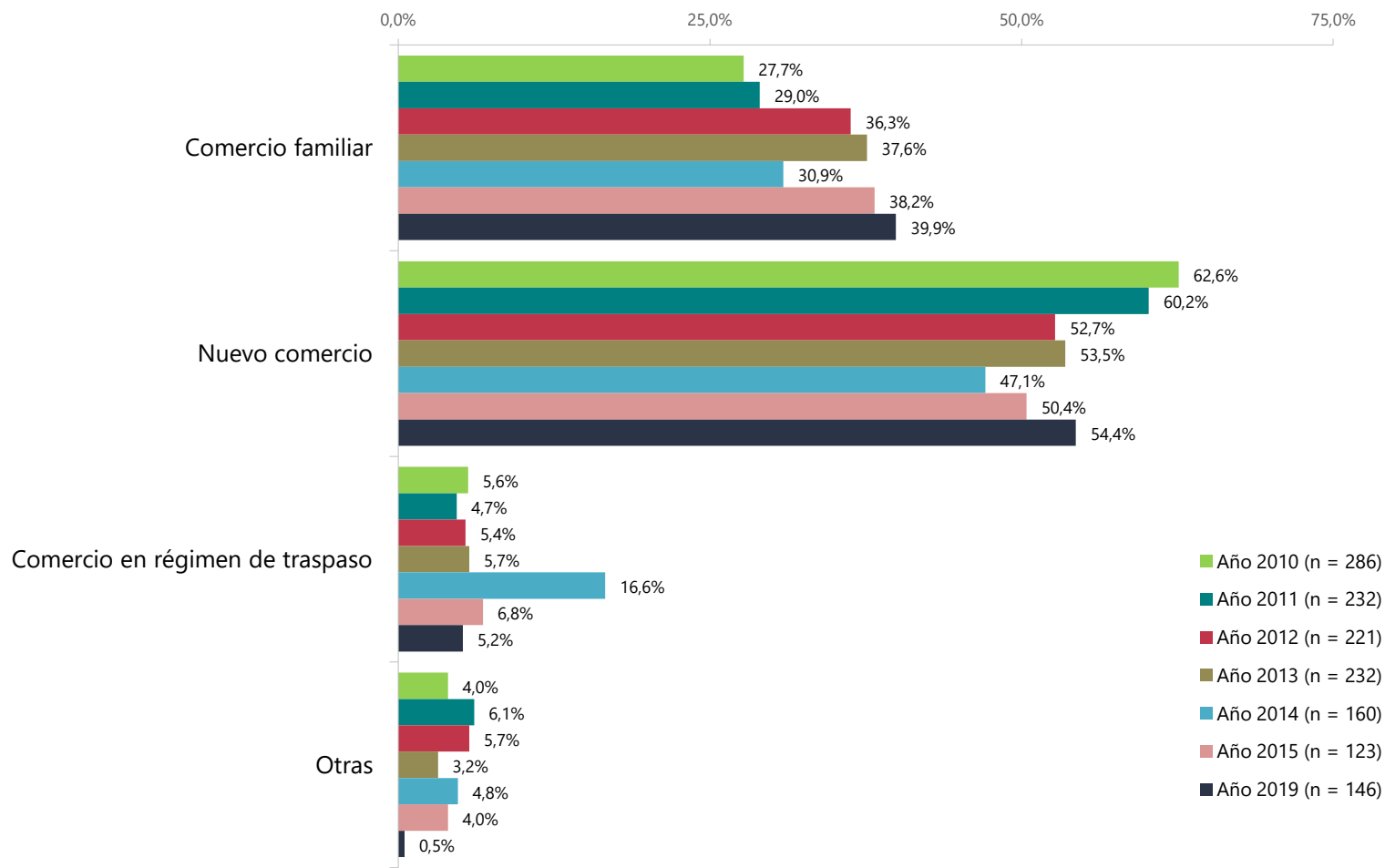
D.5: Forma jurídica del comercio mayorista vasco por Territorio Histórico, 2019
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico

	 Araba (n = 23)	 Bizkaia (n = 64)	 Gipuzkoa (n = 59)
Persona Física	18,7%	21,3%	20,9%
Persona Jurídica	81,3%	78,7%	79,1%

P.31.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica su comercio, negocio?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados






* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.

P.31.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica su comercio, negocio?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico

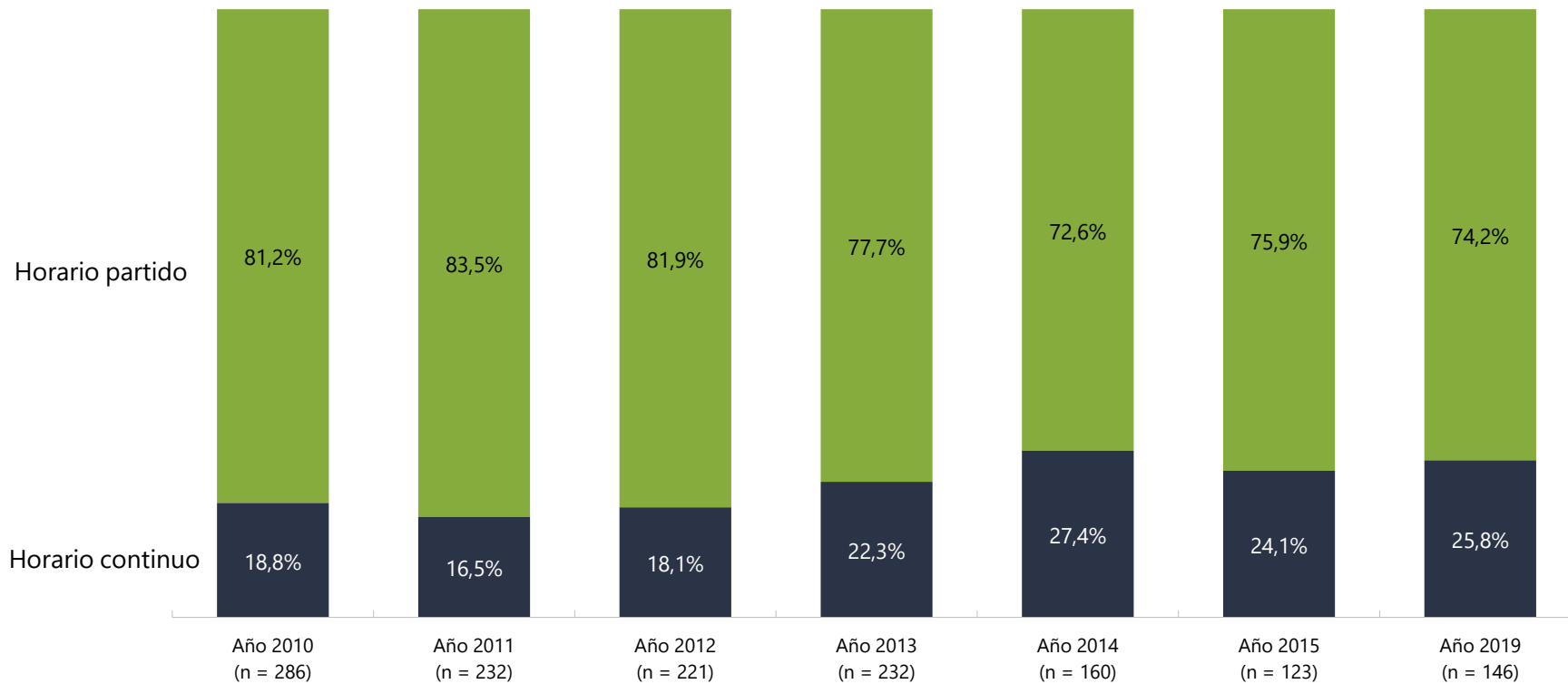
	 Araba (n = 23)	 Bizkaia (n = 64)	 Gipuzkoa (n = 59)
Comercio familiar	30,0%	40,9%	42,7%
Comercio en régimen de traspaso	3,7%	6,6%	4,3%
Nuevo comercio	66,2%	52,6%	51,7%
Otras	--	--	1,3%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.

2.4. Horarios comerciales

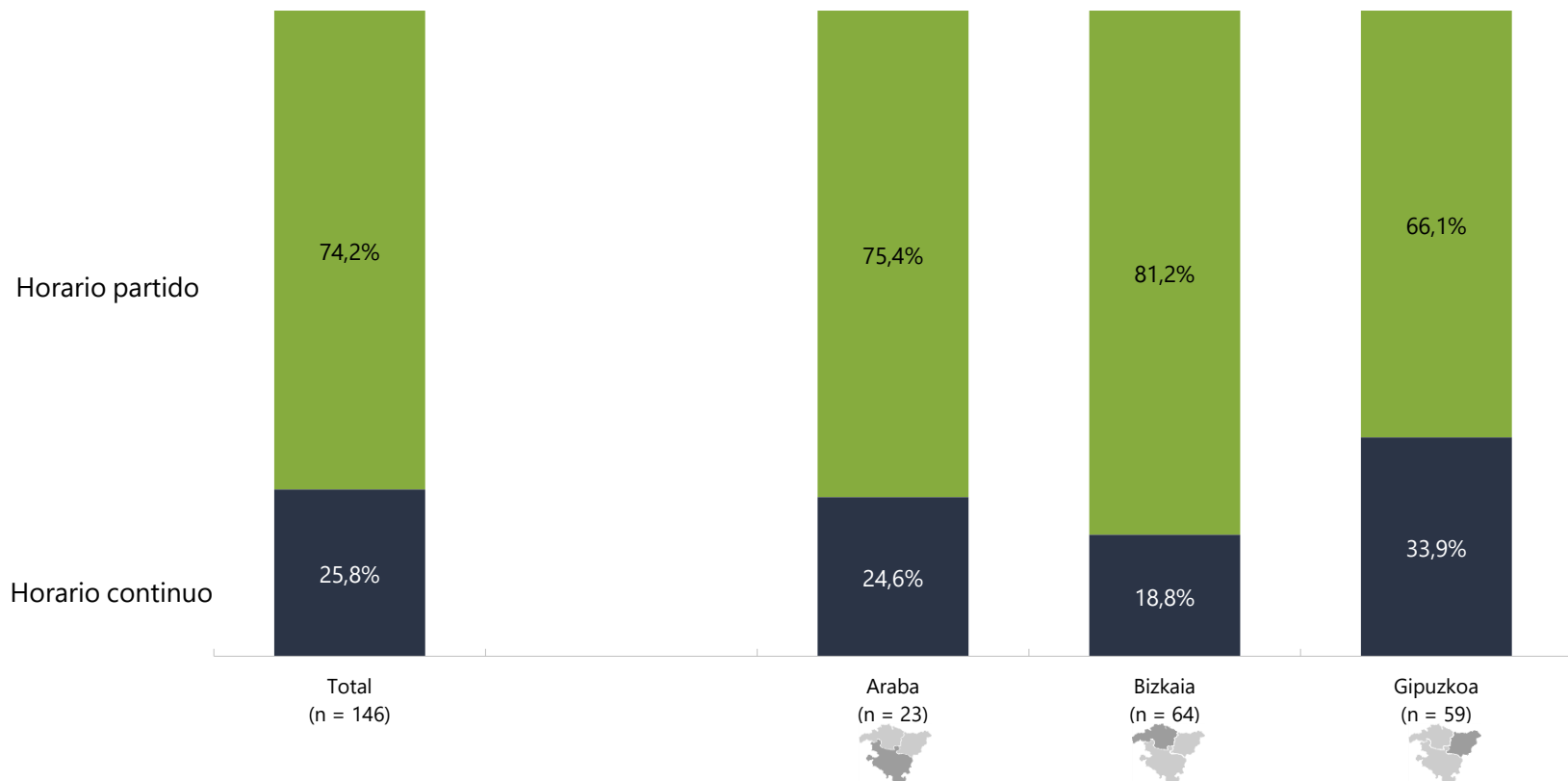
P.1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



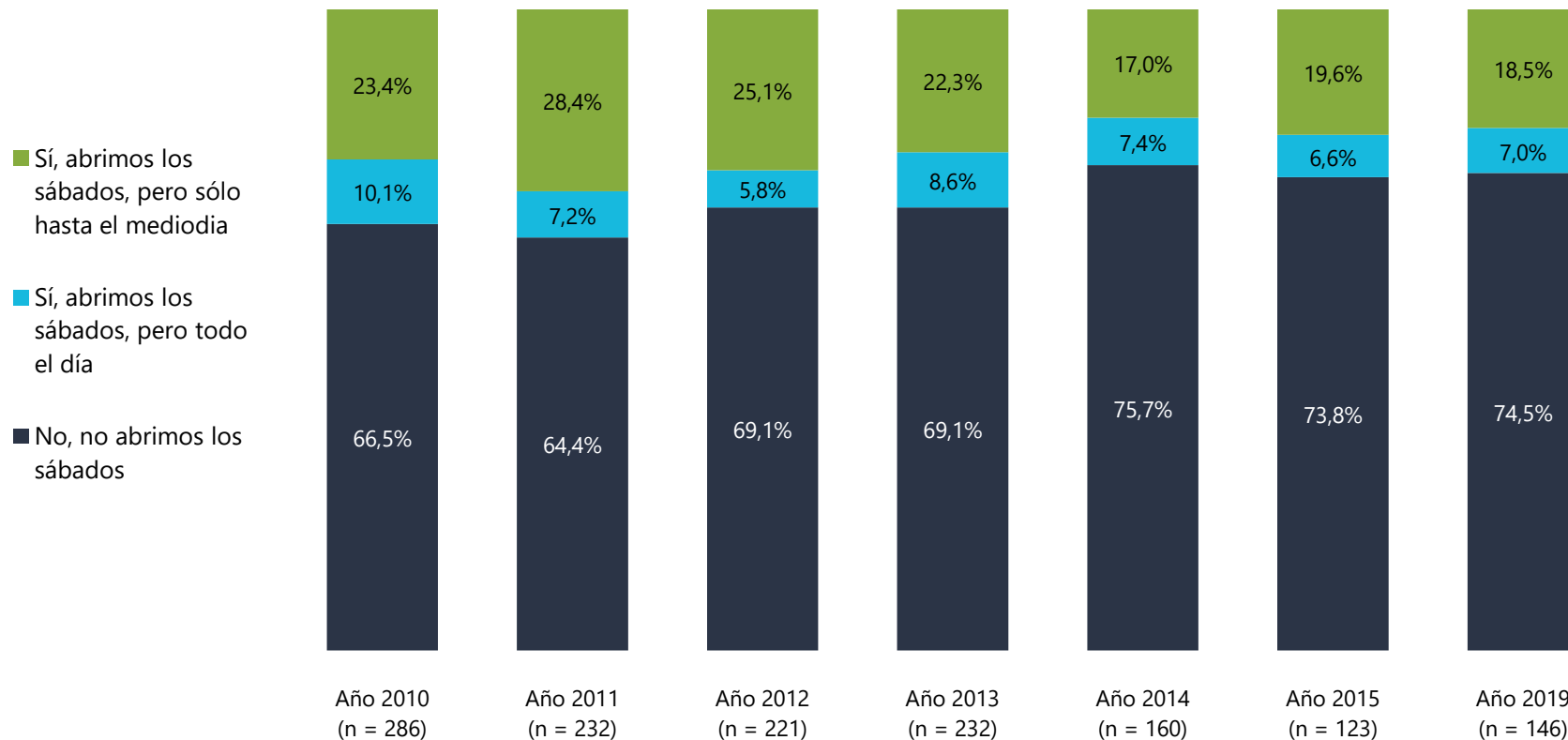
P.1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



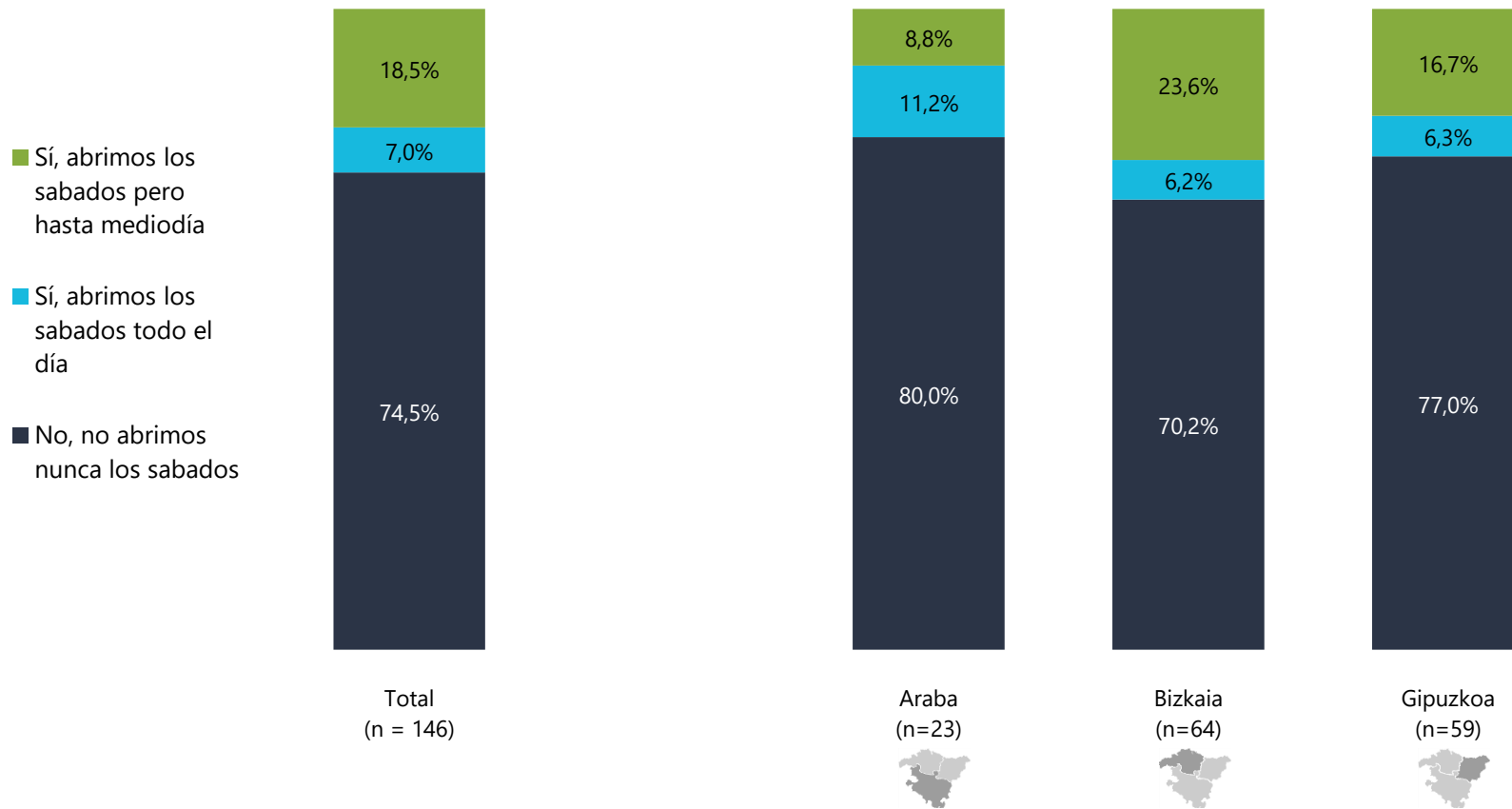
P.2.: Actualmente, su comercio, negocio ¿Abre los sábados?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



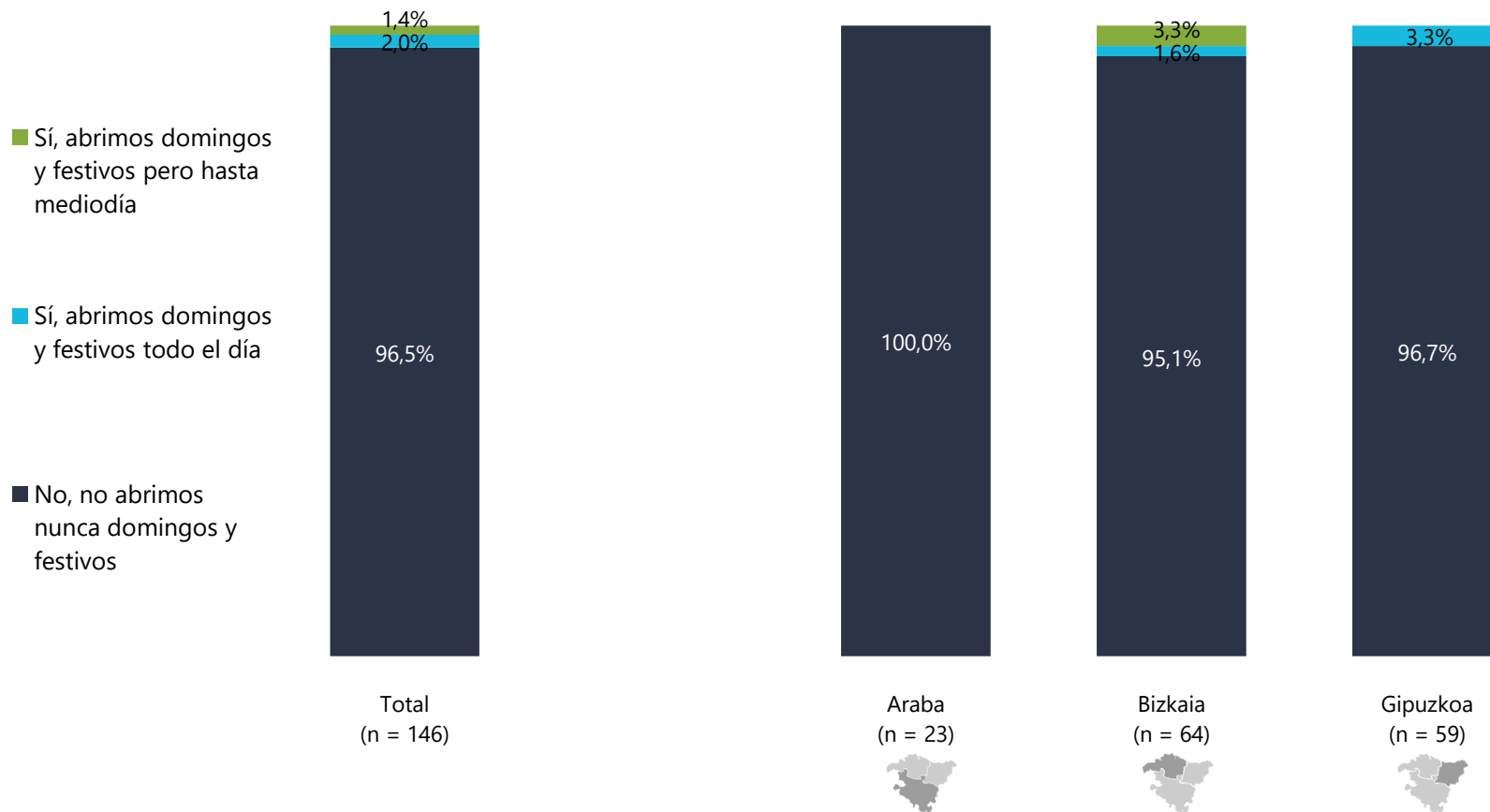
P.2.: Actualmente, su comercio, negocio ¿Abre los sábados?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

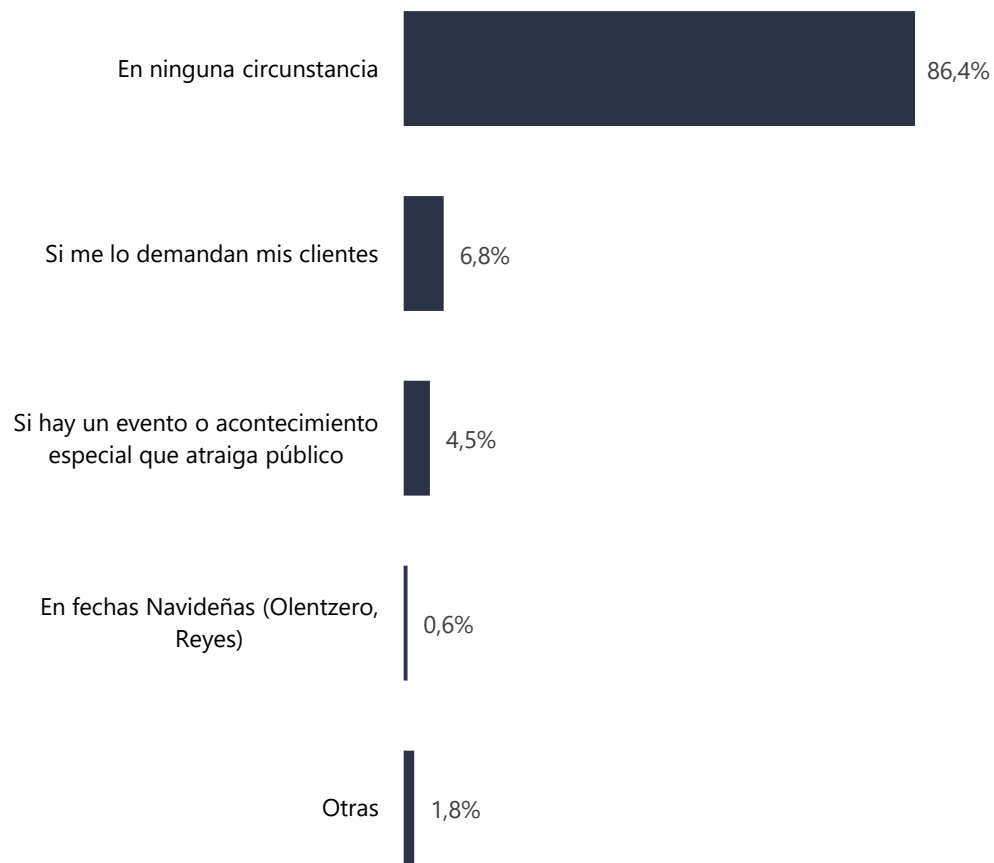


P.2.A.: ¿Su establecimiento abre los domingos y festivos?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

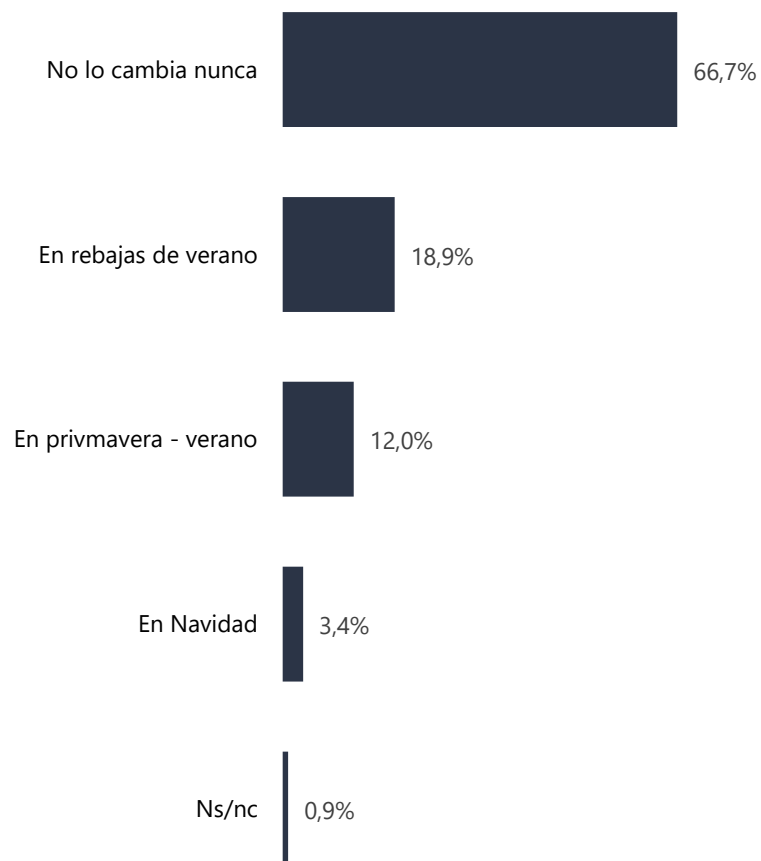


P.2.B.: ¿En qué circunstancias estaría dispuesto a abrir el establecimiento en domingo o festivo??
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados que no abre nunca en domingos y festivos (n=141)



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 mayoristas entrevistados



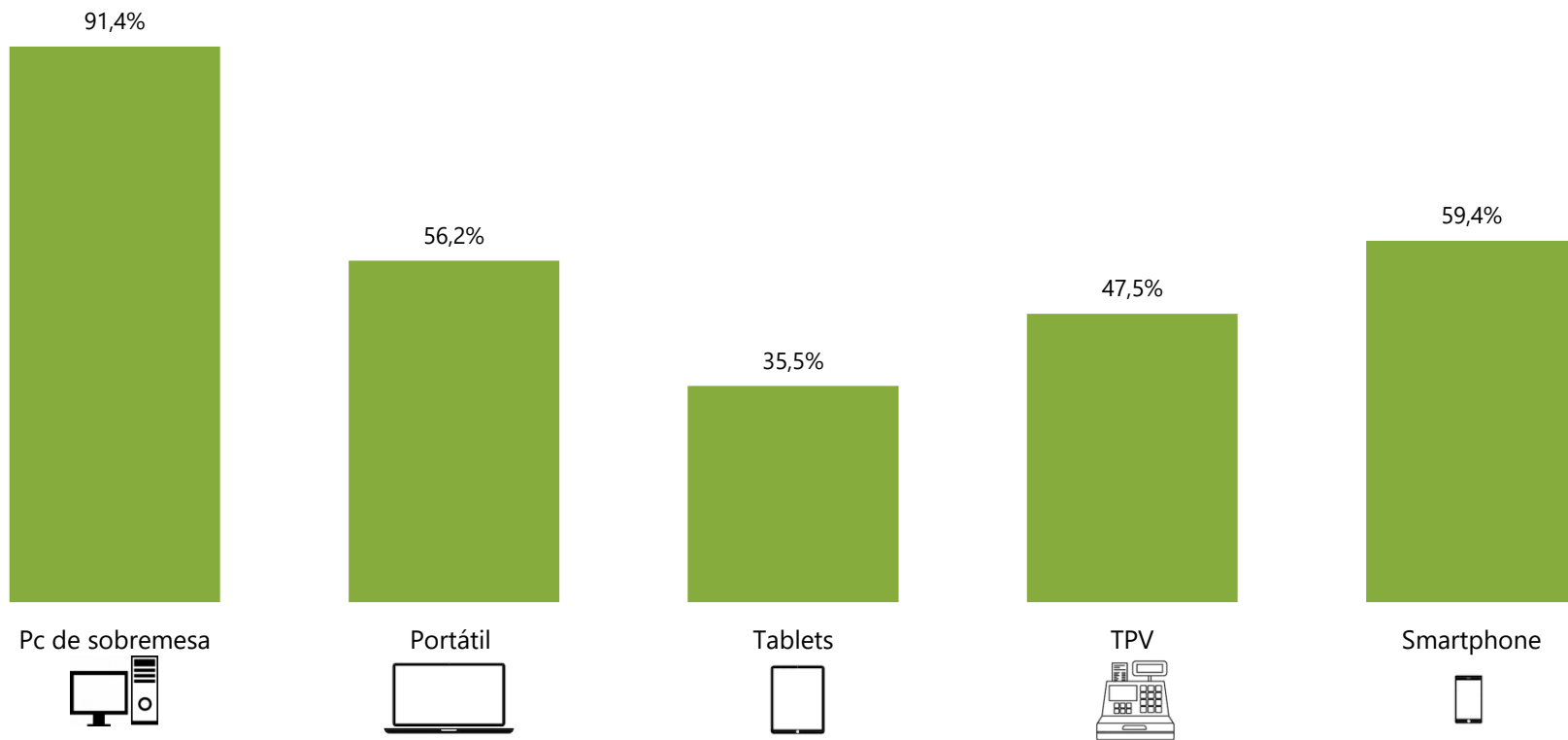
* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

2.5. Grado de tecnologización del comercio mayorista vasco

Presencia de TIC's en el comercio mayorista vasco

D.6A: De las siguientes tecnologías de la información y de la comunicación ¿Cuáles utilizan en su comercio?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados











* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

D.6A: De las siguientes tecnologías de la información y de la comunicación ¿Cuáles utilizan en su comercio?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico

				
		Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
PC de sobremesa		95,6%	90,1%	91,3%
Portátil		42,0%	59,5%	58,1%
Tablet		31,2%	42,3%	29,9%
TPV		35,2%	48,9%	50,5%
Smartphone		53,6%	62,2%	58,7%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

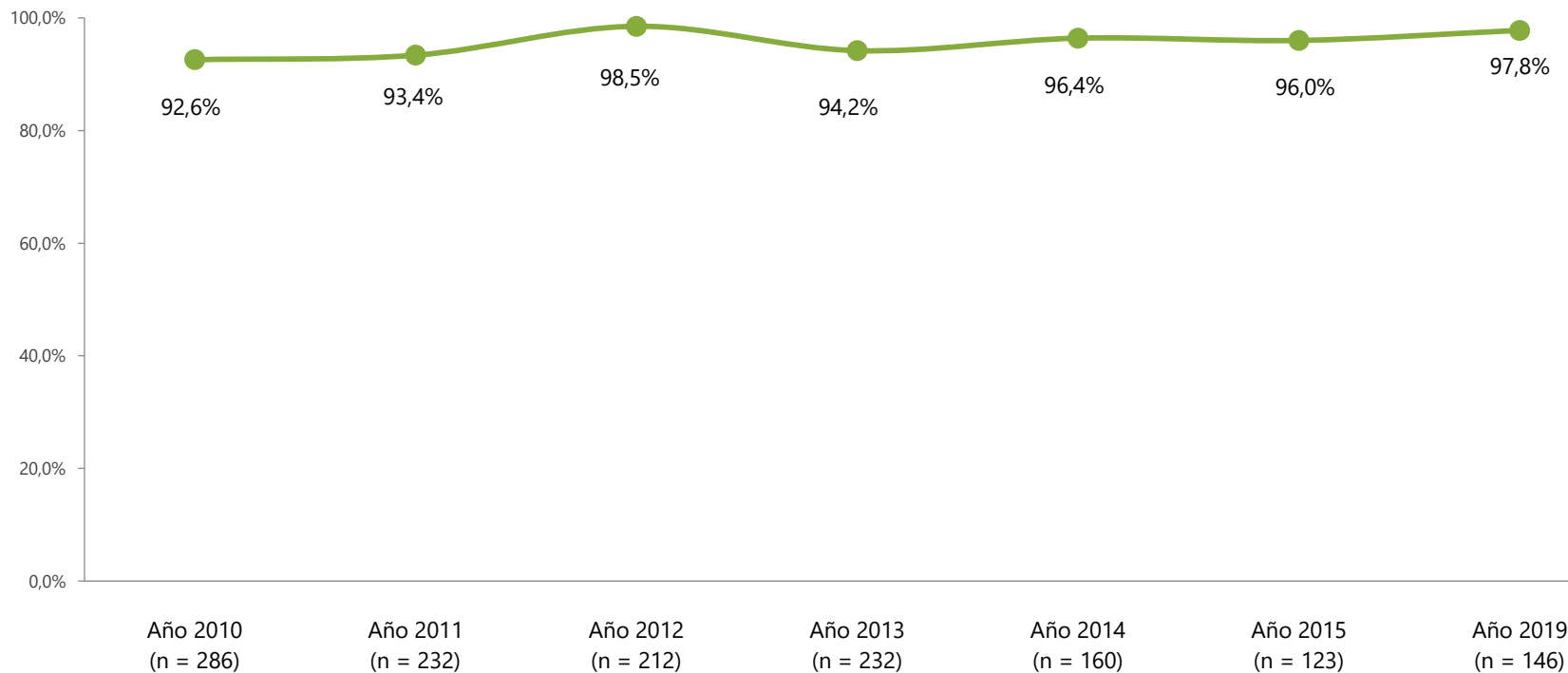
Conexión a internet y red wifi

D.7: ¿Tiene conexión a internet?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

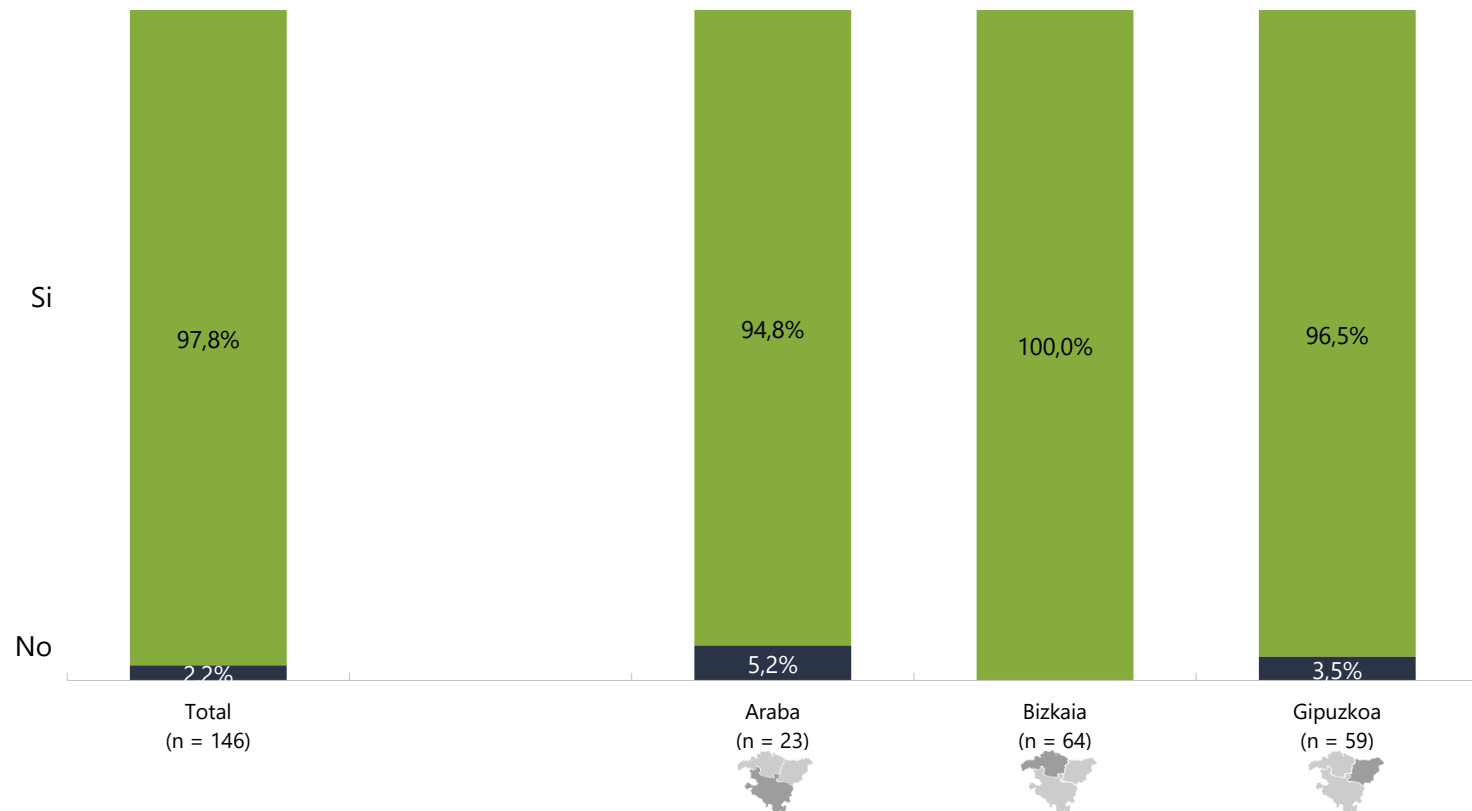


Evolución de la tasa de comercio mayorista con conexión a internet



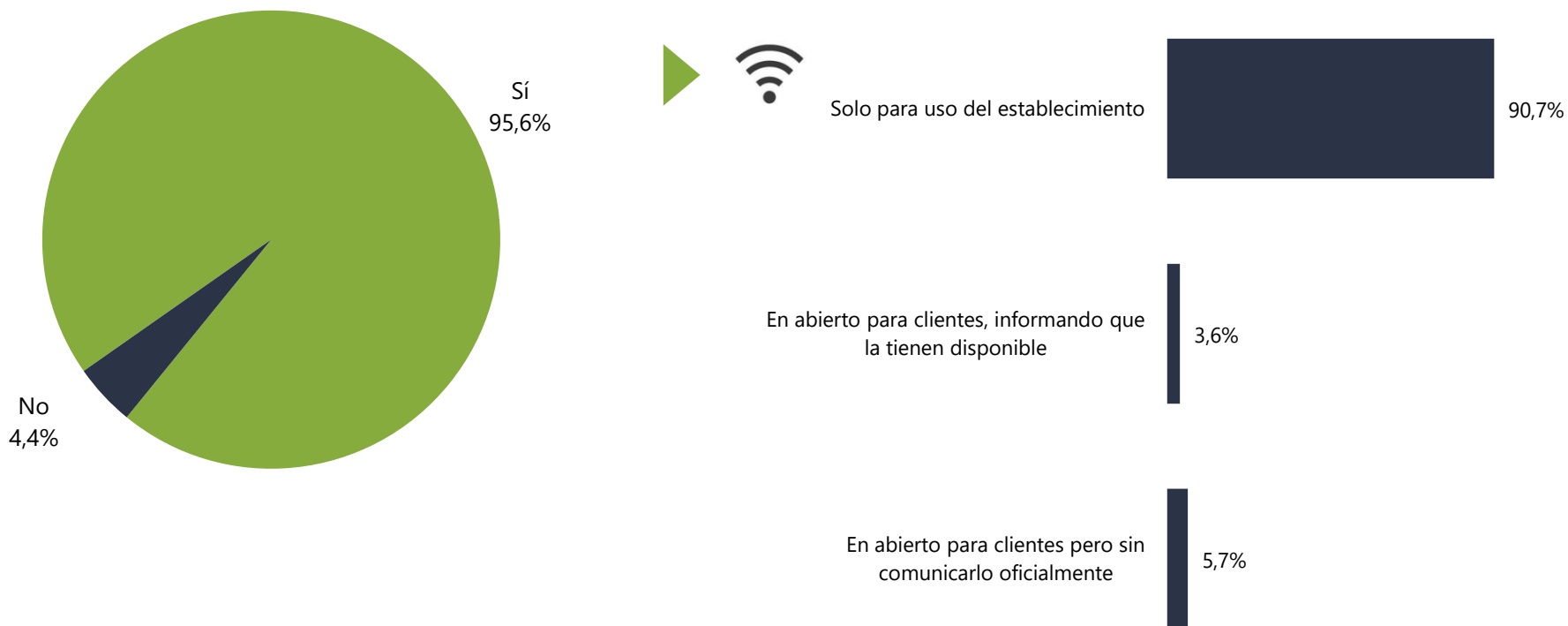
D.7: ¿Tiene conexión a internet?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



D.7B.: ¿Tiene red wi-fi?*

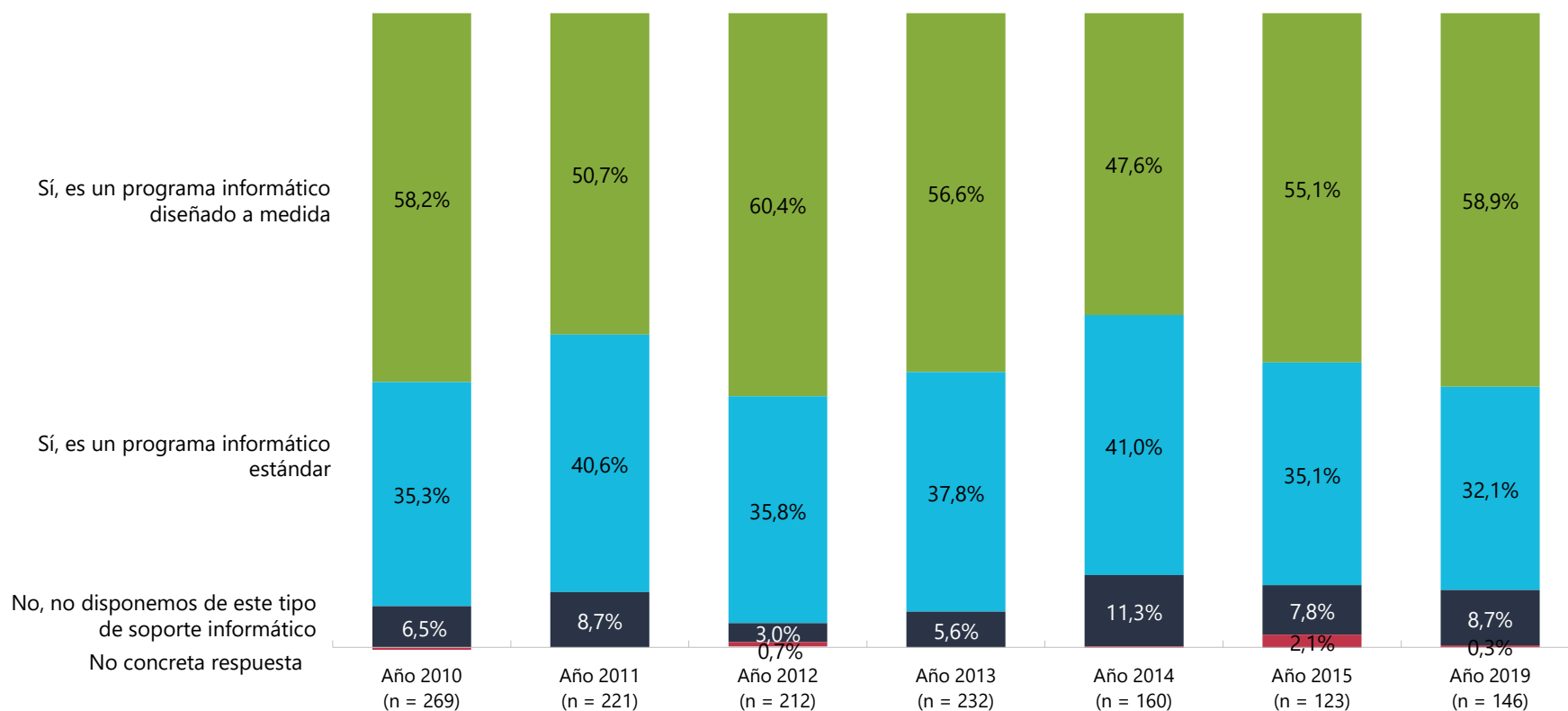
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados que tiene conexión a internet (n=143)



Disponibilidad de programas de gestión

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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados






* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico

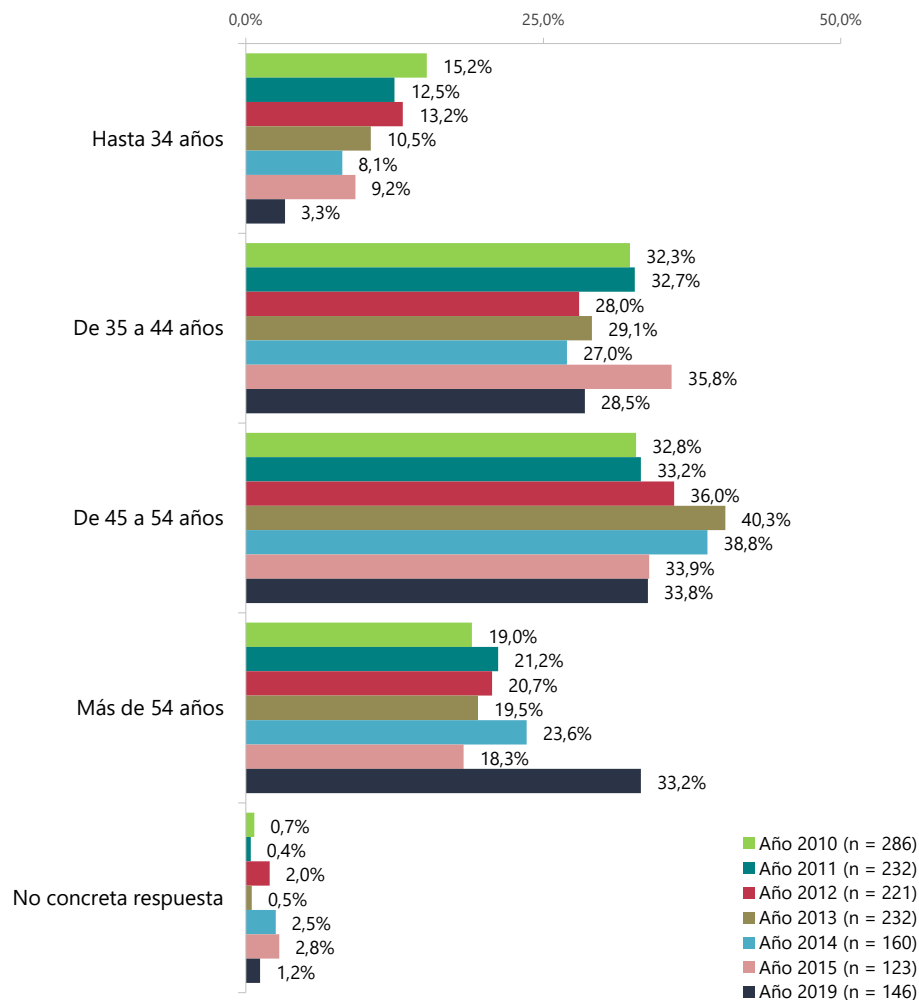
	 Araba (n = 23)	 Bizkaia (n = 64)	 Gipuzkoa (n = 59)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	52,4%	59,5%	60,7%
Sí, es un programa informático estándar	29,9%	32,9%	32,1%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	17,7%	6,9%	7,2%
No concreta respuesta	--	0,7%	--

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

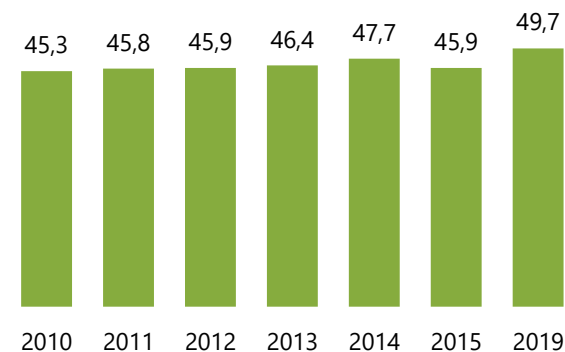
2.6. Perfil del responsable del comercio

D.1: Edad de las personas que gestionan el comercio mayorista vasco

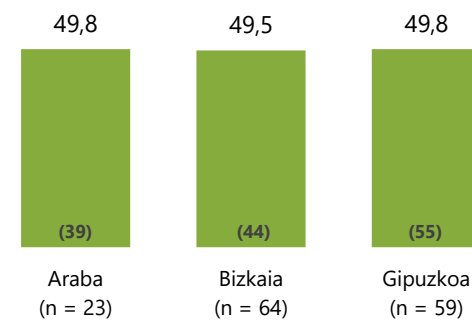
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



Edad media de la persona responsable en el comercio mayorista vasco



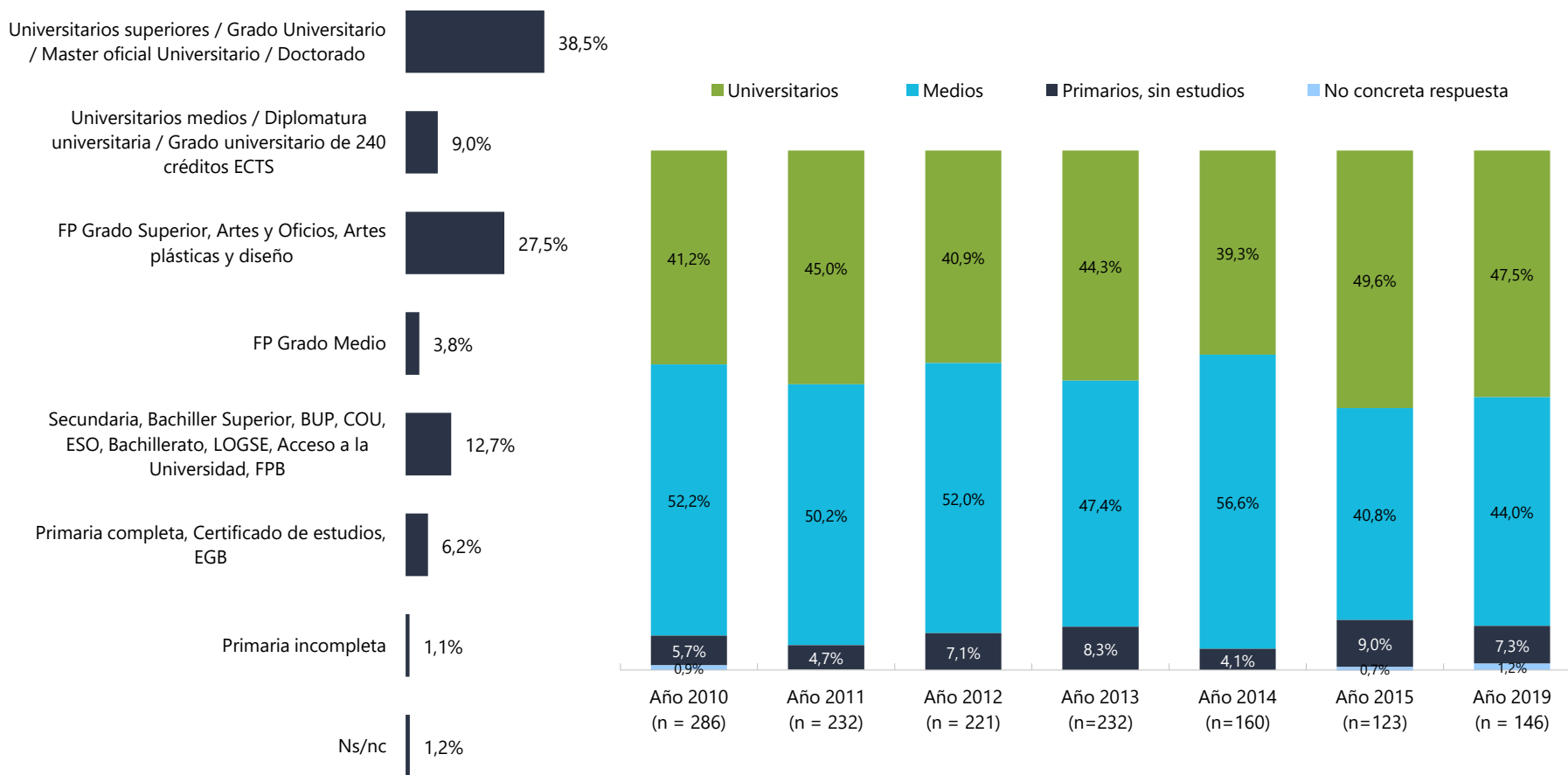
Edad media por Territorio histórico*



* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente en años.

D.2: Nivel de estudios ¿Cuáles fueron los últimos estudios completos que usted cursó?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados




* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

D.2: Nivel de estudios ¿Cuáles fueron los últimos estudios completos que usted cursó?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

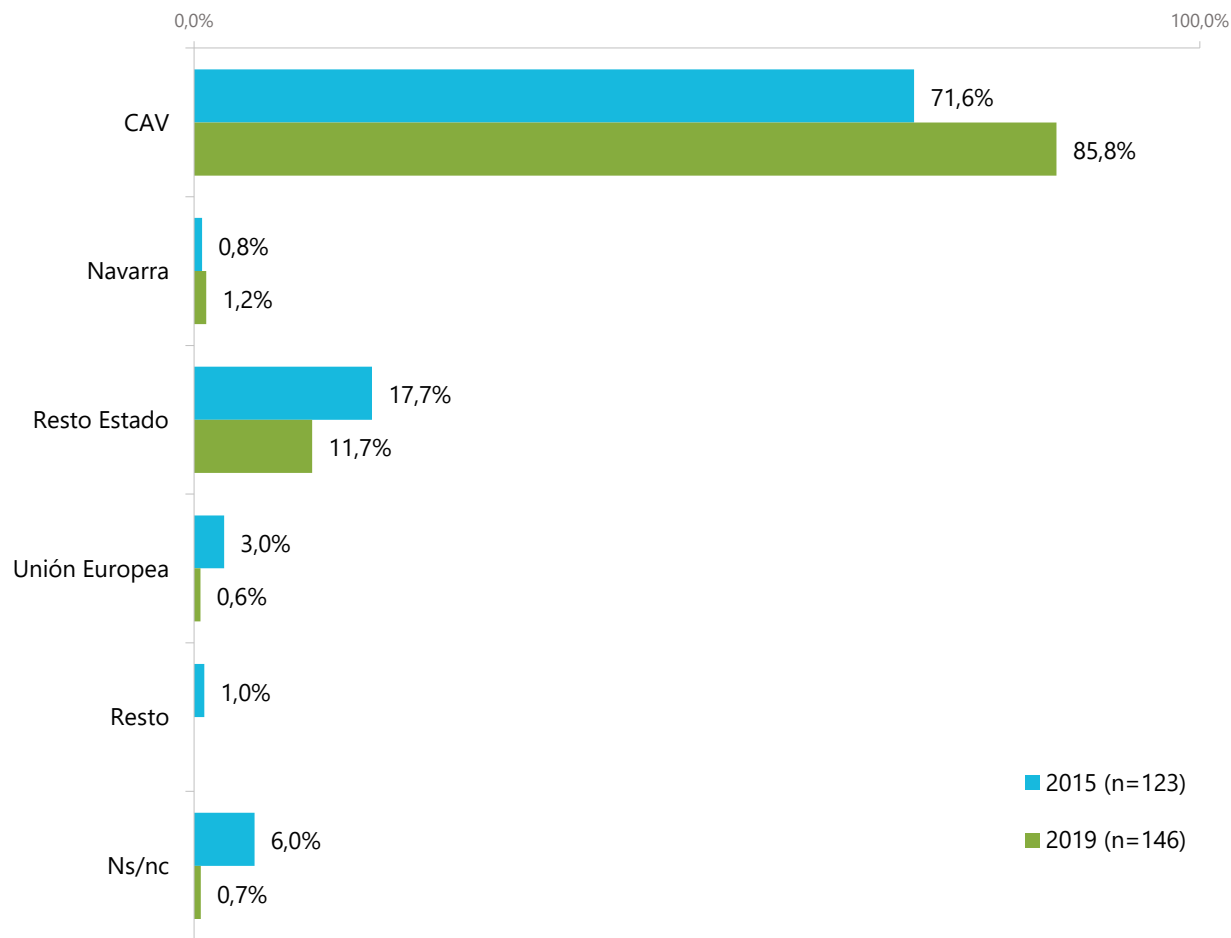
Territorio histórico



	Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
Universitarios	52,4%	55,8%	36,7%
Medios	38,0%	40,4%	50,2%
Primarios, sin estudios	6,5%	3,8%	11,4%
No concreta respuesta	3,1%	--	1,7%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.


D.15: Lugar de nacimiento del dueño del negocio
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

D.15: Lugar de nacimiento del dueño del negocio*
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico



	Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
CAV	68,3%	90,1%	87,7%
Navarra	--	--	3,0%
Resto del Estado	27,4%	9,9%	7,7%
Resto de la Unión Europea	--	--	1,6%
No concreta respuesta	4,3%	--	--

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

Estilos de actividad comercial

Los Barómetros del comercio vasco han tratado de profundizar en la actitud comercial de los gestores del sector, conociendo los “estilos” de la praxis comercial a través de un ratio que permitiera segmentar a los comercios vascos. Este indicador pretende conocer que tasa de gestores apuesta por una practica comercial más en línea con la volatilidad del mundo que nos rodea y los cambios que se suceden a gran velocidad o bien una práctica comercial más estática y tradicional.

El ratio de estilos de actividad comercial se calcula a partir de los ítems de las preguntas P.42, P.43 y P.12A del cuestionario. Así, partimos de dos grandes estilos de actividad comercial: “Estilo de comercios 1.0”, más tradicional y estático y, “Estilo de comercios 2.0” más volcado a los cambios que se producen en el sector y en los hábitos del cliente final.

Estilo de comercios 1.0

- Mantener una clientela fiel (P.42)
- Conocer bien el producto (P.42)
- Tener una historia, prestigio por años en la actividad comercial (P.43)
- Tener una atención diferenciada (P.43)

Estilo de comercios 2.0

- Asumir riesgos, no tener miedo a fracasar (P.42)
- Escuchar más a mis clientes (P.42)
- Estar en red, conectados con otros comercios, incluso en redes o comunidades virtuales (P.43)
- Disponer de venta Online (P.12A)*

* Variable nueva incluida en el Barómetro de 2019.

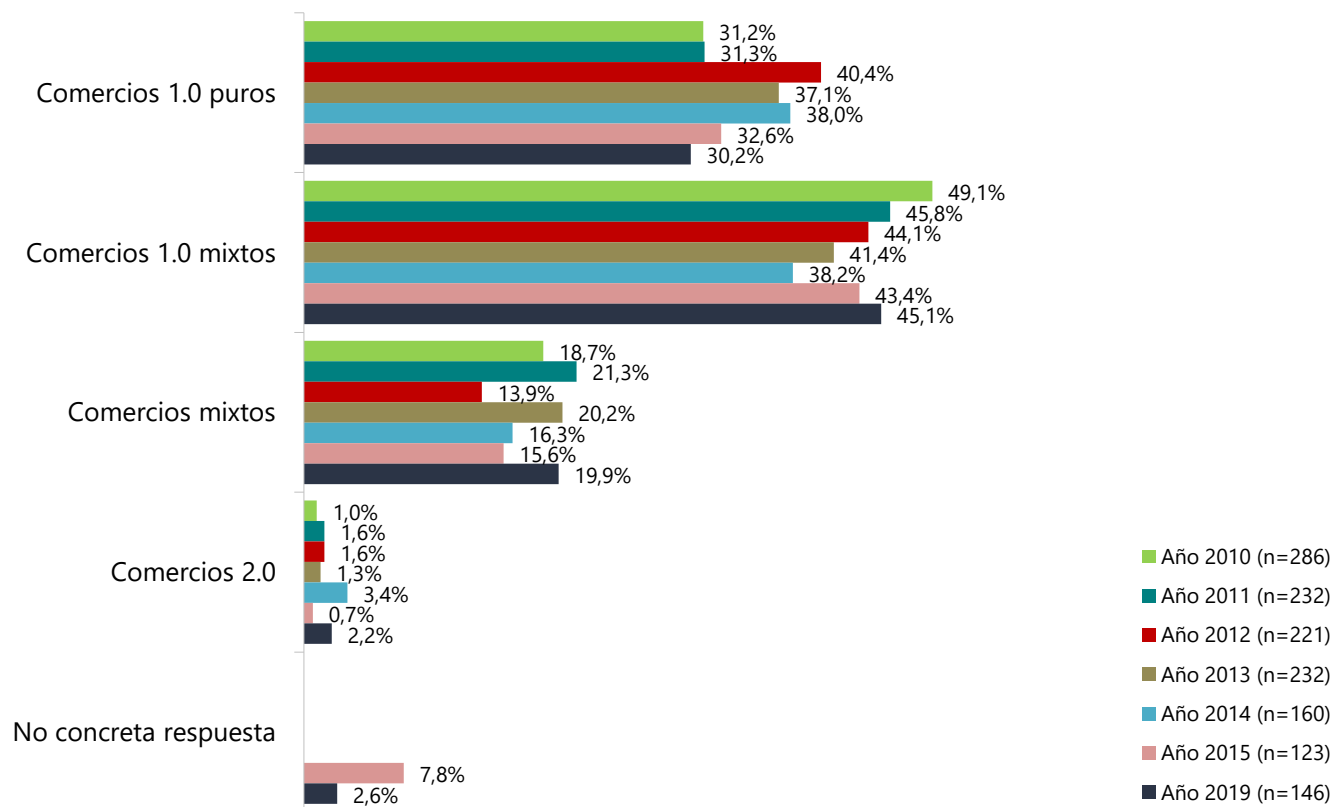
El cálculo de este ratio de estilos comerciales se ha implementado como se hacía en Barómetros anteriores con la idea de que sean en la medida de lo posible comparativos:

- Se ha proporcionado una puntuación de 1, por pregunta, si ha elegido los dos ítems de comercios 1.0
- Se ha computado con una puntuación de 2, por pregunta, si ha elegido un ítem de comercios 1.0 y otro ítem de comercios 2.0
- Se ha computado una puntuación de 3, por pregunta, si ha elegido los ítems de comercios 2.0

El rango de este ratio se moverá entre un mínimo de 2 y un máximo de 6. El índice de los valores de los comerciantes mayoristas vascos, nos permite establecer la siguiente segmentación:

- Comercios 1.0 puntos. En P.42, P.43 y P.12A 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.42, P.43 y P.12A elige los ítems de estilos comerciales 2.0 (*puntuación de 6*), o bien en una pregunta elige ítems de estilos comerciales 2.0 y en otro ítems mixtos (*puntuación de 5*).

P.42/P.43.: Estilos de actividad comercial
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



P.42/P.43.: Estilos de actividad comercial, 2019
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

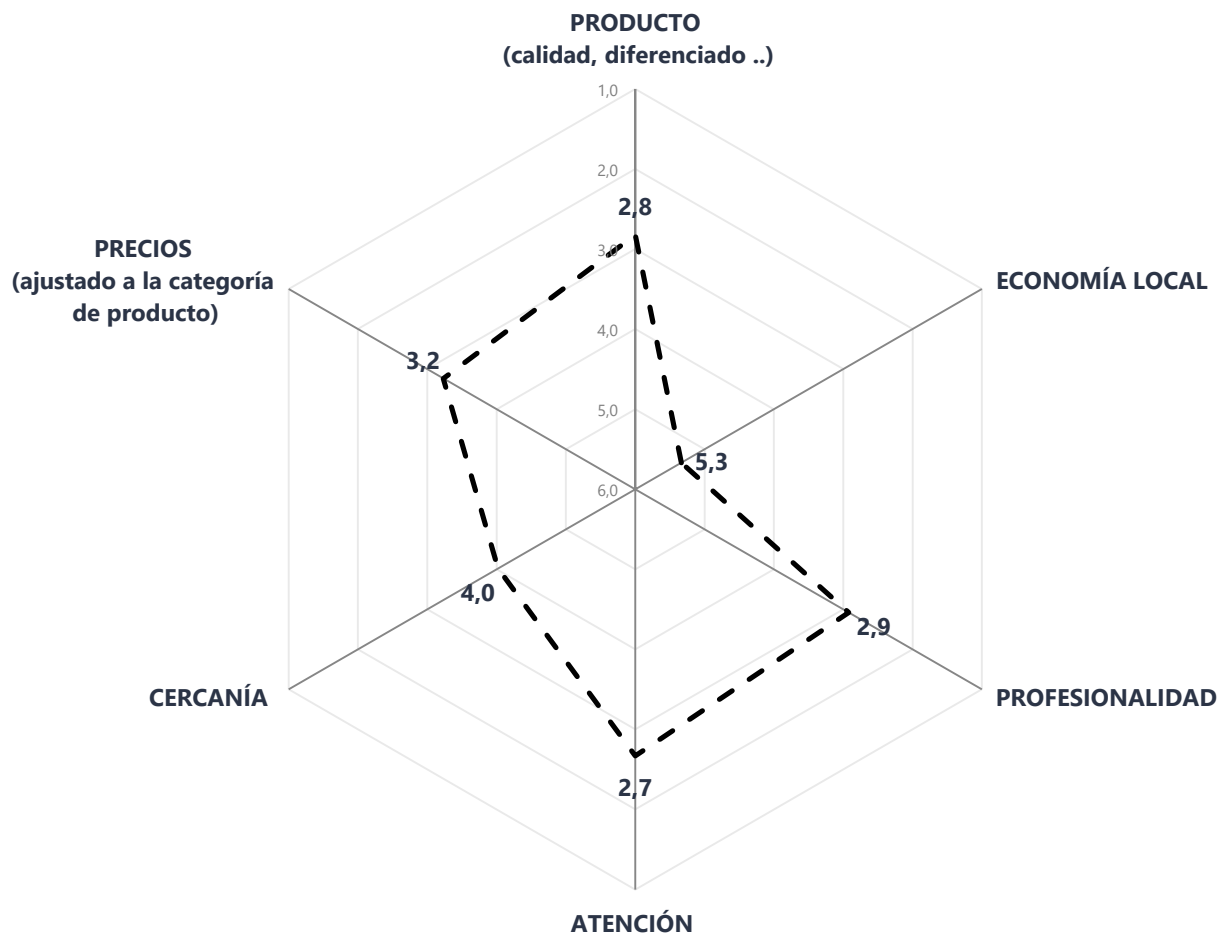
Territorio histórico



	Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
Comercios 1.0 puros	27,8%	26,1%	35,6%
Comercios 1.0 mixtos	49,2%	50,5%	37,6%
Mixtos	20,0%	18,8%	21,1%
Comercios 2.0	--	3,0%	2,2%
No concreta respuesta	3,0%	1,6%	3,5%

P.44.: Teniendo en cuenta sus clientes, de los siguientes aspectos que le cito a continuación, ¿cuál cree que valoran más?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercer....?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



* Media sobre orden atribuido de 1 a 6, en la que 1 corresponde a 1ª posición o más importante y 6, a 6ª posición o menos importante




P.44.: Teniendo en cuenta sus clientes, de los siguientes aspectos que le cito a continuación, ¿cuál cree que valoran más?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercer....?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico



	Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
La atención	2,8	2,7	2,6
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	3,3	2,6	2,9
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	2,8	3,0	2,8
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,2	3,2	3,3
La cercanía / proximidad	3,9	4,2	3,9
Ser comercio local / economía local	5,0	5,4	5,4

 Primer aspecto
 Segundo aspecto
 Tercer aspecto

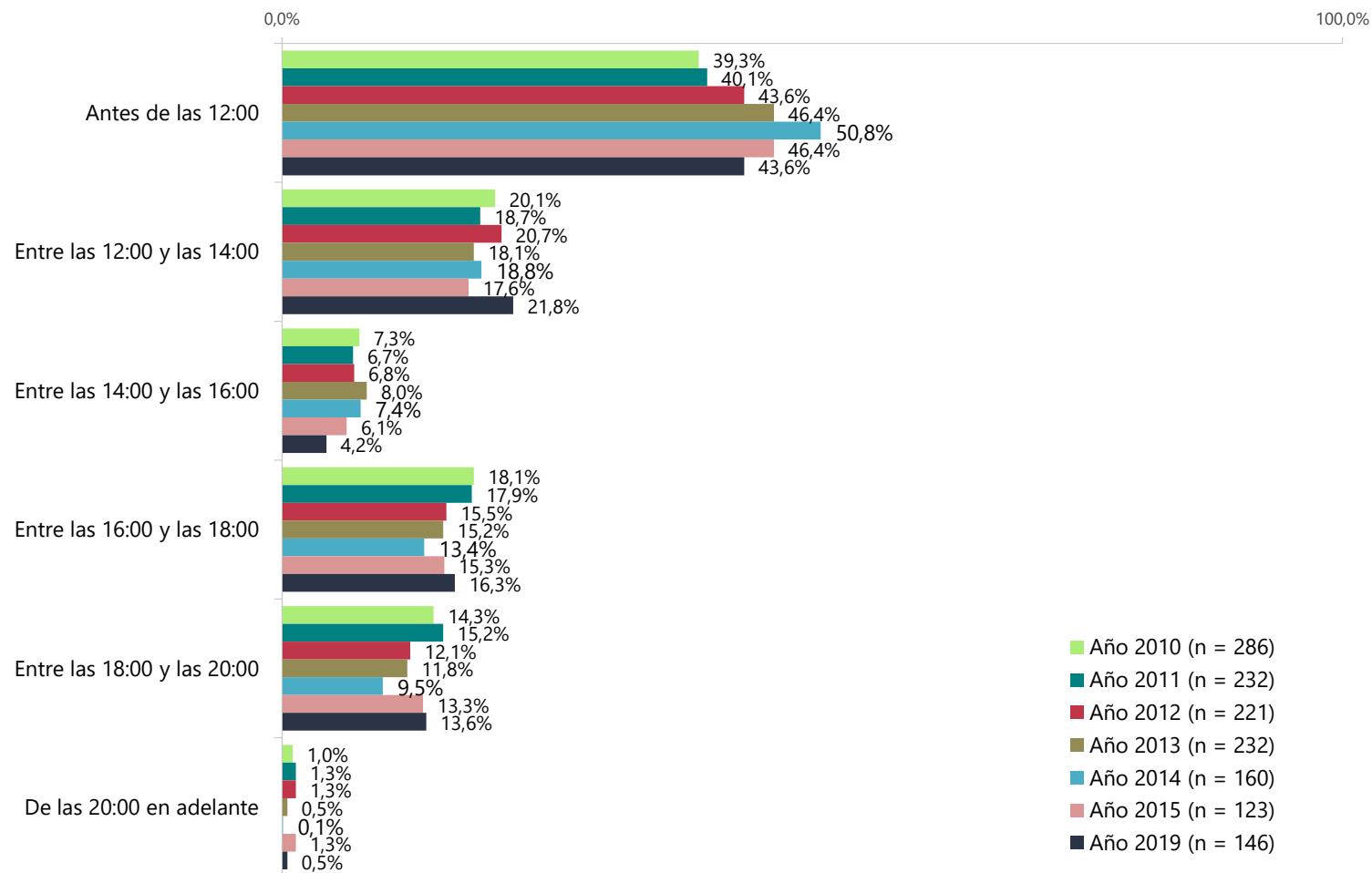
* Media sobre orden atribuido de 1 a 6, en la que 1 corresponde a 1ª posición o más importante y 6, a 6ª posición o menos importante

3. LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES

3.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día

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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



* Se sugirieron las opciones de respuesta

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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico

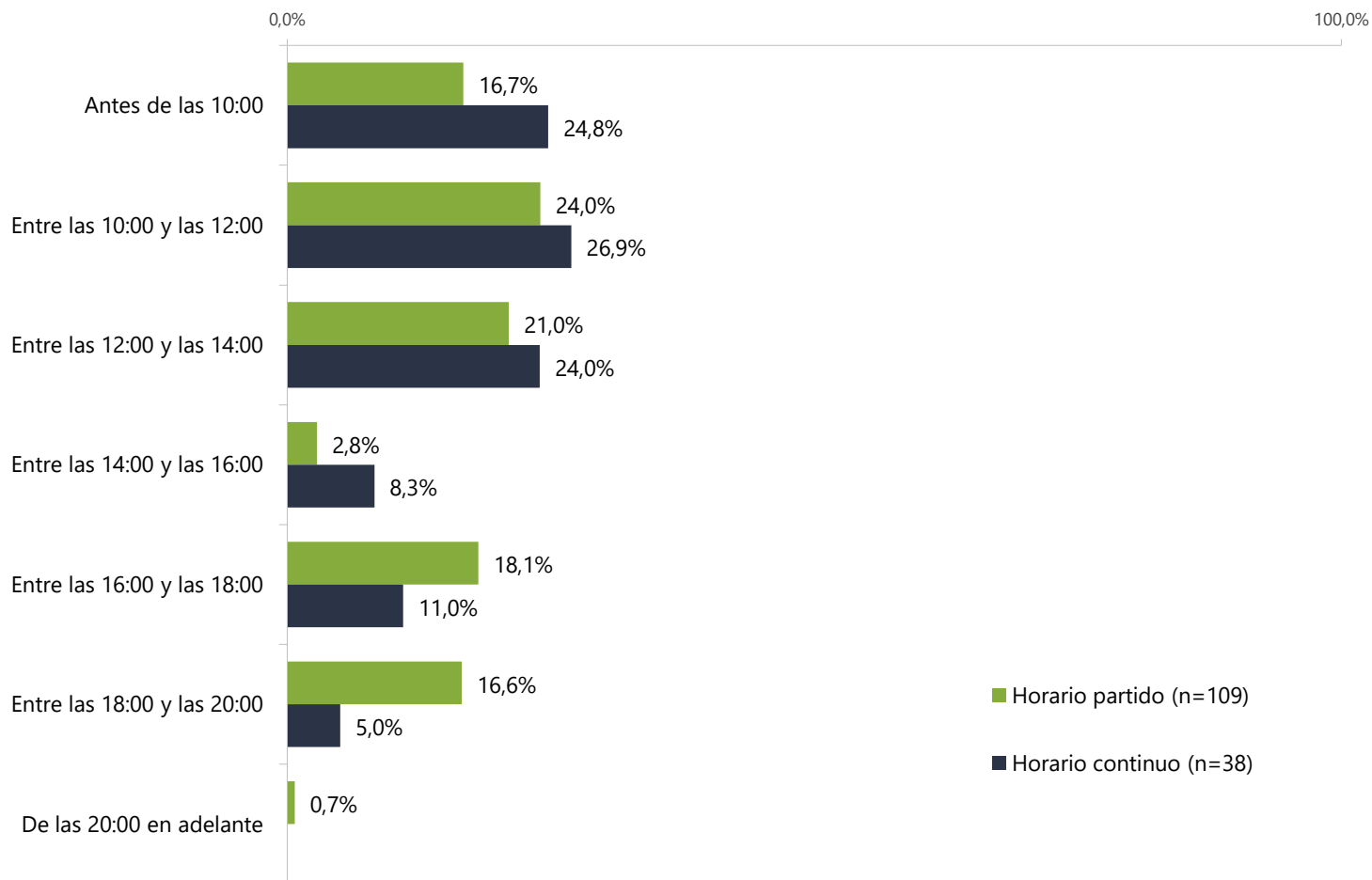


	Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
Antes de las 10:00	13,0%	19,3%	20,4%
Entre las 10:00 y las 12:00	23,7%	26,6%	23,3%
Entre las 12:00 y las 14:00	21,8%	19,9%	23,7%
Entre las 14:00 y las 16:00	3,6%	3,7%	5,1%
Entre las 16:00 y las 18:00	19,1%	16,0%	15,5%
Entre las 18:00 y las 20:00	16,8%	14,1%	11,8%
De las 20:00 en adelante	1,9%	0,4%	0,1%
Mañana	58,5%	65,8%	67,4%
Tarde	37,9%	30,5%	27,5%

* Se sugirieron las opciones de respuesta

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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

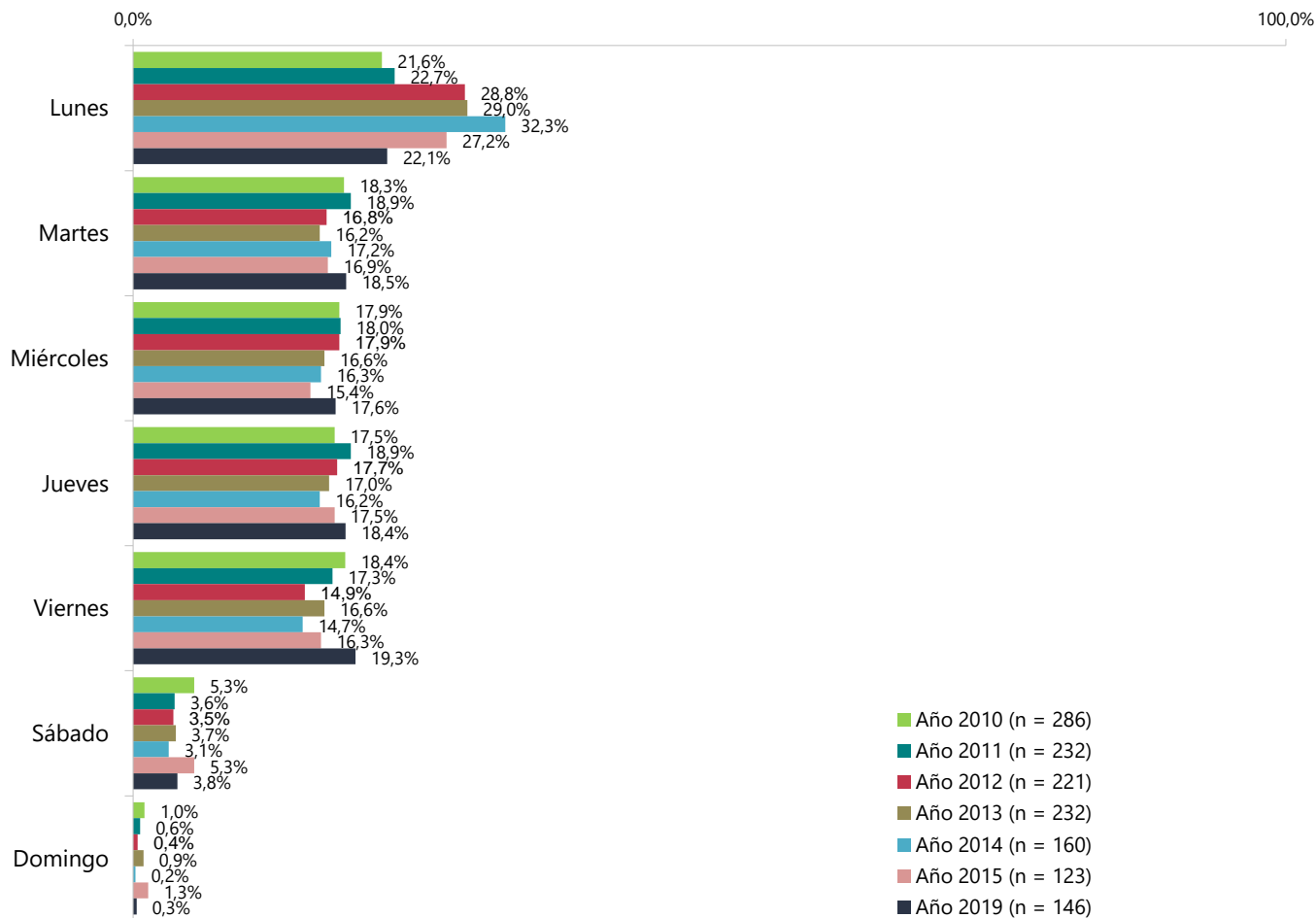


* Se sugirieron las opciones de respuesta

3.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana

P.18: Y durante el año 2019, ¿cómo se ha repartido la afluencia a su comercio /negocio en función de los días de la semana?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



* Se sugirieron las opciones de respuesta

P.18: Y durante el año 2019, ¿cómo se ha repartido la afluencia a su comercio /negocio en función de los días de la semana?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico



	Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
Lunes	19,7%	20,1%	25,1%
Martes	19,9%	17,8%	18,8%
Miércoles	19,3%	16,9%	17,7%
Jueves	19,0%	18,5%	18,1%
Viernes	16,6%	22,1%	17,3%
Sábado	5,5%	4,4%	2,6%
Domingo	--	0,3%	0,4%

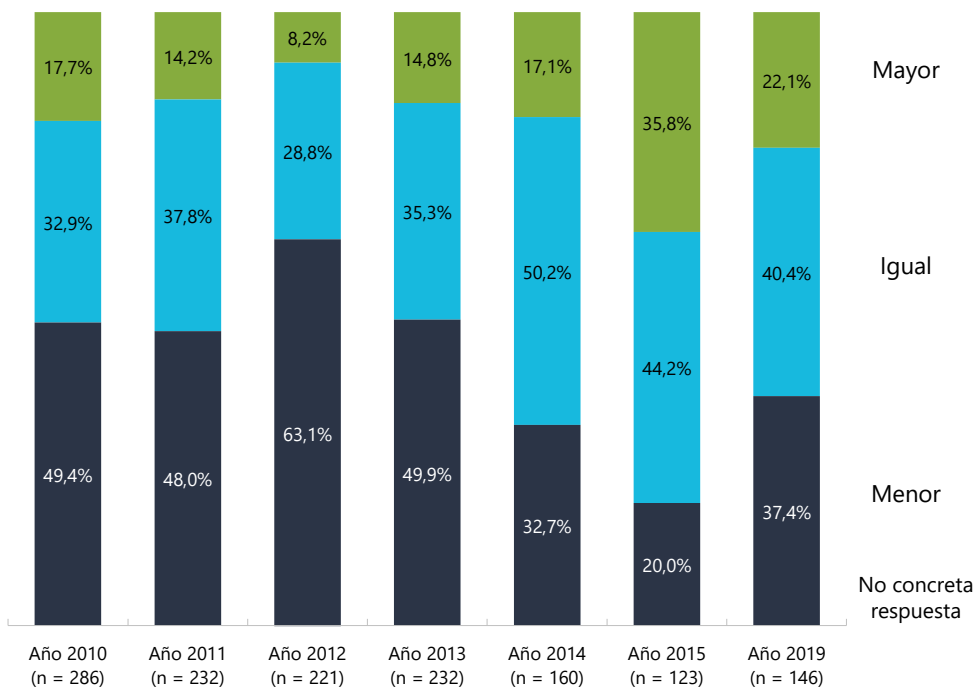
* Se sugirieron las opciones de respuesta

3.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes

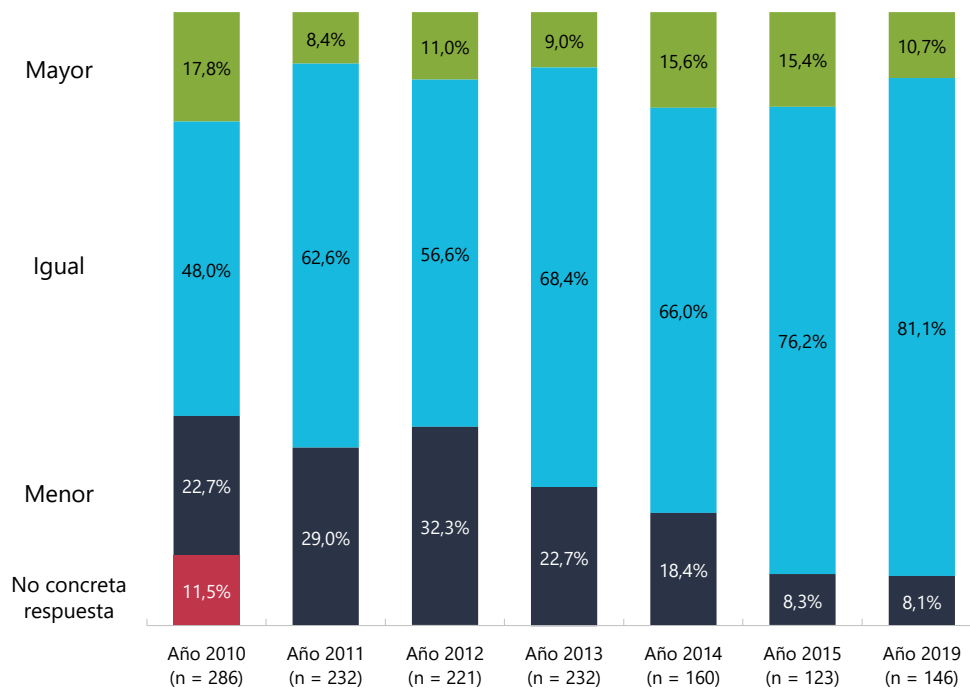
P.14/P.16.: ¿Diría usted que la afluencia de clientes y visitantes a su comercio durante el año 2019 ha sido mayor, igual o menor, que el año anterior?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Cientes, personas que han realizado algún gasto



Visitantes, personas que no han realizado gasto

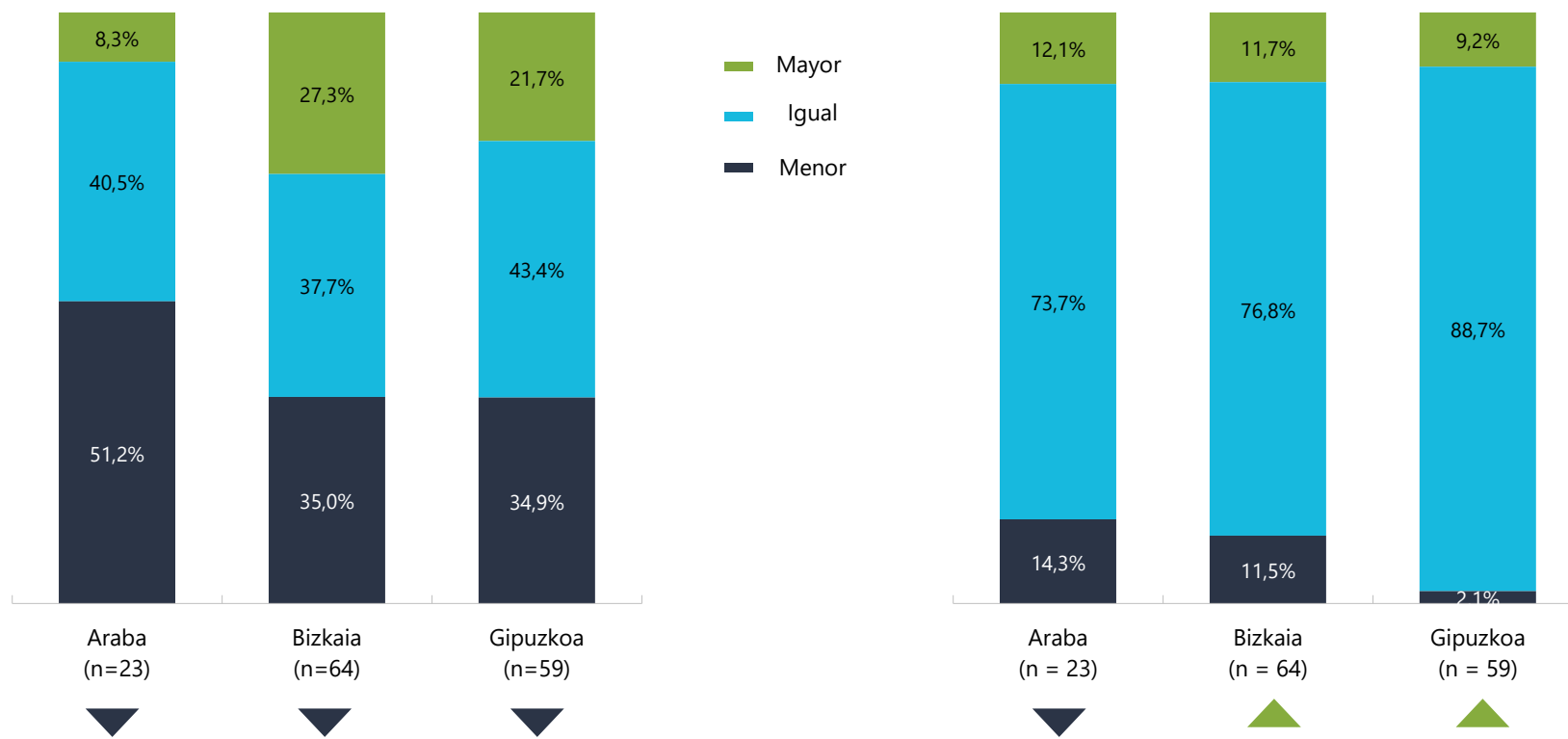


P.14/P.16.: ¿Diría usted que la afluencia de clientes y visitantes a su comercio durante el año 2019 ha sido mayor, igual o menor, que el año anterior?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Cientes, personas que han realizado algún gasto

Visitantes, personas que no han realizado gasto



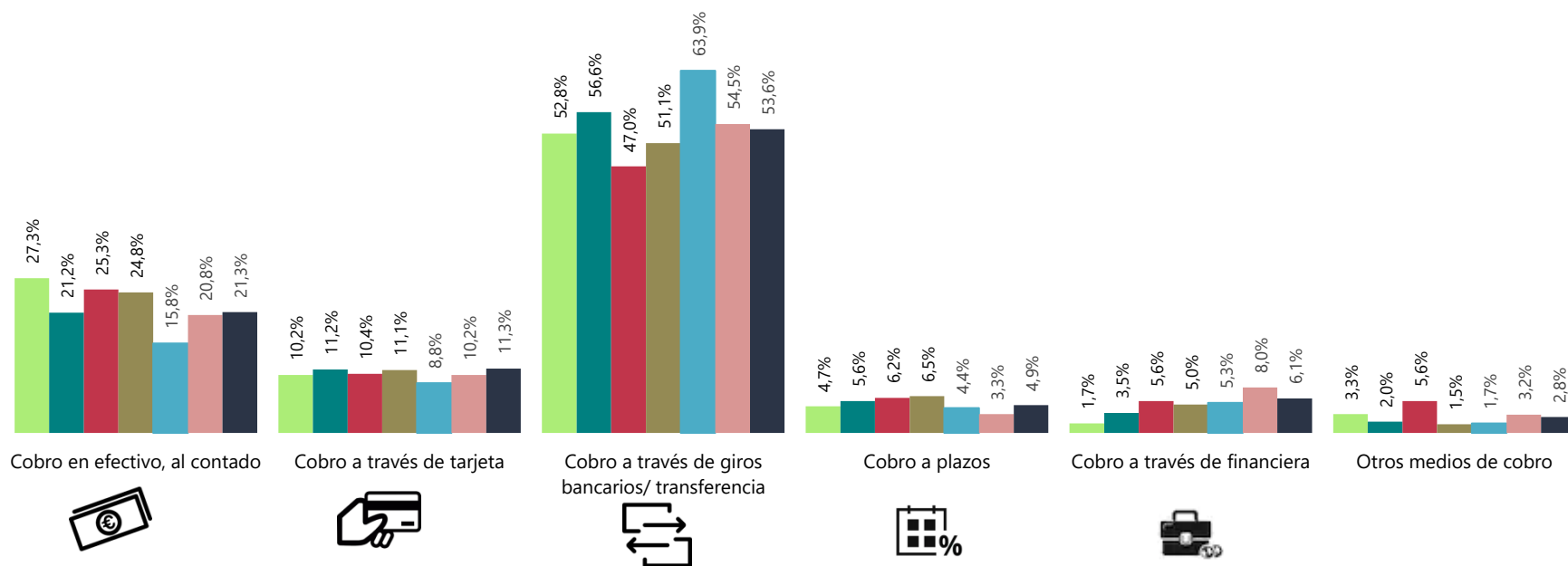
* Saldo de variación entre el % Mayor - % Menor. Tendencia crecimiento ▲ . Tendencia de contracción ▼

3.4. Distribución de las ventas según medios de pago

P.12: ¿Cómo se distribuyen las ventas en función de los siguientes medios de cobro?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados









■ Año 2010 (n = 286) ■ Año 2011 (n = 232) ■ Año 2012 (n = 221) ■ Año 2013 (n = 232) ■ Año 2014 (n = 160) ■ Año 2015 (n = 123) ■ Año 2019 (n = 146)



P.12: ¿Cómo se distribuyen las ventas en función de los siguientes medios de cobro?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Territorio histórico

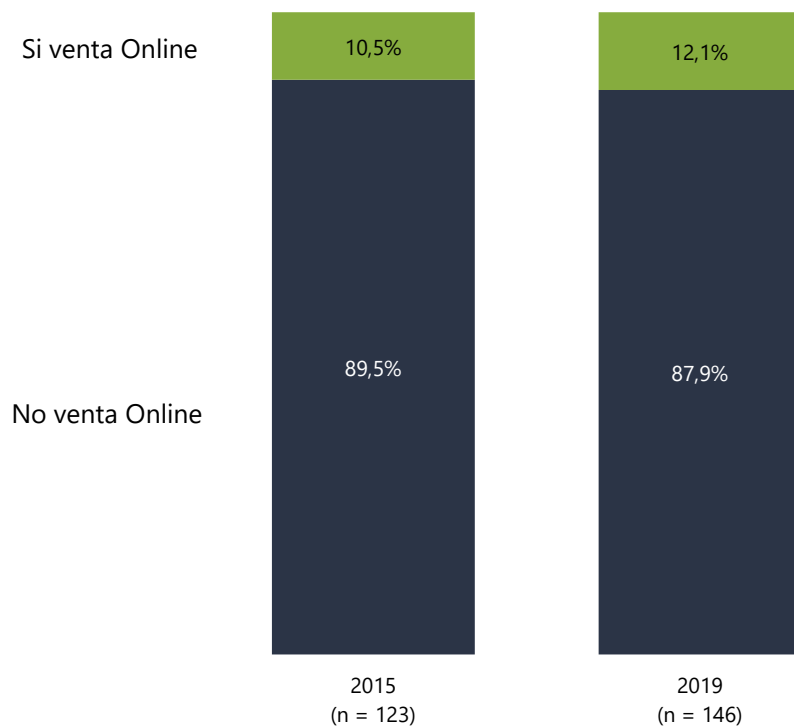
				
		Araba (n = 23)	Bizkaia (n = 64)	Gipuzkoa (n = 59)
Efectivo, al contado		23,0%	21,6%	20,4%
Tarjeta		14,2%	15,4%	5,8%
A través de giros/transferencias		43,5%	46,7%	64,9%
A plazos		4,2%	8,7%	1,0%
A través de financiera		11,1%	6,2%	4,1%
Otros medios de pago		4,0%	1,4%	3,8%

4. LA INCORPORACIÓN AL CANAL ON LINE DEL COMERCIO MAYORISTA VASCO

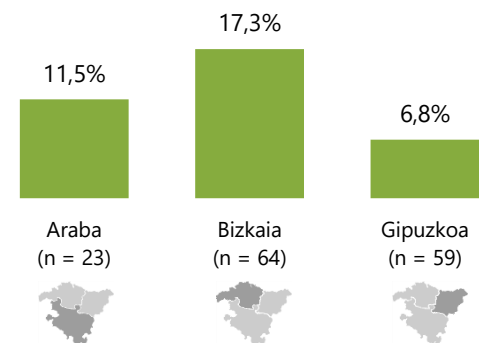
P.12.A: ¿Realiza usted venta Online?

 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Evolución

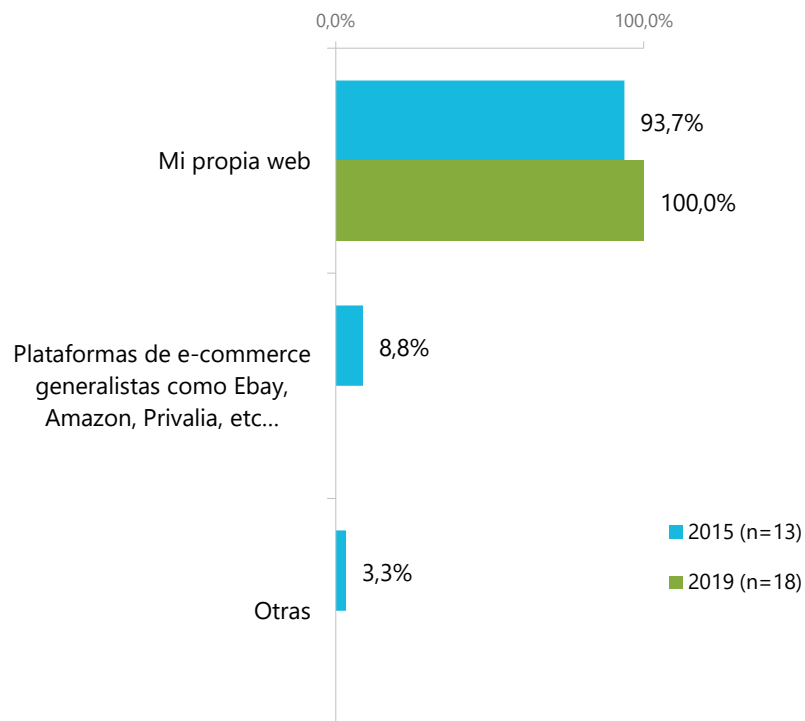


Venta Online por Territorio Histórico



P.12B: ¿A través de qué soporte realiza la venta Online?*

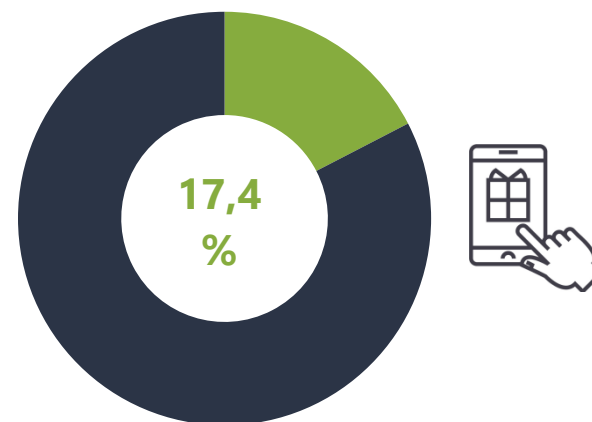
Base: Total de comercios mayoristas que realizan venta Online



P.12C: ¿Las ventas Online que porcentaje suponen sobre el total de ventas?

Base: Total de comercios mayoristas que realizan venta Online (n=18)

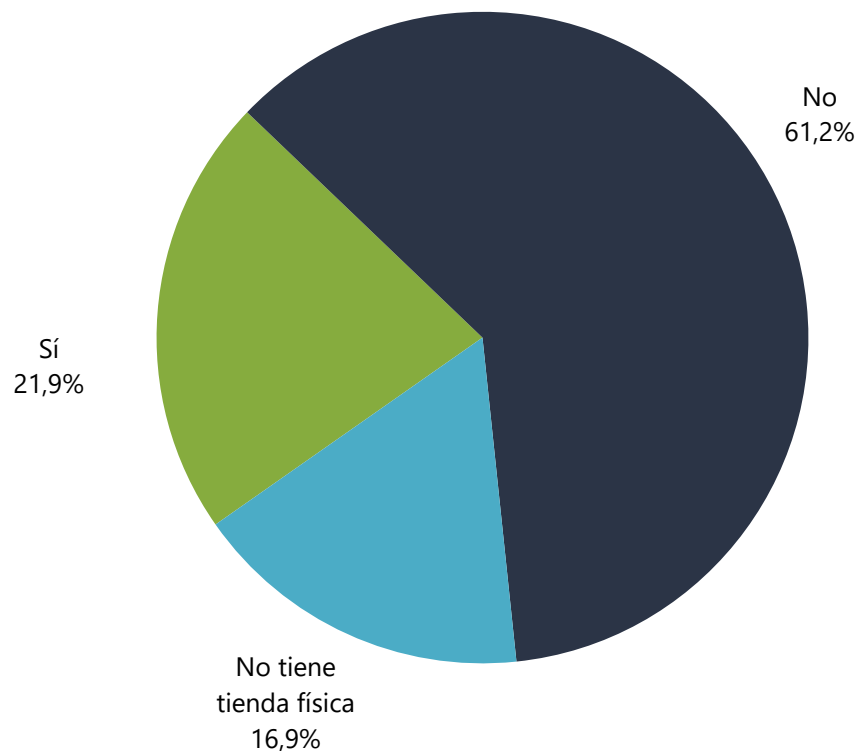
Media Ventas Online sobre Total de Ventas



* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

P.12D: ¿Tiene usted conectada su plataforma de venta Online a su programa de gestión de almacén, para que las ventas que se realizan mediante tienda física se detraigan del número de unidades disponible Online?*

Base: Total de comercios mayoristas que realizan venta Online (n=18)



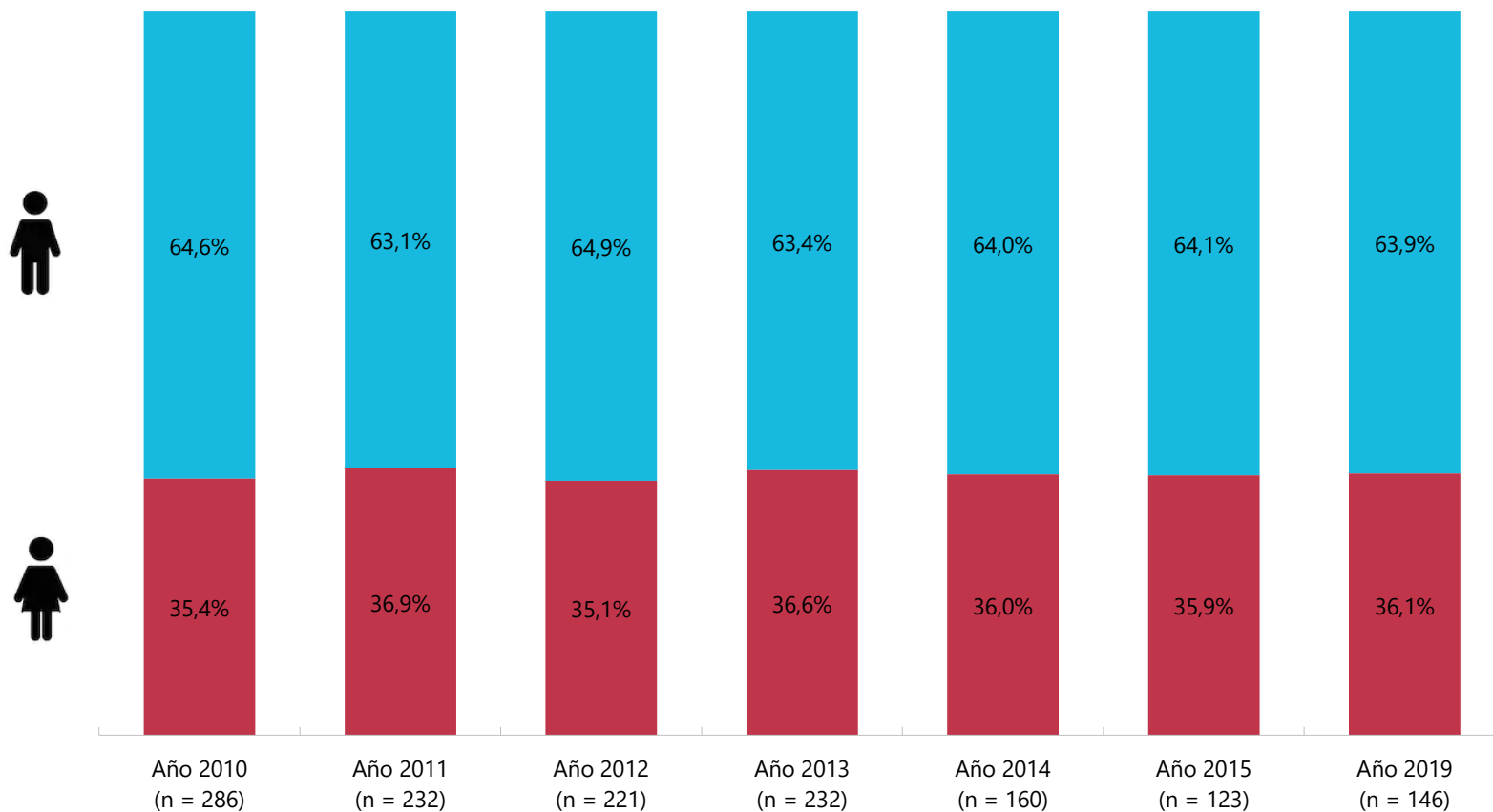
* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

5. LAS PERSONAS EMPLEADAS EN EL COMERCIO MAYORISTA VASCO

5.1. El empleo en el comercio mayorista vasco desde la perspectiva de género

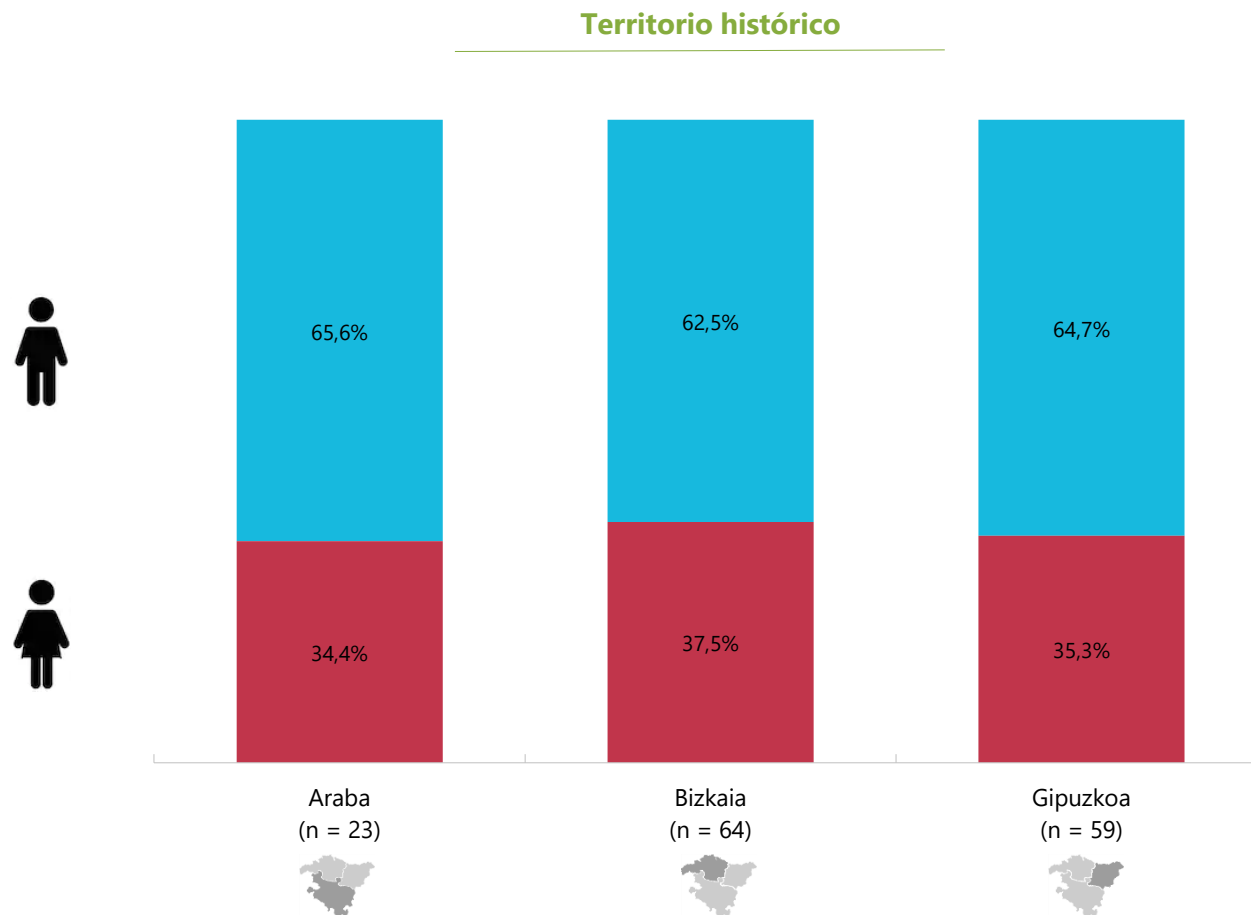
P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



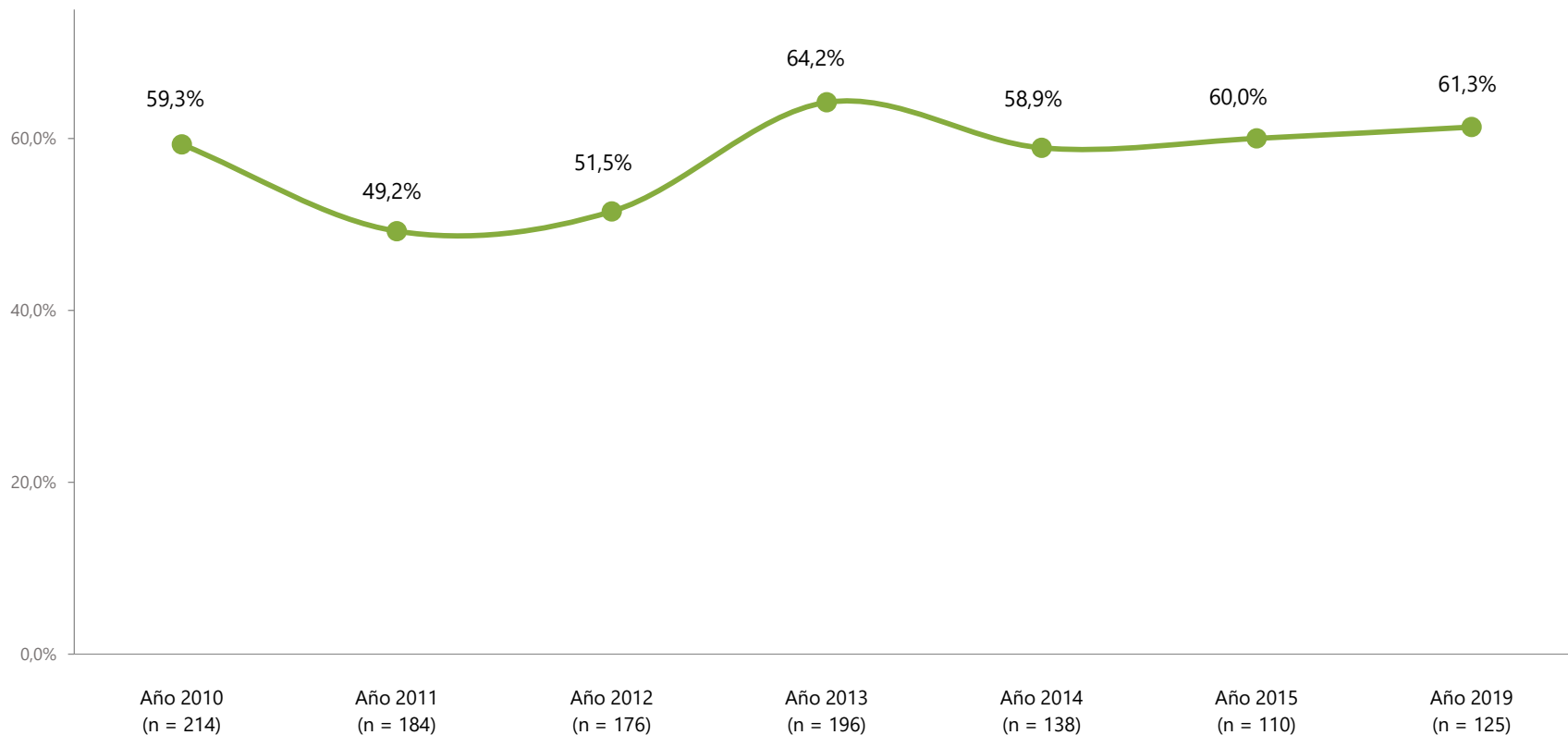
P.5: Tasa de personas empleadas según género y Territorio Histórico en el comercio mayorista vasco, 2019

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

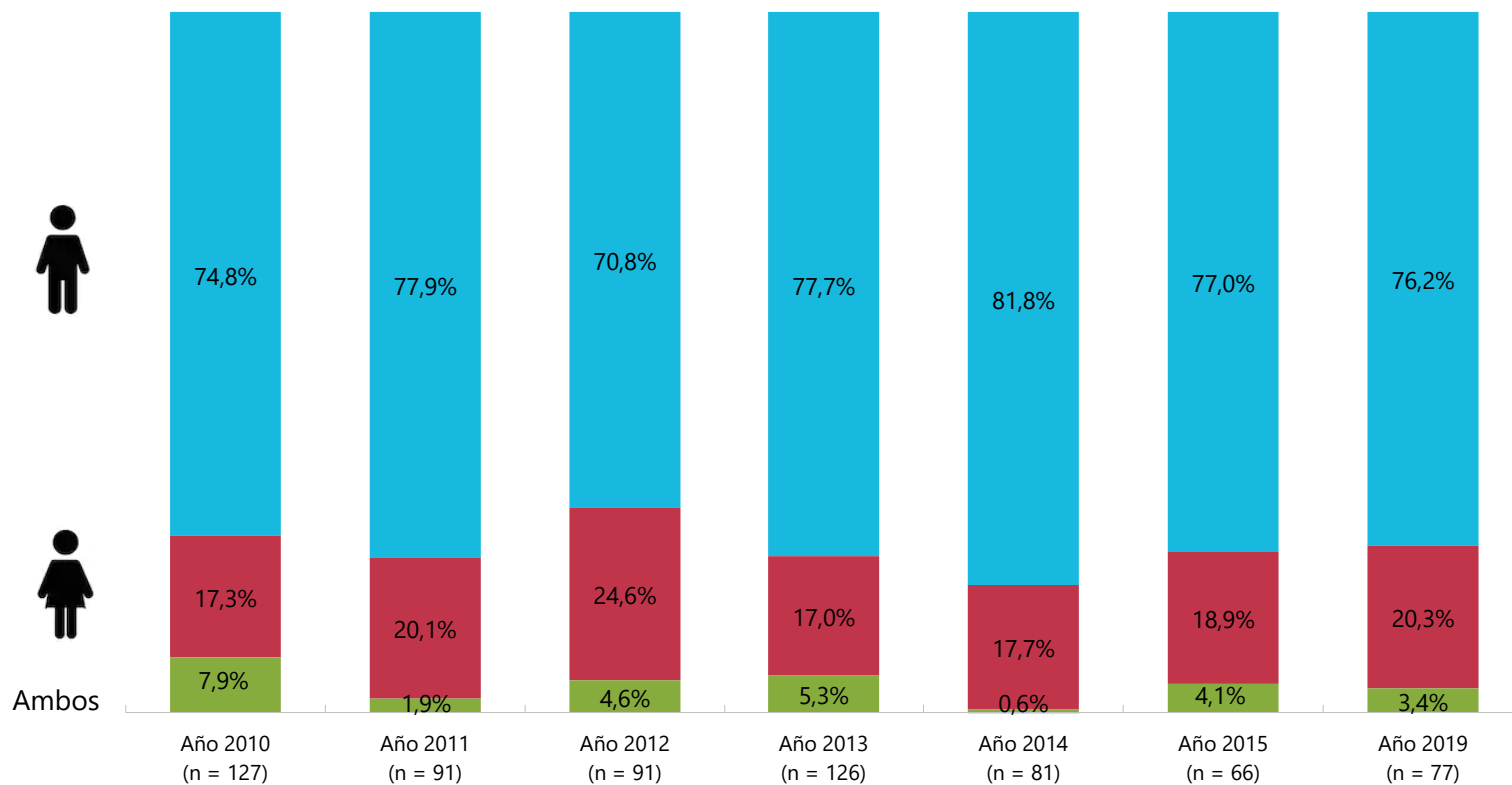


P.6: Excluyéndose usted, ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda?
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados que tienen algún empleado

Tasa de establecimientos con la figura de "Responsable de tienda"



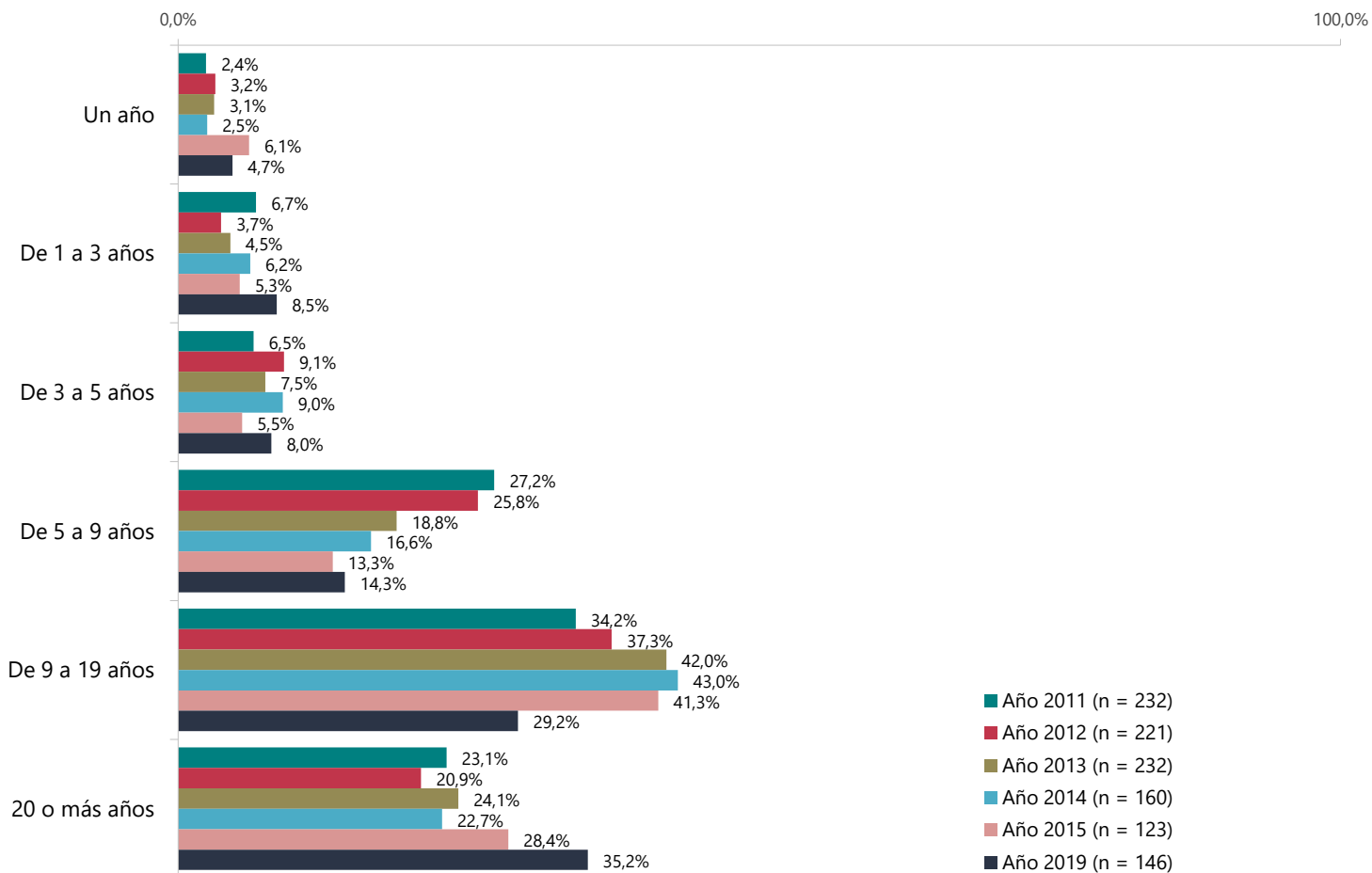
P.7: Este responsable de tienda, establecimiento ¿Es un hombre o una mujer?
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados que tiene la figura de responsable de tienda



5.2. Antigüedad del personal

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




Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



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

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

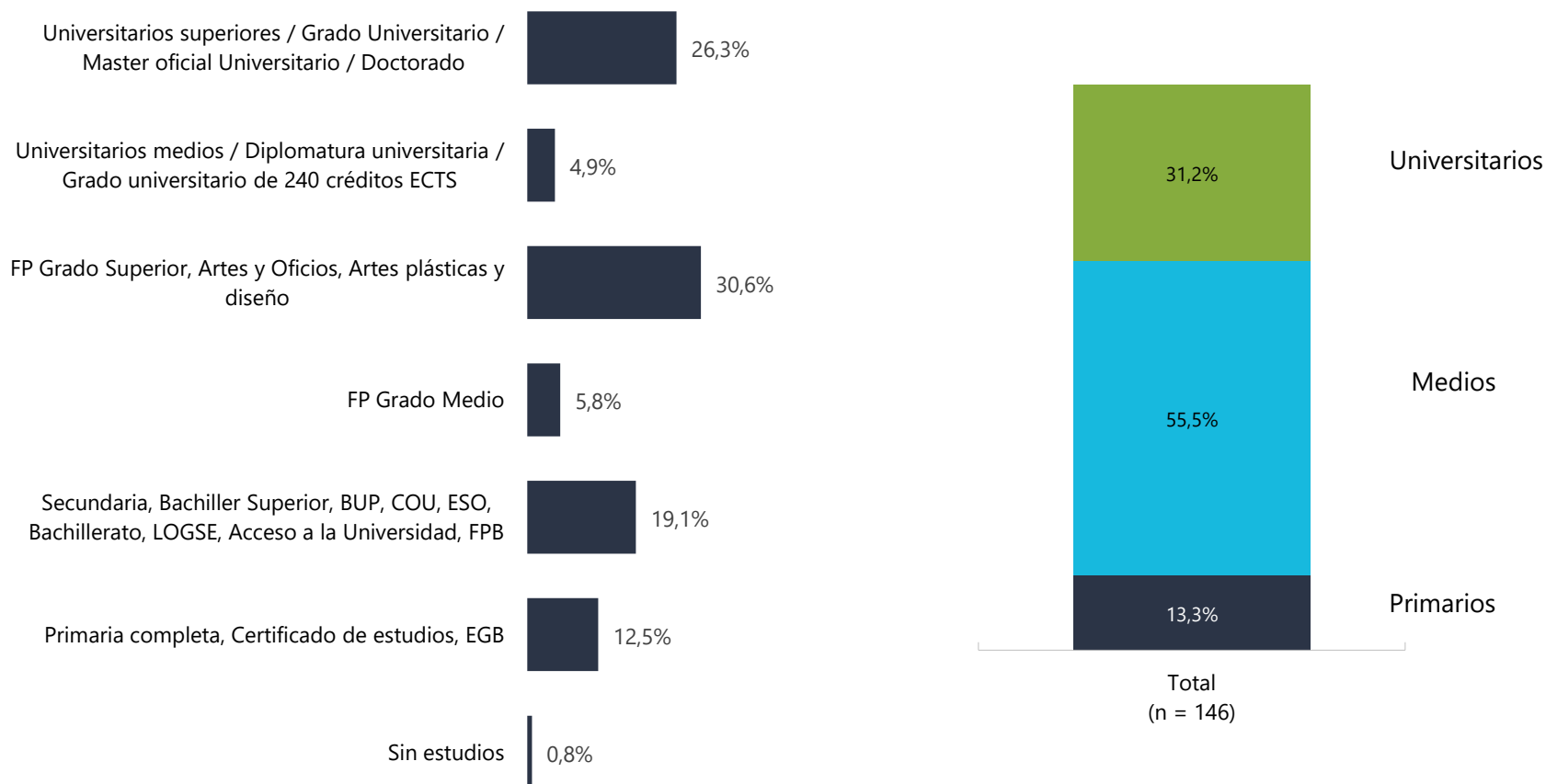
Territorio histórico

	 Araba (n = 23)	 Bizkaia (n = 64)	 Gipuzkoa (n = 59)
Un año	4,9%	3,1%	6,3%
De 1 a 3 años	8,6%	7,1%	9,9%
De 3 a 5 años	7,4%	7,6%	8,7%
De 5 a 9 años	6,0%	17,5%	14,1%
De 9 a 19 años	31,9%	37,6%	19,4%
20 años o más	41,3%	27,1%	41,6%

5.3. Nivel formativo del personal

P.9: Distribución del nivel de estudios entre las personas empleadas

 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

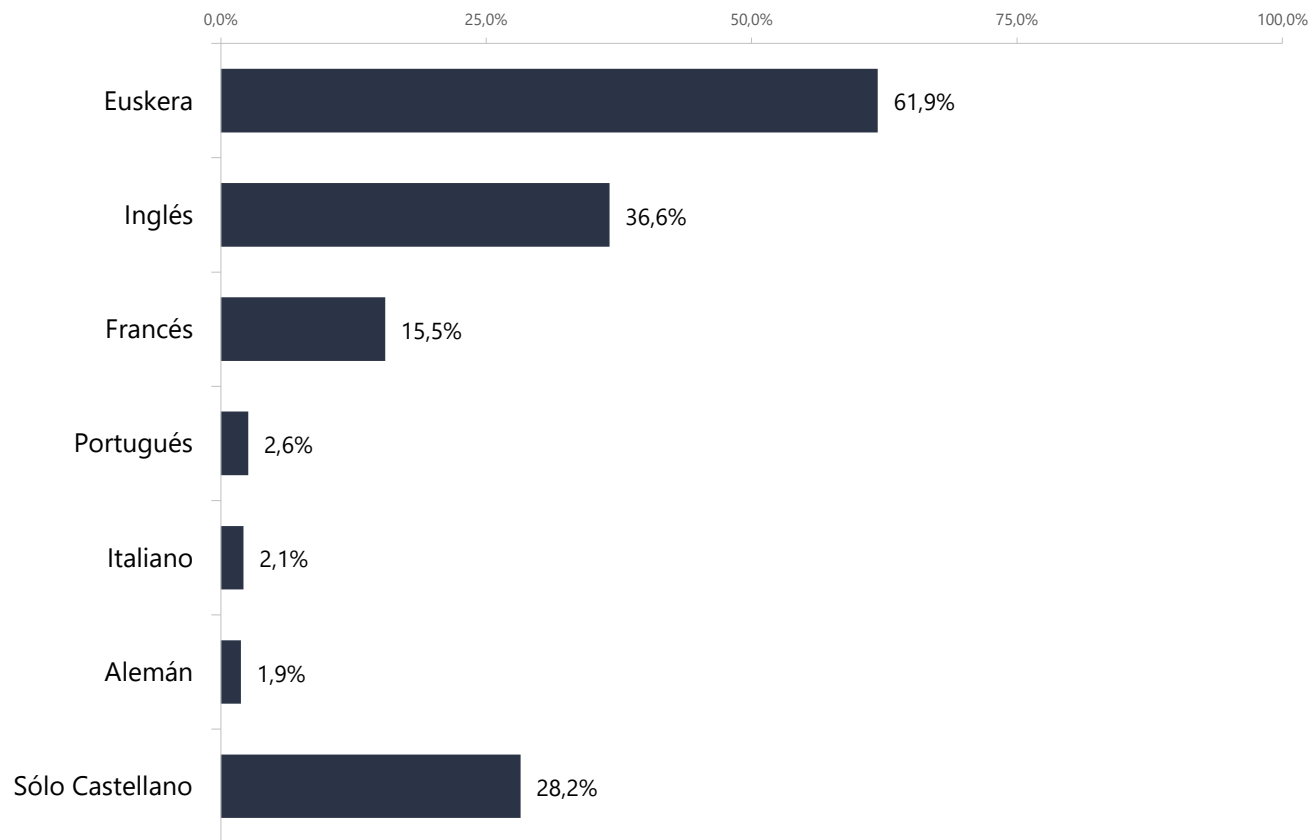


* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple. Cálculo de media por categoría

5.4. Capacidad lingüística

P.23.: ¿En qué idiomas está su comercio capacitado para atender a un cliente?*

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

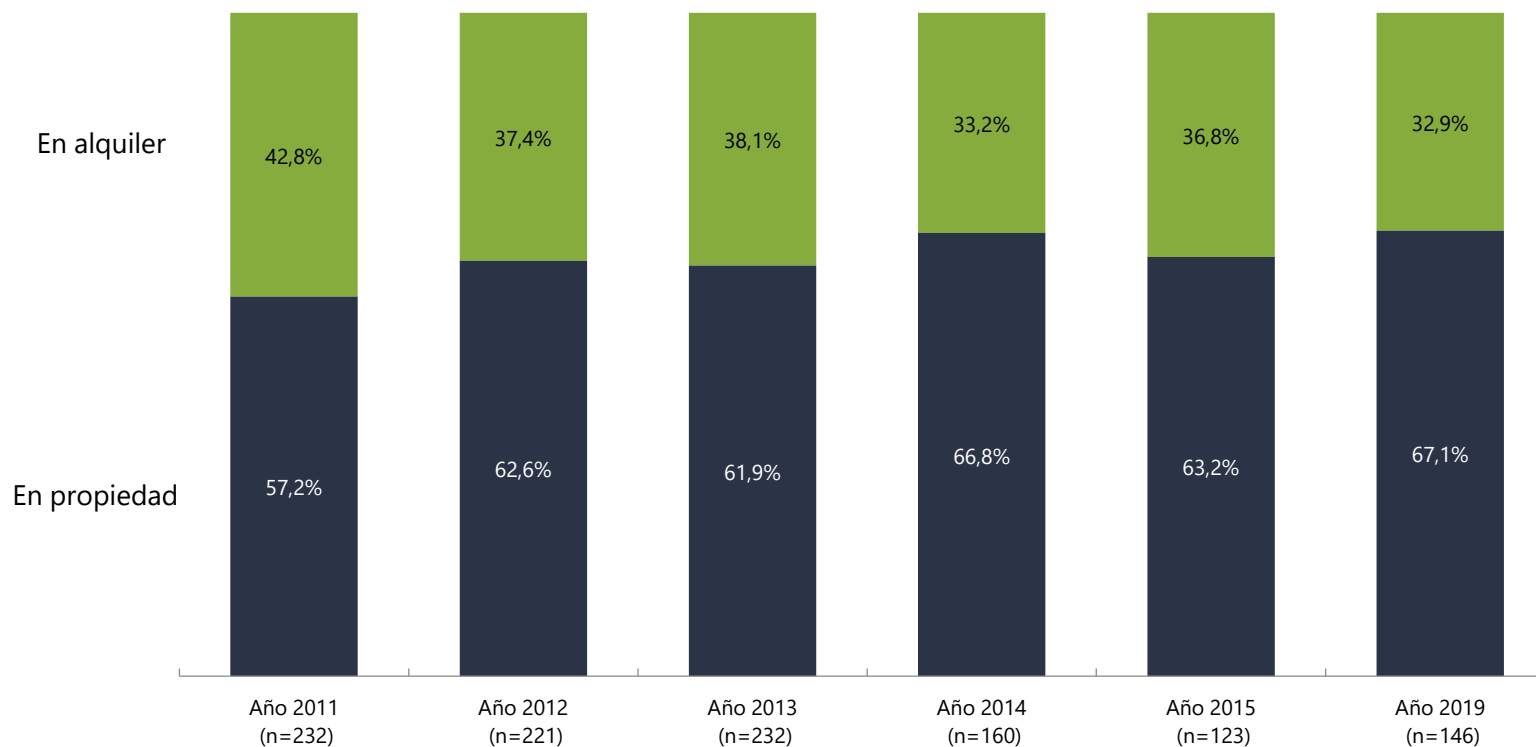


* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

6. EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES

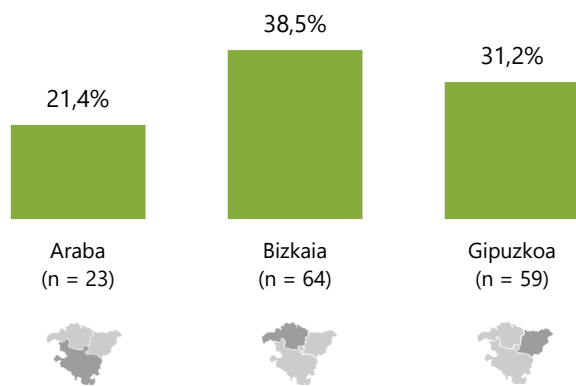
P.33: ¿El local del establecimiento del comercio está en régimen de alquiler?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

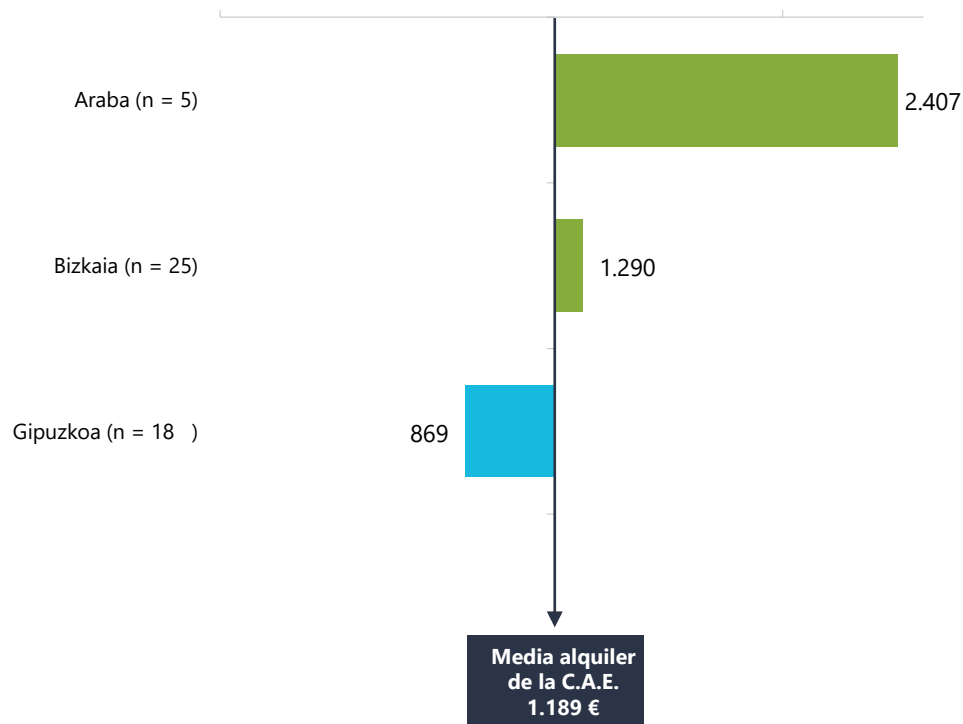


P.33/P.34: Tasa de locales comerciales en régimen de alquiler según Territorio Histórico y precio medio mensual, 2019
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Tasa de alquiler

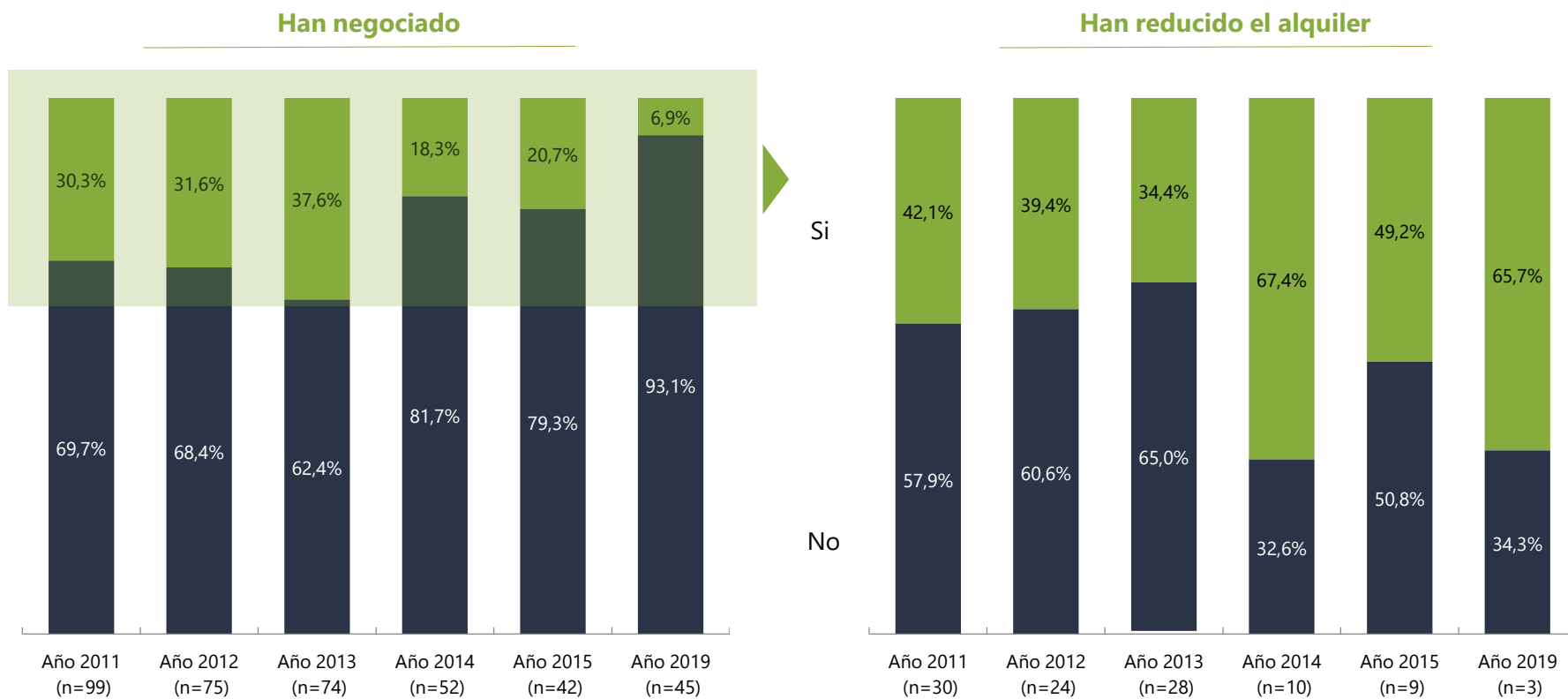


Alquiler medio mensual por Territorio Histórico (€)



Nota: Se muestran los datos a título orientativo debido a las bases muestrales muy reducidas en algunos territorios

P.36/P.37: : Establecimientos que han renegociado el precio del alquiler y tasa que lo ha conseguido
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados con el local en régimen de alquiler

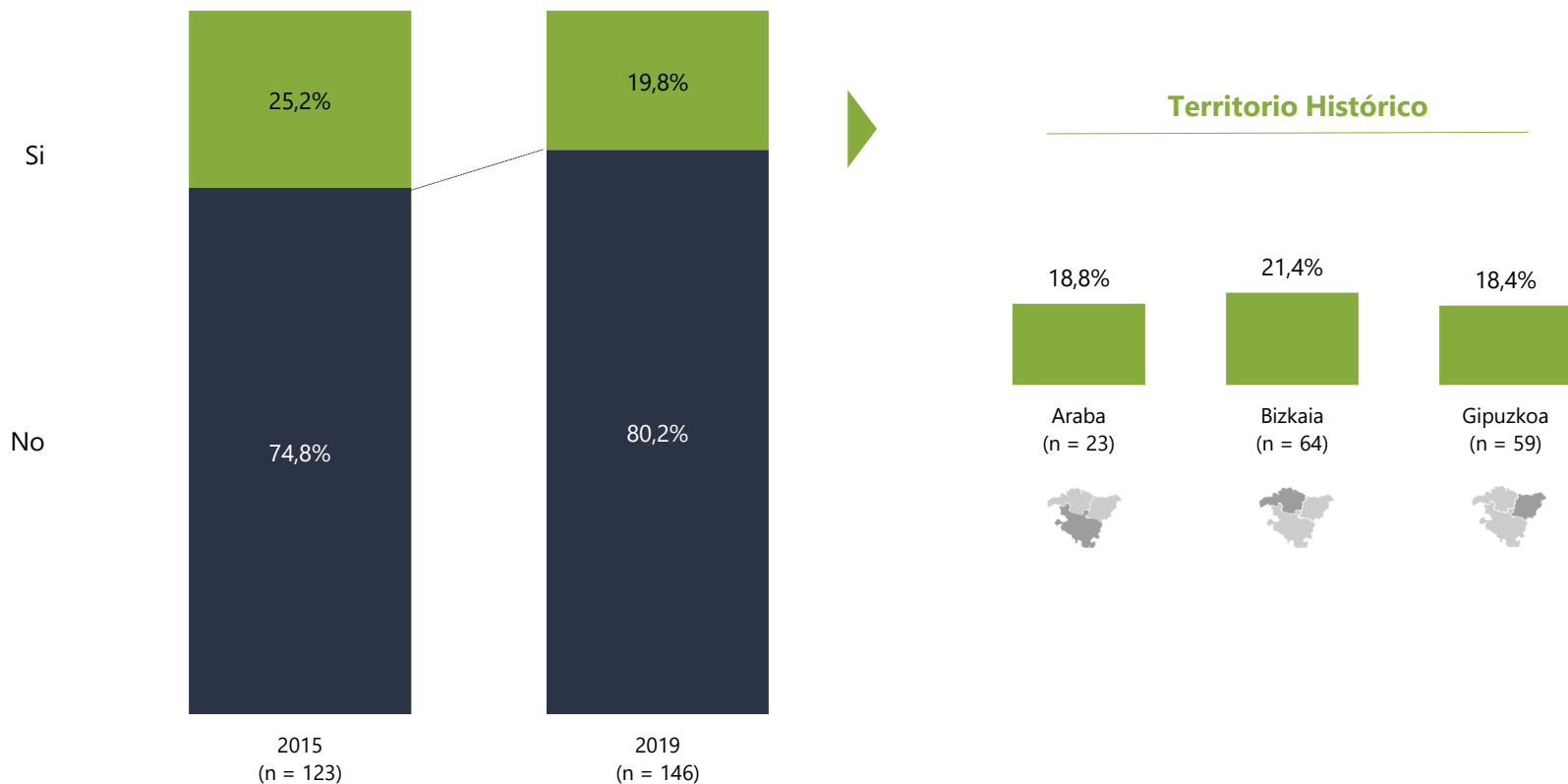


Nota: Se muestran los datos a título orientativo debido a las bases muestrales muy reducidas en la tasa de consecución de reducción del alquiler

7. OFERTAS, PROMOCIONES Y CAMPAÑAS

P.24A: A lo largo del año 2019, ¿ha realizado alguna oferta de temporada (descuentos especiales que se rebajan en mitad de temporada, lo que suele suponer para el consumidor comprar a precios más populares durante la temporada sin tener que esperar a las rebajas) u oferta especial?

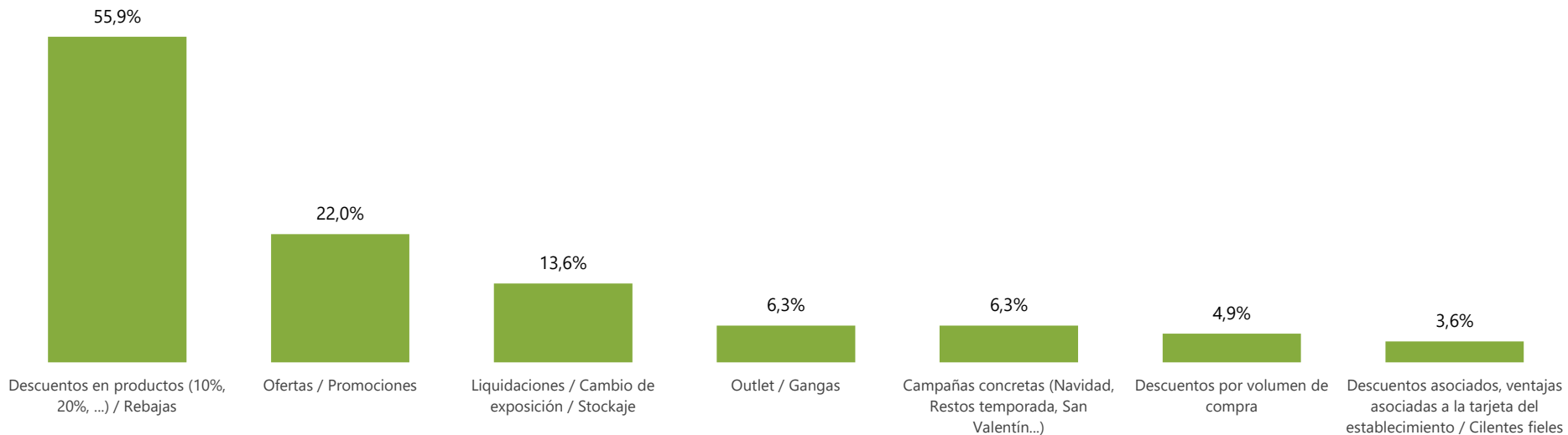
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



* Por oferta especial u oferta de temporada entendemos lo siguiente: descuentos especiales que se realizan en mitad de temporada lo que suele suponer para el consumidor comprar a precios más populares durante la temporada sin tener que esperar a las rebajas.

P.24C: ¿En que consistió esa oferta u ofertas?*

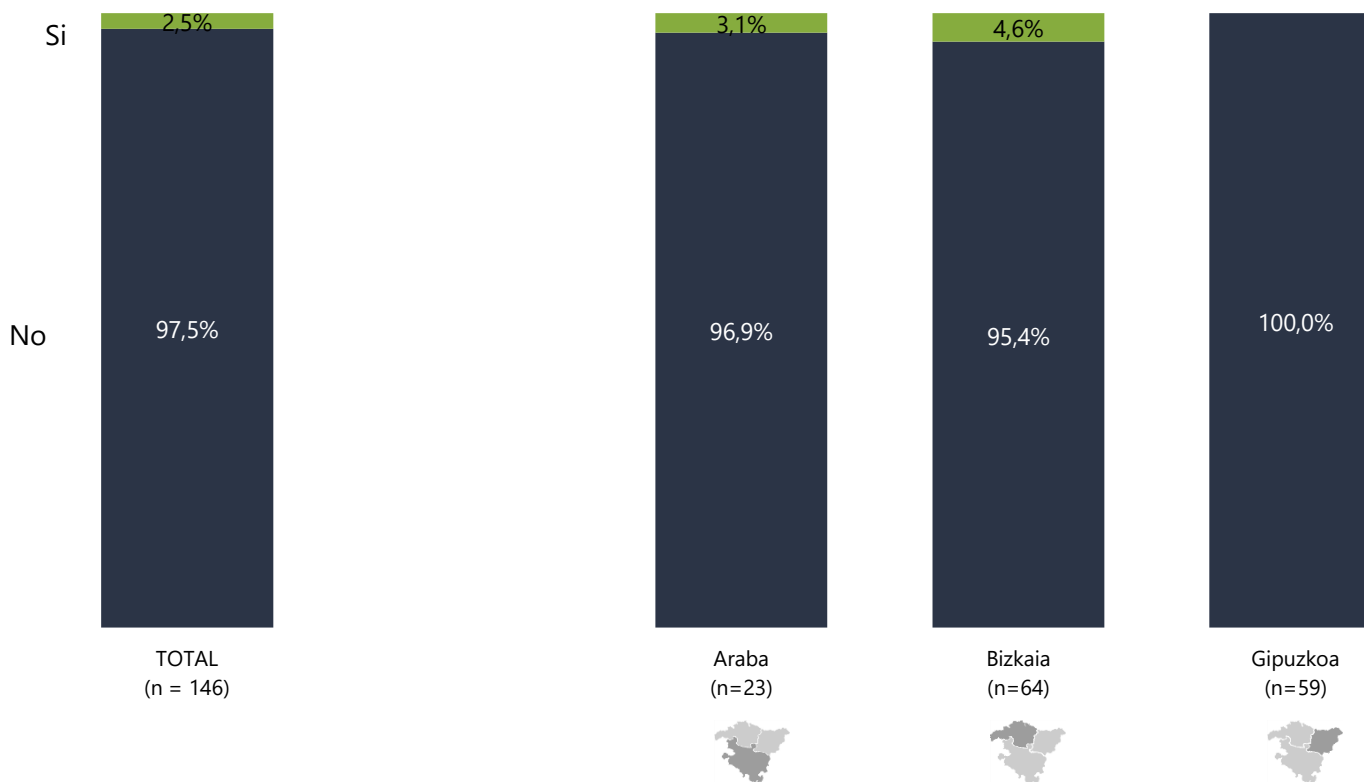
Base: Total de comercios mayoristas entrevistados que han realizado ofertas de temporada



* No se sugirió ninguna respuesta. Posible respuesta múltiple.

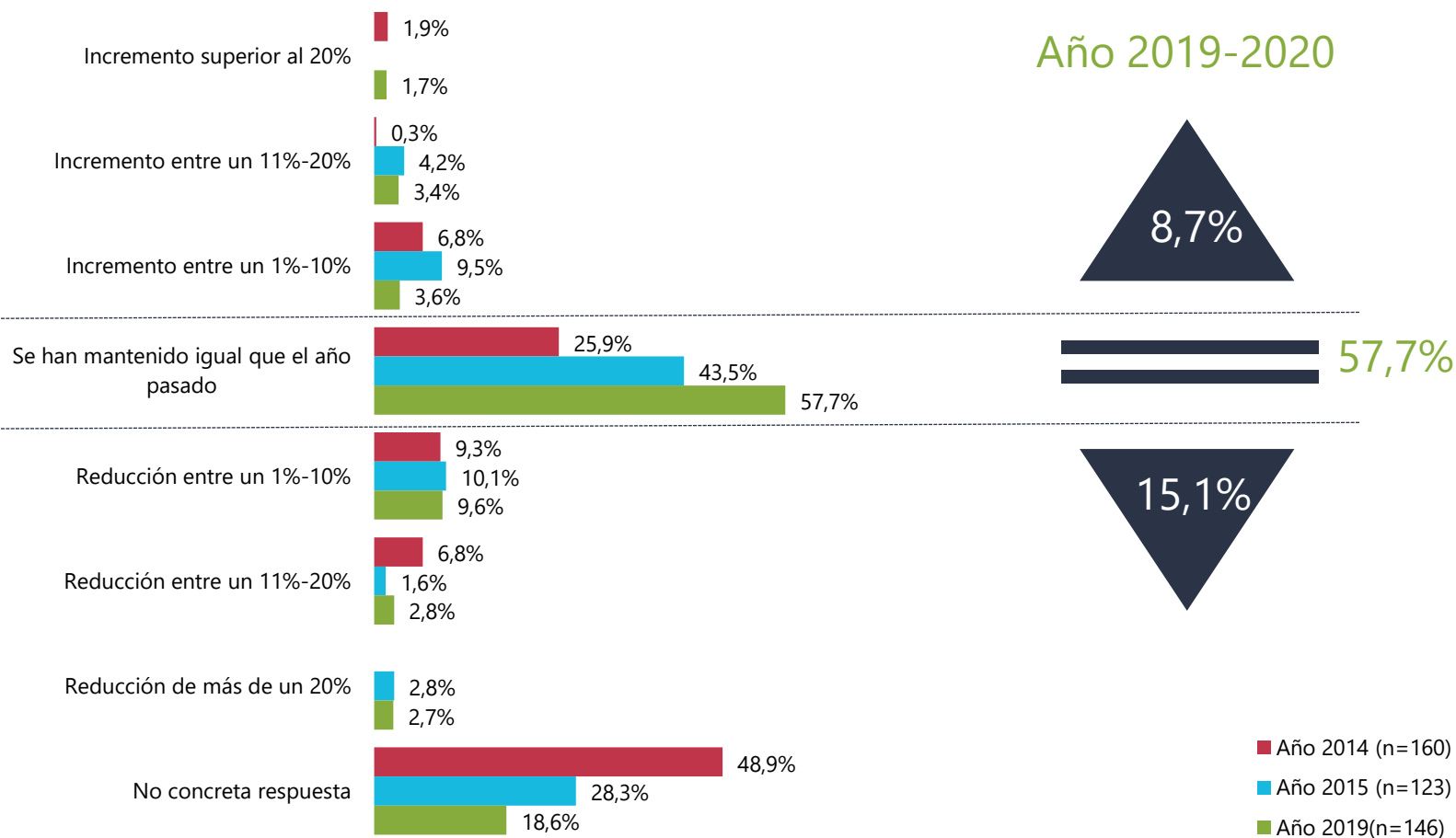
P.24D: ¿Ha realizado alguna oferta especial el pasado Black Friday?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados



P.25: ¿Cómo han ido las ventas de la campaña de navidad respecto al año pasado?







Base: Total de comercios mayoristas entrevistados





P.25: ¿Cómo han ido las ventas de la campaña de navidad respecto al año pasado?

Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

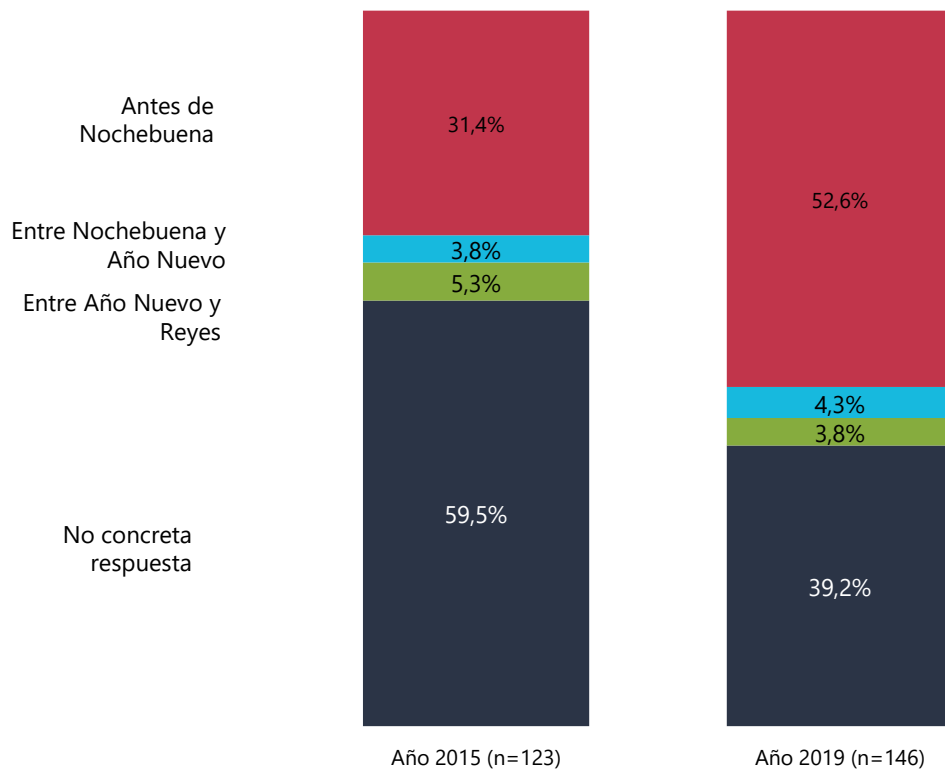
Territorio histórico

	 Araba (n = 23)	 Bizkaia (n = 64)	 Gipuzkoa (n = 59)
Incremento superior al 20%	--	3,9%	--
Incremento entre un 11 - 20 %	--	6,4%	1,5%
Incremento entre un 1 - 10%	--	4,5%	3,9%
Se han mantenido igual que el año pasado	52,0%	54,5%	63,3%
Reducción entre un 1 - 10 %	7,3%	13,8%	5,8%
Reducción entre un 11 - 20 %	--	3,0%	3,7%
Reducción de más de un 20%	8,8%	3,0%	--
No concreta respuesta	31,8%	11,0%	21,7%
INCREMENTO	--	15%	5%
DECREMENTO	16%	20%	9%
SALDO*			

* Saldo de variación entre el % Incremento - % Reducción. Tendencia Incremento  . Tendencia de reducción 

P.26: ¿Cuándo ha realizado más ventas en la Campaña de Navidad?
 Base: Total de comercios mayoristas entrevistados

Evolución





euskadiko merkataritzaren behatokia
observatorio del comercio de euskadi



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO



Donostia-San Sebastián, 1
01010 Vitoria-Gasteiz



945 019 718



behatokia-merkataritza@euskadi.eus



<https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/observatorio-comercio>