

# TXIKIZKAKO MERKATARITZAREN BAROMETROA 2015

## 1 DESKRIBAPENA: HIGH LINES

**AZALERA**  
Batez besteko tamaina **142,1 m<sup>2</sup>**koa da. Txikizkako merkataritza saltokien %54,6ak 100m<sup>2</sup> baino gutxiagoko azalera du.

**ENPLEGUA**  
Saltokien %76,8ak persona bat edo bi enplegatzen ditu. 2015ean saltoki bakoitzak batez bestez **2,7** pertsona enplegatzen zituen.

**BERRIZTAPENA**  
Azken berritze-lanak orain **2,9** urte egin ziren batez bestez.

**ANTZINATASUNA**  
Euskadiko txikizkako merkataritzaren batez besteko antzintasuna **24,1 urte**-takoa da.

**FORMA JURIDIKOKA**  
Txikizkako saltokien %69,9a **pertsona fisikoaren** forma juridikoa erabiliz kudeatzen dira (**norbanako enpresaria %63,4 eta ondasun erkidegoa %6,4**).

**ORDUTEGIA**  
Lanaldi zatiuta da praktika orokorra, bezeroaren arretari dagokionez txikizkariaren %87,6ak zatitutako ordutegia eskaintzen du.

**TEKNOLOGIZAZIOA**  
Mahi gainek **ordenagailua: %56,2**ak IKT hau du bere saltokian. **Eskuko ordenagailua:** saltokien %24,8a eskuko ordenagailuaren jabe da. **Tablet-a:** Saltokien %75,3a Internet ezarria du bere negozioan. **Kudeaketarako software-a:** %56,1ak aplikazio mota hau eskuratzen du.

## 2 EUSKADIKO SALTOKIEN KUDEATZAILEAK

**PRESTAKUNTZA MAILA**  
Prestakuntza maila **erdi-goi mailakoa** da: %51ak, **DBB, UBI** edo **Lanbide Heziketa** ikasketak gaurizatu ditu; aurreko urteko datuekin alderatuz portzentajezko **4,9** puntu gutxiago. %30,1ak unibertsitate ikasketak burutu ditu, honek 2014ko datuak dagokionez **4,4** puntutako hazkundera suposatzen du.

**ADINA**  
Batez besteko adina **48,8** urtetan kokatzen da. Pertsona bakarra enplegatu duten saltokien kudeatzaileen batez besteko adina **50,5** urtekoa den bitartean **20** pertsona edo gehiago enplegatzen dituzten saltokien kudeatzaileen batez besteko adina **43,2** urtekoa da.

**NEGOZIOAREN JABEEN JATORRIA**  
Elkarretxatutako negozioen kudeatzaile/jabe gehienak Euskal Autonomi Erkidegoa jaiotako dira (%82,5). %2,4 baino ez dator Europa Batasuneko edo munduko beste herrialde batzuetatik.

## 3 SALTOKIAREN ERLAZIO ESTILOA/MODUA

**MERKATARITZA ESTILOAK**

**1.0** **MISTOAK** **2.0**

**1.0 Saltokiak:** 2014ko Barometroan %43,5eko pisua izanda ere, 2015eko Barometroan %37ra murrizten da.

**Saltoki mistoak:** 2014ko Barometroan saltokien %51,6a ziren saltoki mistoak, 2015ean %58,4a.

**2.0 Saltokiak:** 2012ko Barometroan ia desagertzerara heldu baziren ere (%0,1), 2013ko Barometroan indarra hartu zuten (%0,6). 2014ko Barometroan %0,9 izatera iritsi ziren eta urte honetako Barometroan kopuru hau egonkor mantendu da %1eko zenbaterokorekin.

## 4 EUSKADIKO MERKATARITZAREN BALIOAK

**SALTOKIEK LEHENESTEN DITUZTEN ASPEKTUEN HIERARKIA-ORDENA:**

**Zerbitzua, jokaera eta bezeroari arreta**

**Konfiantza**

**Prezioa**

**Kokapena, hurbiltasuna**

**Denbora**

## 5 SALMENTEN BANAKETA ETA KOBRANTZA BIDEAK

**Salmenten %55,1a** goizeko ordutegiaren tartean egiten dira (**14:00ak aurretik**).

Euskadiko txikizkako merkataritzaren salmenten %40a **16:00-20:00** tartean egiten jarraitzen da.

"Azken orduko" salmentak **20:00etatik aurrera** egiten direnak **hondar-salmentak** izaten jarraitzen dute, %0,2 jaitziz 2014 urteko Barometroko datuekin alderatuz.

**Larunbatak** azken 6 Barometroko salmenta ratio handiena lortzen du, ostegunarekin **hirugarren postuan berdinketa** lortuz.

**Astearte eta asteazkenak** salmenten banaketan pisua galtzen dute, azken postuan kokatuz baina eta igandea kontuan hartzen ez bada.

**Ostirala eta astelehenak** salmentei dagokionez **egun gako** izaten jarraitzen dute.

Online salmentei dagokionez, euskadiko txikizkako merkataritza **%12,5ak online salmentak burutzen dituela** baieztatzen du.

## ORDAINBIDEAK

Euskadiko txikizkako merkataritzaren erabilien diren **10 salmenta eragiketarik** 6 eskudiruzko ordainketaren bidez egiten jarraitzen dira.

Txartelaren bitartez egiten diren ordainketak aurreko Barometroko datuekin alderatuz ratio altuenean kokatzen dira. 2014 urteari dagokionez, portzentajezko **4,2** puntutan hazten da.

## 6 JENDE-OLDEA ETA SALTOKIETAN ZIRKULAZIOA

**+%11,1**  
2015 urtean bezero-oldearen hazkundera erekin jarraitzen da. 2014ko datuekin alderatuz portzentajezko **11,1** puntu gehiago.

Saltokien **%25,9ak bezero-oldea** handiagoa izan dela baieztatzen du.

Modu berdinean bistarrien-oldea (gastua egin ez duten pertsonak) ere portzentajezko **5,4** puntutan hazi egiten da.

**-%5,8**  
Ezkorrek diren saltokiak portzentajezko **5,8** puntutan murrizten dira eta serie historikoan lehenengo aldiz, bezero-oldean jarrera baxerena duten txikizkako saltokien ratioa **%40aren azpitik** kokatzen da.

**BEZERO KOPURUA TXIKITU DELA BAIEZTATZEN DUTEN SALTOKIEN EHUNEKOA**

Urte	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
EHUNEKOA	43,9%	50,8%	55,3%	66,4%	70,9%	59%	43,3%	37,5%

**BEZERO KOPURUA HANDITU DELA BAIEZTATZEN DUTEN BEZEROEN EHUNEKOA**

Urte	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
EHUNEKOA	4,9%	7%	12,5%	5,7%	4,3%	69,9%	14,8%	25,9%

## 7 TURISMOA ETA EUSKADIKO TXIKIZKAKO MERKATARITZA

**+%34,4**  
Turismoaren eragina serie historikoaren atari altuenean kokatzen da, 2014. urtean iradokitako joera alderantzizkatuz.

**Turismoaren eragina bereziki Gipuzkoan** nabaritzen da. Dena den, **Bilbao eta Donostia** turismoak merkataritzan duen eraginaren erreferente moduan kokatzen dira.

**ATZERRIKO TURISTA**

Urte	2010	2011	2012	2013	2014	2015
EHUNEKOA	38,5%	40,8%	41,4%	39,9%	35,6%	34,6%

**BESTE AUTONOMIA ERKIDEGO EDO LURRALDE HISTORIKOETAKO TURISTAK**

Urte	2010	2011	2012	2013	2014	2015
EHUNEKOA	61,5%	59,2%	58,6%	60,1%	64,4%	65,4%

Euskadiko txikizkako merkataritzan enplegatutako **10** pertsonetatik **6** emakumeak dira, aurreko Barometroko datuak dagokionez, antzeko banaketa lortzen zen. Beraz, aurreko Barometroan gertatzen zen modu berdinean **oreka** mantentzen da gizona eta emakumezkoen artean.

**Batez besteko antzintasuna:**

Langileria sektorean barneratzen ari da aurreko urteko eritimo berdina jarraituz.

Saltokien antzintasun handiena duten urtearen segmentua txikizkari da (**20** urte edo gutxiago).

Azken **2/3** urteetan kontratatutako langileen antzintasunaren hazkundera ematen da, beraz azken **2/3** urteetan gertatutako lanaren galera minimoa da.

Euskadiko txikizkako saltokien **%52ak** arreta **euskeraz** ematen du, Gipuzkoako lurralde historikoetako saltokiek zenbateko honetan eragina dute (%75,1)

**Ingelesak** arreta emateko erabili dezakeen hizkuntza moduan aipamenen **%25,2a** lortzen du, 2014ko datuekin erkatuz, portzentajezko **10** puntu gehiago.

## 8 EUSKADIKO TXIKIZKAKO MERKATARITZAK ENPLEGATUTAKO LANGILERIA

**-%2,7**  
Euskadiko txikizkako saltokietan gizonaen presentzia 2013 urteetik aurrera (gizona gehien egondako urtea) portzentajezko **2,7** puntutan murriztu da, 2010 urteko ratioarekin hurbil kokatuz.

**=%19,6**  
Unibertsitate ikasketak mantentzen dituzten langileen tasa **%19,6an** mantentzen da, azken lau urteetako Barometroan lortutako emaitzen antzera.

## +%12,1

## 9 MERKATARITZA SALTOKIEN ALOKAIURUA

**Alokaiuran** dauden saltokien **batez besteko hilaletako alokairua 1124,6 euro** takoa da. Batez besteko alokairu **124,6** euro takoa da, 2014 urteko datuekin alderatuz %4,1ean gutxitzen da (1172,2 euro).

**Alokaiu erregimenean** dauden saltokien **%17,2a prezioa bermeztatzen saiatu** dira. 2014ean zenbateko hau **%27,1**ekoa zen. Beraz, alokairua bermeztatzen saiatu diren saltoki kopuruak **behera egiten du** bigarren urtean.

Errentamenduaren zenbatekoa bermeztatzen saiatu diren saltokien **%34,5a honen prezioa murriztea lortu dute**. Alokaiuraren batez besteko murrizketa **%11,8an** kokatzen da, beraz, 2014 urtean lortutako murrizketari dagokionez, portzentajezko **1,2** gutxiago.

## 10 GABONETAKO KANPAINA ETA MERKEALDIAK

**+%12,1**  
**BLACK FRIDAY**

**Gabonetako kanpaina:**  
Txikizkako hamar saltokitik lauk **gabonetako kanpainako salmentak aurreko urteko salmenten berdina** izan direla baieztatzen dute. Ratio hau portzentajezko **3,9** puntutan handitzen da.

Euskadiko txikizkako saltokien heren batek aurreko urteko datuak kontuan izanik salmentak gutxitu direla dio. Kontra, euskadiko txikizkako saltokien %18,5ak salmenten suspertzea gertatu dela aipatzen du, gabonetako kanpainan salmenten hazkundera ematen delarik.

**Neguko merkealdietako protagonista** moda sektoreko txikizkako saltokiak dira.

**Merkeladi** kanpainaren hasiera datari dagokionez, **10 saltokitik 9 urtarilaren 7an** hasi ziren. %4,9a gabon-gaua aurretik, %0,1a gabon-gau eta urteberri-egunaren artean eta %6,1a urteberri-egunaren eta errege-egunaren artean.

Euskadiko txikizkako saltoki handienak, **20** pertsona edo gehiago enplegatzen dituztenak dira gabon-gau aurretik salmentak gehien izan dutenak (%49,7).