

BARÓMETRO DEL COMERCIO MINORISTA VASCO

(Primer cuatrimestre de 2.009)

Informe de resultados

26 de junio de 2009

índice

1.- INTRODUCCIÓN	3
2.- FOTOGRAFÍA DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	19
3.- LA PERCEPCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS	37
4.- DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN MEDIOS DE COBRO	56
5.- EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO	62
6.- EL PROCESO DE ACCESO A LA FINANCIACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	72
7.- INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO VASCO (I.C.C.V.)	83

1

INTRODUCCIÓN

- 1.1. Objetivos del Barómetro del Comercio Minorista Vasco**
- 1.2. Ficha técnica: Metodología de trabajo**



1.1. OBJETIVOS DEL BARÓMETRO DEL
COMERCIO MINORISTA VASCO

OBJETIVOS GENERALES

“Creación, gestión y explotación de un panel de comercios, representativo del comercio de la Comunidad Autónoma de Euskadi”.

Todo ello con un doble objetivo:

- ✓ **Realizar un seguimiento adecuado del sistema comercial de la Comunidad Autónoma de Euskadi.**
- ✓ **E, incidir en la mejora de la competitividad del comercio vasco.**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Los **objetivos específicos** de este tercer Barómetro del Comercio Minorista Vasco, correspondiente al primer cuatrimestre de 2.009, sobre los que se ha trabajado, son los siguientes:
 - ✓ **Análisis de las ventas del comercio minorista vasco** durante el primer cuatrimestre de 2.009 (distribución de ventas a lo largo de un día; distribución de ventas a lo largo de la semana; volumen de ticket media; medios de pago; y, percepción de la evolución de ventas desde una perspectiva comparada en relación al primer trimestre de 2.008).
 - ✓ **Análisis de la afluencia de clientes y visitantes** durante el primer cuatrimestre de 2.009 (Distribución de la afluencia a lo largo de un día; distribución de la afluencia a lo largo de la semana; y, percepción de la evolución de la afluencia desde una perspectiva comparada en relación al primer trimestre de 2.008).
 - ✓ **Descripción del comercio minorista vasco** desde la **perspectiva de género**.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinación del grado de **acceso a líneas de financiación** de entidades de crédito por parte del comercio minorista.
- ✓ **Análisis de la evolución de la inversión** en el comercio minorista vasco.
- ✓ **Descripción del comercio minorista vasco** en función de una serie de **variables estructurales** (tamaño del comercio vasco; antigüedad y renovación del comercio vasco; forma jurídica del comercio vasco; horario de apertura; grado de presencia de la tic's en el comercio vasco;...).
- ✓ Evolución del **Indicador de Confianza del Comercio Minorista Vasco** en relación a la actividad del sector.



1.2. FICHA TÉCNICA: METODOLOGÍA DE TRABAJO

- ✓ La creación, gestión de este panel de comercios, base del barómetro, ha supuesto cubrir una serie de fases. Fases que a continuación detallamos:

- 1** **Fase I: Creación del panel** (es decir, la captación de los comercios panelistas).
- 2** **Fase II: Explotación del panel** (es decir, la aplicación de las encuestas del barómetro).
- 3** **Fase III: Mantenimiento del panel** (es decir, gestión de altas y bajas de los panelistas y reconstrucción de su actividad).

***En estos momentos no hallamos en la Fase III
(Mantenimiento del panel)***

FASE 3: GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DEL PANEL

- ✓ En esta fase se trata de realizar las labores de Gestión y Mantenimiento del Panel: de las bajas que se produzcan en el mismo; de la captación de nuevas altas; y del mantenimiento de la representatividad del mismo.

3.1 Recogida y Registro de las peticiones de baja del panel. (A través del Apartado de Correos o del nº 902, de la Dirección de Correo electrónico o de la propia Dirección de IKUSMER): **Las tareas a realizar son:**

- A. Recogida de las peticiones de baja del Panel
- B. Marcado y registro de la Baja en la Bdatos de Panelistas y en las Bdatos iniciales

3.2 Captación de nuevas altas de panelistas para recomponer la muestra del panel. Se trata de , entre oleadas, recomponer la muestra del panel para sustituir a los comercios que se han dado de baja. Para ello

- A. Se identificará el tipo de comercio por Territorio, Comarca, CNAE y Tamaño
- B. Se buscará un comercio similar en Comarca y se harán las labores de captación pertinentes, hasta la recomposición de la muestra.
- C. A efectos presupuestarios, se ha calculado que anualmente se tenga que recomponer un 10% de la muestra.

PARA CADA UNA DE ESTAS TAREAS SE PREPARARÁN LOS ENTREGABLES CORRESPONDIENTES:

- **RELACIÓN DE COMERCIOS BAJA EN EL PANEL**
- **RELACIÓN DE COMERCIOS ALTA EN EL PANEL Y NUEVA Bdatos DE PANELISTAS**

Ficha técnica del Barómetro del Comercio Minorista Vasco

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 y público objetivo

- ✓ El universo objeto del estudio, del barómetro del comercio vasco, está compuesto por todas aquellas empresas, comercios que cumplan los mismos requisitos definidos por el Eustat para su encuesta de Comercio y Reparación de la Comunidad Autónoma del País Vasco.
- ✓ Así, la población objeto de estudio está constituida por los siguientes establecimientos comerciales:

- El **Comercio mayorista**: su actividad consiste en la reventa de mercancías a profesionales, empresas de transformación (industriales), colectivos y a otros establecimientos comerciales (**grupos 51.2, 51.3, 51.4 51.5, 51.6 y 51.7 de la CNAE-93**).
- El **Comercio minorista**: su actividad exclusiva o principal consiste en la reventa de mercancías al consumidor final y a los pequeños usuarios (**grupos 52.1, 52.2, 52.3, 52.4, 52.5 y 52.6 de la CNAE-93**).
- Quedando **excluidos del Universo del estudio** y de la construcción del panel las siguientes subcategorías:
 - *Venta, mantenimiento y reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores (grupos 50.1, 50.2, 50.3 y 50.4 de la CNAE-93).*
 - *Venta al por menor de combustible para vehículos de motor (grupo 50.5 de la CNAE-93).*
 - *Reparación de efectos personales y enseres domésticos (grupo 52.7 de la CNAE-93).*
 - *La actividad de intermediarios, corredores de mercancías y otros mayoristas que comercian por cuenta de terceros (grupo 51.1 de la CNAE-93).*

Detalle de planteamiento metodológico: la muestra realizada

- ✓ Se han realizado 1.500 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.

Detalle de planteamiento metodológico: la muestra realizada

- ✓ La distribución de la muestra y, en consecuencia, la construcción de la Base de datos de Panelistas, puede responder a diversos criterios de distribución o afijación o métodos de muestreo y captación.
- ✓ Hemos trabajado en base a un muestreo por conglomerados que quedaría como se presenta en las páginas siguientes.
- ✓ Proponemos este tipo de muestreo ya que:
 - Un muestreo por AFIJACIÓN PROPORCIONAL A LOS CRITERIOS TERRITORIO, COMARCA Y TAMAÑO DEL COMERCIO. Dejaría a los Territorios y Comarcas menos poblados con tamaños de muestra muy pequeños, al igual que los comercios con mayor tamaño de empleo, Lo que impide extraer conclusión alguna sobre ellos con un buen nivel de fiabilidad.
 - Un muestreo por AFIJACIÓN SIMPLE AL TERRITORIO. Garantiza un nivel de fiabilidad razonable para cada uno de los Territorios e internamente distribuye la muestra proporcionalmente al tamaño de la comarca y del tamaño o empleo, pero las comarcas menos pobladas y los comercios de mayor tamaño aparecerían con submuestras muy bajas.
 - MUESTREO POR CONGLOMERADOS DE TERRITORIO Y TAMAÑO DE EMPLEO. Para QUOR este es el enfoque de muestreo correcto. De esta forma se garantizan niveles de fiabilidad razonables para las variables Territorio, Tamaño de empresa y CNAE (51 y 52). Aún así comarcas de Araba como Montaña Alavesa, Rioja Alavesa o Estribaciones de Gorbea y de Bizkaia como Arratia Nervión, Encartaciones, Gernika-Bermeo, Markina - Ondarroa y Plentzia – Mungía, quedan con muestras muy bajas y seguramente en un segundo análisis del muestreo se deberán de subir estas muestras para dar a los comercios de estas comarcas un nivel de fiabilidad adecuado.

✓ El diseño de la muestra resultante fue el siguiente:

		De 1 a 2 trabajadores/as	De 3 a 5 trabajadores/as	De 6 a 9 trabajadores/as	De 10 a 19 trabajadores/as	De 20 a 49 trabajadores/as	50 o más trabajadores/as	Total
ARABA	Valles Alaveses	---	---	---	1	---	---	1
	Llanada Alavesa	87	69	23	15	14	6	214
	Rioja Alavesa	5	1	1	2	---	---	9
	Estribaciones del Gorbea	---	---	---	---	1	1	2
	Cantábrica Alavesa	27	17	2	2	2	---	50
	Total	119	87	26	20	17	7	276
BIZKAIA	Arratia - Nervión	9	3	---	---	1	---	13
	Gran Bilbao	177	112	72	60	22	5	448
	Duranguesado	39	17	8	5	1	---	70
	Encartaciones	17	6	2	---	1	---	26
	Gernika - Bermeo	19	8	5	1	---	1	34
	Markina - Ondarroa	9	4	1	1	4	---	19
	Plentzia - Mungia	14	10	2	2	2	---	30
	Total	284	160	90	69	31	6	640
GIPUZKOA	Bajo Bidasoa	28	15	6	7	4	1	61
	Bajo Deba	19	13	10	5	2	1	50
	Alto Deba	24	9	3	1	---	---	37
	Donostia - San Sebastián	140	100	48	21	8	2	319
	Goierri	20	19	5	3	2	---	49
	Tolosa	14	10	5	1	1	---	31
	Urola costa	20	12	2	2	1	---	37
	Total	265	178	79	40	18	4	584
CAE	668	425	195	129	66	17	1.500	

- ✓ Dado que el diseño muestral no responde, en su configuración interna, a la verdadera proporcionalidad del comercio de la Comunidad Autónoma de Euskadi, ha sido necesario ponderar, equilibrar, en el proceso de datos, la muestra alcanzada.
- ✓ Para realizar este equilibrado nos hemos basado en los datos del Eustat de 2.005.
- ✓ Así, la distribución muestral resultante, una vez equilibrada, es la siguiente:

		De 1 a 2 trabajadores/as	De 3 a 5 trabajadores/as	De 6 a 9 trabajadores/as	De 10 a 19 trabajadores/as	De 20 a 49 trabajadores/as	50 o más trabajadores/as	Total
ARABA	Valles Alaveses	---	---	---	1	---	---	1
	Llanada Alavesa	109	31	8	5	3	1	157
	Rioja Alavesa	4	1	0	0	---	---	5
	Estribaciones del Gorbea	---	---	---	---	3	3	5
	Cantábrica Alavesa	15	2	1	0	0	---	18
	Total	128	34	9	7	6	3	187
BIZKAIA	Arratia - Nervión	9	2	---	---	0	---	11
	Gran Bilbao	492	94	28	17	10	2	642
	Duranguesado	42	8	2	2	1	---	55
	Encartaciones	15	2	0	---	0	---	17
	Gernika - Bermeo	23	3	1	0	---	0	28
	Markina - Ondarroa	13	2	1	0	0	---	16
	Plentzia - Mungia	20	3	1	0	0	---	25
	Total	613	115	32	19	11	2	794
GIPUZKOA	Bajo Bidasoa	51	9	2	2	1	0	65
	Bajo Deba	31	6	1	1	1	0	40
	Alto Deba	27	5	1	1	---	---	34
	Donostia - San Sebastián	192	46	13	8	3	1	262
	Goierni	33	5	1	1	1	---	40
	Tolosa	24	5	1	1	0	---	31
	Urola costa	38	5	1	1	0	---	46
	Total	395	82	21	14	6	1	519
CAE	1.137	231	62	40	24	6	1.500	

Detalle de planteamiento metodológico: Comercio Minorista

- ✓ En concreto, se han realizado **1.011 entrevistas a comercios minoristas que, una vez aplicado el criterio de ponderación, anteriormente definido, suponen 1.171 entrevistas.**
- ✓ Es por ello, que el margen de error, para este colectivo es de **$e = \pm 2,9\%$** (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.

Fecha de realización del trabajo de encuestación

- ✓ Del 20 de abril al 5 de junio de 2.009.

2

FOTOGRAFÍA DEL COMERCIO MINORISTA VASCO

El 97,7% de los comercios minoristas vascos, responde al perfil de pyme según el criterio de la Unión Europea en relación a la categorización de empresa. En concreto, el número medio de empleados/as es de 3,1, similar a lo detectado en el tercer cuatrimestre de 2.008.

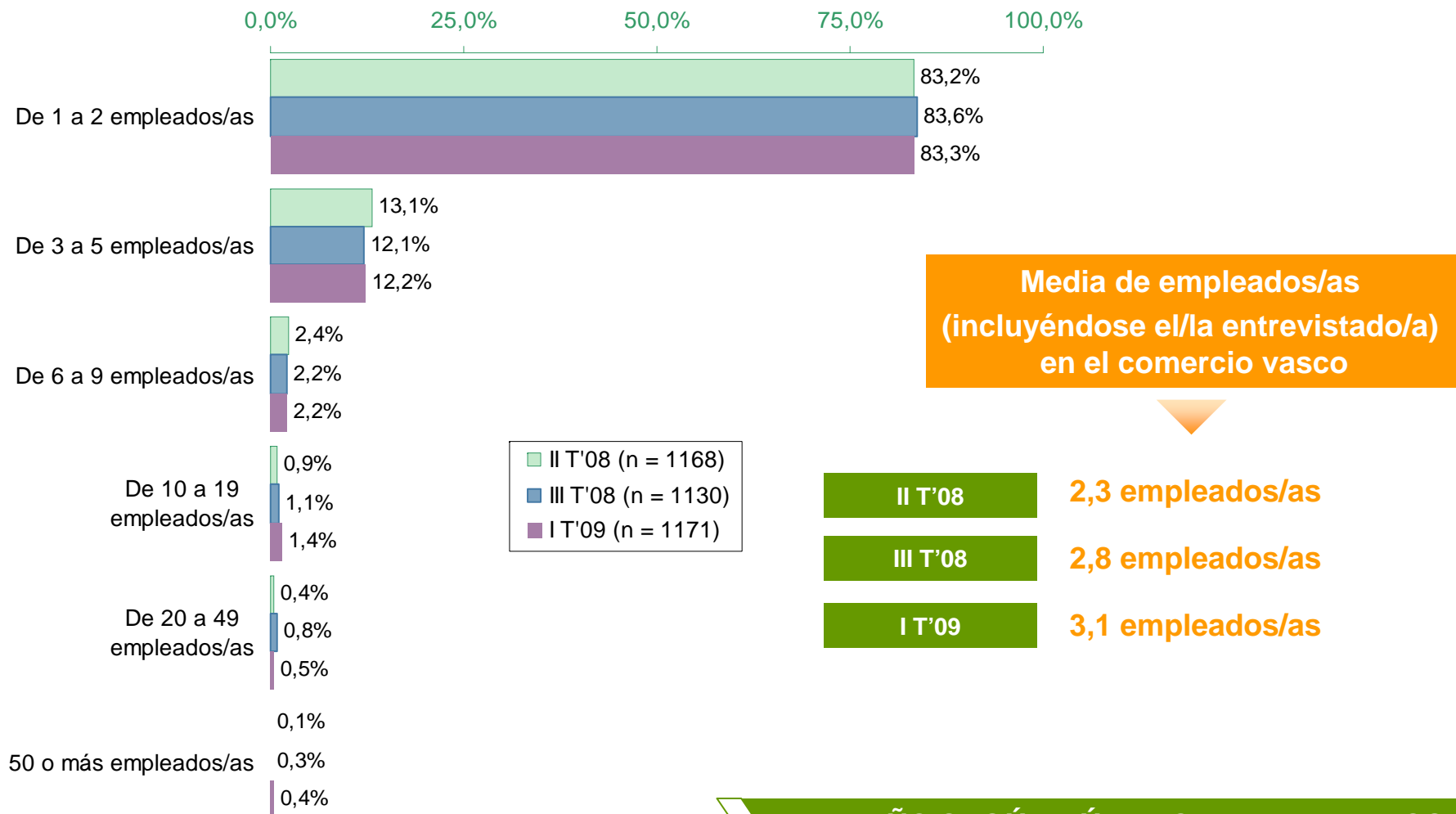
Comercio minorista cuyo régimen de tenencia, se articula en base a: el comercio familiar o el nuevo comercio. En concreto, la presencia de nuevo comercio se concentra, en mayor medida, en la actividad de salud y belleza.

La forma de estructurar, organizar la actividad, de manera generalizada, en el comercio minorista vasco es la del horario partido.

**Fotografía del comercio
minorista vasco**

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

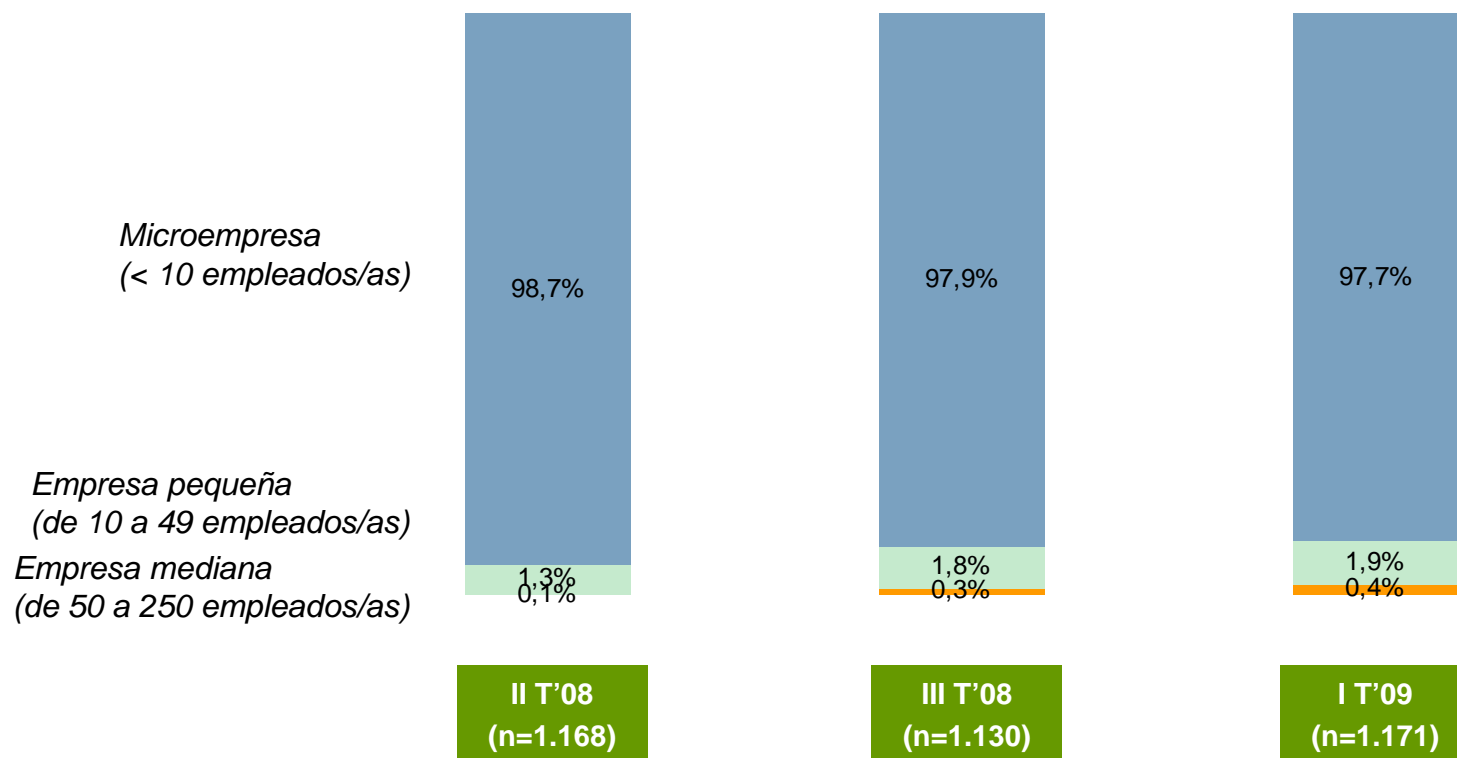
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



TAMAÑO SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS

P.13./P.12./P.12: ¿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.12: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir una pyme
 (Primer cuatrimestre 2.009)**

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 140)	Bizkaia (n = 605)	Gipuzkoa (n = 425)
Microempresa (< 10 empleados/as)	94,8%	97,9%	98,3%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	3,2%	1,9%	1,6%
Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)	2,1%	0,2%	0,1%

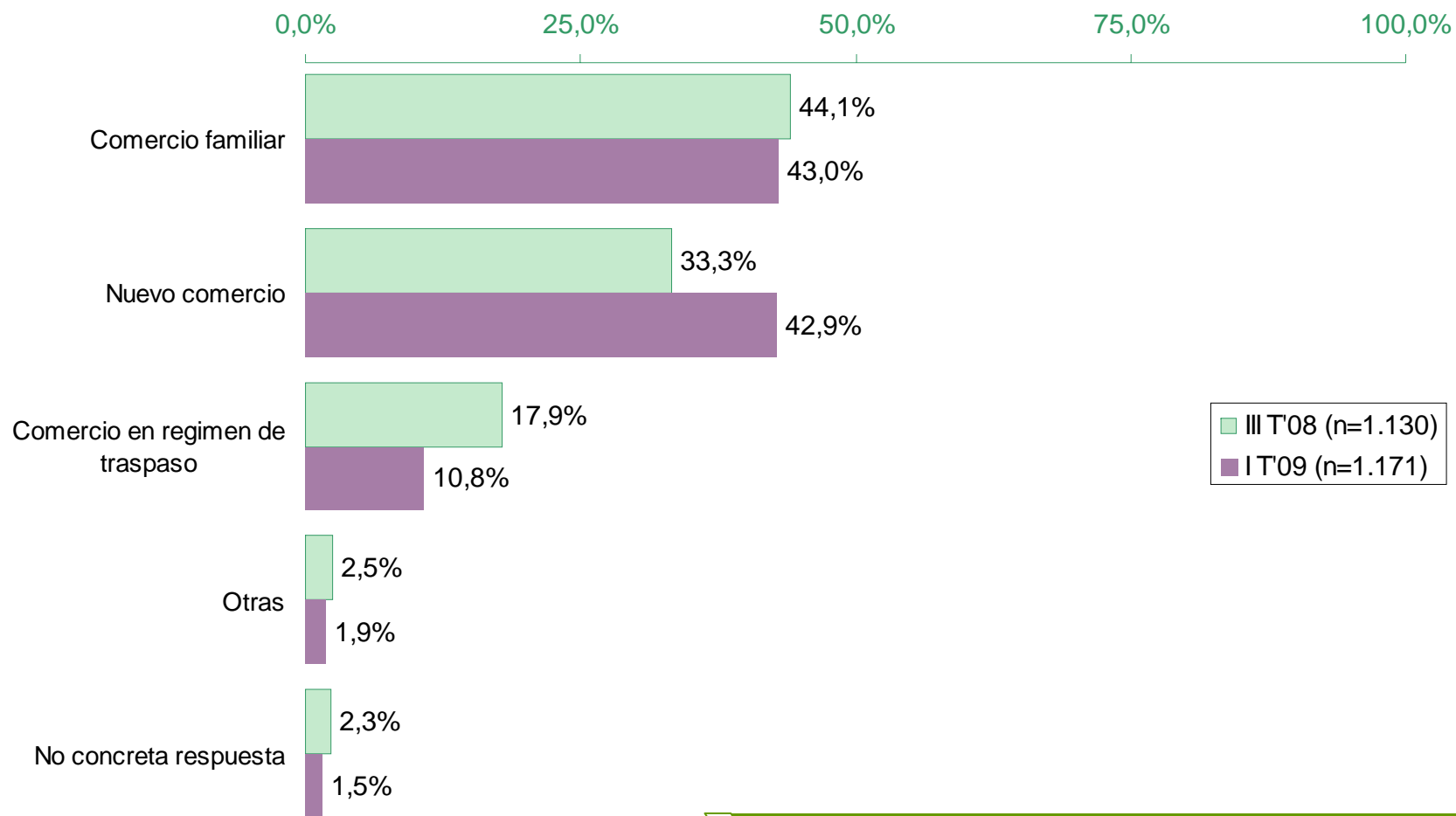
**P.12.: Tamaño del comercio según criterios de la Unión Europea para definir pyme
(Primer cuatrimestre 2.009)**

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 410)	Moda (n = 303)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 77)	Otros (n = 285)
Microempresa (< 10 empleados/as)	98,0%	99,2%	97,6%	99,2%	95,3%
Empresa pequeña (de 10 a 49 empleados/as)	2,0%	0,8%	2,0%	0,8%	3,3%
Empresa mediana (de 50 a 250 empleados/as)	---	---	0,4%	---	1,4%

P.21./D.12.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



RÉGIMEN DEL COMERCIO

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

D.12.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?*

(Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 140)	Bizkaia (n = 605)	Gipuzkoa (n = 425)
Comercio familiar	43,5%	39,8%	47,3%
Comercio en régimen de traspaso	14,6%	9,4%	11,5%
Nuevo comercio	36,2%	48,4%	37,2%
Otras	5,3%	1,1%	1,8%
No concreta respuesta	0,3%	1,4%	2,1%

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

D.12.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?*

(Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño comercio minorista (según número empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n=476)	Dos empleados/as (n=499)	De 3-5 empleados/as (n=143)	De 6-9 empleados/as (n=25)	De 10-19 empleados/as (n=17)	20 o más empleados/as (n=10)
Comercio familiar	42,3%	41,9%	50,7%	40,4%	45,2%	23,2%
Comercio en régimen de traspaso	11,3%	11,2%	8,0%	14,5%	6,8%	4,6%
Nuevo comercio	43,4%	44,5%	37,6%	33,1%	42,5%	41,4%
Otras	1,2%	1,4%	1,9%	10,6%	3,3%	30,8%
No concreta respuesta	1,8%	1,2%	1,9%	1,3%	2,2%	---

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

D.12.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica la situación de su comercio?*

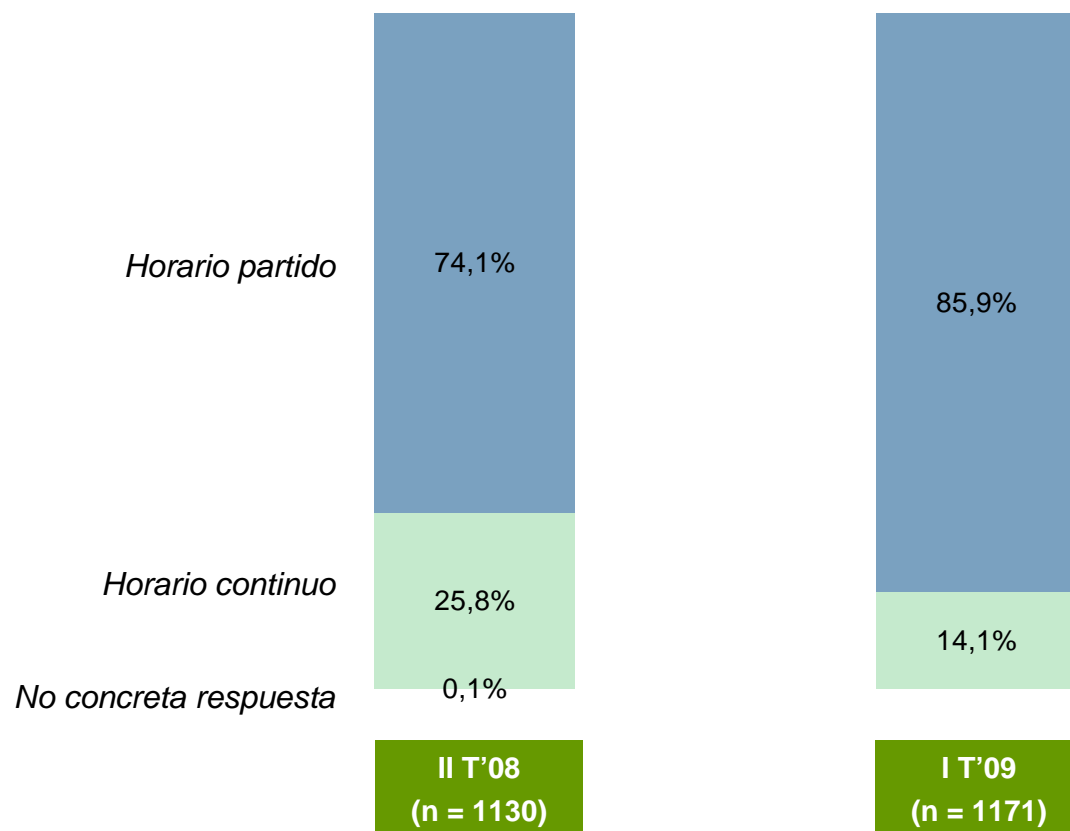
(Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 410)	Moda (n = 303)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 77)	Otros (n = 285)
Comercio familiar	48,9%	43,0%	53,4%	28,0%	34,9%
Comercio en régimen de traspaso	14,3%	7,6%	8,1%	10,9%	10,0%
Nuevo comercio	35,7%	44,7%	37,7%	47,3%	51,8%
Otras	0,8%	2,6%	0,7%	5,9%	1,9%
No concreta respuesta	0,3%	2,1%	---	7,9%	1,4%

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

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



HORARIO DEL COMERCIO

P.11.: En estos momentos ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?
(Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n=476)	Dos empleados/as (n=499)	De 3-5 empleados/as (n=143)	De 6-9 empleados/as (n=25)	De 10-19 empleados/as (n=17)	20 o más empleados/as (n=10)
Horario partido	89,1%	87,0%	81,4%	63,8%	58,4%	39,6%
Horario continuo	10,9%	13,0%	18,6%	36,2%	41,6%	60,4%

P.11.: En estos momentos ¿su comercio tiene un horario continuo o un horario partido?

(Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 410)	Moda (n = 303)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 77)	Otros (n = 285)
Horario partido	81,4%	89,7%	93,9%	73,4%	88,8%
Horario continuo	18,6%	10,3%	6,1%	26,6%	11,2%

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

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

- *Un empleado/a por 25 m² o menos*
- *Un empleado/a por 25,01 m² a 50 m²*
- *Un empleado/a por 50,01 m² a 75 m²*
- *Un empleado/a por 75,01 m² a 100 m²*
- *Un empleado/a por más de 100 m²*

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

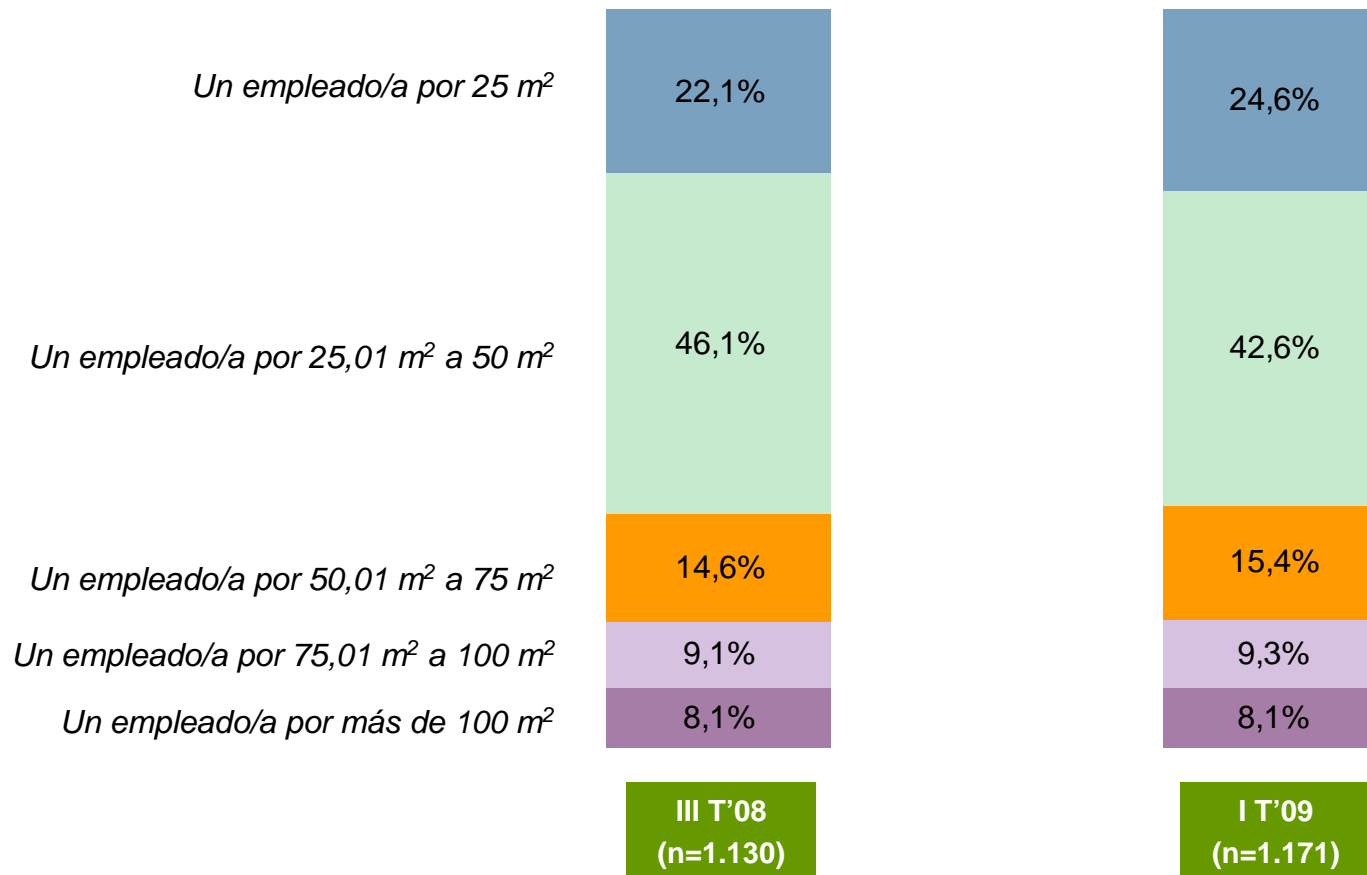
El 46,1% de los comercios vascos presenta una densidad de un empleado/a por 25,01 m² a 50 m². La media de densidad del conjunto de comercios vascos es de un empleado/a por 58,3 m² (8,6 m² menos que en el tercer cuatrimestre de 2.008). Los comercios vascos que superan esta media de densidad, aquellos con una “concentración” mayor de empleados/as por m², son:

- *Los Comercios de Bizkaia (sobre todo, los comercios minoristas de Bilbao).*
- *Los comercios de Vitoria-Gasteiz.*
- *Los comercios del Territorio Histórico de Gipuzkoa, a excepción de los comercios de Donostia.*

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

Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados

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 (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico		
	Araba (n = 140)	Bizkaia (n = 605)	Gipuzkoa (n = 425)
Un empleado/a por 25 m ² o menos	20,1%	23,3%	27,9%
Un empleado/a por 25,01 m ² a 50 m ²	45,2%	42,8%	41,4%
Un empleado/a por 50,01 m ² a 75 m ²	12,5%	17,2%	13,9%
Un empleado/a por 75,01 m ² a 100 m ²	9,2%	9,5%	9,1%
Un empleado/a por más de 100 m ²	13,0%	7,2%	7,7%
MEDIA	70,5	56,3	57,2

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

Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados/as (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Territorio Histórico					
	Vitoria/ Gasteiz (n=116)	Resto Araba (n=24)	Bilbao (n=89)	Resto Bizkaia (n=516)	Donostia (n=153)	Resto Gipuzkoa (n=272)
Un empleado/a por 25 m ² o menos	2,5%	13,8%	44,7%	19,6%	33,3%	24,9%
Un empleado/a por 25,01 m ² a 50 m ²	45,1%	45,7%	35,6%	44,0%	45,1%	39,4%
Un empleado/a por 50,01 m ² a 75 m ²	12,7%	11,5%	11,2%	18,2%	6,4%	18,1%
Un empleado/a por 75,01 m ² a 100 m ²	88,%	11,3%	4,5%	10,3%	9,0%	9,1%
Un empleado/a por más de 100 m ²	12,0%	17,8%	2,1%	7,8%	6,3%	8,5%
MEDIA	64,2	101,4	38,7	50,3	61,0	55,0

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

3

LA PERCEPCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

El 55,0% de las ventas de los comercios minoristas vascos, durante el primer cuatrimestre de 2.009, se concentra en el tramo horario de la mañana (antes de las 14:00 horas). Este porcentaje, supone un 4,3% más que lo detectado en el tercer trimestre de 2.008, y un 10,8% más que lo detectado en el segundo trimestre de 2.008.

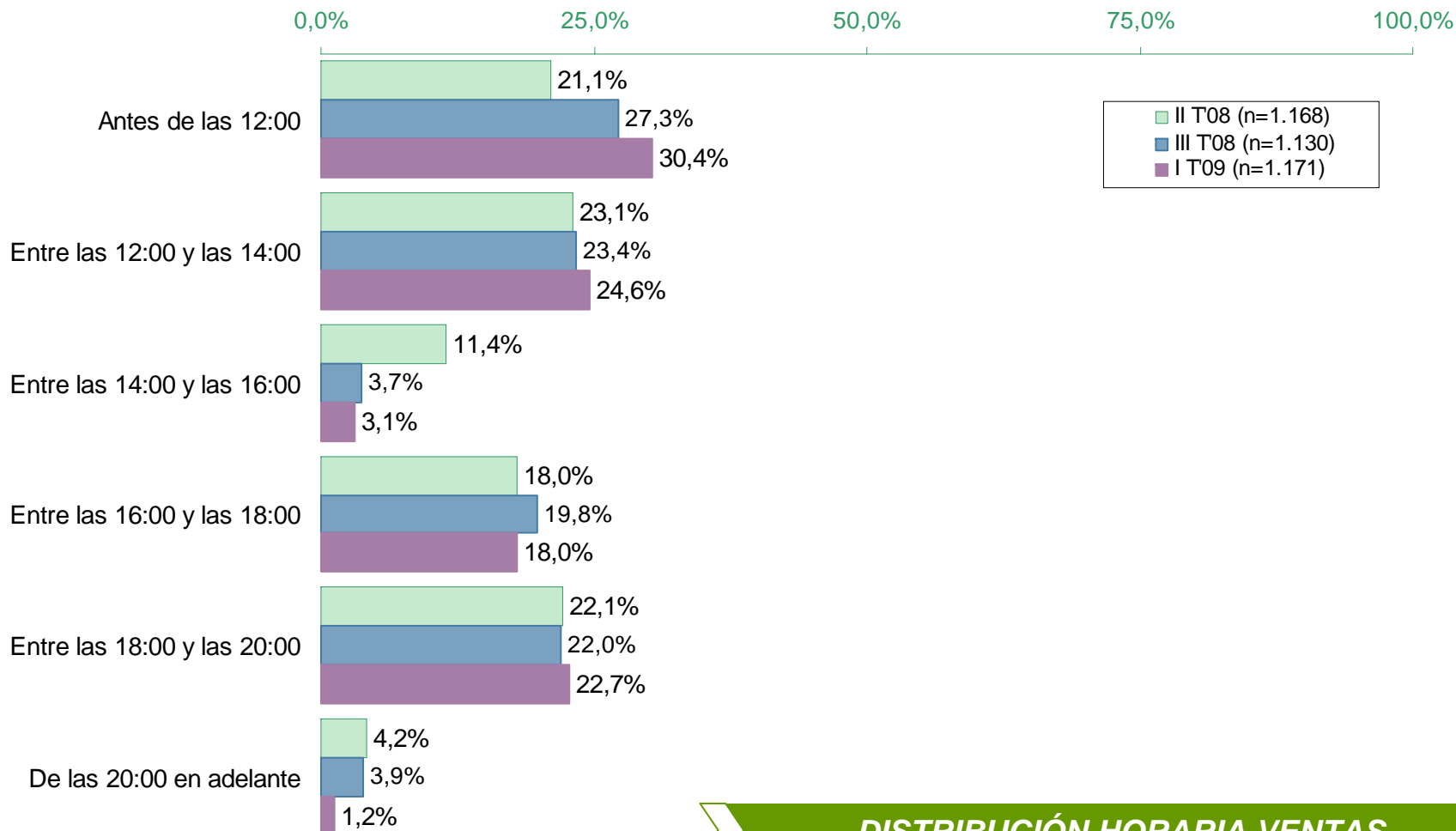
El viernes es el día estrella en ventas para el comercio minorista vasco. El 21,0% de las ventas de los comercios minoristas vascos se realizan en viernes.

- El porcentaje de ventas realizadas en viernes no varía respecto a lo manifestado en el tercer trimestre de 2.008.*
- Por otro lado, constatamos la pérdida de relevancia del sábado en las ventas del comercio minorista vasco (1,3 puntos porcentuales menos que en el tercer trimestre de 2.008) ola tras ola. Más aún, el porcentaje de ventas en lunes se equipara al porcentaje de ventas en sábado.*

**Ritmo del comercio
minorista vasco**

P.3/P.3/P.3.: 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



DISTRIBUCIÓN HORARIA VENTAS

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P.3: 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?* (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico			Capitales/Resto Territorio					
	Araba (n = 140)	Bizkaia (n = 605)	Gipuzkoa (n = 425)	Vitoria/ Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 24)	Bilbao (n = 89)	Resto Bizkaia (n = 516)	Donostia (n = 153)	Resto Gipuzkoa (n = 272)
Antes de las 10:00	10,4%	5,7%	11,4%	10,9%	7,7%	6,9%	5,5%	11,3%	11,4%
Entre las 10:00 y las 12:00	24,2%	22,2%	21,4%	24,7%	21,2%	20,3%	22,5%	20,9%	21,7%
Entre las 12:00 y las 14:00	23,6%	25,5%	23,7%	23,0%	26,7%	23,2%	25,8%	24,2%	23,4%
Entre las 14:00 y las 16:00	4,4%	2,6%	3,3%	4,5%	3,9%	6,3%	2,0%	4,3%	2,7%
Entre las 16:00 y las 18:00	14,6%	19,5%	16,8%	14,5%	15,1%	17,7%	19,8%	16,6%	17,0%
Entre las 18:00 y las 20:00	20,6%	23,6%	22,1%	20,2%	22,9%	23,8%	23,5%	22,0%	22,0%
De las 20:00 en adelante	2,2%	0,9%	1,2%	2,2%	2,4%	1,8%	0,8%	0,7%	1,6%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P.3.: 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?* (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño de comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n=476)	Dos empleados/as (n=499)	De 3-5 empleados/as (n=143)	De 6-9 empleados/as (n=25)	De 10-19 empleados/as (n=17)	20 o más empleados/as (n=10)
Antes de las 10:00	9,0%	7,8%	7,1%	8,5%	9,6%	5,6%
Entre las 10:00 y las 12:00	22,8%	21,9%	21,1%	20,3%	23,0%	16,2%
Entre las 12:00 y las 14:00	24,9%	24,8%	24,2%	23,1%	20,8%	18,9%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,3%	3,1%	4,3%	4,7%	6,2%	9,9%
Entre las 16:00 y las 18:00	18,2%	18,3%	17,1%	18,2%	14,6%	16,6%
Entre las 18:00 y las 20:00	21,6%	23,1%	25,1%	23,5%	21,1%	25,7%
De las 20:00 en adelante	1,2%	1,0%	1,0%	1,6%	4,8%	7,1%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

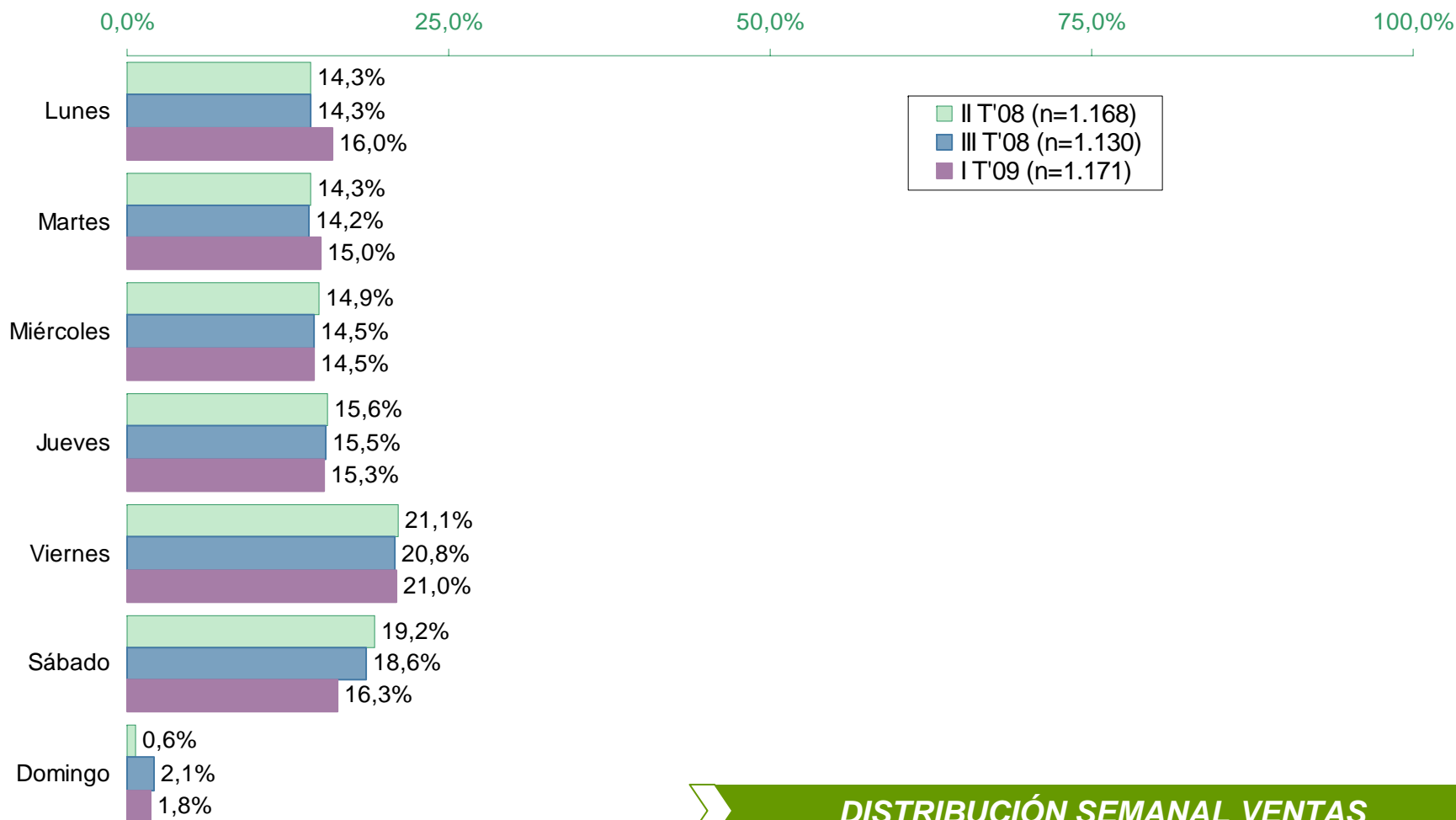
P.3.: En relación a las ventas realizadas, en su comercio/negocio, siendo el total de las mismas el 100% ¿cómo se reparte entre los siguientes tramos horarios?* (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 410)	Moda (n = 303)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 77)	Otros (n = 285)
Antes de las 10:00	11,9%	3,5%	5,6%	5,1%	9,2%
Entre las 10:00 y las 12:00	24,4%	20,5%	21,9%	20,0%	21,0%
Entre las 12:00 y las 14:00	26,6%	24,8%	21,7%	25,8%	22,1%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,8%	2,9%	2,7%	6,2%	2,9%
Entre las 16:00 y las 18:00	14,5%	21,1%	21,7%	16,4%	19,5%
Entre las 18:00 y las 20:00	18,3%	26,7%	26,1%	24,0%	24,0%
De las 20:00 en adelante	1,5%	0,5%	0,2%	2,5%	1,3%

* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P.4/P.4/P.4.: Y, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana?
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



DISTRIBUCIÓN SEMANAL VENTAS

P.4.: Y, durante el primer cuatrimestre de 2.009, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico			Capitales/Resto Territorio					
	Araba (n = 140)	Bizkaia (n = 605)	Gipuzkoa (n = 425)	Vitoria/ Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 24)	Bilbao (n = 89)	Resto Bizkaia (n = 516)	Donostia (n = 153)	Resto Gipuzkoa (n = 272)
Lunes	14,1%	17,2%	14,8%	13,9%	15,5%	17,5%	17,1%	14,2%	15,1%
Martes	15,3%	15,4%	14,3%	15,7%	13,1%	15,1%	15,5%	14,5%	14,2%
Miércoles	13,9%	14,8%	14,3%	14,2%	12,4%	15,5%	14,6%	13,8%	14,5%
Jueves	14,7%	15,7%	14,9%	14,7%	14,8%	16,1%	15,7%	14,9%	14,9%
Viernes	21,9%	20,8%	21,2%	22,1%	21,1%	20,4%	20,8%	20,6%	21,6%
Sábado	17,5%	15,4%	17,4%	17,1%	19,7%	15,2%	15,5%	18,5%	16,8%
Domingo	2,5%	0,7%	3,2%	2,3%	3,5%	0,2%	0,8%	3,6%	3,0%

P.4.: Y, durante el primer cuatrimestre de 2.009, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño de comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n=476)	Dos empleados/as (n=499)	De 3-5 empleados/as (n=143)	De 6-9 empleados/as (n=25)	De 10-19 empleados/as (n=17)	20 o más empleados/as (n=10)
Lunes	16,1%	16,2%	15,1%	15,1%	14,6%	12,7%
Martes	15,5%	14,8%	14,1%	16,2%	14,4%	10,9%
Miércoles	14,8%	14,4%	13,7%	16,1%	14,8%	11,8%
Jueves	15,8%	14,9%	15,3%	16,4%	14,4%	12,7%
Viernes	20,4%	21,4%	22,5%	19,5%	20,4%	17,0%
Sábado	15,6%	16,5%	17,1%	15,5%	17,7%	33,2%
Domingo	1,8%	1,6%	2,1%	1,3%	3,8%	1,8%

P.4.: Y, durante el primer cuatrimestre de 2.009, ¿cómo se reparten las ventas realizadas en función de los días de la semana? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 410)	Moda (n = 303)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 77)	Otros (n = 285)
Lunes	13,4%	16,5%	20,8%	17,0%	17,5%
Martes	13,1%	15,7%	17,4%	15,5%	16,3%
Miércoles	12,1%	15,4%	15,7%	15,1%	16,5%
Jueves	13,5%	16,4%	15,7%	15,5%	16,9%
Viernes	25,5%	17,8%	18,6%	21,2%	18,5%
Sábado	18,8%	17,9%	11,9%	15,7%	12,6%
Domingo	3,6%	---	---	---	1,7%

El pesimismo se ha apoderado del comercio minorista vasco. Esta percepción, respecto a olas anteriores, se ha incrementado en torno a los 15 puntos porcentuales.

En el primer cuatrimestre de 2.009, tres de cada cuatro comercios minoristas vascos, estiman que sus ventas, en comparación con el primer trimestre de 2.008, han sido menores.

La percepción del descenso de las ventas es generalizable a todo tipo de comercios. No obstante, a tenor de lo manifestado, se podría concluir que tanto los comercios minoristas de 20 o más empleados/as como los comercios minoristas cuya actividad se centra en el sector de la belleza, salud, son los comercios minoristas que mejor están aguantando el “temporal”.

**Percepción de la
evolución de ventas**

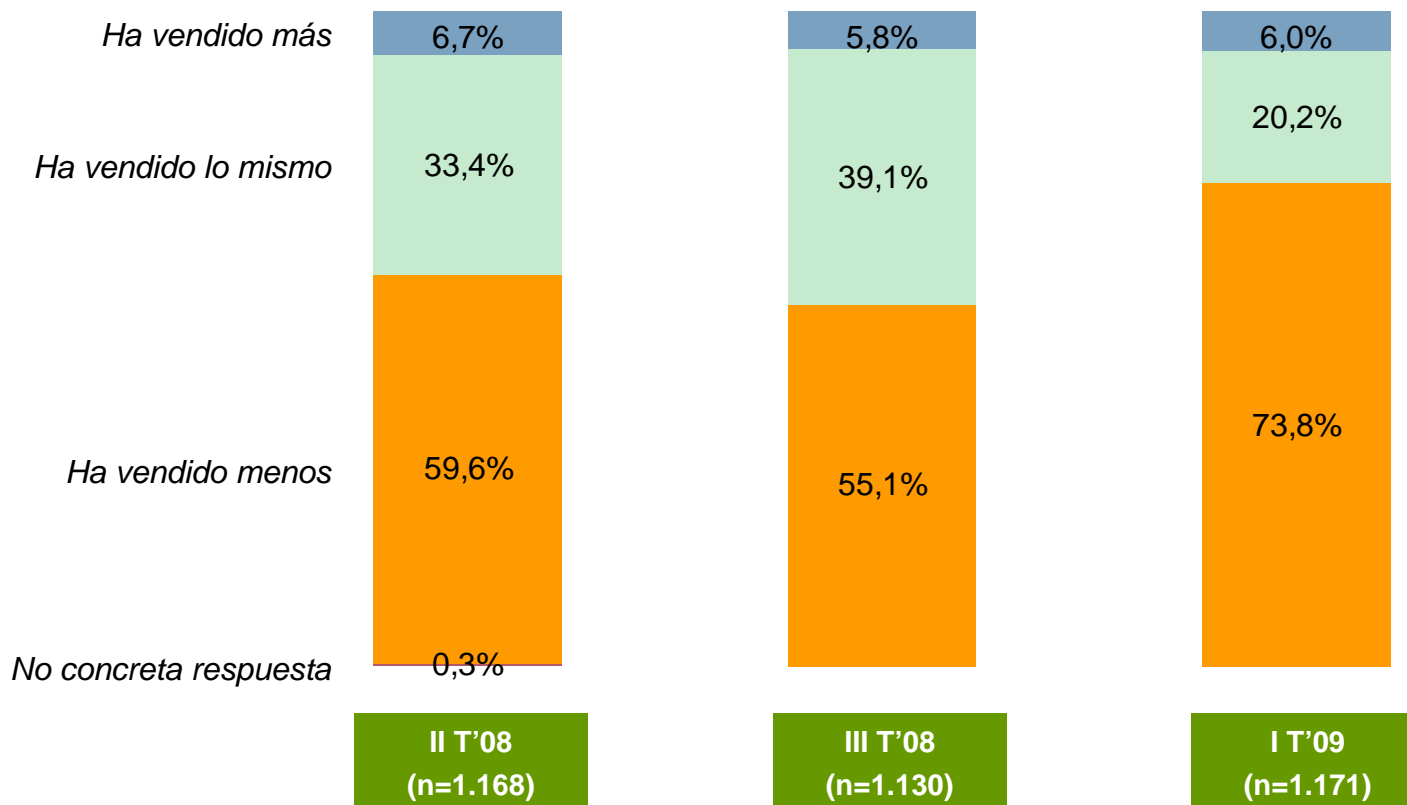
En el lado opuesto de la balanza, a tenor del descenso medio estimado de las ventas, los comercios minoristas que peor lo están pasando, son:

- *Los comercios minoristas de Bilbao,*
- *Los comercios minoristas de fuera de la capital del Territorio Histórico de Araba,*
- *Los comercios minoristas de un/a empleado/a,*
- *Y, los comercios minoristas dedicados a la actividad del hogar.*

***Percepción de la
evolución de ventas***

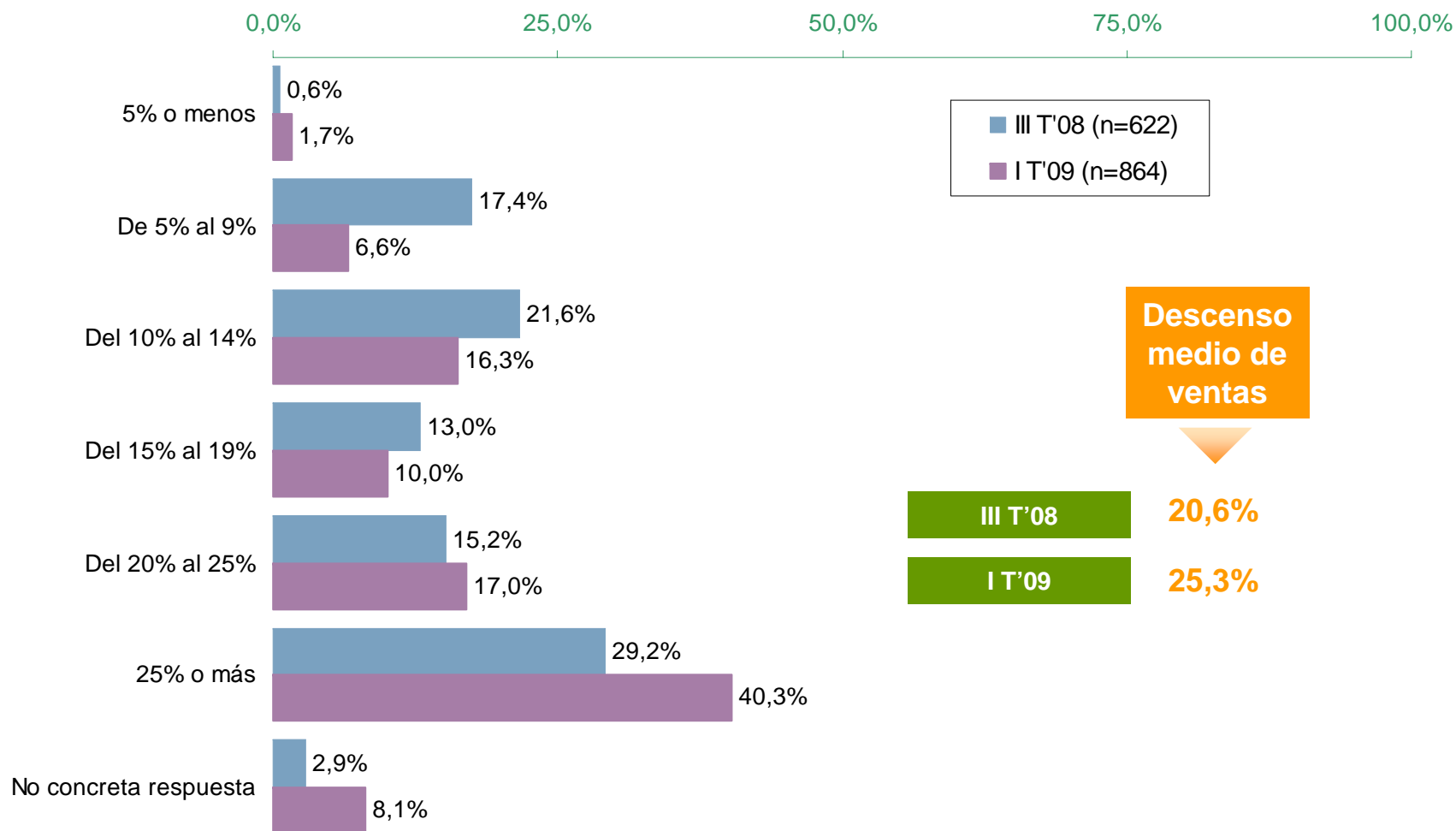
P.1/P.1/P.1.: Desde su perspectiva, en relación al mismo cuatrimestre del año pasado ¿cómo han evolucionado las ventas de su comercio / negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



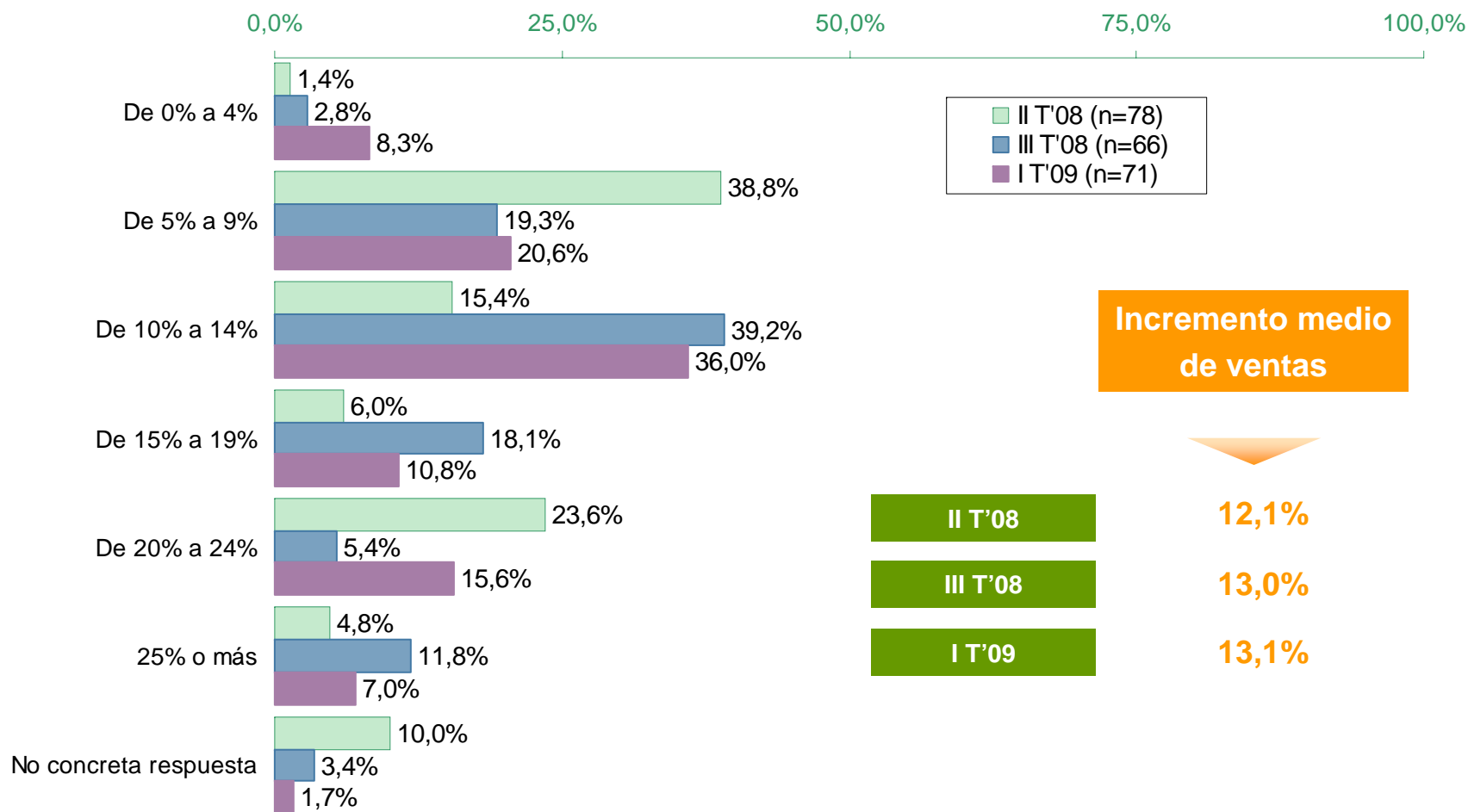
P.2A/P.2A.: En porcentaje ¿cuánto ha supuesto este descenso de las ventas respecto al mismo cuatrimestre del año pasado (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Comercios minoristas que han vendido menos



P.2/P.2B/P.2B.: En porcentaje ¿cuánto ha supuesto este incremento de las ventas respecto al mismo cuatrimestre del año pasado?

Base: Comercios minoristas que han vendido más



P.1.: Desde su perspectiva, en relación al primer cuatrimestre de 2.008 ¿cómo han evolucionado las ventas de su comercio / negocio? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio Histórico			
	Araba (n = 140)	Bizkaia (n = 605)	Gipuzkoa (n = 425)
Ha vendido menos	77,3%	74,8%	71,2%
Ha vendido igual	17,1%	19,4%	22,3%
Ha vendido más	5,6%	5,7%	6,6%
INCREMENTO MEDIO DEL VOLUMEN DE VENTAS	15,5%	12,4%	13,2%
DESCENSO MEDIO DEL VOLUMEN DE VENTAS	24,0%	27,0%	23,3%

P.1.: Desde su perspectiva, en relación al primer cuatrimestre de 2.008 ¿cómo han evolucionado las ventas de su comercio / negocio? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/ Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 24)	Bilbao (n = 89)	Resto Bizkaia (n = 516)	Donostia (n = 153)	Resto Gipuzkoa (n = 272)
Ha vendido menos	76,6%	80,7%	71,3%	75,4%	69,2%	72,3%
Ha vendido igual	19,0%	7,9%	22,0%	19,0%	24,8%	20,8%
Ha vendido más	4,4%	11,4%	6,7%	5,6%	6,0%	6,9%
INCREMENTO MEDIO DEL VOLUMEN DE VENTAS*	21,1%	5,0%	6,7%	13,6%	20,5%	9,6%
DESCENSO MEDIO DEL VOLUMEN DE VENTAS	23,4%	29,4%	29,3%	26,6%	22,2%	23,8%

* Lo reducido de las bases muestrales nos debe hacer tomar con cautela los resultados de esta línea.

P.1.: Desde su perspectiva, en relación al primer cuatrimestre de 2.008 ¿cómo han evolucionado las ventas de su comercio / negocio? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño de comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n=476)	Dos empleados/as (n=499)	De 3-5 empleados/as (n=143)	De 6-9 empleados/as (n=25)	De 10-19 empleados/as (n=17)	20 o más empleados/as (n=10)
Ha vendido menos	76,6%	71,4%	74,7%	78,1%	73,1%	41,0%
Ha vendido igual	18,9%	21,7%	19,2%	13,7%	22,7%	32,5%
Ha vendido más	4,5%	6,9%	6,2%	8,2%	4,2%	26,5%
INCREMENTO MEDIO DEL VOLUMEN DE VENTAS*	14,7%	11,8%	16,7%	10,5%	17,0%	5,0%
DESCENSO MEDIO DEL VOLUMEN DE VENTAS	27,5%	25,0%	20,5%	24,3%	17,2%	9,6%

* Lo reducido de las bases muestrales nos debe hacer tomar con cautela los resultados de esta línea.

P.1.: Desde su perspectiva, en relación al primer cuatrimestre de 2.008 ¿cómo han evolucionado las ventas de su comercio / negocio? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimen-tación (n = 410)	Moda (n = 303)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 77)	Otros (n = 285)
Ha vendido menos	72,6%	76,1%	77,0%	55,6%	76,9%
Ha vendido igual	23,4%	15,7%	17,6%	40,1%	15,9%
Ha vendido más	4,0%	8,2%	5,4%	4,3%	7,2%
INCREMENTO MEDIO DEL VOLUMEN DE VENTAS*	10,5%	15,2%	16,3%	10,2%	12,3%
DESCENSO MEDIO DEL VOLUMEN DE VENTAS	22,2%	26,1%	31,5%	22,5%	27,3%

* Lo reducido de las bases muestrales nos debe hacer tomar con cautela los resultados de esta línea.

4

DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN MEDIOS DE COBRO

El cobro en efectivo está generalizado como el principal medio de cobro. No obstante, hay determinados comercios minoristas donde otras modalidades de cobro son más características.

Así, el cobro a través de tarjeta, se halla más presente entre los siguientes comercios minoristas:

- *Comercios minoristas de Bilbao,*
- *Comercios minoristas de Donostia,*
- *Comercios minoristas de 20 o más empleados,*
- *Comercios minoristas del sector/actividad moda.*

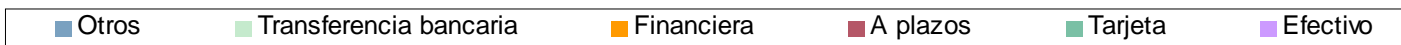
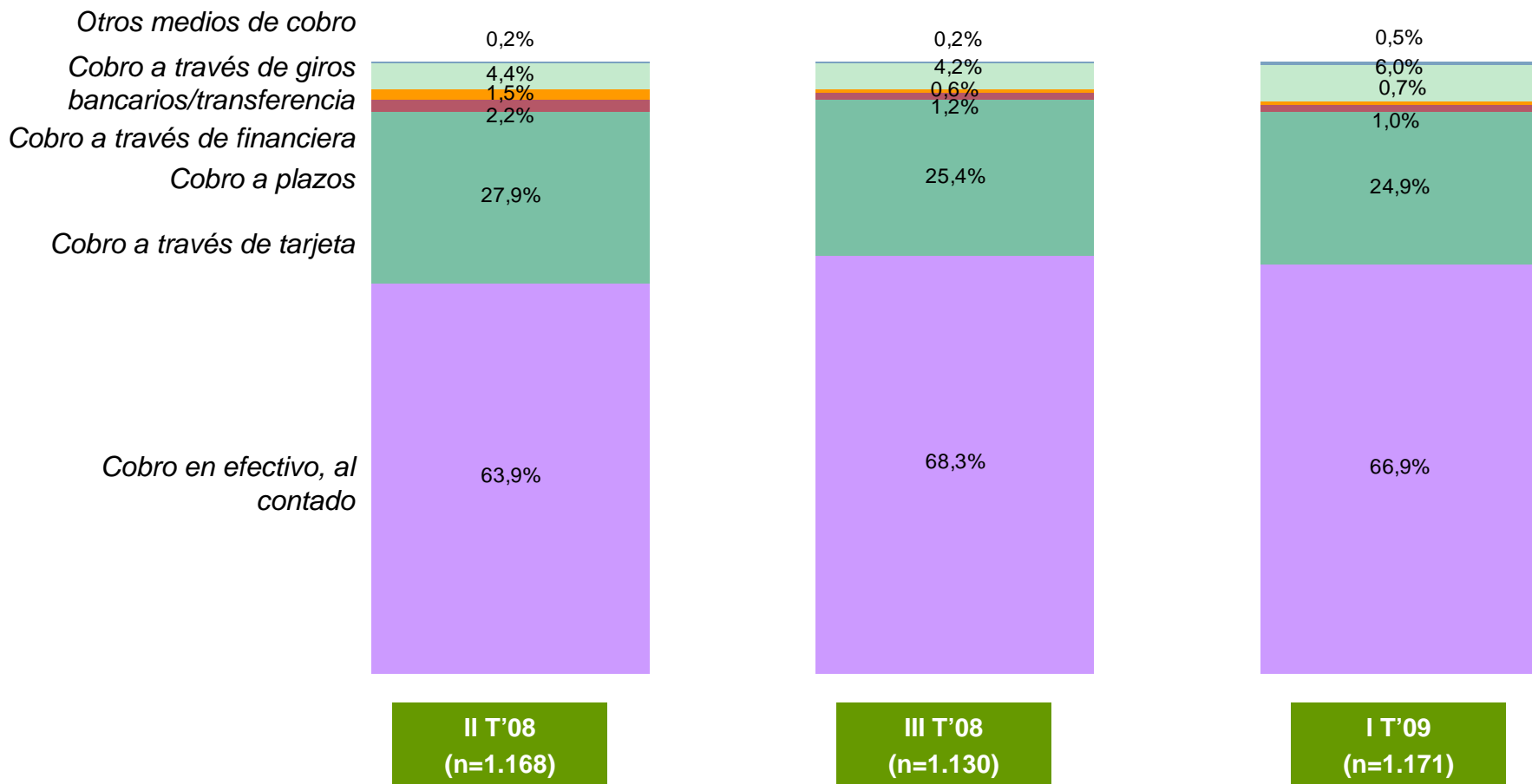
Por otro lado, el cobro a través de giros o transferencias bancarias es más característico entre los siguientes comercios minoristas:

- *Comercios minoristas de 10 a 19 empleados/as.*
- *Comercios minoristas del sector/actividad del hogar.*

Medios de cobro

P.7./P.6./P.6: Y, de este número total de ventas, en función de los siguientes medios de pago, ¿cómo se distribuyen las ventas durante el cuatrimestre?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.6.: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio Histórico			Capital/resto territorio					
	Araba (n = 140)	Bizkaia (n = 605)	Gipuzkoa (n = 425)	Vitoria/ Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 24)	Bilbao (n = 89)	Resto Bizkaia (n = 516)	Donostia (n = 153)	Resto Gipuzkoa (n = 272)
Efectivo, al contado	69,5%	65,9%	67,4%	70,3%	66,0%	55,1%	67,8%	60,0%	71,6%
Tarjeta	19,9%	25,4%	25,8%	20,0%	19,7%	34,5%	23,8%	33,6%	21,4%
A plazos	1,1%	0,6%	1,7%	0,5%	3,6%	0,2%	0,6%	1,6%	1,7%
A través de financiera	0,7%	0,7%	0,6%	0,2%	3,1%	---	0,8%	1,2%	0,2%
A través de giros/transferencias	8,0%	6,5%	4,5%	8,0%	7,7%	8,4%	6,2%	3,5%	5,0%
Otros medios de pago	0,8%	0,8%	---	1,0%	---	1,7%	0,7%	---	---

P.6.: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Tamaño de comercio minorista (según número de empleados/as)					
	Un/a empleado/a (n=476)	Dos empleados/as (n=499)	De 3-5 empleados/as (n=143)	De 6-9 empleados/as (n=25)	De 10-19 empleados/as (n=17)	20 o más empleados/as (n=10)
Efectivo, al contado	75,3%	65,4%	53,8%	44,2%	46,0%	25,2%
Tarjeta	19,4%	27,5%	31,8%	29,7%	22,8%	44,6%
A plazos	0,6%	1,4%	0,9%	2,1%	1,6%	0,9%
A través de financiera	0,1%	1,1%	0,6%	0,8%	0,4%	7,9%
A través de giros/transferencias	4,0%	4,5%	11,5%	19,5%	28,2%	20,6%
Otros medios de pago	0,5%	0,1%	1,4%	3,6%	1,0%	0,8%

P.6.: De cada diez ventas que realiza en su comercio, ¿cómo se distribuyen en función de los siguientes medios de cobro? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 410)	Moda (n = 303)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 77)	Otros (n = 285)
Efectivo, al contado	91,5%	47,8%	48,6%	63,7%	58,6%
Tarjeta	6,5%	51,1%	21,4%	32,1%	22,8%
Plazos	0,2%	---	2,8%	0,1%	2,9%
A través de financiera	---	---	3,6%	0,4%	1,4%
A través de giros/transferencias	1,4%	0,1%	23,3%	3,6%	12,7%
Otros medios de pago	0,3%	---	0,2%	---	1,5%

5

EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

La presencia de las mujeres es más abrumadora en los siguientes comercios minoristas:

- *Comercios minoristas de Donostia,*
- *Comercios minoristas que se dedican a la salud y belleza,*
- *Comercios minoristas que se dedican a la moda,*
- *Comercios minoristas con una antigüedad entre seis y diez años,*
- *Y, comercios minoristas cuyos gerentes, dueños/as tienen 34 años o menos.*

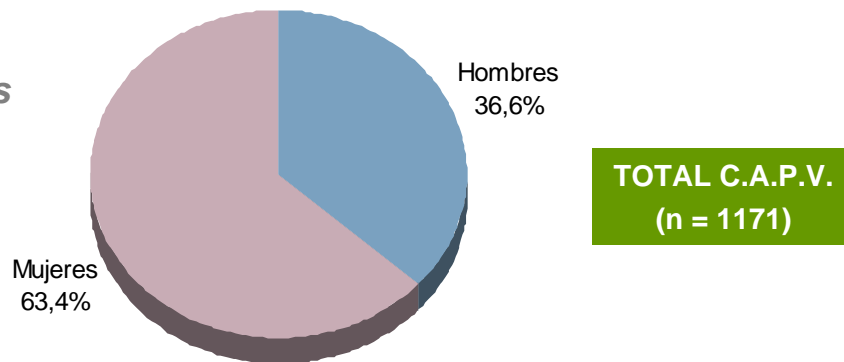
La figura de responsable de tienda, establecimiento, dada la estructura, tamaño del comercio minorista vasco, está poco “institucionalizada”.

No obstante, la figura del responsable de tienda es un cargo que ostentan más las mujeres (58%) que los hombres (37,8%), incluso si el dueño, gerente del comercio es un hombre.

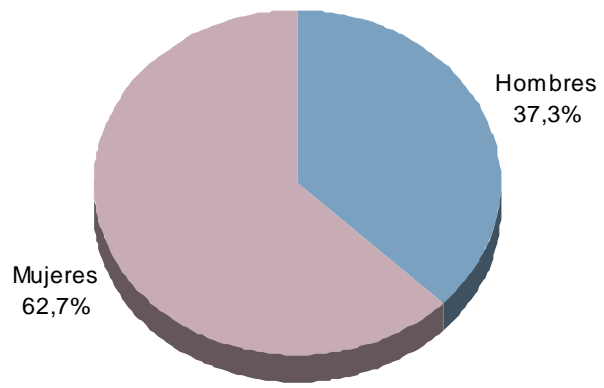
***Las mujeres duplican
a los hombres***

P.13.: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (Primer Cuatrimestre 2.009)

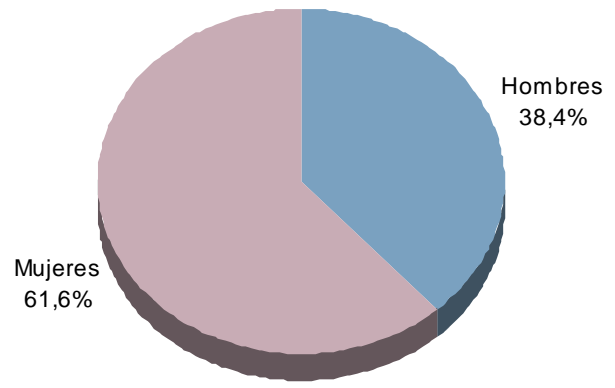
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



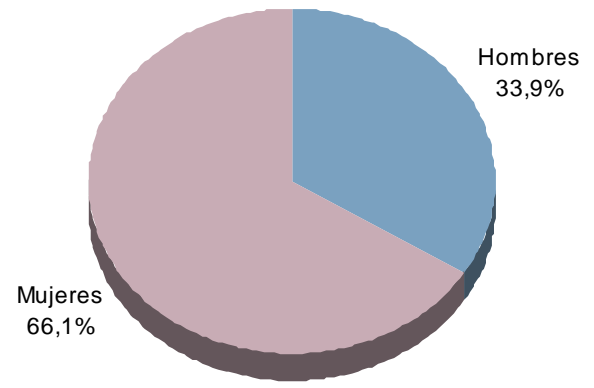
ARABA
(n = 140)



BIZKAIA
(n = 605)



GIPUZKOA
(n = 425)



GÉNERO DE LOS EMPLEADOS/AS

P.13.: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales/Resto Territorio					
	Vitoria/ Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 24)	Bilbao (n = 89)	Resto Bizkaia (n = 516)	Donostia (n = 153)	Resto Gipuzkoa (n = 272)
Hombres	37,5%	35,9%	34,5%	39,0%	28,3%	36,9%
Mujeres	62,5%	64,1%	65,5%	61,0%	71,7%	63,1%

P.13.: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (Primer Cuatrimestre 2009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tamaño comercio minorista (según número empleados/as)						
	Un/a empleado/a (n=476)	Dos empleados/as (n=499)	De 3-5 empleados/as (n=143)	De 6-9 empleados/as (n=25)	De 10-19 empleados/as (n=17)	20 o más empleados/as (n=10)
Hombre	38,3%	34,6%	36,0%	40,0%	47,7%	38,6%
Mujer	61,7%	65,4%	64,0%	60,0%	52,3%	61,4%

P.13.: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres? (Primer Cuatrimestre 2009)

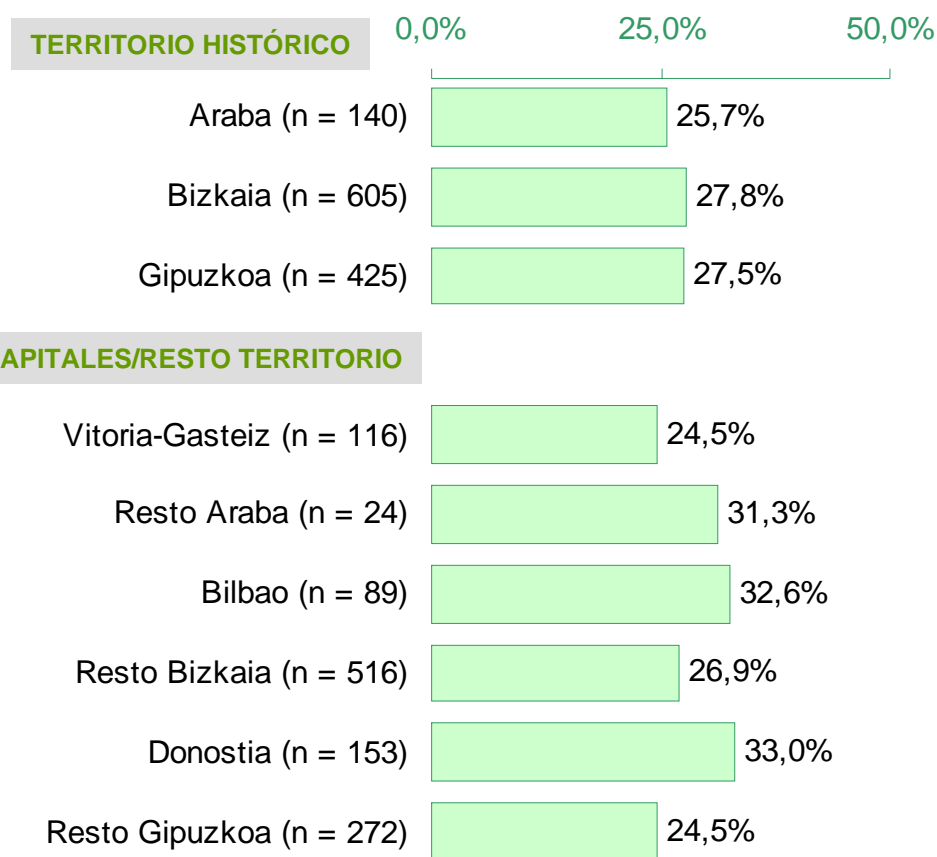
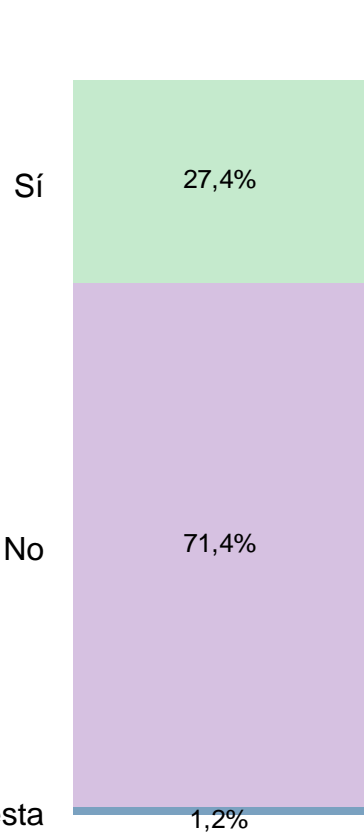
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de comercios				
	Alimentación (n = 410)	Moda (n = 303)	Hogar (n = 96)	Salud y belleza (n = 77)	Otros (n = 285)
Hombres	40,8%	25,2%	46,9%	18,2%	44,0%
Mujeres	59,2%	74,8%	53,1%	81,8%	56,0%

P.14.: Excluyéndose usted ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

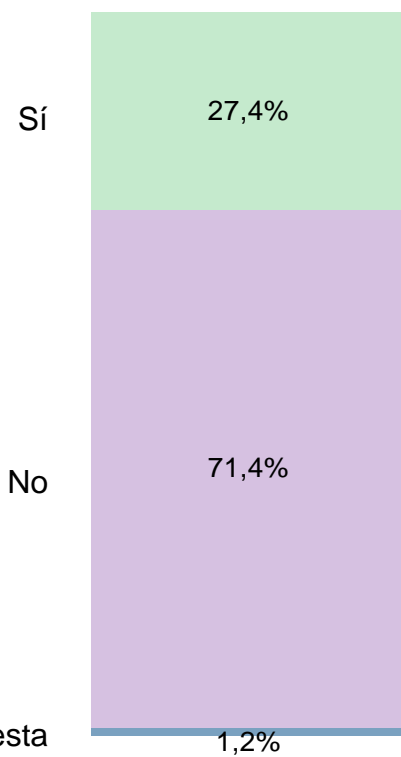
Grado de presencia de la figura de responsable de tienda



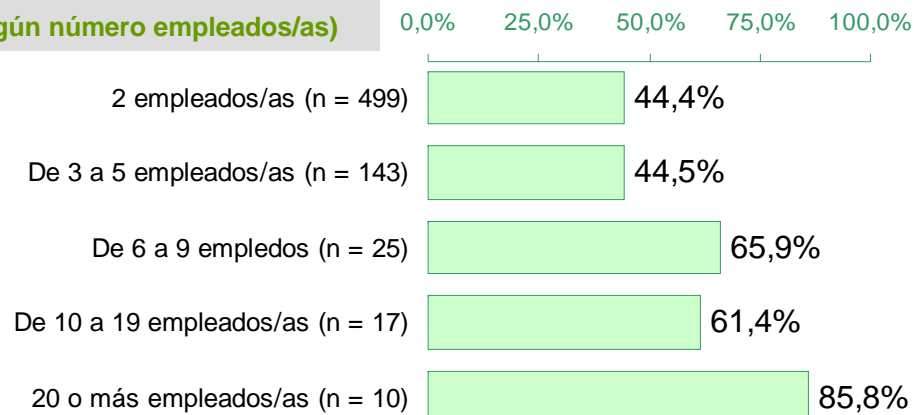
P.14.: Excluyéndose usted ¿hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda, establecimiento? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

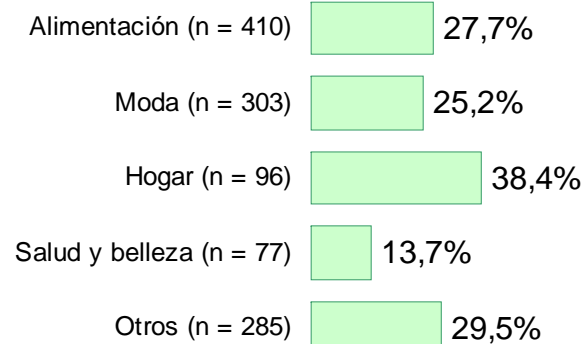
Grado de presencia de la figura de responsable de tienda



TAMAÑO COMERCIO MINORISTA (según número empleados/as)

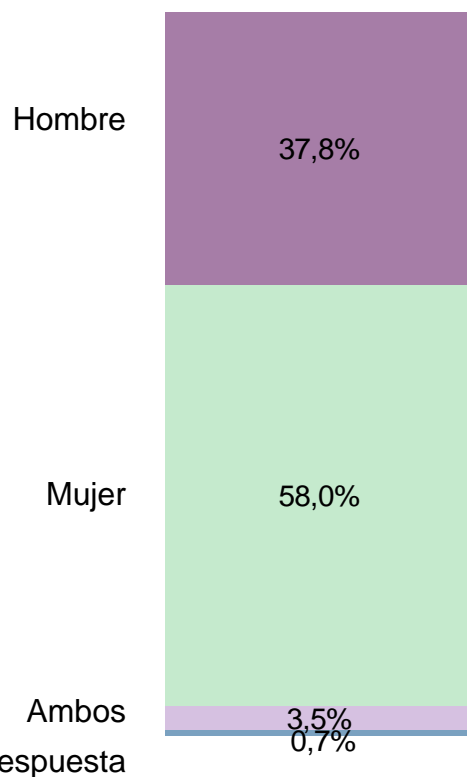


GRANDES GRUPOS DE COMERCIOS



P.15.: ¿Este responsable de tienda, establecimiento, es un hombre o una mujer? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 321 comercios minoristas entrevistados con figura de responsable de tienda

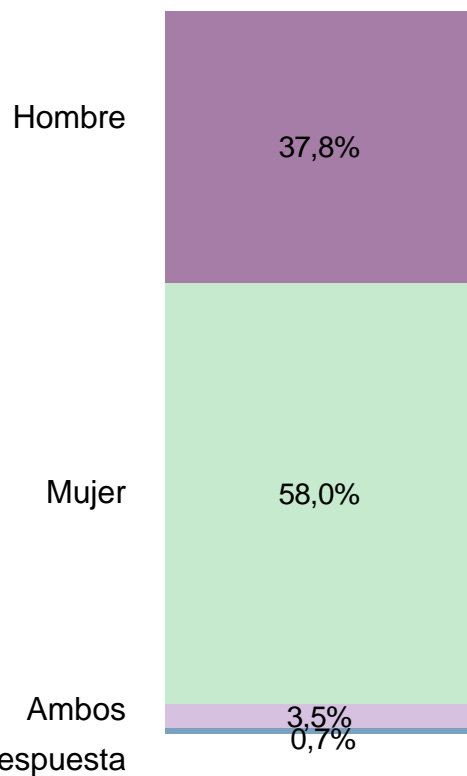


	Territorio Histórico		
	Araba (n = 36)	Bizkaia (n = 168)	Gipuzkoa (n = 117)
Hombres	35,0%	43,7%	30,3%
Mujeres	54,4%	54,0%	64,7%
Ambos	9,0%	2,3%	3,4%
No concreta respuesta	1,5%	---	1,6%

GÉNERO DEL RESPONSABLE DE TIENDA

P.15.: ¿Este responsable de tienda, establecimiento, es un hombre o una mujer? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 321 comercios minoristas entrevistados con figura de responsable de tienda



	Según género	
	Hombre (n = 126)	Mujer (n = 195)
Hombres	40,4%	36,2%
Mujeres	55,2%	59,7%
Ambos	4,4%	2,9%
No concreta respuesta	---	1,2%

6

EL PROCESO DE ACCESO A LA FINANCIACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA VASCO

En los últimos tres meses, el 7,9% de los comercios minoristas vascos han intentado acceder a líneas de financiación.

El proceso de solicitud de financiación se caracteriza por:

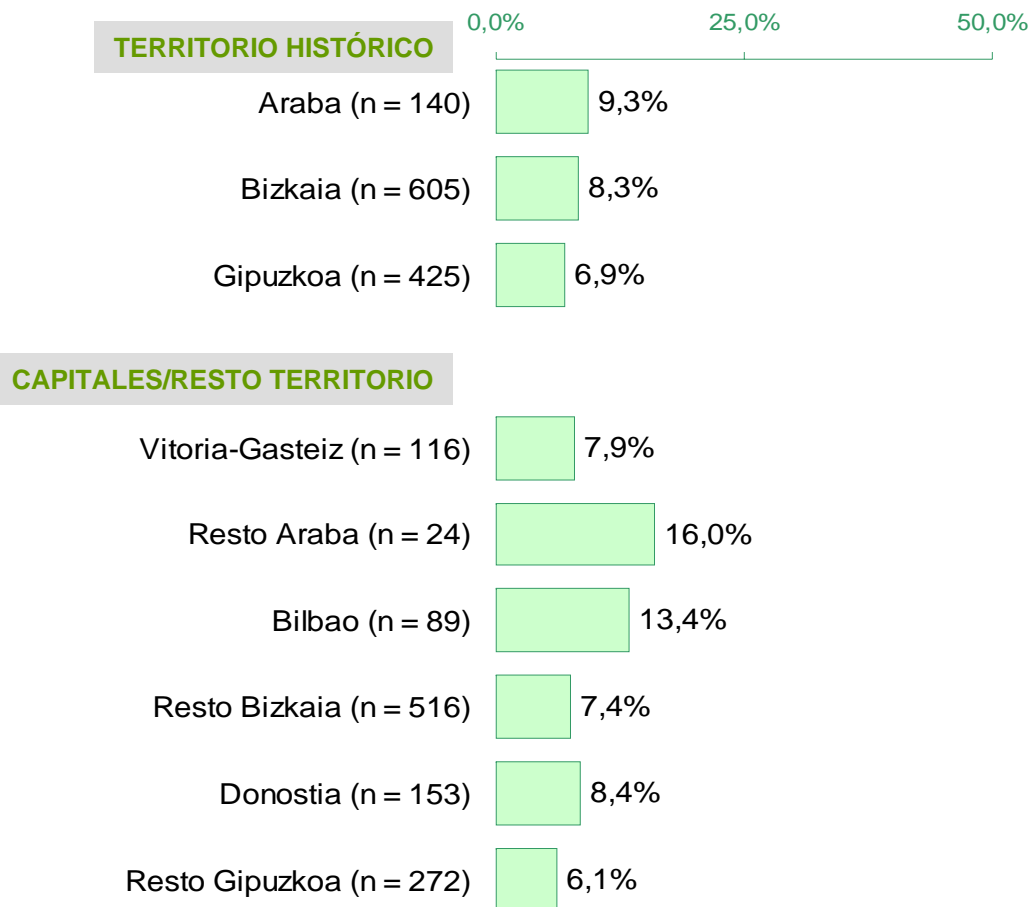
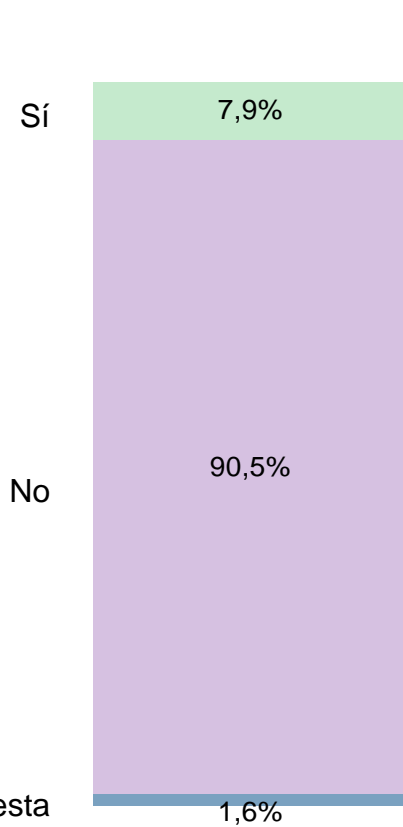
- *Solicitud de financiación a cajas más que a bancos; en concreto, la media de entidades, a las que se han acercado estos comercios minoristas, es de 1,8 entidades.*
- *Las reacciones de las entidades, ante la solicitud, son dos: transmitir tranquilidad o transmitir cierto recelo. A uno de cada diez solicitantes, se les ha denegado la financiación.*
- *El tiempo medio de respuesta ha sido 15,1 días.*
- *Dos de cada tres comercios minoristas que han solicitado financiación, han recibido respuesta.*

**Procesos de acceso
a la financiación**

P.17N.: ¿Ha intentado su comercio acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en los últimos tres meses? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grado de acceso/solicitud de líneas de financiación

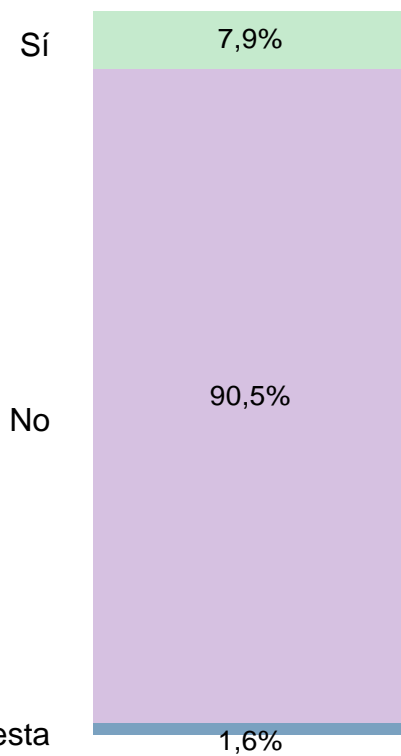


P.17N.: ¿Ha intentado su comercio acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en los últimos tres meses? (Primer Cuatrimestre 2.009)

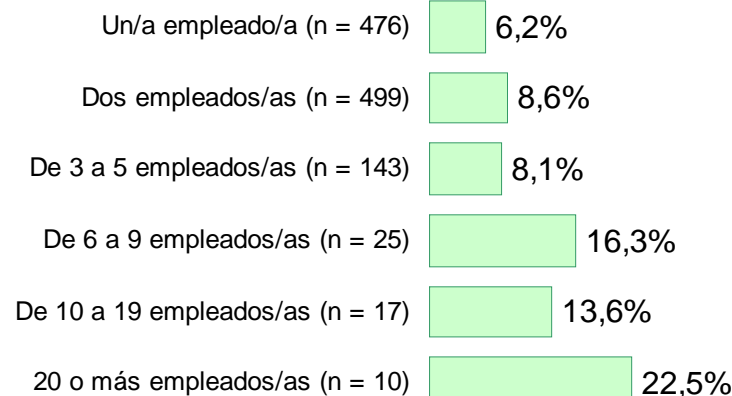
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grado de acceso/solicitud de líneas de financiación

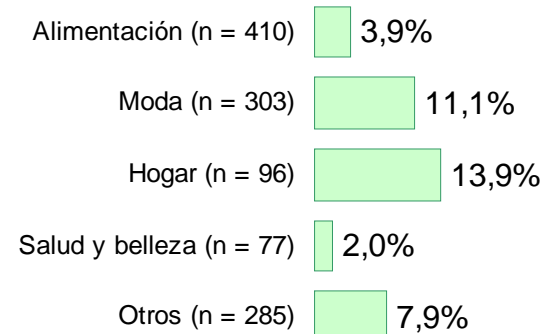
Tamaño comercio minorista (según número de empleados)



0,0% 25,0% 50,0%

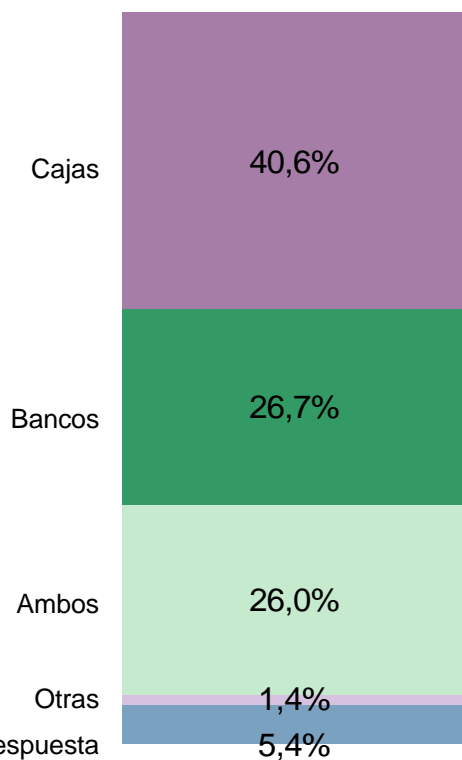


Grandes grupos de comercios



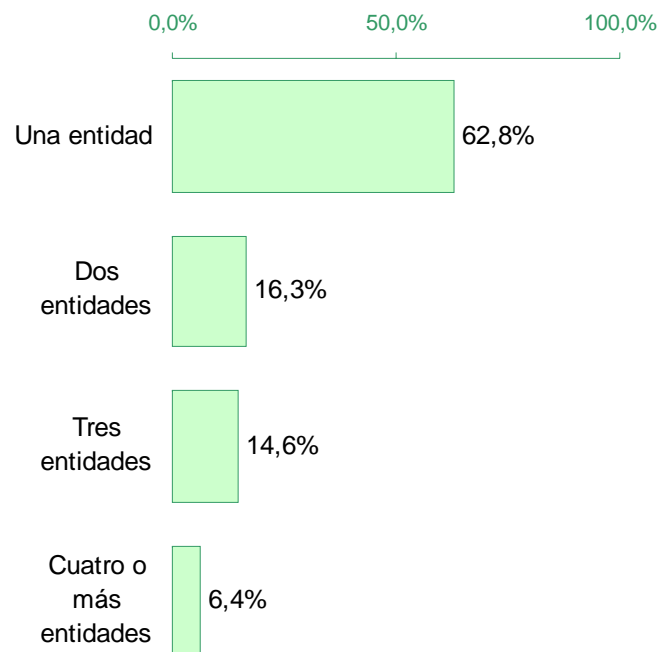
P.18N.: ¿A qué tipo de entidad financiera ha acudido a solicitar la financiación que necesita su comercio?
 (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 93 comercios minoristas entrevistados que han solicitado financiación



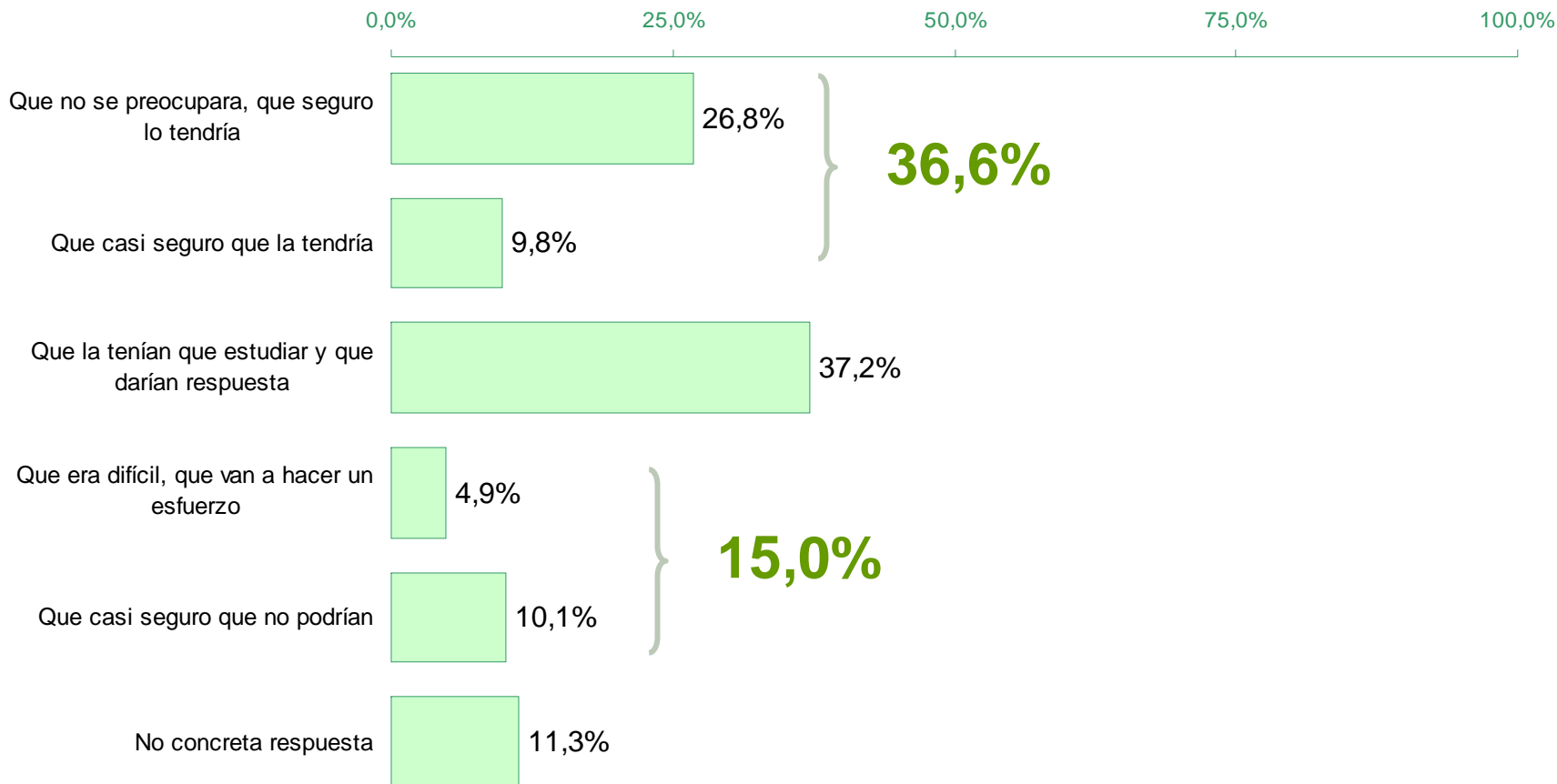
P.19N.: ¿A cuántas entidades financieras ha acudido a solicitar la financiación que necesita su negocio?
 (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 93 comercios minoristas entrevistados que han solicitado financiación



P.20N.: ¿Qué la dijeron en la entidad financiera a la que acudió a solicitar la financiación?*
 (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 93 comercios minoristas entrevistados que han solicitado financiación

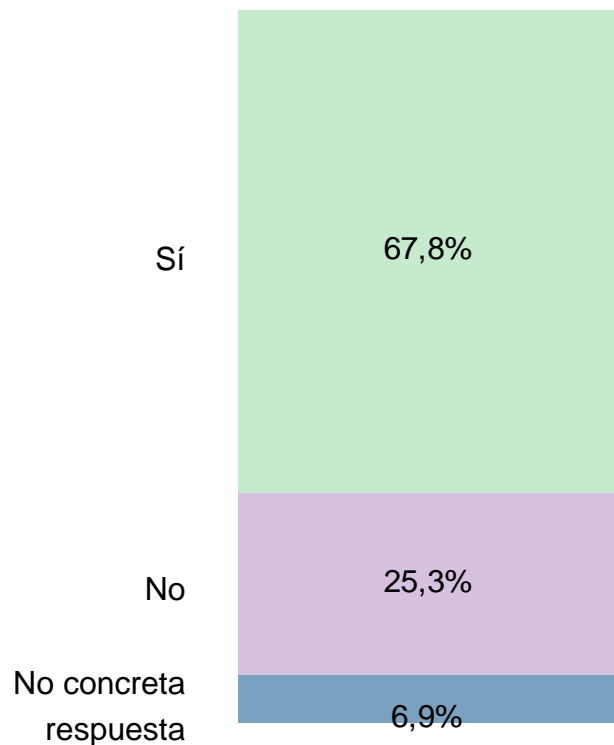


* Se sugirieron las alternativas de respuesta.

P.21N.: ¿Ha recibido respuesta a su solicitud de financiación?

(Primer Cuatrimestre 2.009)

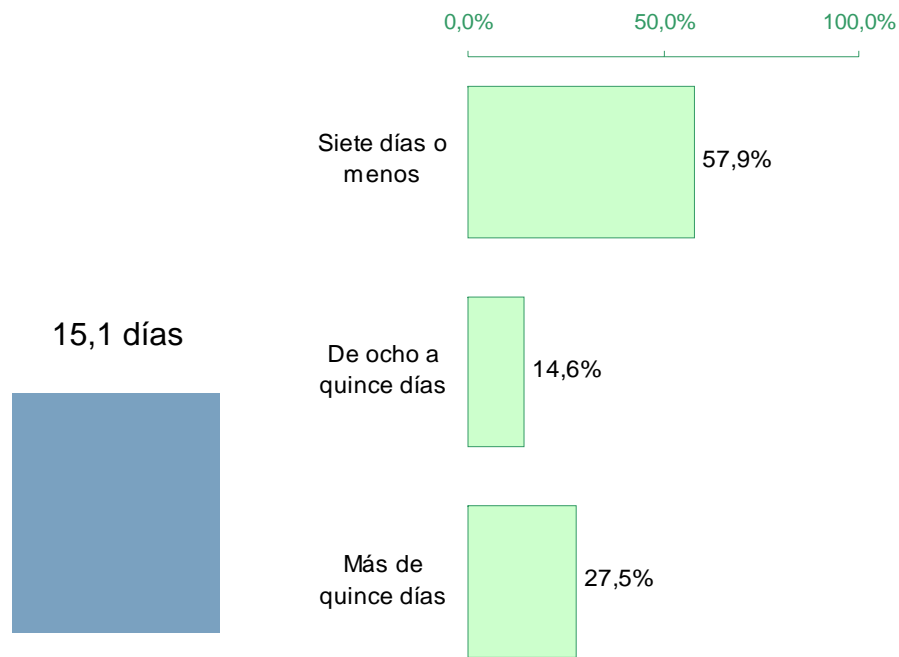
Base: 93 comercios minoristas entrevistados que han solicitado financiación



P.22N.: ¿A Cuántos días han tardado en responderle? O ¿hace cuántos días que solicitó su financiación?

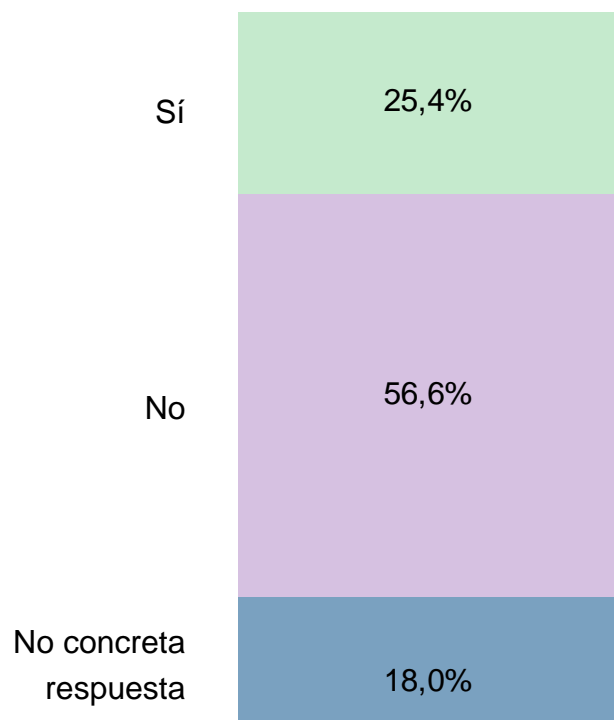
(Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 93 comercios minoristas entrevistados que han solicitado financiación



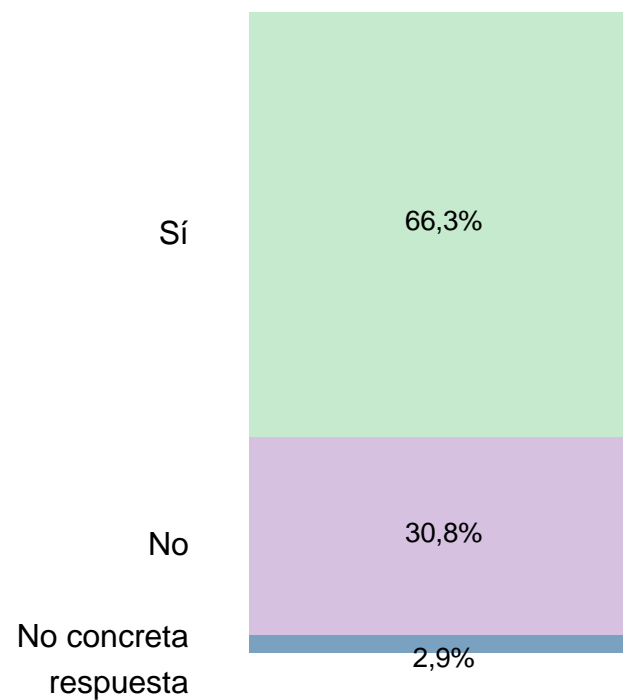
P.23N.: Las entidades financieras a las que ha recurrido ¿han tardado o están tardando más en responderle de lo que lo han hecho anteriormente? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 93 comercios minoristas entrevistados que han solicitado financiación



P.24N.: ¿Le han concedido la financiación que su comercio necesita? (Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 63 comercios minoristas que han recibido respuesta a su solicitud de financiación



En resumen, el semáforo de la financiación es:



Al 1,8% del total de comercios minoristas vascos le han denegado la financiación

El 2,5% del total de comercios minoristas vascos está a la espera de respuesta

Al 3,6% del total de comercios minoristas vascos le han concedido la financiación

El semáforo de la financiación

Las principales inconvenientes generados en el comercio minorista vasco, motivados por la situación financiera, son por este orden, los siguientes:

- *Necesidad de financiar circulante (38,3%)*
- *Problemas de renovación de la financiación con su entidad habitual (31,5%)*
- *Inversión, proyectos de inversión, frenada (26,3%)*

Los comercios minoristas vascos que han recurrido, o bien a Sociedades de Garantía Recíproca, o bien a otras fuentes de financiación, representan a un colectivo reducido

Efectos de la situación financiera

P.25N.: En estos cuatro últimos meses y debido a la situación financiera ¿dígame si en su comercio...?
(Primer Cuatrimestre 2.009)

Base: 93 comercios minoristas entrevistados que han solicitado financiación

	SÍ	NO	NO CONCRETA RESPUESTA
Han parado proyectos de inversión por problemas de financiación	26,3%	66,0%	7,7%
Se les han retrasado gravemente proyectos de inversión por lentitud o falta de financiación	17,3%	72,0%	10,7%
Les han surgido problemas para renovar la financiación que tenían con su entidad habitual	31,5%	57,1%	11,4%
Necesitan prioritariamente financiar el circulante	38,3%	49,3%	12,4%
Han recurrido a Sociedades de Garantía recíproca	3,2%	86,4%	10,4%
Han recurrido a otras fuentes de financiación oficial como Gobierno Vasco	10,4%	79,2%	10,4%

7

INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO VASCO (I.C.C.V.)

- ✓ El Indicador de Confianza del Comercio Vasco, ICCV, del Observatorio del Comercio Vasco, Ikusmer, permite conocer la opinión del sector comercial vasco sobre la evolución inter-anual y futura de una serie de variables que hacen referencia a la actividad del sector.
- ✓ El objetivo es el de disponer de indicador que resuma cuál es la tendencia actual y futura del sector comercial en el País Vasco, desde la perspectiva de los y las comerciantes/as, desde la perspectiva de la oferta.
- ✓ A continuación, definimos cómo se calcula el I.C.C.V.

El I.C.C.V.

Cálculo del I.C.C.V.-Ikusmer

- ✓ En primer lugar, el I.C.C.V. de Ikusmer está definido por dos indicadores parciales, a saber: indicador de situación actual; y, el indicador de expectativas.

- ✓ El **indicador de situación** actual refleja la valoración que hacen los comerciantes vascos de la situación actual de sus comercios en relación al con la que tenían hace un año. Indicador resultante de las preguntas: P.1. (Ventas); P.8. (Afluencia de visitantes); P.16 (Número de empleados/as); y, P.27 (Inversión en el comercio).

- ✓ El **indicador de expectativas** hace referencia a la situación esperada por los comerciantes vascos para dentro de tres meses. Indicador resultante de las preguntas: P.28A. (Ventas); P.28B (Afluencia de visitantes); P.28C (Número de empleados/as); y, P.28D (Inversión en el comercio).

✓ En segundo lugar, definimos el cálculo de estos dos indicadores parciales (situación actual y expectativas).

1 Se calcula el saldo, para cada una de las preguntas, como la diferencia entre el porcentaje de respuestas que indican una mejora (han aumentado) y el porcentaje de respuestas que indican un empeoramiento (han disminuido). El resto de posibles respuestas (sigue igual, no sabe, no contesta) no puntúan para calcular dichos índices.

$$\text{Saldo de pregunta (ventas, visitantes, empleados/as, inversión)} = \text{\% de respuestas positivas} - \text{\% de respuesta negativas}$$

2 Al saldo obtenido para cada pregunta, en el paso anterior, se le suma 100

$$\text{Índice (ventas, visitantes, empleados/as, inversión)} = \text{Saldo preguntas} + 100$$

3 Cada indicador parcial (situación actual y expectativas) se calcula como la media aritmética de los cuatro índices que lo integran.

4

Por último, el I.C.C.V. Ikusmer se define como media aritmética de los indicadores parciales anteriores (situación actual y expectativas); es decir, I.C.C.V. Ikusmer es la media aritmética de los resultados obtenidos (saldo + 100) en los ocho índices considerados para la elaboración del indicador.

$$\text{I.C.C.V. Ikusmer} = \frac{\text{Indicador de situación actual} + \text{Indicador de expectativas}}{2}$$

● Interpretación del I.C.C.V.-Ikusmer

- ✓ El I.C.C.V.-Ikusmer refleja la percepción que los comerciantes vascos tienen acerca de la situación actual del comercio vasco (mejor o peor que hace un año) y sus expectativas para los próximos tres meses (la situación será mejor o peor que la actual).
- ✓ El rango de valores que puede tomar el I.C.C.V.-Ikusmer y sus indicadores parciales oscila desde 0, cuando todos los comerciantes han contestado con la opción “peor/descenso”, hasta +200, cuando todos los comerciantes han elegido la opción “mejor/aumento”.
- ✓ La interpretación de los valores que puede tomar el I.C.C.V.-Ikusmer es la siguiente:
 - ✓ **Entre 100 y 200. Percepción favorable sobre la actividad comercial.**
 - ✓ **Igual a 100. Percepción neutra sobre la actividad comercial**
 - ✓ **Entre 0 y 100. Percepción desfavorable, crítica sobre la actividad comercial.**

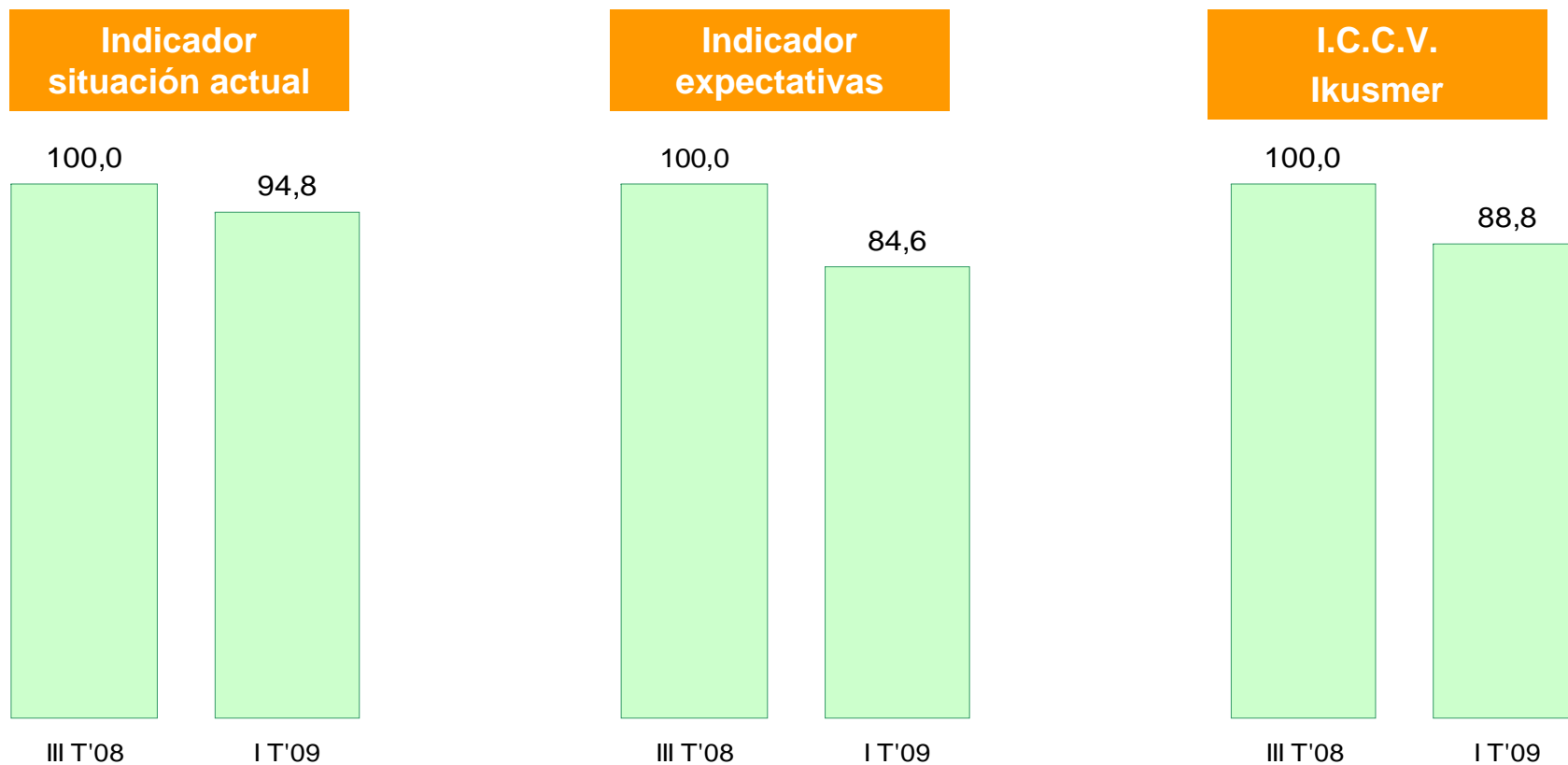
● **Indicador de Confianza del Comercio Vasco (I.C.C.V. Ikusmer)**

- ✓ La percepción de los comerciantes minoristas vascos, sobre la actividad económica del sector, continua siendo **desfavorable**.
- ✓ El **indicador de situación actual desciende 4 puntos** respecto al tercer trimestre de 2.008. La clave de este descenso se encuentra en la percepción de la evolución de las ventas; en concreto, este índice de ventas desciende 18,5 puntos.
- ✓ Pero sin lugar a dudas, la clave para explicar este retroceso está en el indicador de expectativas. El **descenso en 16,1 puntos del indicador de expectativas** explica el retroceso, la percepción crítica del comercio minorista vasco. Descenso en las expectativas de todos los índices que definen dicho indicador; en concreto, todos ellos no superan la barrera de los 100 puntos o de la percepción neutra.

INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO VASCO (I.C.C.V. IKUSMER)

	III T'08	I T'09
Indicador situación actual	77,1	73,1
Indicador expectativas	104,7	88,6
I.C.C.V. IKUSMER	91,1	80,9

Evolución del Indicador de Confianza del Comercio Minorista Vasco (I.C.C.V. Ikusmer)*



* (Tomamos como base 100, el primer momento de medición del indicador de confianza del comercio minorista vasco, correspondiente al tercer trimestre de 2.008)

- ✓ Como tendencias más significativas, cabe reseñar las siguientes:
 - ✓ **Araba** es el Territorio Histórico donde la confianza en la actividad del sector se ve más seriamente mermada. **De ser el Territorio Histórico más optimista**, Araba pasa **a ser el Territorio Histórico más crítico con la situación**. En este sentido respecto al tercer trimestre de 2.008, Araba pierde 19 puntos en este indicador de confianza.
 - ✓ Teniendo en cuenta lo comentado, son **los comercios minoristas de las capitales quienes perciben más optimistamente la marcha de la actividad comercial**. Esta diferencia entre los comercios de la capital y los comercios del resto de territorio histórico es más perceptible en Gipuzkoa.

Tendencias

INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO MINORISTA VASCO (I.C.C.V. IKUSMER)



	III T'08	I T'09
Indicador situación actual	80,9	71,3
Indicador expectativas	111,2	83,0
I.C.C.V. IKUSMER	96,1	77,1



	III T'08	I T'09
Indicador situación actual	78,6	72,0
Indicador expectativas	105,0	90,3
I.C.C.V. IKUSMER	91,8	81,1



	III T'08	I T'09
Indicador situación actual	73,9	75,3
Indicador expectativas	102,2	88,2
I.C.C.V. IKUSMER	88,0	81,7

INDICADOR DE CONFIANZA DEL COMERCIO VASCO (I.C.C.V. – Ikusmer)

	Indicador de situación		Indicador de expectativas		I.C.C.V. - Ikusmer	
	III T'08	I T'09	III T'08	I T'09	III T'08	I T'09
Vitoria-Gasteiz	80,1	70,9	107,8	83,6	93,9	77,2
Resto Araba	84,6	73,4	127,0	80,0	105,8	76,7
Bilbao	73,9	75,4	102,0	88,7	88,0	82,0
Resto Bizkaia	79,7	71,5	105,7	90,5	92,7	81,0
Donostia	79,3	76,9	100,8	92,8	90,1	84,9
Resto Gipuzkoa	71,9	74,3	102,7	85,7	87,3	80,0

La marcha futura, las expectativas depositadas en el sector tienden a equipararse con la marcha actual del mismo. Situación actual y futuro inmediato del sector confirman un retroceso de la actividad.

La reducción de ventas es el gran freno para recuperar la confianza en la actividad del sector. Los comercios minoristas que afirman haber vendido menos multiplican por casi cuatro (3,7) a quienes afirman haber vendido más. Más aún, cara al futuro más inmediato (segundo cuatrimestre de 2.009), esta proporción sigue siendo elevada (por cada comercio minorista que cree que venderá más, nos encontramos con casi tres comercios minoristas que manifiestan que venderán menos).

En definitiva