



ESTUDIO-DIAGNÓSTICO DEL COMERCIO MINORISTA EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES



ESTUDIO-DIAGNÓSTICO DEL COMERCIO MINORISTA EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES



Este estudio ha sido realizado con la cofinanciación de la Consejería de Trabajo de la Comunidad de Madrid, en virtud de la Orden 5618/2002, en el ámbito de la colaboración con las Corporaciones Locales.

En su publicación ha colaborado Caja Madrid.

San Sebastián de los Reyes, Octubre 2004

Equipo de trabajo

Coordinación:

Gema Inés Hernández Macarro.

Equipo técnico:

Dirección Técnica: Sergio Gómez Nieto.

Técnico: Carlos López Ratón.

Trabajo de Campo:

Manuel López Santos

Rosa María Luque Sequera

Isabel Mora Martínez

María Luisa Renedo Crespo

Tareas administrativas:

Pilar Moreno Sánchez.

Edita:

Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes

Delegación de Economía y Desarrollo Local

© De esta edición:

Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes

Delegación de Economía y Desarrollo Local

Tels. 91 663 79 09 / 94 60 - Fax 91 653 83 71

comercio@sansenet.com

www.sansenet.com

Diseño y maquetación:

aderal

Paseo de Guadalajara, 36

28700 S.S. de los Reyes (Madrid)

Tel. 91 654 00 50 - Fax 91 654 29 96

www.aderal.es

Índice

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	5
Objetivos	5
Metodología.....	5
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO 1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL COMERCIO MINORISTA.....	13
El establecimiento comercial.....	15
Régimen de ocupación	16
Forma jurídica.....	17
Año de constitución del negocio	19
Reforma o inversión	20
CAPÍTULO 2. ASOCIACIONISMO	23
CAPÍTULO 3. LA CLIENTELA Y RELACIONES QUE EL COMERCIANTE ESTABLECE	31
La clientela de San Sebastián de los Reyes.....	33
Relación que establece el comerciante con su clientela.....	37
CAPÍTULO 4. ACTIVIDAD DEL NEGOCIO.....	49
Elementos de los que dispone el negocio	51
Externalización de gestiones.....	53
Política de compras	54
Política de ventas.....	56
Volumen de negocio	60
CAPÍTULO 5. RELACIONES DE PERSONAL Y FORMACIÓN.....	63
Empleados.....	65
Tipos de contrato	67
Formación	68

CAPÍTULO 6. OPINIÓN E INICIATIVA.....	73
CAPÍTULO 7. AYUDAS Y SUBVENCIONES	81
CAPÍTULO 8. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y CERTIFICACIONES DE CALIDAD.....	87
Entorno tecnológico	89
Certificaciones de calidad	94
CONCLUSIÓN	95
PERFIL GENERAL	99
Perfil General.....	101
Perfil General por zonas	102
Perfil General por actividad.....	106
ANEXO	113
Mapa zonal	114
Cuestionario.....	117

Objetivos y metodología

Objetivos

El presente estudio tiene como objeto principal conocer la realidad del comercio minorista de San Sebastián de los Reyes. Para ello se ha realizado un pormenorizado análisis de la situación y estructura del comercio minorista del municipio mediante la exploración de diferentes variables relacionadas, como son:

- El establecimiento o local (superficie, régimen de ocupación, reformas realizadas, antigüedad, localización...)
- El negocio (forma jurídica, horario, servicios extra, acciones de publicidad o promoción, grado de modernización, empleo que genera, relación con las administraciones, volumen de negocio...)
- El comerciante (asociacionismo, relación con otros comerciantes, formación...)
- El cliente (edad, compra que realiza, lugar de residencia...)

Se trata de conocer la opinión que tienen los empresarios minoristas de la situación de sus negocios en el municipio. Por tanto, este es un estudio basado en el punto de vista del comerciante, cuales son sus necesidades y que relaciones establecen con los diferentes actores implicados.

Unidad a investigar:

El estudio se centra en los comercios minoristas ubicados en San Sebastián de los Reyes con sistema de venta directa al público mediante presentación real de la mercancía en el local.

Debido a los intereses del estudio también ha sido considerado comercio minorista los negocios encuadrados dentro del sector vehículos y hostelería que entre sus actividades está la venta directa de productos.

Quedan excluidos del estudio los supermercados y todos aquellos negocios cuya actividad principal no sea la venta de bienes y/o mercancías. Además la definición excluye también al comercio ambulante y todas aquellas actividades comerciales que utilizan de manera exclusiva canales de venta no presenciales o a distancia, así como aquellos lugares atendidos exclusivamente de manera automática (vending).

Metodología

Para la consecución de los objetivos anteriormente descritos se ha optado por una metodología cuantitativa basada en la administración de un cuestionario a una muestra seleccionada del total de la población a estudiar.

En una primera fase se realizó una primera depuración de la base de datos de comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes para eliminar todos aquellos registros que no se adecuaban a los intereses del estudio y suprimir registros repetidos.

En la siguiente fase se realizó una segunda depuración comprobando "in situ" la existencia de los establecimientos y si estos estaban abiertos, cerrados y si la actividad que figuraba en la base de datos era real.

La tercera fase consistió en la selección de la muestra.

En la cuarta fase se aplicó el cuestionario según los siguientes parámetros:

Para la administración del cuestionario se ha realizado una estratificación proporcional (selección proporcional de las unidades a analizar) basada en la zona geográfica donde se ubica el establecimiento y la actividad del negocio.

Para ello el municipio se ha dividido en cuatro zonas: Cervantes, Centro Real, Plaza de la Fuente y Resto del Municipio. La situación de las zonas es la siguiente:

Mapa de las zonas (Ver anexo)

- Plaza de la Fuente
- Cervantes
- Centro Real
- Resto del Municipio.

Las calles que componen cada zona son:

Cervantes
AV. ANDALUCIA
AV. BAUNATAL
AV. EUZKADI
AV. GUADARRAMA
AV. INDEPENDENCIA
AV. MADRID
AV. MAXIMILIANO PUERRO
AV. MURCIA
AV. SIERRA
AV. VALDELASFUENTES
CL. BENASQUE
CL. CANAL DE ISABEL II
CL. CERVANTES
CL. FEDERICO G. ^a LORCA
CL. GERONA
CL. HERMANOS DEL CRISTO
CL. MARIA AUXILIADORA
CL. OVIEDO
CL. PICO DE MULHACEN
CL. SAN CRISTÓBAL
CL. SEVILLA

Plaza de la Fuente
AV. CHAPARRAL
AV. MIGUEL RUIZ FELGUERA
AV. MURCIA
AV. NAVARRONDAN
AV. REYES CATÓLICOS
CL. ESPERANZA ABAD
CL. FUENTE
CL. GONZALO IZQUIERDO
CL. GREGORIO IZQUIERDO
CL. HERMANOS DEL CRISTO
CL. HERMANOS SANZ
CL. LORENZO COLMENAR
CL. LORENZO FRUTOS
CL. MANUEL JIMÉNEZ
CL. MAYOR
CL. MERCEDES IZQUIERDO
CL. MIGUEL DEL CAMPO
CL. NAVAS DE TOLOSA
CL. NUESTRA SRA ROSARIO
CL. PAZ
CL. RIO GUADALQUIVIR
CL. RIO JUCAR
CL. SAN CRISTÓBAL
CL. SAN NICOLAS
CL. SAN ONOFRE
CL. SAN PANCRACIO
CL. SAN VICENTE
CL. TRAVESIA DEL SOCORRO
CL. VICTORIA
TR. DEL SOCORRO

Centro Real

AV. COLMENAR VIEJO
 AV. ESPAÑA
 AV. PLAZA DE TOROS
 CL. ALVARO MUÑOZ
 CL. AÑO -1492-
 CL. ASTURIAS
 CL. BARRILLERO
 CL. BILBAO
 CL. CANARIAS
 CL. CRISTO REMEDIOS
 CL. DIEGO DE LEON
 CL. DOCTOR FLEMING
 CL. DOS DE MAYO
 CL. ESTAFETA
 CL. FCO. MUÑOZ
 CL. JUAN OLIVARES
 CL. JUAN ZAPATA
 CL. LEOPOLDO JIMENO
 CL. MARIA SANTOS COLMENA
 CL. MARTIN CHIRINO
 CL. PASARELA
 CL. PEDRO COLMENAR
 CL. PERPETUO SOCORRO
 CL. PIO XII
 CL. POSTAS
 CL. PRINCIPE
 CL. RAMON ESTEBAN
 CL. REAL VIEJA
 CL. REAL
 CL. RIO DUERO
 CL. RIO MIÑO
 CL. RIO TAJO
 CL. ROBERTO DE AGUSTINA
 CL. SACRAMENTO
 CL. SAN ROQUE
 CL. SANTA TERESA JESUS
 CL. SILVIO ABAD
 PZ. IGLESIA

Resto del Municipio

AV. CAMINO DE LO CORTAO
 AV. CATALUNYA,
 AV. CERRO DEL AGUILA,
 AV. FUENTE NUEVA
 AV. MATAPIÑONERA
 AV. MONCAYO
 AV. MONTES DE OCA
 AV. MOSCATELAR
 AV. PIRINEOS
 AV. RIOJA
 AV. SOMOSIERRA
 AV. TENERIFE
 CL. BALEARES
 CL. CANALEJAS
 CL. CANTABRIA
 CL. CEUTA
 CL. DAMIAN SANCHEZ LOPEZ
 CL. FRESA
 CL. FUERTEVENTURA
 CL. GOMERA
 CL. GUINDOS
 CL. HOYA
 CL. IBIZA
 CL. ISLA ALEGRANZA
 CL. ISLA DE LA PALMA
 CL. LANZAROTE
 CL. MANZANOS
 CL. NARANJOS
 CL. TANGER
 CL. VALLE DE GUADALIX
 AV. ORENSE
 AV. CASTILLA LA MANCHA
 AV. TALAVERA REINA
 PS. GUADALAJARA
 PZ. LOGROÑO
 AV. CASTILLA LA MANCHA
 CL. NAVARRONDAN

La distribución por grupo de actividad es:

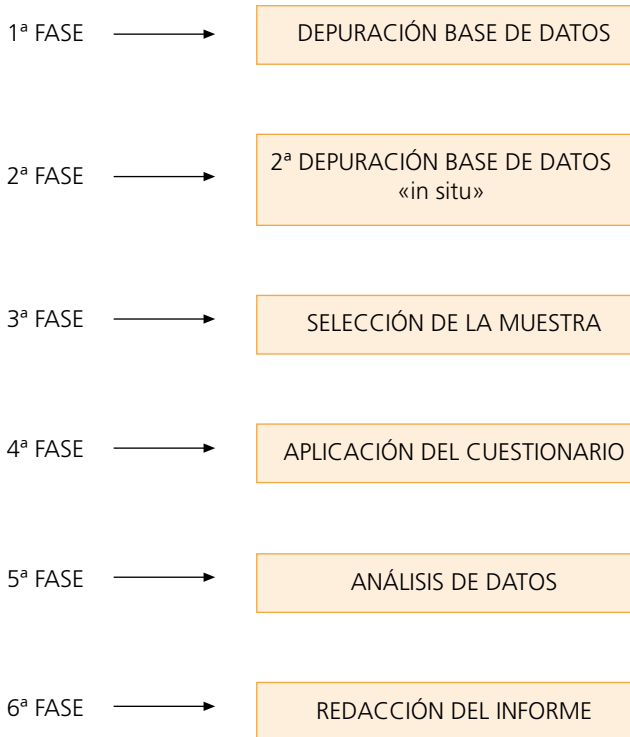
- **Bienes de Consumo Diario** (alimentación, bebidas, tabaco...)
- **Bienes de Equipamiento Personal** (productos farmacéuticos, productos médicos, droguería, perfumería, cosméticos, artículos de tocador, prendas de vestir, calzado...)
- **Bienes de Equipamiento del Hogar** (textil, muebles, electrodomésticos, decoración, iluminación, bricolaje...)
- **Hostelería** (bares, cafeterías, restaurantes...)
- **Vehículos** (accesorios del automóvil, carburantes...)
- **Otros**

Proceso de datos:

Una vez finalizado el trabajo de campo y asegurada la calidad de los datos se ha procedido a la comprobación, coherencia, cierre y codificación de las preguntas abiertas y a la grabación de los datos en soporte magnético.

Grabados los datos se han realizado los cruces de variables para después realizar el análisis y redactar el informe.

Fases del estudio:



Ficha Técnica:

Universo:

Todos los comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes cuyas características respondan a la definición utilizada en el estudio.

Tamaño muestral:

Se han realizado 152 entrevistas

Método de muestreo:

Estratificación proporcional y polietápica a las variables,

- Actividad
- Zona

Tipo de entrevista:

Entrevista personal mediante la administración de un cuestionario estructurado al propietario, gerente o responsable del negocio.

Estructura del informe

Cada capítulo del informe consta de un análisis general de los datos y un examen segmentado según actividad del negocio y zona geográfica donde se ubica el establecimiento.

Las tablas de datos utilizadas son de dos tipos:

1. Tablas con *porcentaje de columna*: donde la lectura de datos se hace en horizontal, es decir en base a la actividad o a la zona.

	TOTAL					
	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	↓	↓	↓	↓	↓	↓
	↓	↓	↓	↓	↓	↓

2. Tablas con *porcentaje de fila y columna*: donde la lectura se hace en horizontal y en vertical. Este formato las tienen las tablas número: 8, 9, 23, 24, 27, 28, 31,32, 33, 34, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 51, 52, 65, 66.

		TOTAL				
	% de Fila →					
↓	% de Columna					
	% de Fila →					
↓	% de Columna					
	% de Fila →					
↓	% de Columna					
	% de Fila →					
↓	% de Columna					
	% de Fila →					
↓	% de Columna					

Introducción

Aproximación a la definición de Comercio Tradicional

El diagnóstico del comercio minorista es una herramienta en manos de los gestores locales para conocer la situación del comercio en su ámbito de actuación. En el sector tradicional operan una serie de agentes con unas características comunes que les hacen ser partícipes de la misma situación y por tanto susceptibles de recibir un mismo tratamiento en la satisfacción de sus necesidades.

Coexisten en España sistemas de distribución complementarios entre sí: constituidos por empresas, tecnologías y formas tradicionales de comercio. Estas últimas siguen prestando importantes servicios a la sociedad española y juegan un papel trascendental en la estabilidad de la población activa, pero deben emprender una actualización y tecnificación que les permita afrontar el marco de la libre competencia.

Observamos por tanto una distinción indudable en cuanto a la definición de comercio; la contraposición de comercio de proximidad y comercio de periferia, lo cual no hace sino resaltar que la estructura comercial española se caracteriza por la atomización y por un fuerte dualismo, donde conviven las dos fórmulas. No existe consenso ni homogeneidad en la descripción de las diversas modalidades comerciales por el amplio abanico de tipologías de carácter mercantil que se pueden encontrar entre ambos conceptos.

Se pueden anotar aún así, una serie de características cuando utilizamos el término *comercio* junto a la denominación de *tradicional*; estaríamos hablando entonces de un comercio independiente, de tamaño pequeño por los puntos de venta con los que cuenta, la cifra de sus empleados y las dimensiones de los locales donde actúa; de tecnología tradicional por el régimen de venta utilizado, el equipamiento disponible y la formación de su personal siendo la forma jurídica más común una persona física.

Se considera que una zona está dotada adecuadamente de equipamiento comercial cuando éste, garantice a la población existente y, en su caso, a la prevista a medio plazo, una oferta de artículos en condiciones de calidad, variedad, servicio, precios y horarios conforme con la situación actual y con las tendencias de desarrollo y modernización del comercio al por menor.

La Empresa Comercial y su entorno

Nos referimos con esta denominación únicamente a lo que conocemos como PYME, descartando conscientemente a la gran empresa y por supuesto a la multinacional.

Es objeto de este estudio el identificar la función de la empresa comercial en su ámbito local; se estudiarán sus peculiaridades y se remarcarán los elementos distintivos. Las prácticas comerciales y de distribución han experimentado una profunda transformación desde la adhesión a la Unión Europea. La característica principal de este cambio ha sido la rápida evolución de la demanda y oferta de bienes comercializables; los hipermercados y las grandes superficies, las empresas especializadas, en muchos casos apoyadas por mayoristas o por los fabricantes han roto el esquema clásico: Fabricante › Mayorista › Pequeño Comercio › Consumidor Final. A pesar de todo, el pequeño comercio minorista dispone de oportunidades para defender su participación en el mercado. Las decisiones estratégicas deben responder a las conclusiones que se extraigan del análisis y diagnóstico de la situación y a los objetivos que se persigan.

Se mostrará a continuación una visión del comercio tradicional o minorista mediante una clasificación desde tres ámbitos: el Entorno Legal, Social y Tecnológico.

El primer elemento clasificatorio, se refiere al régimen jurídico, clave en el orden de las nuevas modalidades de venta al público. El Derecho, en su vertiente mercantil, debe proporcionar las bases para la modernización de las estructuras comerciales, contribuyendo a corregir los desequilibrios entre las grandes y las pequeñas empresas comerciales y, sobre todo, al mantenimiento de la libre y leal competencia. El legislador debe velar por hacer estas condiciones efectivas para materializar una mejora continuada de los precios y la calidad; esto hará posible la mejor comunicación entre el establecimiento y el cliente, y garantizará una más eficaz actuación de ambas partes.

En este sentido, la ley de la Ordenación del Comercio Minorista (1996) reglamenta como tienen que ser este tipo de intercambio sustentando su contenido en torno a cuatro puntos principales: la defensa del consumidor, el control de precios y los márgenes, la organización de la competencia y el urbanismo comercial. La Legislación, deberá marcar las condiciones en las que se instalan las grandes superficies así como sus horarios y días de apertura; otorgará las licencias y autorizaciones para el desempeño de la actividad comercial salvaguardando los acuerdos contractuales de los actores de los intercambios.

En lo que se refiere al contexto social, se deben tener en cuenta los cambios en el consumo producidos a su vez por un cambio demográfico; el envejecimiento de la población, la independencia alcanzada por la mujer y la amplitud que ha alcanzado el concepto familia en la actualidad, explican los cambios en el comportamiento del consumidor e influyen notablemente en sus hábitos de compra y a su vez en el desarrollo de la distribución comercial. Actualmente hablamos de un consumidor más informado y formado, preocupado por el medio ambiente, que considera la calidad, el servicio y otras variables además del precio en sus decisiones de compra, que dispone de menos tiempo y que ha modificado sus costumbres en cuanto al tipo de establecimiento donde acudir.

Se trata de una evolución sociocultural del consumidor que se demuestra mediante su asociacionismo. Es relevante incluir en el aspecto sociológico la evolución económica: la estabilidad y el crecimiento de la población asalariada provoca una mayor propensión al gasto.

Es un aspecto económico también el que condiciona el tercero de los ámbitos desde el que podemos observar la empresa comercial: el entorno tecnológico, por el cual la empresa comercial ha sido afectada en tres direcciones. Una es en el punto de venta con la incorporación de sistemas de lectura óptica y sistemas de pago electrónico. La segunda afección se da en la función logística, que conlleva la optimización de las redes de distribución, la mejora en la comunicación entre el proveedor y el minorista y la utilización de sistemas de codificación. Por último, se contemplan las nuevas formas de venta, en las que el correo electrónico y las compras a domicilio en tiempo real, son los principales exponentes. Es relevante a su vez, para el desarrollo tecnológico de la empresa comercial, el aumento de la competencia experimentado en el sector de la distribución; esta competitividad ha propiciado la aparición de nuevas fórmulas comerciales, que junto a la entrada de competidores extranjeros ha dado lugar a un nuevo escenario caracterizado por un endurecimiento del mercado. La fuerte competitividad es sin duda un factor de cambio para el comercio.

Estos tres puntos de vista desde los que hemos visto a la empresa comercial pueden completarse todo lo que se quieran, pero era pretensión de esta introducción dar los rasgos básicos que nos permitan hacer una primera clasificación, y no abundar en aspectos que se irán desgranando a lo largo de este informe.

Son estos factores factores, entre otros, los que definen la estructura y el funcionamiento del comercio en una localidad. Los rasgos apuntados nos servirán para hacer un diagnóstico lo más cercano posible a la realidad y permitirán comprender con mayor claridad lo referido a partir de ahora en el estudio.



1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL COMERCIO MINORISTA



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



Este capítulo del estudio es una primera toma de contacto con la estructura comercial de San Sebastián de los Reyes. Mediante este acercamiento inicial se establecerán las pautas generales que definen al comercio minorista del municipio.

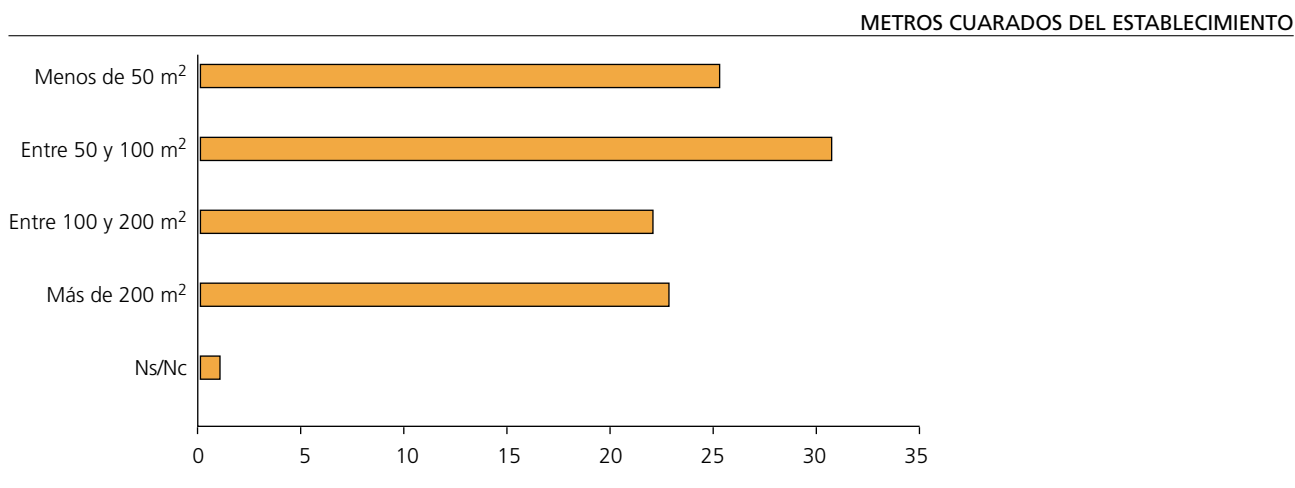
Para ello se han tenido en cuenta las siguientes variables:

- ✓ El tamaño del establecimiento
- ✓ El régimen de ocupación del establecimiento.
- ✓ La forma jurídica del negocio
- ✓ El año de constitución del negocio
- ✓ Las reformas o inversiones realizadas en los últimos años.

1. El establecimiento comercial

Por establecimiento comercial se entiende los locales y las construcciones o instalaciones destinados al ejercicio regular de actividades comerciales.

El 55,3% de los establecimientos comerciales de San Sebastián de los Reyes tienen menos de 100 m² y un 25% no supera los 50 m². En lo que a locales grandes se refiere, el 44% tiene más de 100 m² y, de ellos, un 22,4% está por encima de los 200 m².



La actividad y el tamaño del establecimiento están estrechamente relacionados. Es en los comercios que se engloban dentro de la categoría de "Bienes de Consumo Diario" donde los locales son más pequeños, la mayoría (63%) tienen un tamaño inferior a los 50 metros cuadrados. Por su parte, los de mayor tamaño los encontramos en "Vehículos", más de un 58% cuentan con una superficie superior a los 200 m².

TABLA 1

Actividad / M ²	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Menos de 50 m ²	25%	63,6%	35,5%	10,3%	13,2%	0%	25%
Entre 50 y 100 m ²	30,3%	27,3%	35,5%	10,3%	47,4%	8,3%	35%
Entre 100 y 200 m ²	21,7%	9,1%	19,4%	34,5%	21,1%	33,3%	15%
Más de 200	22,4%	0%	9,7%	41,4%	18,4%	58,3%	25%
Ns/nc	0,7%	0%	0%	3,4%	0%	0%	0%

En las zonas urbanas (Cervantes, Plaza Fuente y Centro Real) se concentran los locales más pequeños. Mientras que en las afueras del municipio encontramos que el 54,5% de los establecimientos superan los 200 metros cuadrados. Como consecuencia, en el núcleo urbano, se concentran comercios dedicados a aquellas actividades que no necesitan grandes locales: Bienes de Consumo Diario, Bienes de Equipamiento Personal y Hostelería. Mientras que en las afueras se establecen comercios cuyas actividades precisan de locales más amplios: Bienes de equipamiento del Hogar y Vehículos.

TABLA 2

Zona / M ²	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Menos de 50 m ²	25%	37,5%	21,7%	34%	6,8%
Entre 50 y 100 m ²	30,3%	43,8%	43,5%	30,2 %	13,6%
Entre 100 y 200 m ²	21,7%	15,6%	13%	26,4%	25%
Más de 200	22,4%	0%	21,7%	9,4%	54,5%
Ns/Nc	0,7%	3,1%	0%	0%	0%

TABLA 3

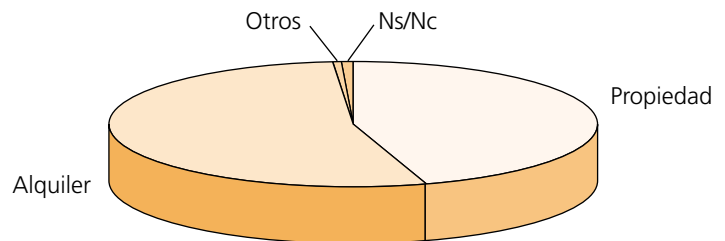
Zona / Actividad	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Bienes de consumo diario	14,5%	21,9%	8,7%	18,9%	6,8%
Bienes de eq. Personal	20,4%	28,1 %	17,4%	22,6%	13,6%
Bienes de eq. Hogar	19,1%	6,3%	13%	18,9%	31,8%
Hostelería	25%	21,9%	39,1%	24,5%	20,5%
Vehículos	7,9%	0%	8,7%	5,7%	15,9%
Otros	13,2%	21,9%	13%	9,4%	11,4%

2. Régimen de ocupación

El régimen de tenencia del local comercial es un indicador del grado de estabilidad del negocio y a su vez puede afectar a otros aspectos como la renovación del comercio, incorporación de nuevo equipamiento, cambio de actividad, etc.

Un 53% de los locales de San Sebastián de los Reyes están en régimen de alquiler y un 45% son propiedad de los titulares del negocio.

RÉGIMEN DE OCUPACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO



Predomina la propiedad en los establecimientos dedicados a la venta de Bienes de Consumo Diario y Bienes de Equipamiento Personal, mientras que en el resto de actividades el porcentaje de locales en régimen de alquiler es superior. Es en las actividades que cuentan con los establecimientos más pequeños donde la propiedad supera al alquiler.

TABLA 4

Actividad / R. ocupación	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Propiedad	45,4%	54,5%	51,6%	48,3%	42,1%	33,3%	35%
Alquiler	53,3%	45,5%	41,9%	51,7%	57,9%	66,7%	65%
Otros	0,7%	0%	3,2%	0%	0%	0%	0%
Ns/Nc	0,7%	0%	3,2%	0%	0%	0%	0%

En cuanto a la relación entre el régimen de ocupación y la zona donde se ubica el establecimiento, en todas las zonas predomina el alquiler excepto en Cervantes donde el 59% de los locales están en propiedad.

TABLA 5

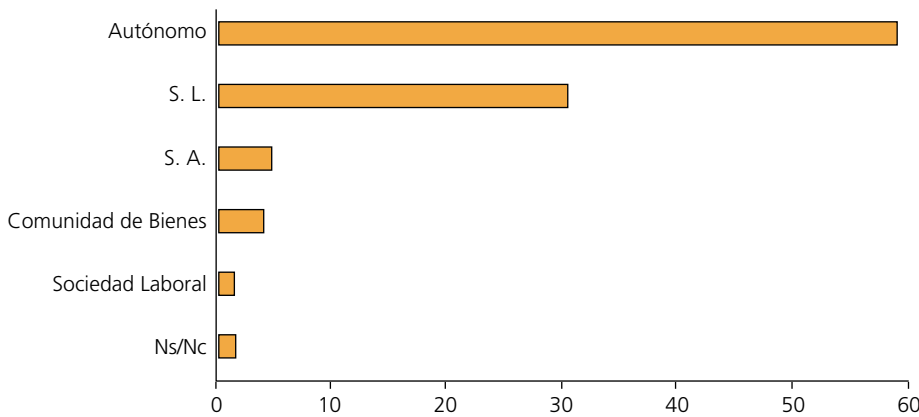
Actividad / R. ocupación	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Propiedad	45,4%	59,4%	39,1%	41,5%	45,4%
Alquiler	53,3%	40,6%	60,9%	56,6%	53,3%
Otros	0,7%	0%	0%	1,9%	0,7%
Ns/Nc	0,7%	0%	0%	0%	0,7%

3. Forma jurídica

La forma jurídica de un negocio influye sobre la marcha del mismo. Existen varios factores que pueden determinar la elección de una u otra fórmula, como son; la simplicidad de los trámites de constitución, el número de socios, el capital social, el riesgo patrimonial, la fiscalidad y la imagen que se proyecta sobre el cliente.

La mayoría de los comerciantes de San Sebastián de los Reyes optan por la fórmula de empresario individual, un 58,6% de los negocios del municipio están regentados por autónomos.

FORMA JURÍDICA DEL NEGOCIO



En el gráfico se observa que un 30,3% de los negocios son sociedades limitadas. Esta forma jurídica se concentra principalmente en las actividades dedicadas a la venta de “Bienes de Equipamiento del Hogar” y en “Vehículos”, donde el porcentaje de autónomos está claramente por debajo del de S.L. En el resto de actividades es la fórmula individual la que predomina.

TABLA 6

Actividad \ Forma jurídica	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Autónomo	58,6%	86,4%	64,5%	34,5%	71,1%	25%	50%
S.A	4,6%	4,5%	0%	13,8%	0%	8,3%	5%
S.L.	30,3%	9,1%	32,3%	48,3%	13,2%	58,3%	40%
Sociedad Laboral	1,3%	0%	0%	0%	2,6%	0%	5%
C. de Bienes	3,9%	0%	3,2%	3,4%	10,5%	0%	0%

En cuanto al área donde se ubica el negocio, en todas ellas es el empresario individual el que impera, excepto en Resto del Municipio donde un 54,5% de los negocios son Sociedades Limitadas, esto se debe a las características de las empresas que se ubican en la zona: Bienes de Equipamiento del Hogar y Vehículos¹.

TABLA 7

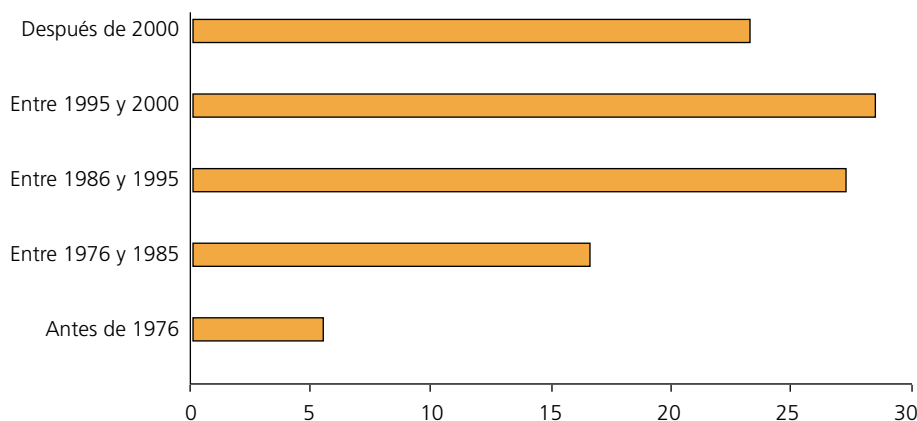
Zona \ Forma jurídica	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Autónomo	58,6%	87,5%	73,9%	60,4%	27,3%
S.A.	4,6%	3,1%	4,3%	1,9%	9,1%
S.L.	30,3%	9,4%	17,4%	28,3%	54,5%
Sociedad Laboral	1,3%	0%	0%	1,9%	2,3%
Comunidad de Bienes	3,9%	0%	0%	7,5%	4,5%
Ns/Nc	1,3%	0%	4,3%	0%	2,3%

¹ Ver tabla actividad * zona.

4. Año de constitución del negocio

La estructura comercial de San Sebastián de los Reyes es relativamente moderna. La antigüedad media de los negocios es de 10 años, más de la mitad (51,3%) de estos negocios fueron creados después de 1995 y un 23% de los comercios minoristas del municipio han sido implantados en los últimos tres años. Únicamente el 5,3% de los comercios que en la actualidad subsisten fueron fundados antes de 1976.

AÑO DE CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO



Por actividad los comercios más modernos se encuadran dentro de los dedicados a la venta de Bienes de Equipamiento del Hogar. El 31% de los negocios dedicados a esta actividad fueron creados después del año 2000. Los establecimientos del resto de actividades se fundaron entre 1985 y el año 2000. Es en los negocios dedicados a la venta de Bienes de Consumo Diario donde encontramos los establecimientos más antiguos, del total de las empresas creadas antes de 1976 y que en la actualidad aún perduran, el 37,5% pertenecen a esta actividad.

TABLA 8

Actividad \ Año		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Antes de 1976	% de Fila	100%	37,5%	12,5%	25%	25%	0%	0%
	% de Columna	5,3%	13,6%	3,2%	6,9%	5,3%	0%	0%
Entre 1976 y 1985	% de Fila	100%	24%	24%	12%	28%	12%	0%
	% de Columna	16,4%	27,3%	19,4%	10,3%	18,4%	25%	0%
Entre 1986 y 1995	% de Fila	100%	17,1%	24,4%	17,1%	24,4%	7,3%	9,8%
	% de Columna	27%	31,8%	32,3%	24,1%	26,3%	25%	20%
Entre 1995 y 2000	% de Fila	100%	7%	23,3%	18,6%	25,6%	9,3%	16,3%
	% de Columna	13,6%	13,6%	32,3%	27,6%	28,9%	33,3%	35%
Después de 2000	% de Fila	100%	8,6%	11,4%	25,7%	22,9%	5,7%	25,7%
	% de Columna	13,6%	13,6%	12,9%	31%	21,1%	16,7%	45%

Las zonas del núcleo urbano son las que cuentan con establecimientos de mayor antigüedad, y concretamente es en Centro Real donde encontramos el porcentaje más alto. De todos los negocios ins-

taurados antes de 1976 el 62,5% pertenecen a este área. Por su parte, es en las afueras del municipio, y por tanto en las zonas más modernas, donde encontramos las empresas más jóvenes. El 77% de los negocios de Resto del Municipio fueron creados después de 1995.

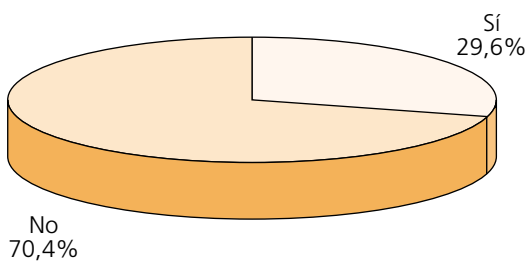
TABLA 9

Zona	Año	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Antes de 1976	% de Fila	100%	12,5%	12,5%	62,5%	12,5%
	% de Columna	5,3%	3,1%	4,3%	9,4%	2,3%
Entre 1976 y 1985	% de Fila	100%	16%	20%	56%	8%
	% de Columna	16,4%	12,5%	21,7%	26,4%	4,5%
Entre 1986 y 1995	% de Fila	100%	31,7%	14,6%	36,6%	17,1%
	% de Columna	27%	40,6%	26,1%	28,3%	15,9%
Entre 1995 y 2000	% de Fila	100%	11,6%	14%	27,9%	46,5%
	% de Columna	28,3%	15,6%	26,1%	22,6%	45,5%
Después de 2000	% de Fila	100%	25,7%	14,3%	20%	40%
	% de Columna	23%	28,1%	21,7%	13,2%	31,8%

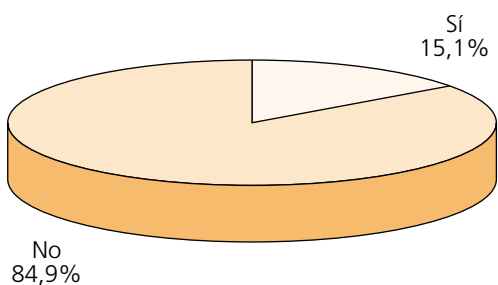
5. Reforma o inversión

La reforma del local o la inversión en el negocio son un indicador importante para conocer la vitalidad del comercio minorista de la zona. La inmensa mayoría de los comerciantes de San Sebastián de los Reyes no han realizado ningún tipo de reforma en los últimos dos años, y además, el 84,9% no tiene intención de realizarla en el futuro.

¿HA REALIZADO ALGUNA REFORMA O INVERSIÓN EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS?

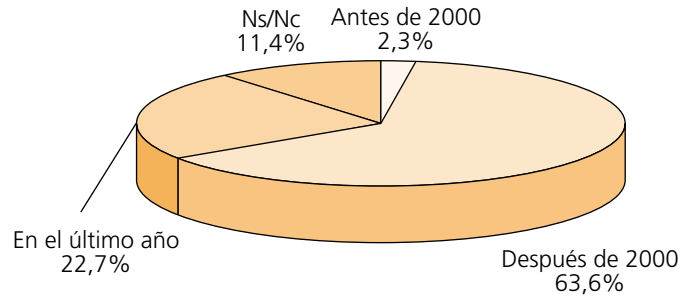


¿TIENE PENSADO REALIZAR ALGUNA REFORMA O INVERSIÓN EN SU NEGOCIO EN LOS PRÓXIMOS DOS AÑOS?



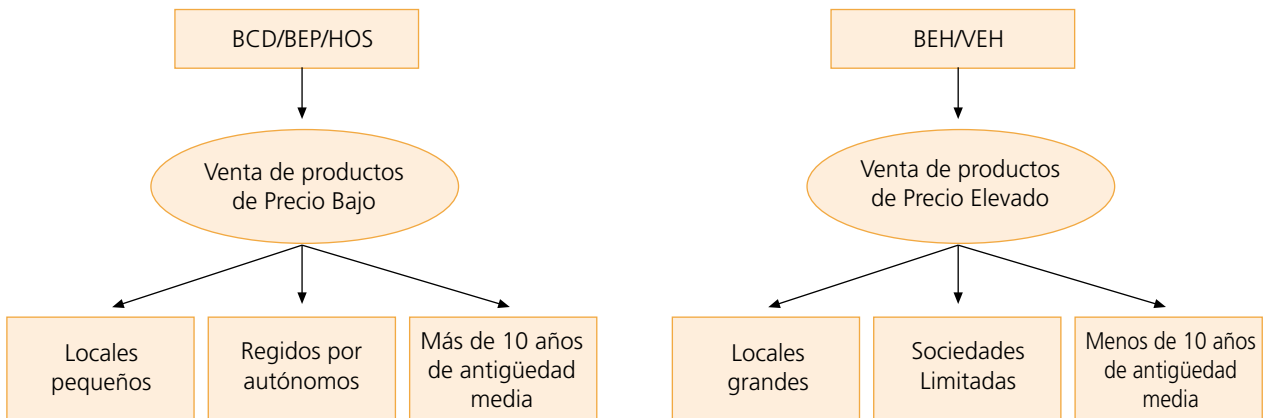
De ese 29,6% de comerciantes que sí han realizado algún tipo de reforma o inversión, el 86,3% lo ha hecho después del año 2000 y un 22,7% han realizado la reforma o inversión en el último año.

¿TIENE PENSADO REALIZAR ALGUNA REFORMA O INVERSIÓN EN SU NEGOCIO EN LOS PRÓXIMOS DOS AÑOS?

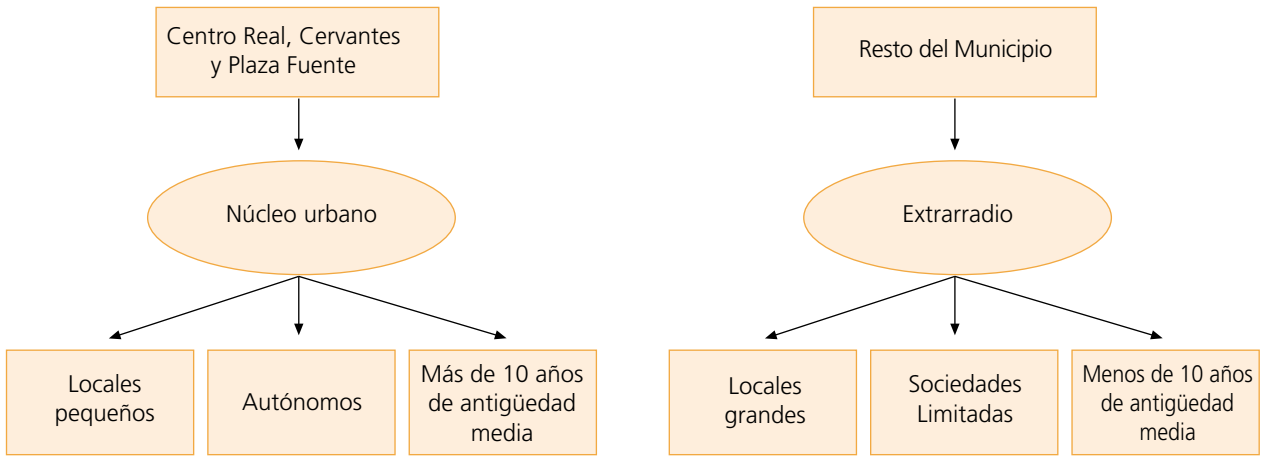


En resumen:

En cuanto a la actividad del negocio, existen dos grupos. Uno en el que se agrupan las actividades que se dedican a la venta de productos de bajo precio -Bienes de Consumo Diario (BCD), Bienes de Equipamiento Personal (BEP) y Hostelería (HOS)- y otro grupo dedicado a la venta de productos de precio elevado -Bienes de Equipamiento Personal (BEH) y Vehículos (VEH). Cada grupo cuenta con características similares:



En cuanto a la zona también existen dos grupos claramente diferenciados; por un lado las zonas del núcleo urbano (Centro Real, Cervantes y Plaza Fuente) y por otro las zonas del Extrarradio (Resto 5 y sectores). Las características de estos grupos son:





2. ASOCIACIONISMO



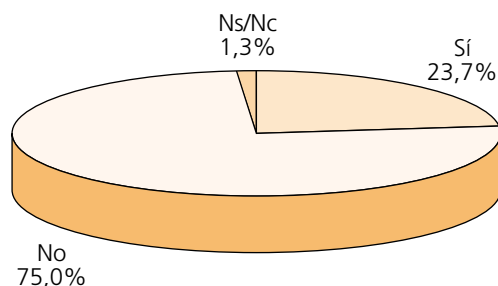
**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



El asociacionismo comercial puede ser una vía para relacionarse con otras empresas, realizar acciones comunes y hacer frente a determinadas situaciones. A nivel estatal el asociacionismo comercial ha sufrido un ligero, aunque continuo incremento, en los últimos años; llegándose en el 2000 a un 31,8% de comercios englobados en asociaciones¹.

En San Sebastián de los Reyes el porcentaje de comercios que pertenecen a alguna asociación empresarial y/o comercial está por debajo del porcentaje nacional. Únicamente el 23,7% de los comercios del municipio están asociados, el 75% no pertenece a ningún tipo de asociación.

¿PERTENECE A ALGUNA ASOCIACIÓN EMPRESARIAL Y/O COMERCIAL?



Si segmentamos por actividad, observamos que es en “Vehículos” donde se alcanza el porcentaje más alto de asociacionismo, más del 40% de los negocios de este sector pertenecen a asociaciones empresariales, también en “Bienes de equipamiento personal” existe un asociacionismo elevado, el 35,5% de los establecimientos que están englobados en esta actividad pertenecen a algún tipo de asociación. Por su parte “Hostelería” y “Bienes de equipamiento del hogar” son los que cuentan con un índice de asociacionismo más bajo.

TABLA 11

Actividad / Asociación	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	23,7%	27,7%	35,5%	17,2%	13,2%	41,7%	20%
No	75%	72,7%	61,3%	79,3%	86,8%	58,3%	80%
Ns/Nc	1,3%	0%	3,2%	3,4%	0%	0%	0%

En cuanto a zonas, es en “Cervantes” donde existe un mayor número de comercios pertenecientes a asociaciones, un 34,4%. Por su parte es en “Resto del Municipio” donde menos comercios asociados existen.

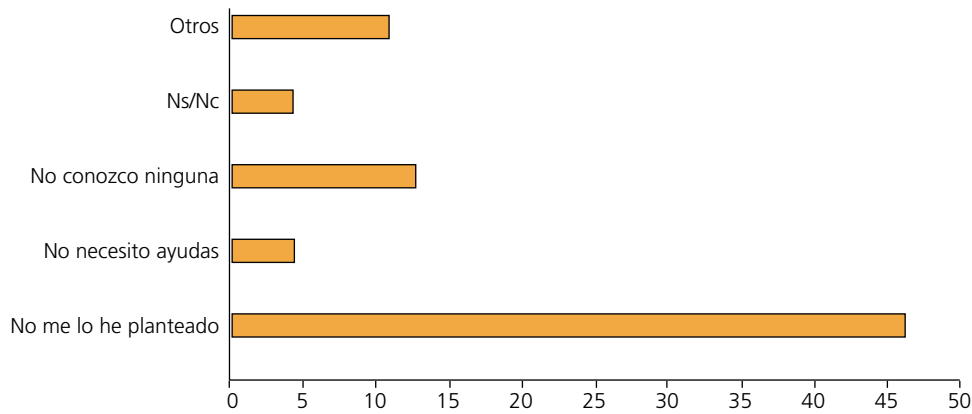
TABLA 12

Zona / Asociación	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	23,7%	34,4	21,7%	26,4%	13,6
No	75%	65,6%	78%	73,6%	81,8%
Ns/Nc	1,3%	0%	0%	0%	4,5%

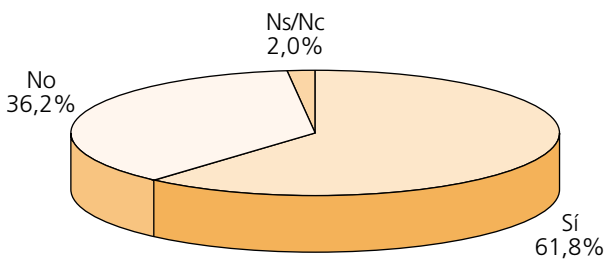
¹ SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO. DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA COMERCIAL. Estudio sobre la estructura del comercio minorista-actualización 2000.

Llama la atención que la razón mayoritaria por el que no se pertenece a ninguna asociación es que los comerciantes **no se lo plantean**. Un 45,8% señala este motivo. La causa de esto puede ser el escaso conocimiento que se tiene de las asociaciones y sus funciones, un 61,8% de los comerciantes solicitan **mayor información** en este aspecto.

MOTIVOS POR LOS QUE NO PERTENECE A NINGUNA ASOCIACIÓN



¿LE GUSTARÍA RECIBIR MÁS INFORMACIÓN SOBRE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y/O COMERCIALES?



Por actividad, son los comercios dedicados a la venta de “Bienes de equipamiento del hogar” los que más información reclaman. Por otro lado, es en el área donde menor porcentaje de empresas asociadas existen donde los comerciantes demandan una comunicación más fluida con las asociaciones, al 70,8% de los negocios del Resto de municipio le gustaría recibir mayor información.

TABLA 13

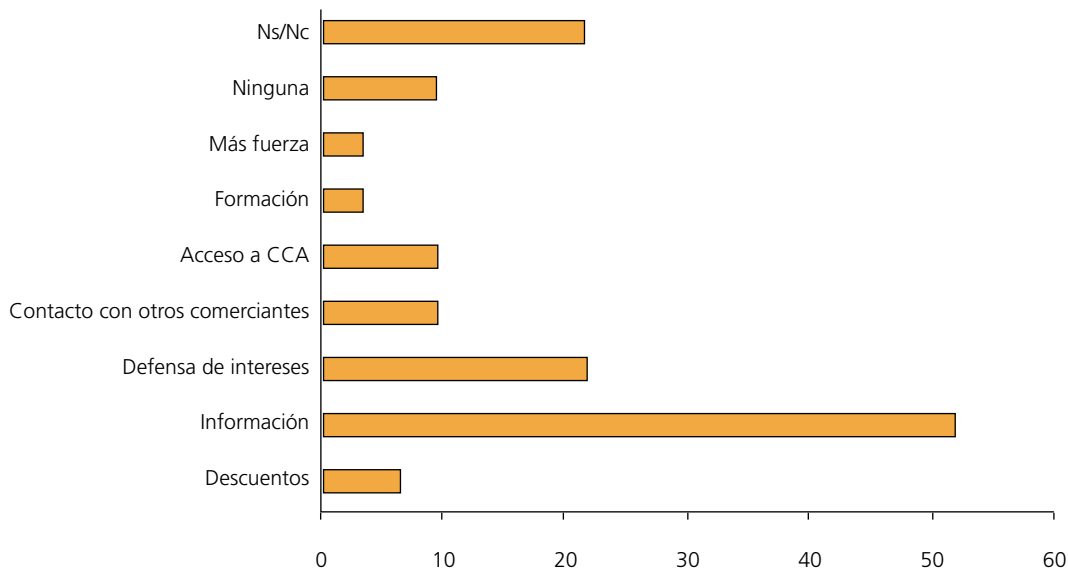
Actividad / Información	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	61,8%	54,5%	58,1%	75,9%	60,5%	50%	65%
No	36,2%	40,9%	38,7%	24,1%	36,8%	50%	35%
Ns/Nc	2%	4,5%	3,2%	0%	2,6%	0%	0%

TABLA 14

Zona / Información	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	61,8%	62,5%	47,8%	60,4%	70,8%
No	36,2%	37,5%	43,5%	39,6%	27,3%
Ns/Nc	2%	0%	8,7%	0%	2,3%

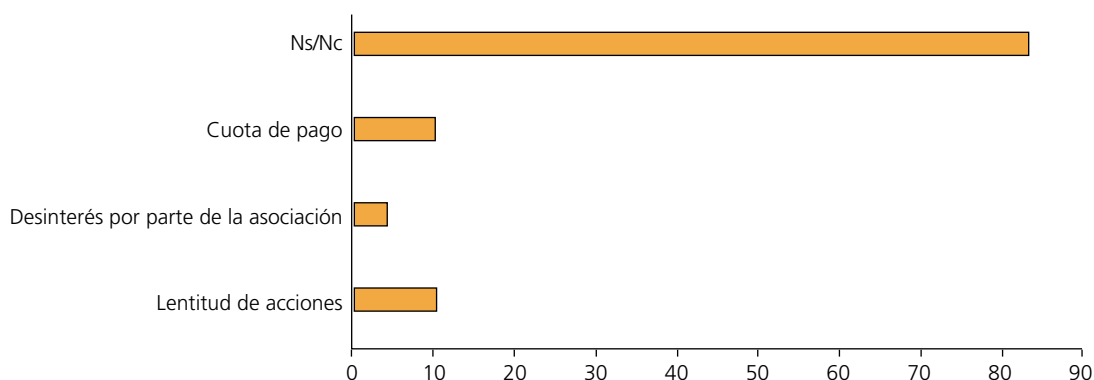
Por su parte, aquellos establecimientos que sí están asociados señalan precisamente la **información** que reciben como el servicio más importante ofrecido por las asociaciones de comerciantes, además otro elemento destacado es la **defensa de intereses**.

VENTAJAS POR PERTENECER A UNA ASOCIACIÓN



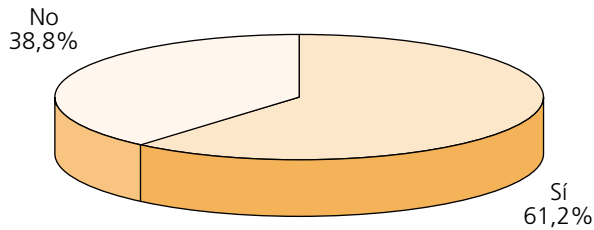
En cuanto a las **desventajas** la inmensa mayoría de los comerciantes asociados o no sabe o no contesta a esta cuestión, lo que indica que no se encuentra desventaja alguna. Tan solo un 9% señala la lentitud de acción y otro 9% la cuota a pagar como principales inconvenientes de las asociaciones.

DESVENTAJAS POR PERTENECER A UNA ASOCIACIÓN

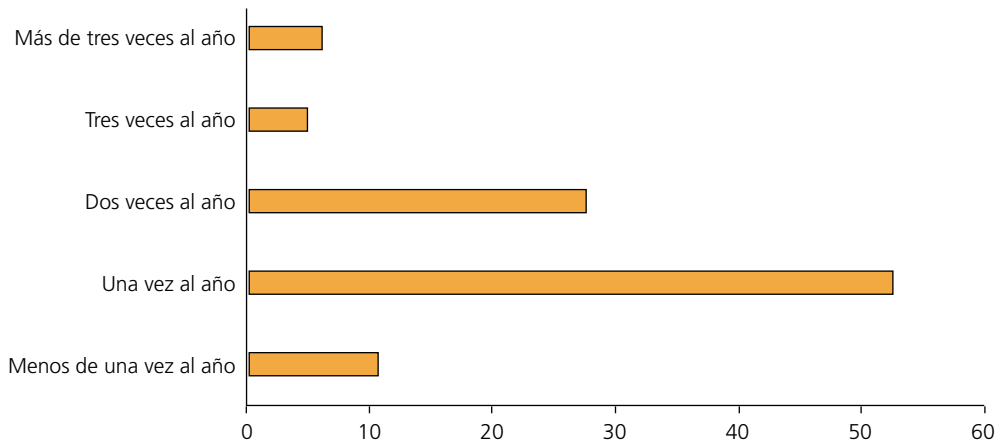


Las ferias comerciales sirven para conocer las novedades existentes del sector y también como forma de entablar contacto con otros comerciantes. La mayoría de los minoristas de San Sebastián de los Reyes acuden a ferias, el 61,2% reconoce asistir regularmente. La mayoría de ellos (52,3%) lo hace una vez al año.

¿SUELE ACUDIR A FERIAS?



¿CADA CUÁNTO TIEMPO SUELE ACUDIR A FERIAS?



Por actividades, son los comercios de “Bienes de Equipamiento del Hogar” los que más suelen ir a este tipo de reuniones, el 93,1% acude a ellas. Sin embargo, es en “Hostelería” donde menos comercios asisten, un 76,3% reconoce no visitar ninguna feria.

TABLA 15

Actividad / Feria	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	61,2%	63,6%	77,4%	93,1%	23,7%	50%	65%
No	38,8%	36,4%	22,6%	6,9%	76,3%	50%	35%

En cuanto a la zona, en Plaza Fuente existe un alto porcentaje (60,9%) de comerciantes que no acude a ferias. En el resto de áreas el porcentaje de minoristas que asiste a ferias supera el 60%, siendo en “Resto del Municipio” donde se alcanza un número más alto con un 69,2%.

TABLA 16

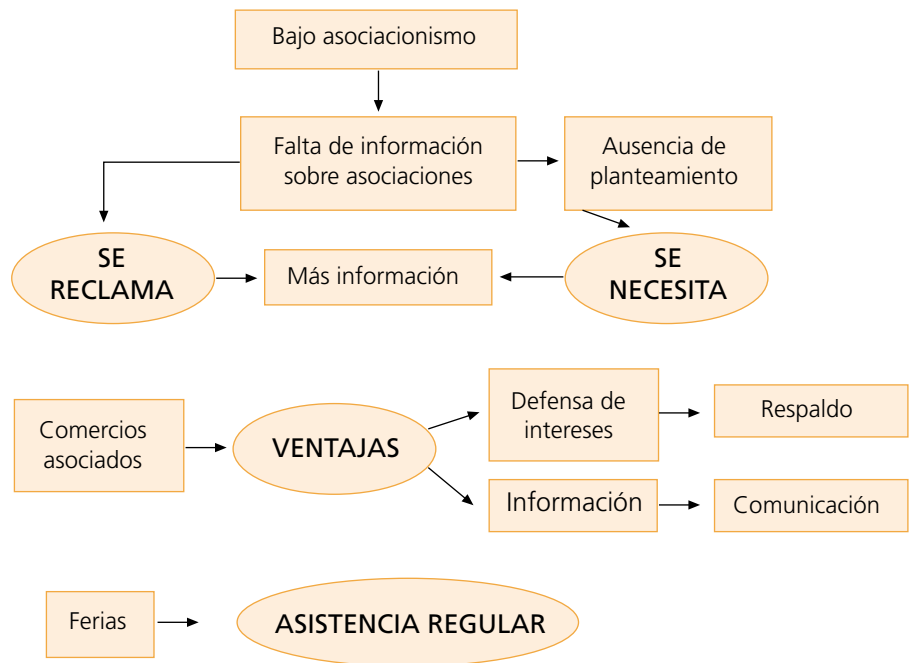
Zona / Ferias	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	61,2%	68,8%	39,1%	62,3%	65,9%
No	38,8%	31,3%	60,9%	37,7%	34,1%

Por tanto, en San Sebastián de los Reyes existe un bajo asociacionismo comercial, estando claramente por debajo del porcentaje nacional. El motivo de este bajo número es debido, en parte, a la

escasa información recibida, lo que lleva a que los comerciantes ni si quiera se planteen el formar parte de alguna asociación. Lo que se reclama desde el comercio minorista del municipio es una mayor información en todo lo concerniente a las asociaciones comerciales.

Aquellos que sí pertenecen a alguna asociación señalan como principales ventajas, la información recibida y la defensa de sus intereses. Las asociaciones suponen para los comercios asociados un respaldo frente a amenazas exteriores y a una manera de establecer y mantener contacto y comunicación con otros comerciantes.

Por último destacar que las ferias sí son un elemento importante para los comerciantes de la zona, la mayoría reconoce acudir a ellas de manera regular.





3. LA CLIENTELA Y RELACIONES QUE EL COMERCIANTE ESTABLECE



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



Es necesario conocer la relación que se establece entre el comerciante y su clientela, para ello este capítulo describe el número medio de clientes que se atienden y las características de estos: su edad, la compra media que realiza y de donde proviene.

Por otro lado, en este apartado del estudio se analiza la relación que los minoristas establecen con sus clientes. Se examina el horario de apertura y cierre de los establecimientos, los servicios extra que se facilitan o las acciones de publicidad o promoción que los empresarios llevan a cabo.

La clientela de San Sebastián de los Reyes

El cliente es el último eslabón de la cadena comercial. El comerciante debe, por tanto, ubicarse sistemáticamente en el punto de vista del consumidor para responder así mejor a sus necesidades.

Número de clientes

El **número de clientes** que se atienden en los comercios minoristas del municipio es muy variado. Lógicamente es la actividad lo que va a determinar ese número. Se establece una relación inversamente proporcional entre el precio medio de los productos que se venden en el establecimiento y la cantidad de clientes.

Es, por tanto, en las actividades donde se venden bienes de precio más elevado donde el número de clientes es menor, el 75% de los comercios del sector vehículos atienden diariamente a menos de 10 clientes y el 51% de los comercios dedicados a la venta de "Bienes de equipamiento del hogar" atienden entre 10 y 30 clientes diarios. La mayoría de los comerciantes del resto de actividades atienden a más de 30 al día.

¿CUÁNTOS CLIENTES ATIENDE EN SU NEGOCIO A DIARIO?

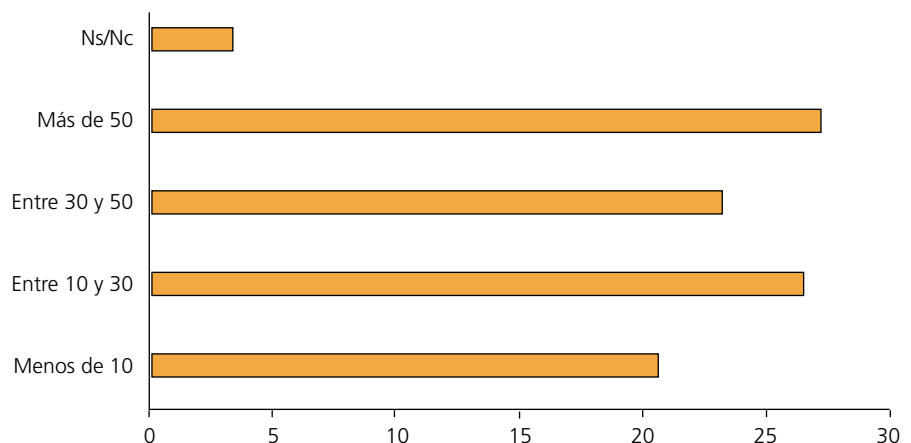


TABLA 17

Actividad / Clientes	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Menos de 10	20,4%	0%	22,6%	31%	2,6%	75%	25%
Entre 10 y 30	26,3%	4,5%	16,1%	51,7%	23,7%	16,7%	40%
Entre 30 y 50	23%	40,9%	25,8%	10,3%	31,6%	8,3%	10%
Más de 50	27%	54,5%	35,5%	6,9%	36,8%	0%	10%
Ns/Nc	3,3%	0%	0%	0%	5,3%	0%	15%

En cuanto a la zona no se observan grandes diferencias. Únicamente en Plaza Fuente parece existir un mayor porcentaje de establecimientos que atienden un menor número de clientes, el 65,2% de los comercios afirma atender diariamente a menos de 30 clientes. Ocurre lo mismo en el 58,8% de los establecimientos de "Resto del Municipio", en este caso hay que tener en cuenta que es en esta zona donde se concentran los negocios dedicados a la venta de "Bienes de equipamiento del hogar" y "vehículos".

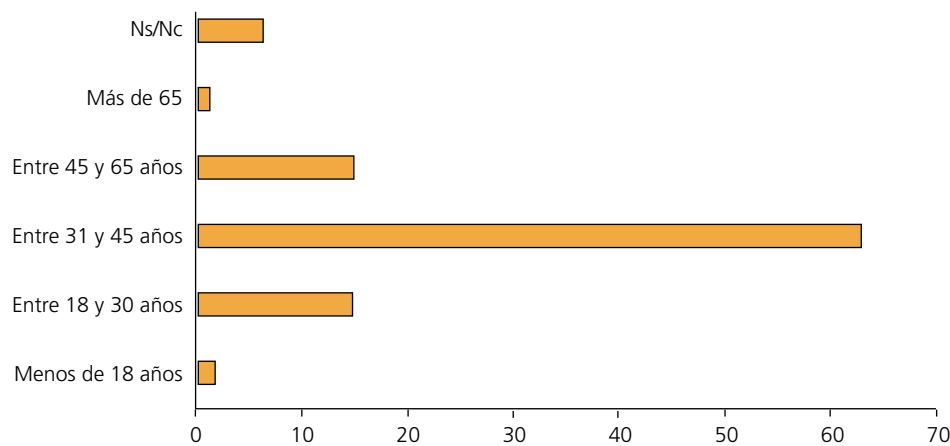
TABLA 18

Zona / Clientes	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Menos de 10	20,4%	9,4%	30,4%	17%	27,3%
Entre 10 y 30	26,3%	25%	34,8%	20,8%	29,5%
Entre 30 y 50	23%	21,9%	21,7%	30,2%	15,9%
Más de 50	27%	31,3%	13%	30,2%	27,3%
Ns/Nc	3,3%	12,5%	0%	1,9%	0%

Edad de la clientela

Los consumidores de San Sebastián de los Reyes están en su mayoría entre los 31 y los 45 años según los comerciantes minoristas del municipio y el 77% está entre los 31 y los 65 años. Se trata por tanto de una clientela madura.

¿CUÁL ES LA EDAD MEDIA DE SUS CLIENTES?



Si observamos la actividad del negocio, vemos que no hay diferencia con los datos generales. En todas las actividades la clientela se concentra entre los 31 y los 45 años. En "Bienes de Consumo Diario" parece que existe una población de mayor edad ya que el 31,8% tiene entre 45 y 65 años.

TABLA 19

Actividad / Edad clientes	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Menos de 18 años	1,3%	0%	3,2%	0%	0%	0%	5%
Entre 18 y 30 años	14,5%	9,1%	19,4%	10,3%	18,4%	16,7%	10%
Entre 31 y 45 años	62,5%	54,5%	61,3%	79,3%	57,9%	75%	50%
Entre 45 y 65 años	14,5%	31,8%	6,5%	10,3%	21,1%	0%	10%
Más de 65 años	0,7%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
Ns/Nc	5,9%	4,5%	6,5%	0%	2,6%	8,3%	20%

En cuanto a la zona, tampoco se establecen diferencias respecto a los datos generales. En todas las zonas del municipio los clientes se concentran en el intervalo de edad de entre 31 y 45 años. En las zonas urbanas (Cervantes y Centro Real principalmente) existe una mayor concentración de clientes entre 45 y 65 años.

TABLA 20

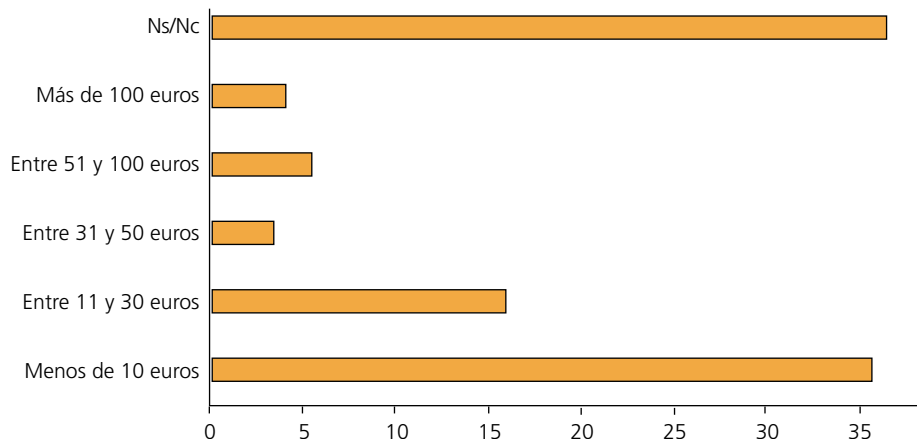
Zona / Edad clientes	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Menos de 18 años	1,3%	0%	4,3%	0%	2,3%
Entre 18 y 30 años	14,5%	15,6%	21,7%	13,2%	11,4%
Entre 31 y 45	62,5%	50%	65,2%	58,5%	75%
Entre 45 y 65 años	14,5%	25%	4,3%	20,8%	4,5%
Más de 65 años	0,7%	0%	0%	1,9%	0%
Ns/Nc	5,9%	9,4%	4,3%	5,7%	4,5%

Compra media

La compra media diaria permita conocer el gasto que realiza el consumidor en cada comercio.

La compra media en los comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes es de bajo coste. En la mayoría de los establecimientos (51.3%) no se superan los 30 euros, y en un 35,5% no se superan los 10 euros. La venta media realizada por los comercios del municipio es de 23,59 euros.

VENTA MEDIA POR CLIENTE RECODIFICADA



Por actividad, es en los establecimientos dedicados a la venta de “Bienes de consumo diario” y en “Hostelería” donde encontramos la venta media más baja, en el 77,3% de los comercios de “Bienes de consumo diario” y en el 60,5% de los de “Hostelería” media no se superan los 10 euros. En “Vehículos” y en “Bienes de equipamiento del hogar” el porcentaje más alto lo obtiene la no respuesta, el 55,2% de los comerciantes dedicados a la venta de Bienes de equipamiento para el hogar y el 66,7% de los de Vehículos no saben o no quieren responder a esta cuestión.

TABLA 21

Actividad Venta	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Menos de 10 euros	35,5%	77,3%	22,6%	10,3%	60,5%	0%	20%
Entre 11 y 30 euros	15,8%	13,6%	32,3%	13,8%	13,2%	0%	10%
Entre 31 y 50 euros	3,3%	0%	9,7%	0%	5,3%	0%	0%
Entre 51 y 100 euros	5,3%	0%	0%	10,3%	0%	16,7%	15%
Más de 100 euros	3,9%	0%	0%	10,3%	0%	16,7%	5%
Ns/Nc	36,2%	9,1%	35,5%	55,2%	21,1%	66,7%	50%

En las zonas urbanas la venta media no supera en la mayoría de los comercios los 10 euros. Por su parte, en aquella zona donde se concentran los negocios dedicados a la venta de “Bienes de consumo diario” y del sector vehículos la mayoría no responde a la pregunta.

TABLA 22

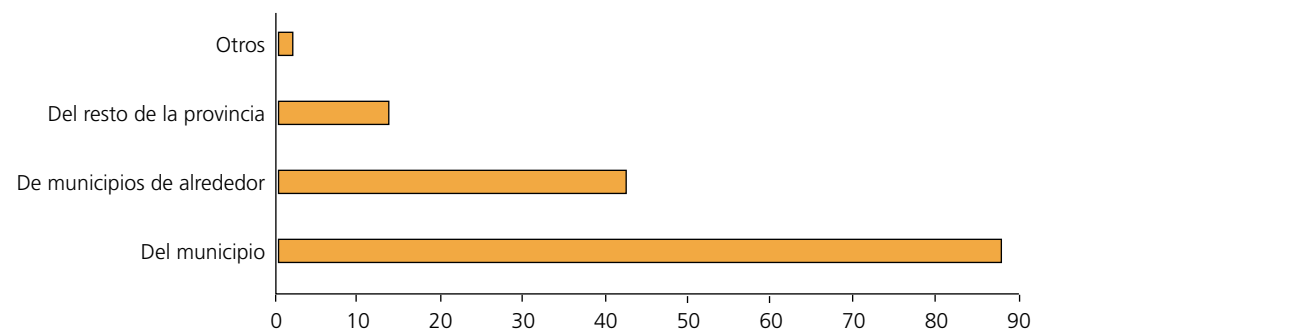
Zona Venta	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Menos de 10 euros	35,5%	31,3%	34,8%	49,1%	22,7%
Entre 11 y 30 euros	15,8%	15,6%	13%	15,1%	18,2%
Entre 31 y 50 euros	3,3%	6,3%	4,3%	1,9%	2,3%
Entre 51 y 100 euros	5,3%	3,1%	8,7%	3,8%	6,8%
Más de 100 euros	3,9%	0%	0%	5,7%	6,8%
Ns/Nc	36,2%	43,8%	39,1%	24,5%	43,2%

Procedencia de la clientela

La zona de clientela, es el espacio territorial en el que el comerciante establece relaciones privilegiadas con sus clientes, esto es, en la zona geográfica en la que un establecimiento atrae a su clientela.

La mayoría de la clientela proviene del propio municipio. El 87,5% de los clientes que compran en los establecimientos minoristas son de San Sebastián de los Reyes.

RESIDENCIA DE LA CLIENTELA



Por actividades, también hay un alto porcentaje de clientela del propio municipio. Aunque existen actividades que además de tener clientela de San Sebastián de los Reyes también la reciben de municipios cercanos, tal es el caso de los establecimientos agrupados en "Bienes de Equipamiento del Hogar" y los dedicados a "Otras actividades", que cuentan con más de un 50% de clientela de municipios de alrededor y son los establecimientos del sector vehículos los que cuentan con un elevado porcentaje de clientes del Resto de la comunidad.

TABLA 23

Actividad / Residencia		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Del Municipio	% Fila	100%	15,8%	21,1%	19,5%	25,6%	6%	12%
	% Columna	87,5%	95,5%	90,3%	89,7%	89,5%	66,7%	80%
De Municipios de alrededor	% Fila	100%	3,1%	21,9%	28,1%	20,3%	6,3%	20,3%
	% Columna	42,1%	9,1%	45,2%	62,1%	34,2%	33,3%	65%
Resto de la Comunidad	% Fila	100%	5%	5%	15%	35%	20%	20%
	% Columna	13,2%	4,5%	3,2%	10,3%	18,4%	33,3%	20%
Otros	% Fila	100%	0%	0%	0%	50%	50%	0%
	% Columna	1,3%	0%	0%	0%	2,6%	8,3%	0%

En cuanto a la zona, las áreas urbanas cuentan con clientela del municipio, aunque Centro Real también la recibe de los municipios de alrededor. Sin embargo, en el resto de San Sebastián de los Reyes se recibe en igual medida clientela del municipio y de los municipios cercanos. De toda aquella clientela que proviene de zonas próximas el 39,1% se atiende en Centro Real y el 43,8% en los establecimientos del "Resto del municipio".

TABLA 24

Zona / Residencia		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Del Municipio	% Fila	100%	24,1%	15%	39,1%	21,8%
	% Columna	87,5%	100%	87%	98,1%	65,9%
De Municipios de alrededor	% Fila	100%	12,5%	4,7%	39,1%	43,8%
	% Columna	42,1%	25%	13%	47,2%	63,6%
Del resto de la Comunidad	% Fila	100%	5%	15%	35%	45%
	% Columna	13,2%	3,1%	13%	13,2%	20,5%

Relación que establece el comerciante con su clientela

Horario

El horario de apertura y cierre de los establecimientos de San Sebastián de los Reyes se centraliza en lo que se conoce como horario comercial. En fines de semana y festivos son mayoría los comerciantes que deciden no abrir sus negocios.

El horario de apertura de lunes a viernes se concentra entre las 9 y las 10 de la mañana, el 60,6% de los establecimientos abren en este horario. Un 25,7% lo hace a las 9 de la mañana y un 24,3% a las 10.

Horario	Porcentaje
6,00	1,3
6,15	1,3
6,30	3,3
7,00	2,6
7,30	2,0
8,00	10,5
8,30	3,9
9,00	25,7
9,30	9,9
9,45	0,7
10,00	24,3
10,30	3,9
11,00	5,9
11,30	0,7
12,00	2,6
13,00	1,3

En cuanto a la tarde, el horario de apertura más generalizado son las 17:00 horas, el 61,9% de los comerciantes del municipio que abren sus negocio por la tarde lo hacen a esta hora. Si se analiza el periodo que va de las 16:00 a las 17:00 se observa que la inmensa mayoría de los comercios abren dentro de este intervalo (84,7%).

Horario	Porcentaje
14,00	1,9
14,30	1,9
15,00	1,9
15,30	1,9
16,00	11,4
16,30	11,4
17,00	61,9
17,20	1,0
17,30	4,8
20,00	1,0
21,00	1,0

El sábado por la mañana los comercios minoristas tienen un horario muy similar al del resto de la semana. También el horario de apertura mayoritario es el de las 10 de la mañana (27%) y el 47,7% lo hace entre las 9 y las 10, aunque hay un 13.8% de comerciantes que no abren. Por la tarde también son las 17:00 horas el horario elegido por los comerciantes para abrir su negocio, pero un 80.3% decide no trabajar en horario vespertino.

Horario	Porcentaje
6,00	1,5
6,30	1,5
7,00	0,8
7,30	2,3
8,00	6,1
8,30	4,6
9,00	22,9
9,30	12,2
10,00	31,3
10,30	3,1
11,00	8,4
11,30	0,8
12,00	3,1
13,00	1,5
No abre	13,8

Horario	Porcentaje
14,00	3,3
16,30	16,7
17,00	63,3
17,30	13,3
18,00	3,3
No abre	80,3

Los domingos y festivos los comerciantes de San Sebastián de los Reyes no abren sus negocios, el 77,6% no abre por las mañanas y prácticamente la totalidad, el 98%, no abre por las tardes en domingos y festivos. De los que abren, el horario es similar al del resto de días en horario diurno, entre 9 y 10 de la mañana.

Horario	Porcentaje
6,00	2,9
6,30	2,9
7,00	2,9
7,30	5,9
8,00	14,7
8,30	11,8
9,00	20,6
9,30	5,9
10,00	17,6
11,00	5,9
12,00	5,9
13,00	2,9
No abre	77,6

Horario	Porcentaje
17,00	33,3
17,30	33,3
18,00	33,3
No abre	98,0

En cuanto al horario de cierre, los días laborables por la mañana los establecimientos del municipio cierran mayoritariamente a las 14 horas (72,4%). Por la tarde, es entre las 20:00 y las 20:30 cuando los comercios de la zona cierran, un 64.7% lo hace en este horario.

Horario	Porcentaje
13,00	1,9
13,30	10,5
13,45	5,7
14,00	72,4
14,30	7,6
15,00	1,9

Horario	Porcentaje
17,00	0,7
18,00	3,4
18,30	0,7
19,00	5,4
19,30	0,7
20,00	32,7
20,30	32,0
21,00	6,1
21,15	0,7
22,00	0,7
22,30	2,7
23,00	3,4
23,30	1,4
24,00	9,5

Los sábados no varía mucho, en las mañanas un 64.6% cierra su establecimiento a las 14 horas, y a las 14:30 han cerrado sus puertas el 78,1% de los locales comerciales de San Sebastián de los Reyes. Aquellos que abren por la tarde, dan por finalizada la jornada entre las 20:30 y las 21:00.

Horario	Porcentaje
13,00	6,3
13,30	9,4
13,45	3,1
14,00	64,6
14,30	13,5
15,00	3,1

Horario	Porcentaje
17,00	1,7
19,00	1,7
20,00	6,7
20,30	36,7
21,00	16,7
21,15	1,7
22,30	1,7
23,00	6,7
23,30	1,7
24,00	23,3
24,30	1,7

Los establecimientos que abren los domingos y festivos por la mañana cierran entre las 14:00 y 14:30 horas. Como ya se ha indicado, prácticamente la totalidad de los comercios del municipio no abren los domingos y festivos por la tarde.

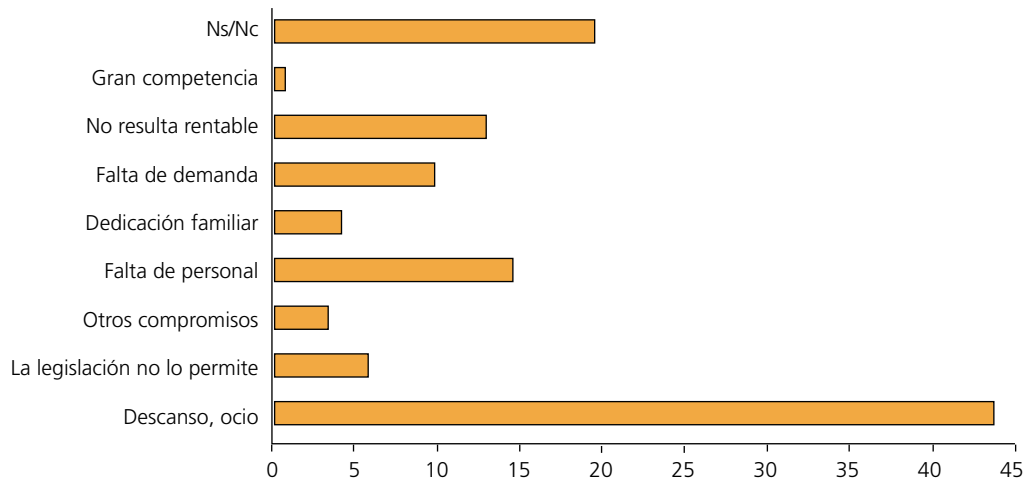
Horario	Porcentaje
13,00	18,8
14,00	31,3
14,30	37,5
15,00	12,5

En resumen, el horario de los comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes sería el siguiente:

	Apertura Mañana	Cierre Mañana	Apertura Tarde	Cierre Tarde
Lunes- Viernes	9:00/10:00	14:00	17:00	20:00/20:30
Sábados	9:00/10:00	14:00/14:30	17:00	20:30/21:00
			No abre	
Domingos/ festivos	9:00/10:00	14:00/14:30	No abre	
	No abre			

Los motivos expresados por los comerciantes para no abrir en domingo y/o festivos se centran principalmente en la necesidad de descanso y tiempo libre. La ausencia de personal y la poca rentabilidad son otras de las razones señaladas. En este caso los comerciantes han expresado su opinión mediante la respuesta a una pregunta abierta, como se puede ver en el cuestionario adjuntado en el anexo.

MOTIVOS POR LOS QUE NO ABRE



Por actividad, en todas ellas el descanso es el motivo más señalado para no abrir los fines de semana y/o festivos. Según el 25% de los comerciantes dedicados a la venta de "Bienes de consumo diario" uno de los motivos para no abrir es la falta de personal, sin embargo, no se señala la no rentabilidad, motivo que tampoco señalan los comerciantes del sector vehículos. El resto de actividades sí señalan la no rentabilidad como la segunda razón más importante para no abrir estos días.

TABLA 25

Actividad No abre	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Descanso, ocio	37,5%	46,4%	34,6%	40,9%	50%	55%	43,5%
La Legislación no lo permite	5,6%	6,3%	3,6%	3,8%	0%	8,3%	15%
Otros Compromisos	3,2%	12,5%	3,6%	0%	0%	0%	5%
Falta de Personal	14,5%	25%	14,3%	15,4%	13,6%	0%	15%
Dedicación familiar	4%	12,5%	0%	3,8%	4,5%	0%	5%
Falta demanda	9,7%	6,3%	10,7%	15,4%	4,5%	16,7%	5%
No resulta rentable	12,9%	0%	14,3%	23,1%	18,2%	0%	10%
Gran competencia	0,8%	0%	3,6%	0%	0%	0%	0%
Ns/Nc	19,4%	12,5%	21,4%	11,5%	31,8%	25%	15%

En cuanto a la zona, en todas el motivo principal para no abrir es también el descanso, excepto en Plaza Fuente donde un 64,7% no indican el motivo para no abrir en estos días. También la falta de personal es otro de los motivos más señalados al igual que la no rentabilidad.

TABLA 26

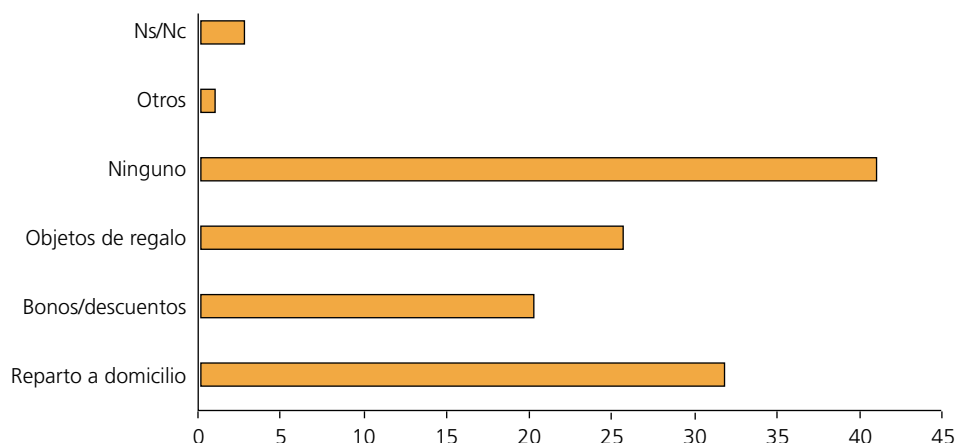
Zona No abre	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Descanso, ocio	43,5%	53,6%	23,5%	46,7%	41,2%
La Legislación no lo permite	5,6%	3,6%	0%	4,4%	11,8%
Otros Compromisos	3,2%	10,7%	0%	2,2%	0%
Otros Compromisos	14,5%	25%	5,9%	22,2%	0%
Falta de personal	4%	7,1%	0%	6,7%	0%
Falta de demanda	9,7%	3,6%	5,9%	13,3%	11,8%
No resulta rentable	12,9%	17,9%	5,9%	6,7%	20,6%
Gran competencia	0,8%	3,6%	0%	0%	0%
Ns/Nc	19,4	14,3	64,7	8,9	14,7

Servicios extra

Los servicios extra ofertados al cliente son un valor añadido del negocio y una manera de fidelizar al cliente. Por servicios extra entendemos la prestación que el comerciante ofrece a su clientela a parte de la relacionada directamente con su actividad, como son: Reparto a domicilio, descuentos, objetos de regalo, etc.

Entre los comerciantes de San Sebastián de los Reyes no está muy desarrollada esta idea, un 40.9% de los minoristas no ofrecen ningún servicio extra. Entre los servicios ofertados es el de Reparto a domicilio el más común, un 31.5% de los comercios del municipio ofrecen a sus clientes la posibilidad de entregar la compra en el domicilio. El realizar algún tipo de regalo o el hacer algún descuento es otra de las fórmulas utilizadas, un 25.5% ofrece obsequios a sus clientes y un 17.4% hace algún tipo de descuento.

SERVICIOS QUE OFRECE A SUS CLIENTES



“Hostelería” es el sector que menos servicios extra da a sus clientes, un 67,6 de los establecimientos dedicados a esta actividad no ofrece ningún tipo de servicio. Por su parte, “Bienes de equipamiento del hogar” es la actividad donde estos servicios extra son más comunes, el 72,4% de los establecimientos de esta actividad ofrecen a sus clientes el reparto a domicilio y el 24,1% ofrece Bonos o descuentos y objetos de regalo. En “Bienes de equipamiento personal” lo más habitual es el objeto de regalo.

TABLA 27

Actividad / Servicios		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Reparto a domicilio	% Fila	100%	21,3%	0%	44,7%	8,5%	6,4%	19,1%
	% Columna	31,5%	45,5%	0%	72,4%	10,8%	25%	45%
Descuentos	% Fila	100%	3,8%	19,2%	26,9%	15,4%	15,4%	19,2%
	% Columna	20,1	4,5%	27,6%	27,6%	10,8%	33,3%	25%
Objetos de regalo	% Fila	100%	10,5%	28,9%	18,4%	15,8%	5,3%	21,1%
	% Columna	25,5%	18,2%	37,9%	24,1%	16,2%	16,7%	40%
Ninguno	% Fila	100%	11,5%	19,7%	9,8%	41%	9,8%	8,2%
	% Columna	40,9%	31,8%	41,4%	20,7%	67,6%	50%	25%
Otros	% Fila	100%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	% Columna	0,7%	0%	0%	0%	2,7%	0%	0%
Ns/Nc	% Fila	100%	50%	25%	0%	25%	0%	100%
	% Columna	2,7%	9,1%	3,4%	0%	2,7%	0%	0%

Es en el “Resto del Municipio” donde más servicios extra se dan, aunque la mayoría de los establecimientos ubicados en esta zona ofrecen principalmente el reparto a domicilio (46,5%). Por otro lado, en Centro Real es donde menos establecimientos poseen algún tipo de servicio extra, el 51% de los comercios de esta zona no facilita ninguno a sus clientes. En cuanto al resto de servicios, el 36,8% de los establecimientos que hacen algún tipo de regalo se concentran en Cervantes.

TABLA 28

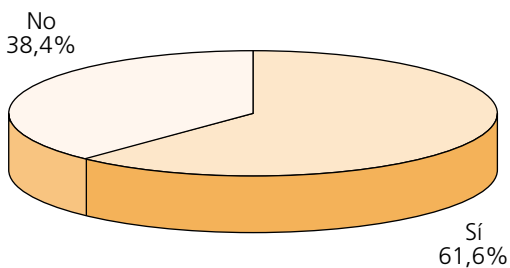
Zona / Servicios		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Reparto a domicilio	% Fila	100%	14,9%	12,8%	29,8%	42,6%
	% Columna	31,5%	21,9%	26,1%	27,5%	46,5%
Bonos/ Descuentos	% Fila	100%	19,2%	23,1%	26,9%	30,8%
	% Columna	20,1%	15,6%	34,8%	13,7%	23,3%
Objetos de regalo	% Fila	100%	36,8%	18,4%	28,9%	15,8%
	% Columna	25,5%	43,8%	30,4%	21,6%	14%
Tarjetas descuentos	% Fila	100%	0%	50%	0%	50%
	% Columna	2,7%	0%	8,7%	0%	4,7%
Ninguno	% Fila	100%	13,1%	13,1%	42,6%	31,1%
	% Columna	40,9%	25%	34,8%	51%	44,2%
Otros	% Fila	100%	0%	0%	100%	0%
	% Columna	0,7%	0%	0%	2%	0%
Ns/Nc	% Fila	100%	100%	0%	0%	0%
	% Columna	2,7%	12,5%	0%	0%	0%

Publicidad y promoción

Cada negocio tiene una imagen propia que se construye a partir de los juicios que realiza el consumidor. Las acciones de promoción y publicidad son un medio para que los comercios minoristas puedan moldear esa imagen y llegar al cliente final de la manera adecuada.

La mayoría de los comercios de San Sebastián de los reyes han realizado algún tipo de acción promocional, aunque el 38,4%, no ha realizado ningún tipo de publicidad de su comercio.

¿HA REALIZADO ALGUNA ACCIÓN DE PUBLICIDAD O PROPAGANDA EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS?



Por actividad, es en "Bienes de Consumo Diario" y en "Hostelería" donde mayoritariamente no se realiza ningún tipo de promoción del negocio, el 54,5% de los comercios dedicados a la venta de "Bienes de Consumo Diario" y el 57,9% de los establecimientos dedicados a la "Hostelería" no efectúa acción de publicidad alguna. En el resto de actividades si que mayoritariamente existen campañas de promoción, en Bienes de equipamiento del hogar, "Vehículos" y "Otros", se supera el 75% de comercios que realizan publicidad de sus negocios, en "Otras actividades" se llega al 80% y en Vehículos se supera el 83%.

TABLA 29

Actividad / Publicidad	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Si	61,6%	45,5%	63,3%	75,9%	42,1%	83,3%	80%
No	38,4%	54,5%	36,7%	24,1%	57,9%	16,7%	20%

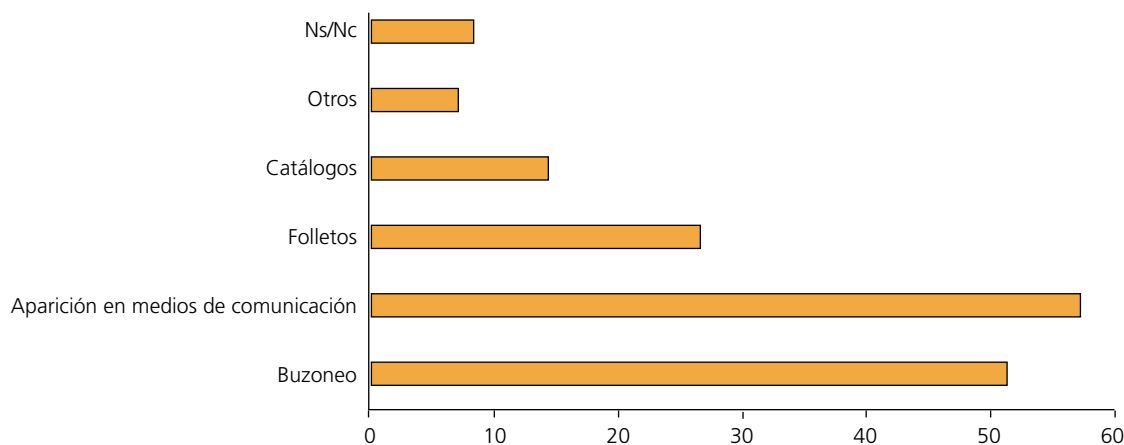
En las zonas urbanas se realizan menos acciones de publicidad que en el “Resto del Municipio”. Incluso en Cervantes es mayor el porcentaje de comerciantes que no realizan ningún tipo de promoción, el 51,6%. Por su parte, en el Resto del Municipio se alcanza el 75% de establecimientos que sí que se publicitan o promocionan de alguna manera.

TABLA 30

Zona / Publicidad	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Si	61,6%	48,4%	69,6%	54,7%	75%
No	38,4%	51,6%	30,4%	45,3%	25%

De todos aquellos comercios que sí que llevan a cabo alguna acción publicitaria, el 57,1% ha aparecido en algún medio de comunicación y el 51% ha repartido publicidad por los buzones de los vecinos de la localidad.

ACCIONES DE PUBLICIDAD QUE HA LLEVADO A CABO



De aquellos establecimientos que han optado por publicitarse en medios de comunicación, un 26,8% pertenecen a “Bienes de Equipamiento del Hogar” y un 21,4% a “Bienes de Equipamiento Personal”. El buzoneo es una opción muy utilizada por todos los comercios de todas las actividades, de los que realizan esta acción de promoción el 24% pertenece a “Bienes de Equipamiento personal” y el 22% a “Otras actividades”. Por último folletos y catálogos son medios de promoción menos utilizados.

TABLA 31

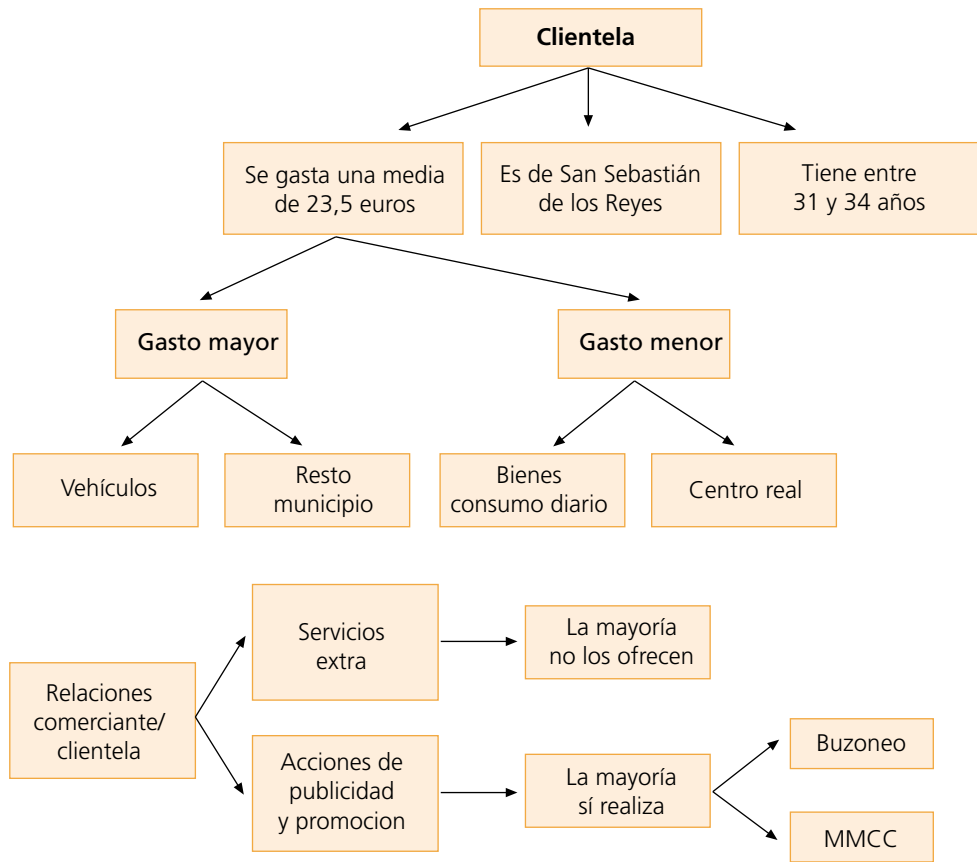
Actividad / Publicidad		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Buzoneo	% Fila	100%	8%	24%	14%	16%	16%	22%
	% Columna	51%	40%	60%	30,4%	44,4%	80%	64,7%
Aparición en medios de comunicación	% Fila	100%	8,9%	21,4%	26,8%	14,3%	10,7%	17,9%
	% Columna	57,1%	50%	60%	65,2%	44,4%	60%	58,8%
Folletos	% Fila	100%	15,4%	26,9%	23,1%	7,7%	15,4%	11,5%
	% Columna	26,5%	40%	35%	26,1%	11,1%	40%	17,6%
Catálogos	% Fila	100%	14,3%	14,3%	35,7%	14,3%	7,1%	14,3%
	% Columna	14,3%	20%	10%	21,7%	11,1%	10%	11,8%
Otros	% Fila	100%	0%	0%	14,3%	71,4%	0%	14,3%
	% Columna	7,1%	0%	0%	4,3%	27,8%	0%	5,9%
Ns/Nc	% Fila	100%	12,5	12,5%	62,5%	5,6%	0%	0%
	% Columna	8,2%	10,0	5%	21,7%	18%	0%	0%

En Centro Real y “Resto de Municipio” es donde más acciones de publicidad se llevan a cabo, el 28% de los comercios que realizan buzoneo son del Centro Real y el 36% pertenecen a “Resto del Municipio”. Un 41,1% de los comercios que se publicitan apareciendo en medios de comunicación pertenecen también a Centro Real y un 46,2% de los que se promocionan mediante folletos. Si se analiza zona por zona, vemos que las dos acciones de publicidad más utilizadas por los comerciantes son el buzoneo y la aparición en medios de comunicación, superando en todos los casos el 50%.

TABLA 32

Zona / Año		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Buzoneo	% Fila	100%	16%	20%	28%	36%
	% Columna	51%	53,3%	66,7%	40%	54,5%
Aparición en medios de comunicación	% Fila	100%	16,1%	14,3%	41,1%	28,6%
	% Columna	57,1%	60%	53,3%	65,7%	48,5%
Folletos	% Fila	100%	11,5%	15,4%	46,2%	26,9%
	% Columna	26,5%	20%	26,7%	34,3%	21,2%
Catálogos	% Fila	100%	14,3%	7,1%	28,6%	50%
	% Columna	14,3%	13,3%	6,7%	11,4%	21,2%
Otros	% Fila	100%	0%	0%	71,4%	28,6%
	% Columna	7,1%	0%	0%	14,3%	6,1%
Ns/Nc	% Fila	100%	12%	0%	62,5%	25%
	% Columna	3,1%	6,7%	0%	14,3%	6,1%

En resumen:





4. ACTIVIDAD DEL NEGOCIO



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



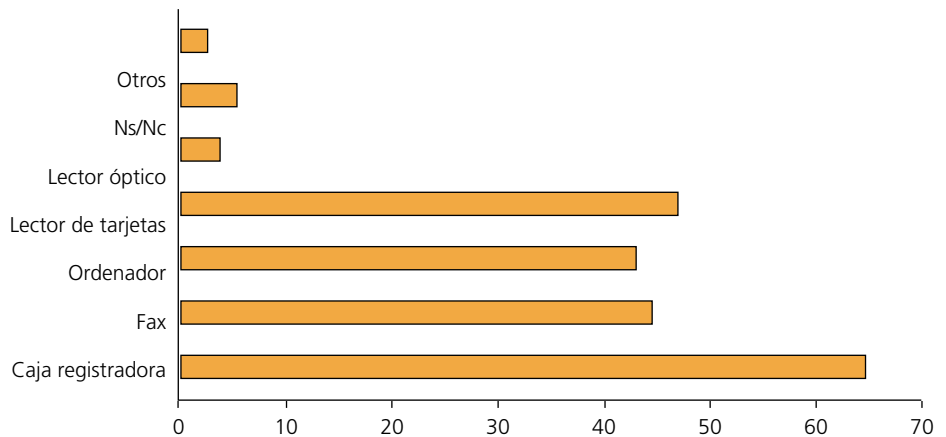
En este apartado del estudio se analiza el estado actual del punto de venta con la finalidad de conocer como gestiona su negocio el comerciante de San Sebastián de los Reyes y el nivel de modernización alcanzado por el comercio minorista del municipio.

Elementos de los que dispone el negocio

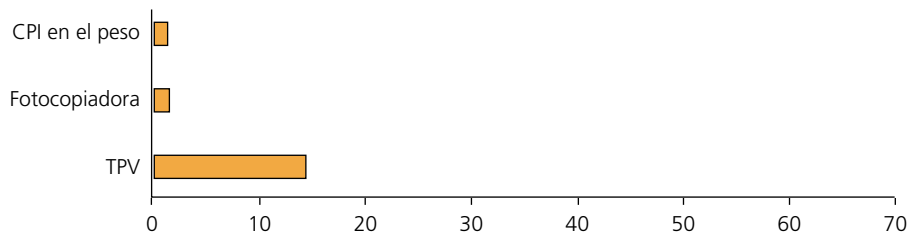
Los elementos de los que dispone el comercio minorista son un claro indicador de la modernización de la empresa, además de agilizar el trabajo del comerciante y ofrecer así un mejor servicio al consumidor.

Los establecimientos minoristas de San Sebastián de los Reyes están relativamente equipados. Un 64% de los comercios dispone de caja registradora, y menos de la mitad poseen Datáfono (42,7%), Fax (44%) u ordenador (42%). El resto de elementos tienen un porcentaje marginal, tan sólo un 13,8% cuenta con TPV.

ELEMENTOS DE LOS QUE DISPONE SU NEGOCIO



OTROS ELEMENTOS DE LOS QUE DISPONE SU NEGOCIO



Por actividades, un 92,1% de los comercios dedicados a “hostelería” tienen caja registradora. Sin embargo, pocos hosteleros cuentan con fax, ordenador o lector de tarjetas. El 71,4% de los establecimientos dedicados a la venta de “Bienes de consumo diario” cuentan con caja registradora, en esta actividad no hay un porcentaje elevado de establecimientos con elementos más modernos como fax, ordenador o lector de tarjetas. Los comercios dedicados a la venta de “bienes de equipamiento personal” son establecimientos más modernizados, el 80,6% dispone de datáfono, el 71% de caja registradora, el 45,2% de ordenador y el 41,9% posee fax.

Por su parte, Bienes de equipamiento del hogar y vehículos cuentan con un elevado porcentaje de establecimientos equipados con ordenador, fax y lector de tarjetas; sin embargo, el porcentaje de locales con caja registradora es inferior al del resto de actividades.

TABLA 33

Actividad / Elementos		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Caja Registradora	% Fila	100%	15,6%	22,9%	11,5%	36,5%	3,1%	10,4%
	% Columna	64%	71,4%	71%	37,9%	92,1%	27,3%	50%
Fax	% Fila	100%	3%	19,7%	34,8%	10,6%	12,1%	19,7%
	% Columna	44%	9,5%	41,9%	79,3%	18,4%	72,7%	65%
Ordenador	% Fila	100%	4,7%	21,9%	31,3%	6,3%	14,1%	21,9%
	% Columna	42,7%	14,3%	45,2%	69%	10,5%	81,8%	70%
L. de tarjetas (Datáfono)	% Fila	100%	4,3%	35,7%	24,3%	15,7%	10%	10%
	% Columna	46,7%	14,3%	80,6%	58,6%	28,9%	63,6%	35%
Lector óptico	% Fila	100%	40%	20%	0%	20%	0%	20%
	% Columna	3,3%	9,5%	3,2%	0%	2,6%	0%	5%
Otros	% Fila	100%	33,3%	0%	33,3%	0%	0%	33,3%
	% Columna	2%	4,8%	0%	3,4%	0%	0%	5%
Ns/Nc	% Fila	100%	71,4%	0%	14,3%	14,3%	0%	0%
	% Columna	4,7%	23,8%	0%	3,4%	2,6%	0%	4,7%

Los comercios de Resto del Municipio son los negocios más modernizados de San Sebastián de los Reyes; el 75% dispone de Fax, el 61,4% de ordenador, y el 59,1% de datáfono. En esta zona, sin embargo, únicamente el 47,7% posee caja registradora, esto es debido a que esta zona se ubican un elevado número de empresas del sector vehículos y de bienes de equipamiento del hogar.

Las zonas urbanas (Cervantes, Centro Real y Plaza de la Fuente) poseen un menor nivel de modernización, la mayoría cuenta con caja registradora en su comercio, pero en ninguna de estas áreas se llega al 40% de establecimientos con fax, únicamente Centro Real cuenta con un porcentaje un poco más elevado de comercios con Fax (35,3%), y tampoco se supera ese 40% de establecimientos con ordenador (en Cervantes hay un 40,6%).

TABLA 34

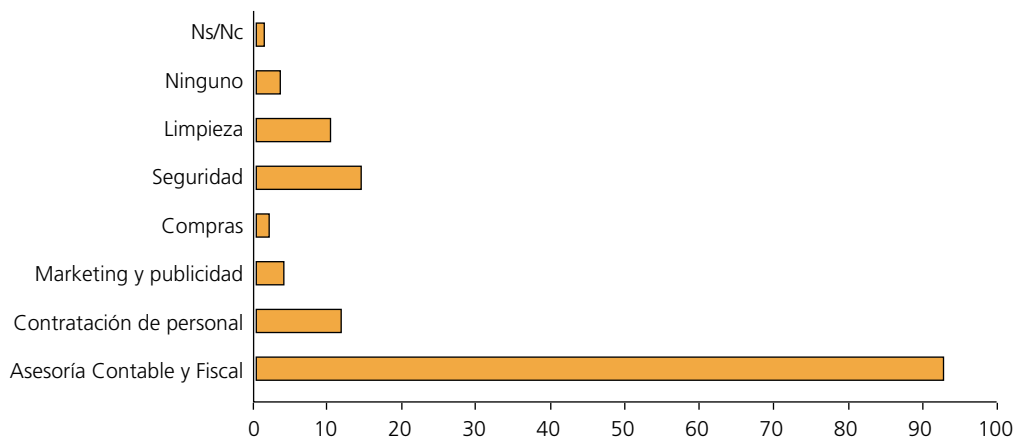
Zona / Elementos		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Caja	% Fila	100%	27,1%	18,8%	32,3%	21,9%
Registradora	% Columna	64%	81,3%	78,3%	60,8%	47,7%
Fax	% Fila	100%	13,6%	9,1%	27,3%	50%
	% Columna	44%	28,1%	26,1%	35,3%	75%
Ordenador	% Fila	100%	20,3%	9,4%	28,1%	42,2%
	% Columna	42,7%	40,6%	26,1%	35,3%	61,4%
Lector de tarjetas (Datáfono)	% Fila	100%	14,3%	15,7%	32,9%	37,1%
	% Columna	46,7%	31,3%	47,8%	45,1%	59,1%
Lector óptico	% Fila	100%	20%	20%	20%	40%
	% Columna	3,3%	3,1%	4,3%	2%	4,5%
Otros	% Fila	100%	0%	0%	66,7%	33,3%
	% Columna	2%	0%	0%	3,9%	2,3%
Ns/Nc	% Fila	100%	28,6%	0%	71,4%	0%
	% Columna	4,7%	6,3%	0%	9,8%	0%

Externalización de gestiones

Delegar responsabilidades y compromisos que no son inherentes a la esencia del negocio ha sido una constante en las organizaciones. La externalización de gestiones consiste en la transferencia a terceros, de ciertos procesos complementarios, que no forman parte del giro principal del negocio, permitiendo la concentración de los esfuerzos en las actividades esenciales, a fin de obtener competitividad y resultados tangibles.

El 92,5% de los comerciantes minoristas de San Sebastián de los Reyes cuentan con asesoría contable y fiscal. Un 14,3% tiene contratado servicios de seguridad, un 11,6% tiene externalizado la contratación de personal y un 10,2% cuenta con servicios de limpieza.

EXTERNALIZACIÓN DE GESTIONES



Por actividad los datos obtenidos no varían sustancialmente de los generales, la mayoría cuenta con asesoría contable y fiscal. Bienes de consumo diario y hostelería no cuentan con servicios de limpieza externos.

TABLA 35

Actividad / Externalización	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Asesoría contable y fiscal	92,5%	95,5%	89,3%	93,1%	94,7%	90,9%	89,5%
Contratación de personal	11,6%	0%	7,1%	17,2%	13,2%	9,1%	21,1%
Marketing y publicidad	4,1%	4,5%	3,6%	6,9%	5,3%	0%	0%
Compras	2%	4,5%	0%	3,4%	0%	0%	5,3%
Seguridad	14,3%	9,1%	17,9%	13,8%	15,8%	0%	21,1%
Limpieza	10,2%	0%	17,9%	13,8%	0%	18,2%	21,1%
Ninguno	3,4%	4,5%	0%	6,9%	5,3%	0%	0%
Ns/Nc	1,4%	0%	7,1%	0%	0%	0%	0%

En cuanto a la zona, en Cervantes hay un 40% de establecimientos que tienen contratados servicios de seguridad. En Cervantes y Plaza Fuente son pocos los establecimientos que cuentan con limpieza externalizada.

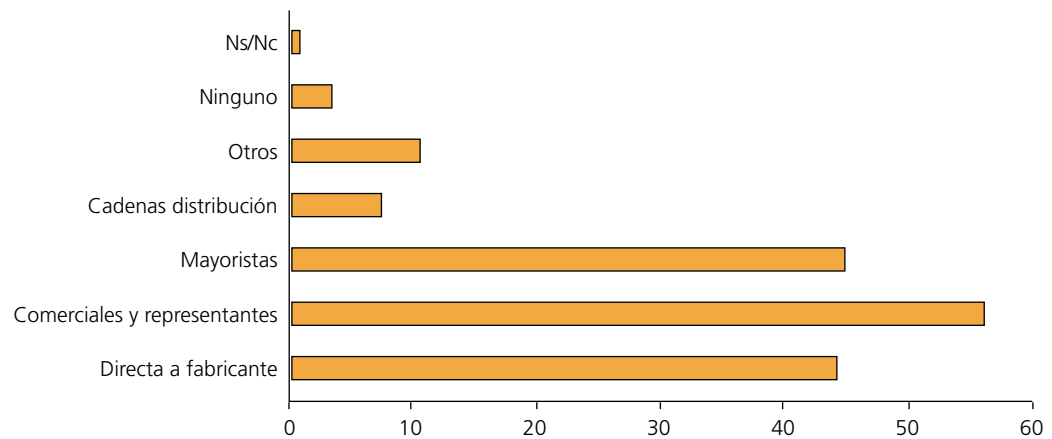
TABLA 36

Zona / Externalización	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Asesoría contable y fiscal	92,5%	96,7%	90,9%	94,1%	88,6%
Contratación de personal	11,6%	20%	0%	13,7%	9,1%
Marketing y publicidad	4,1%	3,3%	4,5%	2%	6,8%
Compras	2%	3,3%	0%	0%	4,5%
Seguridad	14,3%	40%	4,5%	5,9%	11,4%
Limpieza	10,2%	6,7%	4,5%	9,8%	15,9%
Ninguno	3,4%	0%	9,1%	0%	6,8%
Ns/Nc	1,4%	3,3%	0%	2%	0%

Política de compras

Las tres fórmulas más utilizadas por los comerciantes de San Sebastián de los Reyes para realizar sus compras son, Comerciantes y representantes (55,9%), Mayoristas (44,7%) y Directa al fabricante (44,1%).

POLÍTICA DE COMPRAS



En la mayoría de las actividades son las tres políticas de compras anteriormente mencionadas las que se utilizan. Siendo la de comerciantes y representantes la más utilizada por todas las actividades excepto por Bienes de consumo diario donde el 63,6% recurre a mayoristas y en bienes de equipamiento del hogar donde el 69% compra directamente al fabricante.

TABLA 37

Actividad / Política	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Directa a fabricante	% Fila	100%	16,4%	23,9%	29,9%	10,4%	11,9%
	% Columna	44,1%	50%	51,6%	69%	18,4%	40%
Comerciales y rtptes.	% Fila	100%	14,1%	24,7%	20%	29,4%	5,9%
	% Columna	55,9%	54,5%	67,7%	58,6%	65,8%	25%
Mayoristas	% Fila	100%	20,6%	22,1%	17,6%	17,6%	14,7%
	% Columna	44,7%	63,6%	48,4%	41,4%	31,6%	50%
Cadenas de distribución	% Fila	100%	9,1%	0%	9,1%	45,5%	27,3%
	% Columna	7,2%	4,5%	0%	3,4%	13,2%	15%
Otros	% Fila	100%	18,8%	25%	12,5%	37,5%	6,3%
	% Columna	10,5%	13,6%	12,9%	6,9%	15,8%	5%
Ninguno	% Fila	100%	20%	0%	0%	40%	0%
	% Columna	3,3%	4,5%	0%	0%	5,3%	0%
Ns/Nc	% Fila	100%	0%	0%	100%	0%	0%
	% Columna	0,7%	0%	0%	3,4%	0%	0%

En las zonas urbanas la fórmula más utilizada es la de comerciales y representantes, mientras que en el Resto del municipio el 45,5% compra directamente al fabricante.

TABLA 38

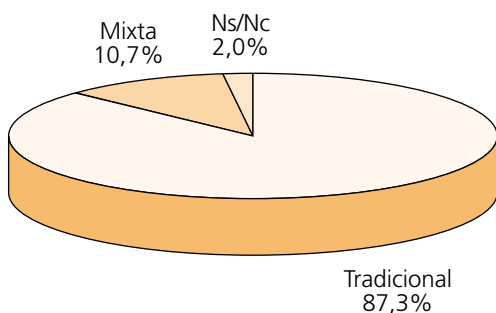
Zona / Política		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Directa a fabricante	% Fila	100%	17,9%	10,4%	41,8%	29,9%
	% Columna	44,1%	37,5%	30,4%	52,8%	45,5%
Comerciales y representantes	% Fila	100%	21,2%	15,3%	42,4%	21,2%
	% Columna	55,9%	56,3%	56,5%	67,9%	40,9%
Mayoristas	% Fila	100%	25%	10,3%	38,2%	26,5%
	% Columna	44,7%	53,1%	30,4%	49,1%	40,9%
Cadenas de distribución	% Fila	100%	18,2%	0%	54,5%	27,3%
	% Columna	6,3%	0%	11,3%	6,8%	7,2%
Otros	% Fila	100%	31,3%	12,5%	37,5%	18,8%
	% Columna	10,5%	15,6%	8,7%	11,3%	6,8%
Ninguno	% Fila	100%	0%	20%	40%	40%
	% Columna	3,3%	0%	4,3%	3,8%	4,5%
Ns/Nc	% Fila	100%	0%	0%	0%	100%
	% Columna	0,7%	0%	0%	0%	2,3%

Política de ventas

La política de ventas del comercio minorista consiste en establecer relaciones directas entre el vendedor y el comprador, de forma que el cliente demanda su necesidad y es asesorado directamente por el comerciante. Por tanto, podemos diferenciar entre tres tipos de políticas de ventas: la venta tradicional; en la que el vendedor atiende directamente al cliente, el autoservicio; en la que no existe la figura del dependiente y es el cliente el que directamente coge el producto, y una fórmula mixta; a medio camino entre la tradicional y el autoservicio

El 87,3% de los establecimientos de San Sebastián de los Reyes siguen una política de ventas tradicional, ninguno de los minoristas cuentan con el autoservicio como única fórmula de ventas y un 10,7% utiliza una fórmula mixta.

¿CUÁL ES LA POLÍTICA DE VENTAS QUE SIGUE SU NEGOCIO?



En todas las actividades predomina la venta tradicional, en el caso de hostelería el 89,5% y el 100% de los establecimientos del sector vehículos utiliza la venta tradicional. En ninguna de ellas se utiliza el autoservicio como único sistema de venta. Y en ninguna actividad se supera el 15% de establecimientos que utilice una fórmula mixta.

TABLA 39

Actividad / Política		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Tradicional	% Fila	100%	14,5%	19,8%	19,1%	26%	8,4	12,2%
	% Columna	87,3%	86,4%	86,7%	86,2%	89,5%	100%	80%
Autoservicio	% Fila	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	% Columna	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Mixta	% Fila	100%	18,8%	25%	25%	12,5%	0%	18,8%
	% Columna	10,7%	13,6%	13,3%	13,8%	5,3%	0%	15%
Ns/Nc	% Fila	100%	0%	0%	0%	66,7%	0%	33,3%
	% Columna	2%	0%	0%	0%	5,3%	0%	5%

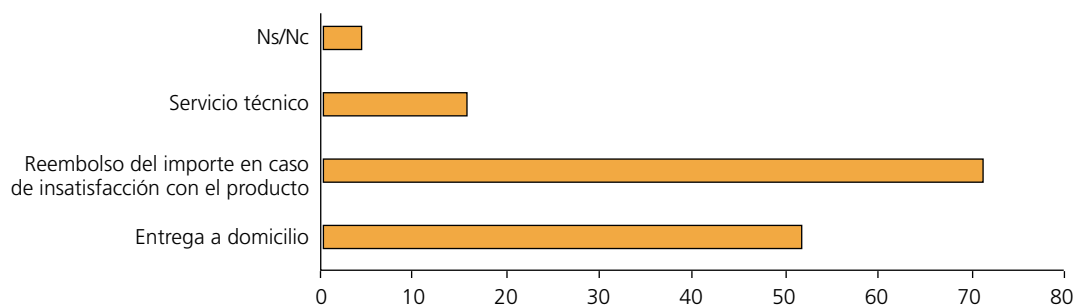
Por zonas, el 94,3% de los establecimientos de Centro Real cuenta con un sistema de ventas tradicional, en el resto de zonas en todas se supera el 80%. En cuanto a la fórmula mixta en ninguna zona se supera el 20% de establecimientos.

TABLA 40

Zona / Política		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Tradicional	% Fila	100%	20,6%	15,3%	38,2%	26%
	% Columna	87,3%	84,4%	87%	94,3%	81%
Autoservicio	% Fila	0%	0%	0%	0%	0%
	% Columna	0%	0%	0%	0%	0%
Mixta	% Fila	100%	12,5%	18,8%	18,8%	50%
	% Columna	10,7%	6,3%	13%	5,7%	19%
Ns/Nc	% Fila	100%	100%	0%	0%	0%
	% Columna	2%	9,4%	0%	0%	0%

En cuanto a los servicios postventa ofrecidos por los comerciantes a sus clientes un 70,5% ofrece el reembolso del importe en caso de insatisfacción con el producto, un 51,1% cuenta con servicio de entrega a domicilio y el 14,8 ofrece servicio técnico.

SERVICIO POSTVENTA



El 76% de los establecimientos dedicados a la venta de “Bienes de equipamiento del hogar” y el 64,3% de “Otros” entregan los productos a domicilio, en el resto de actividades se supera el 40% de comerciantes que lo ofrecen, excepto en “Bienes de equipamiento personal”, donde tan sólo el 15% ofrece esta opción a sus clientes.

El reembolso del importe en caso de insatisfacción lo ofrecen la mayoría de los minoristas de todas las actividades, llegando al 95% en el caso de “Bienes de equipamiento personal”. En el caso de “Vehículos” y de bienes de equipamiento del hogar el porcentaje es inferior al tratarse de productos de un precio más elevado.

Lógicamente el servicio técnico lo facilitan aquellas actividades que se dedican a la venta de productos que necesitan reparación. Por este motivo los porcentajes en esta categoría son residuales en “Bienes de Consumo diario”, “Bienes de equipamiento personal” y “hostelería”. En “Bienes de equipamiento personal” un 12% de los comercios ofrecen este servicio, y en vehículos se alcanza el 42,9%.

TABLA 41

Actividad		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Entrega a domicilio	% Fila	100%	20%	6,7%	42,2%	4,4%	6,7%	20% domic
	% Columna	51,1%	52,9%	15%	76%	40%	42,9%	64,3%
Reembolso del importe	% Fila	100%	22,6%	30,6%	21%	6,5%	4,8%	14,5%
	% Columna	70,5%	82,4%	95%	52%	80%	42,9%	64,3%
Servicio técnico	% Fila	100%	0%	15,4%	23,1%	7,7%	23,1%	30,8%
	% Columna	14,8%	0%	10%	12%	20%	42,9%	28,6%
Ns/Nc	% Fila	100%	0%	0%	33,3%	33,3%	0%	33,3%
	% Columna	3,4%	0%	0%	4%	20%	0%	7,1%

Por zonas, en Plaza Fuente y Resto del municipio un 62,5% y un 61,5% entregan la compra en el domicilio de sus clientes si lo desean. En cuanto al reembolso del importe, es en Cervantes donde el 81% de los comercios ofrece esta posibilidad, mientras que en el resto de zonas se supera el 60% de establecimientos.

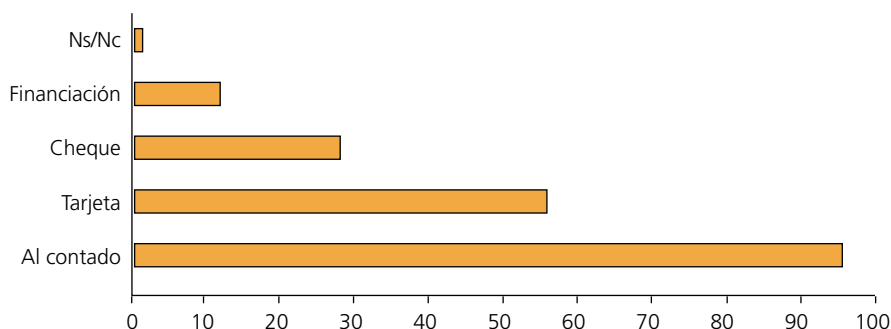
El servicio técnico lo ofrecen el 25% de los minoristas de Plaza Fuente y el 19, 2% de los de Resto de Municipio, en Cervantes y Centro Real el porcentaje es inferior al 15%, en el caso concreto de Centro Real tan sólo un 9,1% de los comercios ofrecen servicio técnico.

TABLA 42

Zona		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Entrega a domicilio	% Fila	100%	20%	11,1%	33,3%	35,6%
	% Columna	51,1%	42,9%	62,5%	45,5%	61,5%
Reembolso del importe	% Fila	100%	27,4%	8,1%	37,1%	27,4%
	% Columna	70,5%	81%	62,5%	69,7%	65,4%
Servicio técnico	% Fila	100%	23,1%	15,4%	23,1%	38,5%
	% Columna	14,8%	14,3%	25%	9,1%	19,2%
Ns/Nc	% Fila	100%	66,7%	0%	33,3%	0%
	% Columna	3,4%	9,5%	0%	3%	0%

En cuanto a las formas de pago, el 94,6% de los comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes cobran al contado. La tarjeta de crédito es aceptada por más de la mitad de los comerciantes (55%). El cheque tan sólo es aceptado por el 27%. Y solo un 11,4% ofrece a sus clientes la posibilidad de financiar la compra.

FORMAS DE PAGO



Si diferenciamos por actividad, vemos que pagar al contado es la forma más utilizada por todos los comerciantes de todas las actividades, en todas se supera el 90% llegando al 100% en "Bienes de Consumo Diario". La tarjeta es también una forma de pago muy aceptada por todos los comerciantes del municipio, aunque en "hostelería" el porcentaje de establecimientos que aceptan tarjeta baja al 36,8% y en "Bienes de Consumo Diario" no se llega al 15%. El cheque es aceptado sobre todo por los comerciantes de Bienes de equipamiento del Hogar (58,6%) y por los comercios que se agrupan en "Otros" (52,6%). Mientras que la financiación es una fórmula que aceptan el 25% de los comerciantes de sector vehículos, un 17,2% de los establecimientos dedicados a la venta de "Bienes de equipamiento del hogar" y un 10% de los establecimientos de "Bienes de equipamiento personal", el resto de actividades no ofrecen esta posibilidad a sus clientes.

TABLA 43

Actividad / Forma de pago		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Al contado	% Fila	100%	14,9%	19,9%	19,1%	25,5%	7,8%	12,8%
	% Columna	94,6%	100%	93,3%	93,1%	94,7%	91,7%	94,7%
Tarjeta	% Fila	100%	3,7%	28%	28%	17,1%	9,8%	13,4%
	% Columna	55%	14,3%	76,7%	79,3%	36,8%	66,7%	57,9%
Cheque	% Fila	100%	7,3%	7,3%	41,5%	14,6%	4,9%	24,4%
	% Columna	27,5%	14,3%	10%	58,6%	15,8%	16,7%	52,6%
Financiación	% Fila	100%	0%	17,6%	29,4%	0%	17,6%	35,3%
	% Columna	11,4%	0%	10%	17,2%	0%	25%	31,6%
Ns/Nc	% Fila	100%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	% Columna	0,7%	0%	0%	0%	2,6%	0%	0%

Pagar al contado es la forma que más se utiliza en todos los establecimientos de todas las zonas, llegando al 100% en Plaza Fuente. La tarjeta de crédito se acepta en el 76,7% de los comercios de Resto del Municipio, en el resto de las zonas se supera el 40%. En cuanto al cheque, también es en Resto de Municipio donde existe el mayor porcentaje de comercios que aceptan que se les pague de esta manera (37,2%). El 19,2% de los establecimientos comerciales de Centro Real aceptan fórmulas de financiación como manera de pago, en el resto de zonas no se supera el 9%.

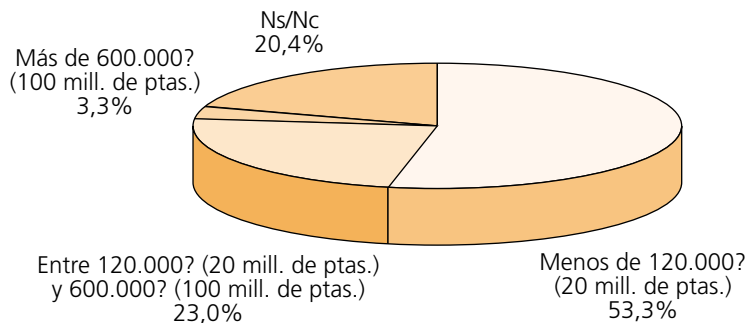
TABLA 44

Zona	Forma de pago	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Al contado	% Fila	100%	20,6%	16,3%	34,8%	28,4%
	% Columna	94,6%	93,5%	100%	94,2%	93%
Tarjeta	% Fila	100%	17,1%	12,2%	30,5%	40,2%
	% Columna	55%	45,2%	43,5%	48,1%	76,7%
Cheque	% Fila	100%	19,5%	14,6%	26,8%	39%
	% Columna	27,5%	25,8%	26,1%	21,2%	37,2%
Financiación	% Fila	100%	11,8%	11,8%	58,8%	17,6%
	% Columna	11,4%	6,5%	8,7%	19,2%	7%
Ns/Nc	% Fila	100%	100%	0%	0%	0%
	% Columna	0,7%	3,2%	0%	0%	0%

Volumen de negocio

La mayoría de los comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes no superan los 120.000 Euros de cifra de volumen de negocio, y tan sólo un 3,3% está por encima de los 600000 Euros. Un 20,4% de los encuestados no saben o no han querido responder a esta cuestión.

¿CUÁL ES LA CIFRA/VOLUMEN DE NEGOCIO DE SU ACTIVIDAD?



Aquellas actividades con menor cifra de negocio son "Bienes de consumo diario" y "Hostelería" donde el 68,2% y el 68,4% respectivamente no superan los 120.000 euros. Entre los comercios dedicados a la venta de "Bienes de equipamiento personal", más de la mitad (51,6%) no superan tampoco esa cantidad. Es entre los establecimientos dedicados a la venta de "Bienes de equipamiento del hogar", "vehículos" y "Otros" donde encontramos un mayor porcentaje de comercios que superan los 120.000 euros.

TABLA 45

Actividad / Volumen		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Menos de 120.000 €	% Fila	100%	18,5%	19,8%	12,3%	32,1%	7,4%	9,9%
	% Columna	53,3%	68,2%	51,6%	34,5%	68,4%	50%	40%
Entre 120.000 € y 600.000 €	% Fila	100%	8,6%	28,6%	28,6%	14,3%	8,6%	11,4%
	% Columna	23%	13,6%	32,3%	34,5%	13,2%	25%	20%
Más de 600.000 €	% Fila	100%	0%	0%	40%	20%	20%	20%
	% Columna	3,3%	0%	0%	6,9%	2,6%	8,3%	5%
Ns/Nc	% Fila	100%	12,9%	16,1%	22,6%	19,4%	6,5%	22,6%
	% Columna	20,4%	18,2%	16,1%	24,1%	15,8%	16,7%	35%

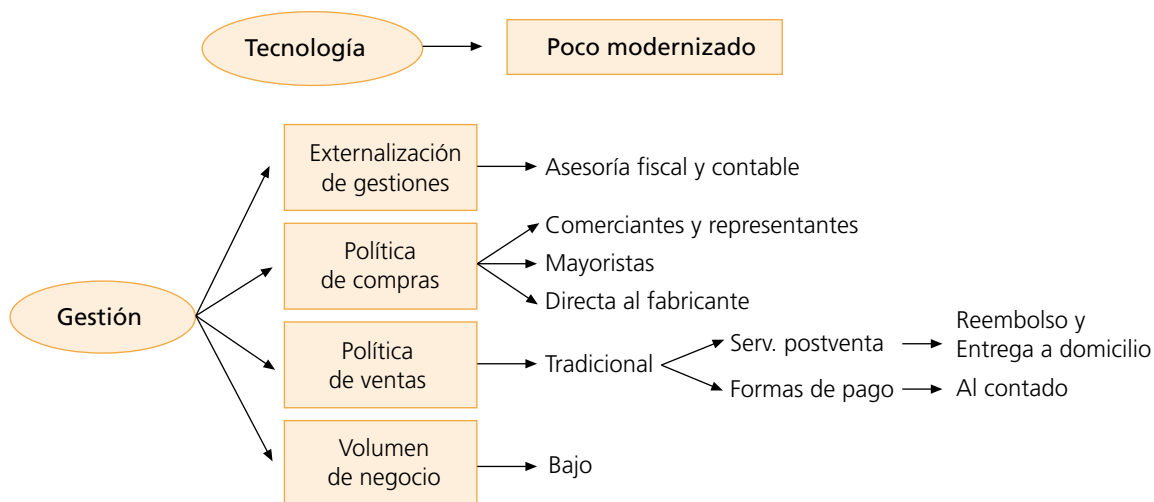
Es en las áreas de Resto de Municipio donde se agrupan los comercios con un mayor volumen de negocio, existe un 34,1% de minoristas que están entre los 120.000 y los 600.000 euros de cifra de negocio y un 9,1% supera los 600.000 euros. En las zonas urbanas la mayoría de los comercios se encuentran por debajo de los 120.000 euros.

TABLA 46

Zona / Volumen		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Menos de 120.000 €	% Fila	100%	25,9%	18,5%	35,8%	19,8%
	% Columna	53,3%	65,6%	65,2%	54,7%	36,4%
Entre 120.000 € y 600.000 €	% Fila	100%	8,6%	11,4%	37,1%	42,9%
	% Columna	23%	9,4%	17,4%	24,5%	34,1%
Más de 600.000 €	% Fila	100%	0%	0%	20%	80%
	% Columna	3,3%	0%	0%	1,9%	9,1%
Ns/Nc	% Fila	100%	25,8%	12,9%	32,3%	29%
	% Columna	20,4%	25%	17,4%	18,9%	20,5%

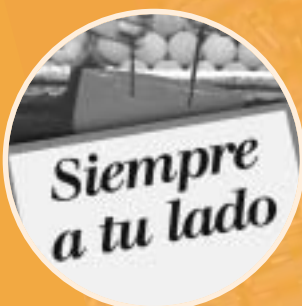
Hay que destacar que en todos los casos existe un porcentaje considerable de no respuesta, lo que indica el rechazo de los comerciantes a facilitar estos datos.

En resumen:





5. RELACIONES DE PERSONAL Y FORMACIÓN



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



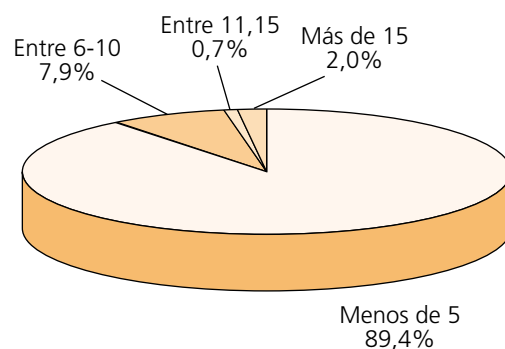
El número de empleados y el contrato del que estos disponen es un indicador de la vitalidad económica del comercio minorista de San Sebastián de los Reyes.

Por otra parte, la mayor exigencia de cualificación junto con la mayor sofisticación o complejidad de buena parte de los medios materiales hace que cada vez se haga más necesaria la formación complementaria. Una adecuada formación asegura una mejor adaptación al medio y mayor capacidad de respuesta del comerciante ante las demandas del cliente.

Empleados

En el 89,5% de los comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes el número de empleados es inferior a cinco, y el 97,4% tiene menos de 10 empleados. La media es de 3 empleados por establecimiento.

¿CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN SU ESTABLECIMIENTO?



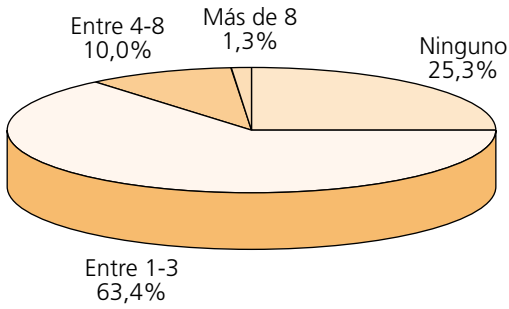
Los establecimientos dedicados a la venta de "Bienes de Consumo diario" son los que menos contratados tienen, con una media que no llega a los dos empleados por establecimiento. Los comercios de "Bienes de equipamiento personal" cuentan con dos empleados como media. En el resto de actividades se superan los tres contratados.

Por otro lado, la zona con menos contratados es Plaza de la Fuente, con una media de 2,57 empleados. Aunque en el resto de áreas la media es muy similar, únicamente en "Resto del Municipio" se superan los cuatro empleados de media, llegando a 4,50.

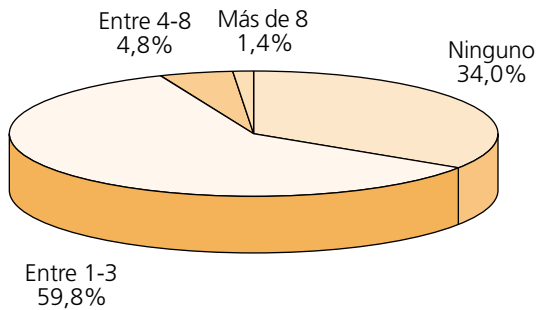
Las desigualdades de género en el ámbito laboral es uno de los grandes debates de la sociedad actual. En el comercio minorista de San Sebastián de los Reyes no se percibe una gran diferencia entre el número de hombres y mujeres con contrato de trabajo, aunque sí se aprecian desigualdades en grupos concretos de actividad y, salvo excepciones, el número de hombres contratados es superior al de mujeres.

Un 34% de los establecimientos minoristas de San Sebastián de los Reyes no cuenta con ninguna mujer entre sus empleados, en el caso de los hombres ese porcentaje baja a un 25,3%. El 63,3% de los negocios tienen contratados entre 1 y 3 hombres y el 59,9% entre 1 y 3 mujeres. El número medio de mujeres y hombres con contrato laboral no varía mucho, hay en el municipio una media de 1,52 mujeres contratadas y 1,78 hombres.

HOMBRES QUE TRABAJAN EN SU ESTABLECIMIENTO



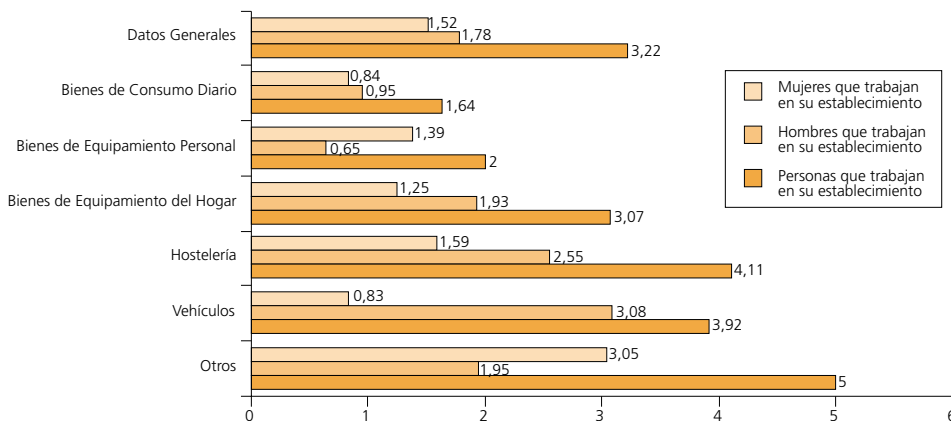
MUJERES QUE TRABAJAN EN SU ESTABLECIMIENTO



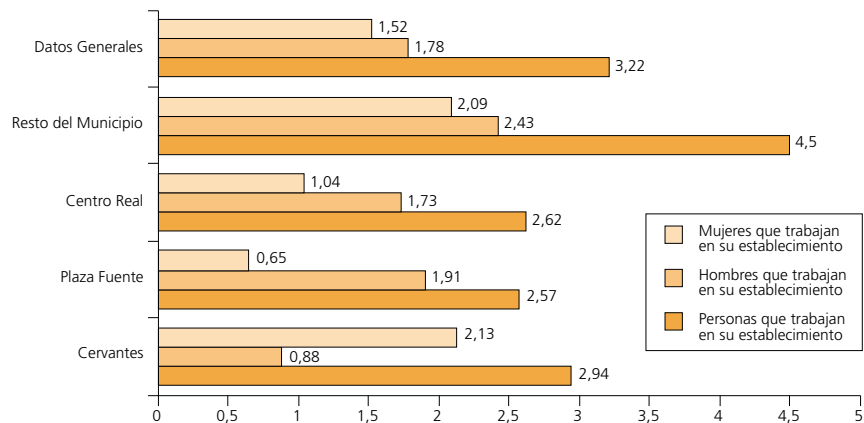
El número medio de mujeres contratadas es superior en “Bienes de equipamiento personal y en “Otros”. En el caso de “Bienes de equipamiento del hogar” hay una media de 1,39 contratadas por tan sólo 0,65 hombres. En “Otros” son 3,05 mujeres por 1,95 hombres. En el resto de actividades es superior la media de hombres a la de mujeres, siendo claramente mayor en el sector “Vehículos” donde hay una media de 3,08 hombres con contrato por tan solo 0,83 mujeres.

En cuanto a la zona donde se ubica el comercio, únicamente en Cervantes la media de contratadas es superior a la de contratados, 2,31 mujeres por tan solo 0,88 hombres. En el resto de zonas el número de hombres contratados es superior al de mujeres.

EMPLEADOS POR ESTABLECIMIENTO SEGÚN ACTIVIDAD



EMPLEADOS POR ESTABLECIMIENTO SEGÚN ZONA



Tipos de contrato

En cuanto a la duración del contrato, el comercio minorista de San Sebastián de los Reyes se caracteriza por ofrecer empleo estable a sus trabajadores. La media de empleados con contrato indefinido es de 2,24 mientras con contrato temporal hay 0,79 trabajadores por establecimiento.

Por actividad, es en "Hostelería" y en "Otros" donde encontramos una mayor temporalidad en el empleo. En el caso de "Hostelería" hay 1,53 empleados de media con contrato temporal y esa media asciende a 1,70 en el caso de "Otros". En el resto de actividades la media de empleados con contrato indefinido es claramente superior al temporal.

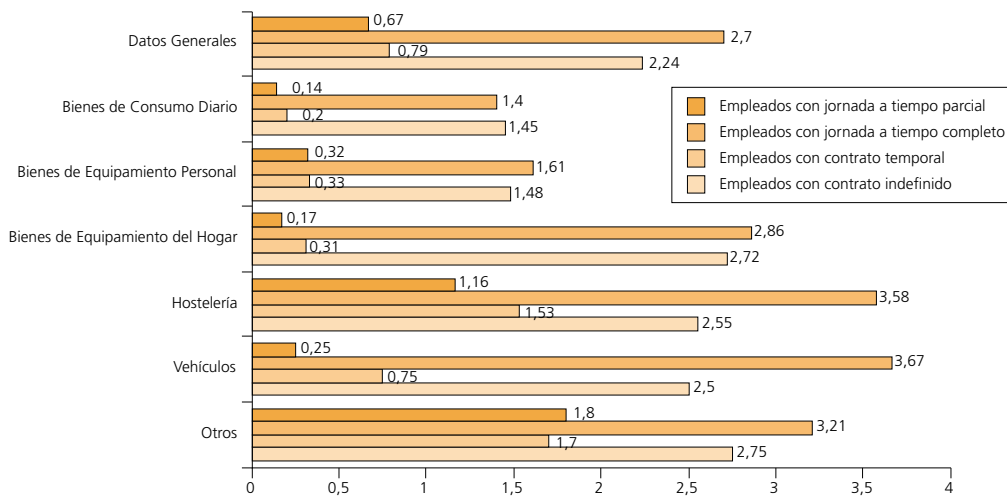
Por zonas, en Cervantes hay una media de 1,03 empleados con contrato temporal, también en Resto de Municipio hay una media elevada de contratos temporales (1,48) aunque en este caso hay 3,80 empleados indefinidos por establecimiento. En Plaza de la Fuente y en Centro Real la media de temporales está en torno a 0,30

En cuanto al tipo de jornada, hay 2,70 trabajadores de media con jornada a tiempo completo mientras que con jornada a tiempo parcial la media es de 0,67 empleados.

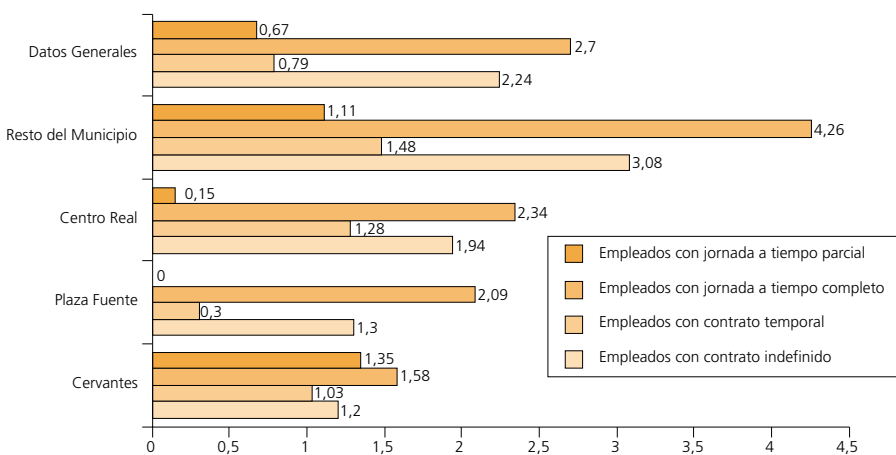
En "Hostelería" y en "Otros" es donde se encuentran las medias más altas en las jornadas a tiempo parcial. En "Hostelería" tienen jornada a tiempo parcial una media de 1,16 empleados y en "Otros" esa media asciende a 1,80. En el resto de actividades la media de trabajadores a tiempo completo es netamente superior a la de empleados a tiempo parcial.

En cuanto a la zona, en Cervantes hay 1,35 empleados por establecimiento con jornada a tiempo parcial y 1,58 con jornada a tiempo completo. En el resto de zonas la media de trabajadores a tiempo completo supera los dos por establecimiento.

TIPO DE CONTRATO SEGÚN ACTIVIDAD



TIPO DE CONTRATO SEGÚN ZONA

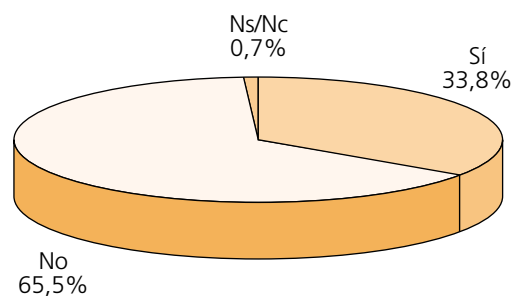


Formación

En la actualidad, es posible para el comerciante dominar técnicas concretas y tener una serie de conocimientos necesarios para ofrecer un mejor servicio al consumidor. La formación es, por tanto, una herramienta importante para que el minorista pueda otorgar a sus productos un valor añadido.

Sin embargo, un 65,6% de los comerciantes o empleados de San Sebastián de los Reyes no ha realizado ningún tipo de formación complementaria relacionada con su trabajo. Un 33,8% ha realizado algún tipo de formación.

¿HA REALIZADO USTED O SUS EMPLEADOS ALGÚN TIPO DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA?



En todas las actividades el porcentaje de comerciantes o empleados que han realizado formación es inferior al que no la ha realizado. Aunque en "Vehículos" y "Otros" donde el porcentaje de personas que han recibido formación es elevada.

TABLA 47

Actividad / Formación	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	33,8%	22,7%	38,7%	37,9%	24,3%	41,7%	45%
No	65,6%	72,7%	61,3%	62,1%	75,7%	58,3%	55%
Ns/Nc	0,7%	4,5%	0%	0%	0%	0%	0%

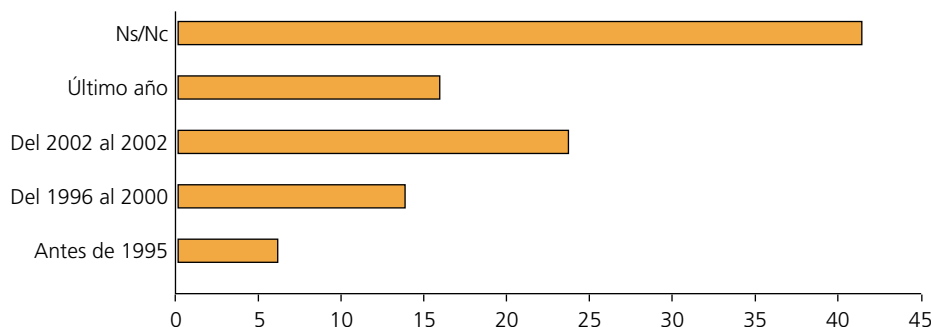
En cuanto a la zona donde se ubica el comercio, es en Cervantes donde más del 40% de los comerciantes ha realizado formación complementaria. En el resto de zonas el porcentaje de comerciantes o empleados que sí han hecho algún tipo de curso se sitúa en torno al 35%.

TABLA 48

Zona / Formación	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	33,8%	40,6%	30,4%	34,6%	29,5%
No	65,6%	59,4%	69,6%	63,5%	70,5%
Ns/Nc	0,7%	0%	0%	1,9%	0%

De aquellos que sí han realizado formación, un 39,2% lo ha hecho después del año 2000. Un 41,2% no sabe cuando ha realizado el curso o no contesta a esta cuestión.

AÑO EN EL QUE HA REALIZADO FORMACIÓN



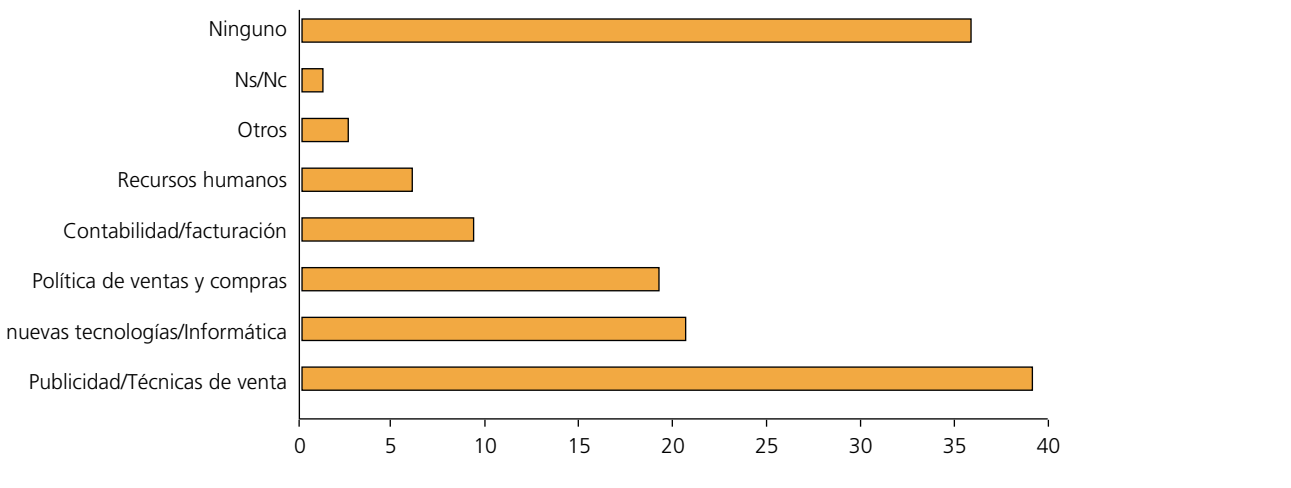
Un 59,6% de los comerciantes que han hecho algún tipo de formación ha realizado cursos relacionados con la calidad del servicio y la atención al cliente. Un 38,5% se ha formado en técnicas de ventas, un 19,2 ha optado por mejorar su conocimiento en las nuevas tecnologías y un 17,3% ha realizado formación relacionada con aspectos de marketing y promoción.

Aspectos sobre los que le gustaría recibir formación

Al 39,1% de los minoristas de San Sebastián de los Reyes les gustaría recibir formación relacionada con Publicidad y técnicas de ventas. Un 20,5% prefiere recibir formación relacionada con las nuevas tecnológicas e informática y un 19,2% quiere recibir cursos sobre políticas de ventas y compras.

Sin embargo, a pesar de que la formación es uno de los elementos que puede ayudar a una mejor gestión del negocio y ofrecer un servicio al cliente de mayor calidad, existe un 35,8% de comerciantes que no quieren recibir formación de ningún tipo.

¿SOBRE QUÉ ASPECTOS LE GUSTARÍA RECIBIR FORMACIÓN?



Son los comerciantes de Bienes de consumo diario y de hostelería los menos interesados en recibir formación, aunque en todas las actividades hay más de un 30% de comerciantes que no quieren recibir formación, excepto en Vehículos que se reduce al 25%.

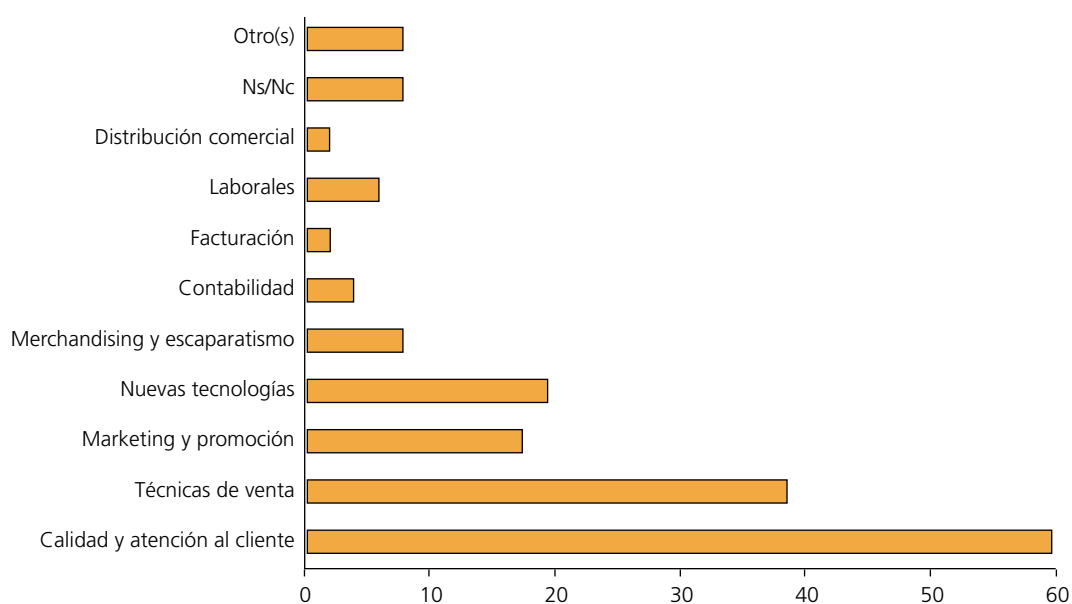
El curso más demandado en todas las actividades es el de publicidad y técnicas de venta. Además, los comerciantes dedicados a la venta de "Bienes de equipamiento del hogar", "Vehículos" y "Otros" están interesados en recibir formación relacionada con las nuevas tecnologías e informática. En el caso de los comerciantes que se agrupan en "Otras actividades" y en "Bienes de equipamiento personal" hay interés por recibir formación en políticas de compras y de ventas.

TABLA 48B

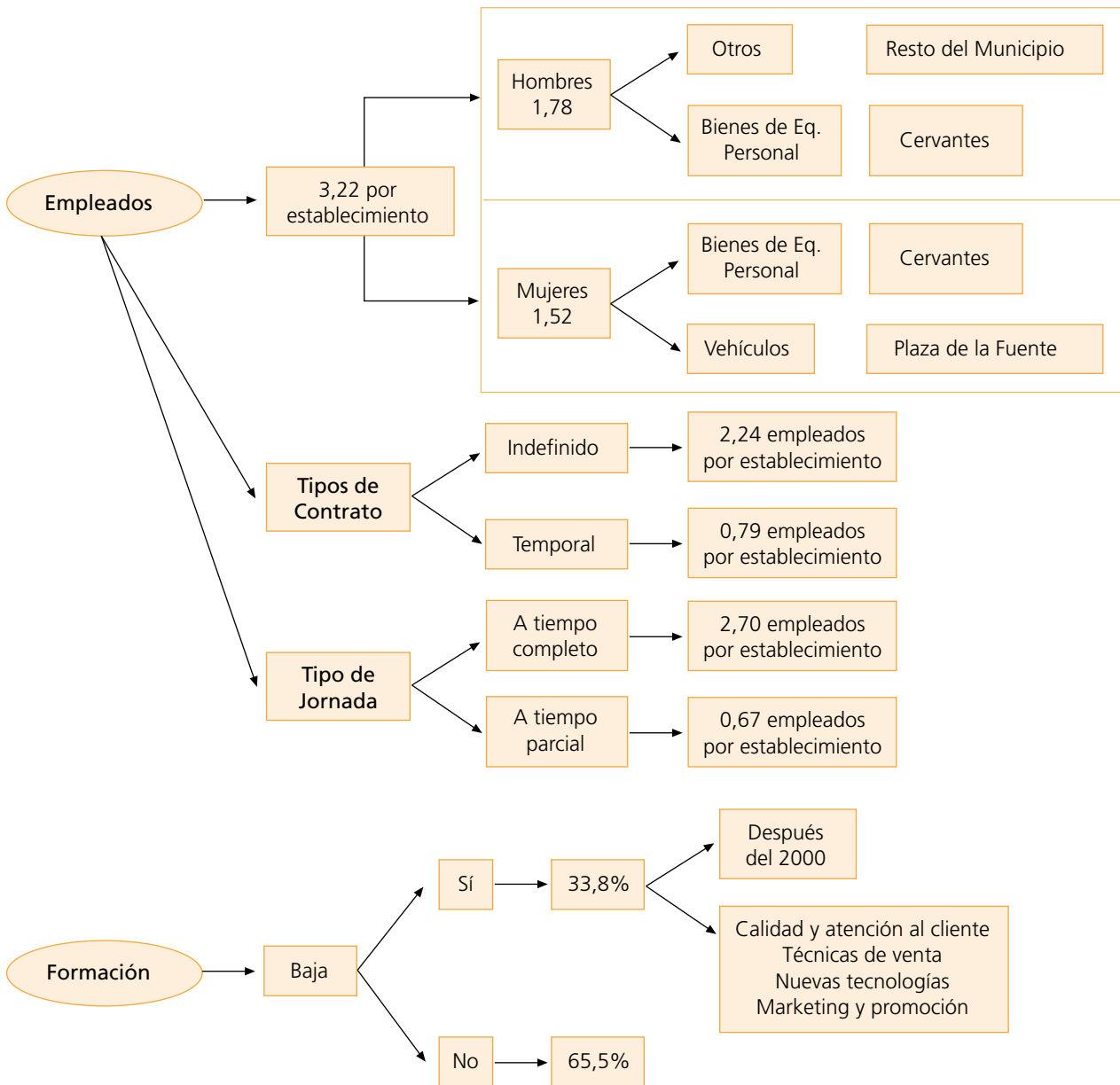
Actividad / Formación	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Publicidad /Técnicas de ventas	39,1%	27,3%	43,3%	41,4%	39,5%	25%	50%
Nuevas Tecnologías/ Informática	20,5%	18,2%	20%	31%	13,2%	25%	20%
Política de ventas y compras	19,2%	18,2%	30%	10,3%	10,5%	0%	45%
Contabilidad/ facturación	9,3%	4,5%	10%	6,9%	5,3%	16,7%	20%
Recursos Humanos	6%	9,1%	3,3%	0%	7,9%	8,3%	10%
Ninguno	35,8%	45,5%	36,7%	31%	39,5%	25%	30%
Otros	2,6%	4,5%	6,7%	0%	2,6%	0%	0%
Ns/Nc	1,3%	0%	3,3%	3,4%	0%	0%	0%

Es en Cervantes y Centro Real donde más comerciantes hay que no desean recibir formación. Por otro lado, en todas las zonas el curso más demandado es el de publicidad y técnicas de venta.

TIPO DE CURSO REALIZADO



En Resumen:





6. OPINIÓN E INICIATIVA

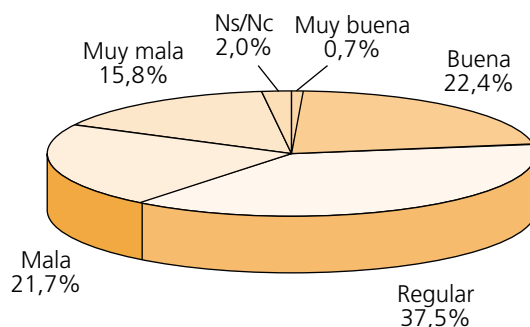


**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



Un 23,1% de los comerciantes consideran que la situación del comercio minorista de San Sebastián de los Reyes es buena o muy buena, un 37,5% la considera regular, un 21,7% piensa que esa situación es mala y un 15,8% la define como muy mala.

¿CÓMO VALORARÍA USTED LA SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES?



En la clasificación "otras actividades" hay una valoración más positiva, el 45% piensa que la situación es buena o muy buena.

La valoración más negativa la hacen los comerciantes dedicados a la venta de "Bienes de consumo diario" y de "Bienes de equipamiento personal", donde un 54,5% y 42% respectivamente piensan que la situación actual del comercio es mala o muy mala.

TABLA 49

Actividad / Situación	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Muy buena	0,7%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
Buena	22,4%	9,1%	9,7%	24,1%	26,3%	33,3%	40%
Regular	37,5%	36,4%	45,2%	34,5%	31,6%	50%	35%
Mala	21,7%	31,8%	19,4%	31%	18,4%	8,3%	15%
Muy Mala	15,8%	22,7%	22,6%	6,9%	23,7%	0%	5%
Ns/Nc	2%	0%	3,2%	3,4%	0%	8,3%	0%

En cuanto a la zona donde se ubica el comercio, en Resto del Municipio un 38,6% piensa que la situación del comercio minorista es buena y para otro 38,6% la situación es tan solo regular. En Plaza de la Fuente la situación del comercio es buena para el 26.1% de los comerciantes de esta zona y regular para el 39,1%.

La percepción es más negativa en Cervantes y Centro Real. Un 50% de los comerciantes de Cervantes y un 47,2% de Centro Real consideran que la realidad de los negocios minoristas del municipio es mala o muy mala.

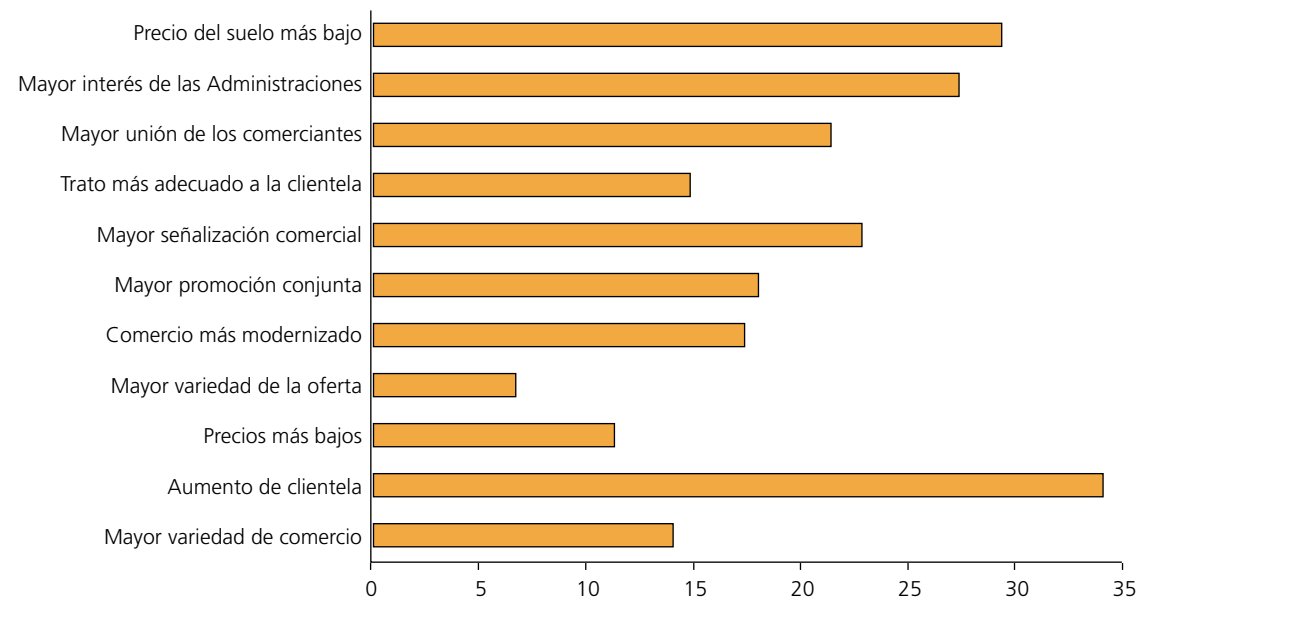
Para los comerciantes de San Sebastián de los Reyes los aspectos más importantes para favorecer a sus negocios están relacionados con el aumento de la clientela, medidas fiscales ventajosas y mayor interés de las administraciones. Además opinan que otras medidas que podrían mejorar el desarrollo del comercio minorista es facilitar los accesos al cliente, ampliando las plazas de aparcamiento y señalizando mejor la zona. Por último, reconocen la necesidad de una mayor unión entre los propios minoristas y la modernización de los negocios como formas de conseguir un mayor y mejor desarrollo.

TABLA 50

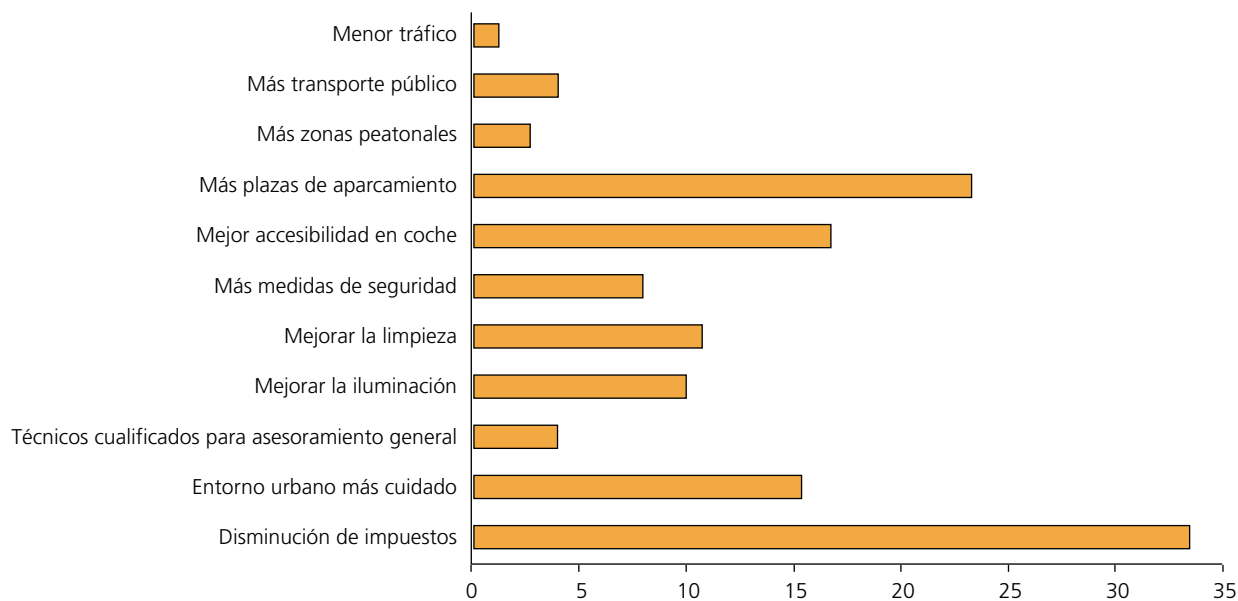
Zona \ Situación	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Muy buena	0,7%	0%	0%	1,9	0%
Buena	22,4%	18,8%	26,1%	9,4%	38,6%
Regular	37,5%	28,1%	39,1%	41,5%	38,6%
Mala	21,7%	25%	17,4%	30,2%	11,4%
Muy Mala	15,8%	25%	17,4%	17%	6,8%
Ns/Nc	2%	3,1%	0%	0%	4,5%

El 29,3% señala la necesidad de un precio del suelo más bajo y un 27,3% pide un mayor interés de las administraciones. Por otro lado, un 23,3% pide más zonas de aparcamiento y un 22,7% cree que se debería mejorar la señalización comercial. Por último, un 21,3% señala la necesidad de que haya una mayor unión entre comerciantes, un 18% cree que sería necesario llevar a cabo más promoción conjunta y un 17,3% cree que el comercio minorista de San Sebastián de los Reyes debería modernizarse.

ASPECTOS QUE SE CONSIDERAN MÁS IMPORTANTES I



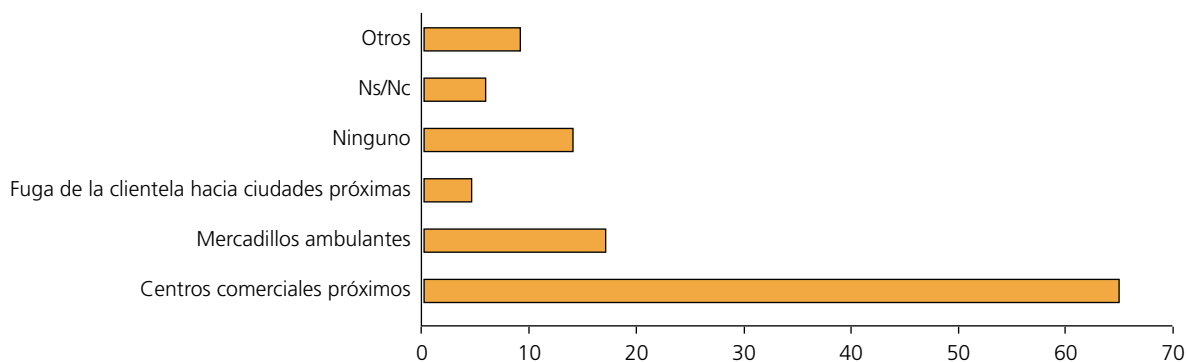
ASPECTOS QUE SE CONSIDERAN MÁS IMPORTANTES II



Por otro lado, también es interesante señalar las amenazas externas que existen en el municipio y que frenan o disminuyen la capacidad de progreso de los negocios minoristas.

El aspecto que más preocupan a los comerciantes es la existencia de grandes centros comerciales en el municipio. Para el 64,5% de los minoristas esta sería la mayor amenaza para la estabilidad de sus negocios.

ASPECTOS QUE SE CONSIDERAN MÁS IMPORTANTES III



En todas las actividades se señala la proximidad de los centros comerciales como el aspecto que más preocupa.

TABLA 51

Actividad / Aspectos		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Centros	% Fila	100%	19,4%	25,5%	17,3%	22,4%	7,1%	8,2%
Comerciales	% Columna	64,5%	86,4%	80,6%	58,6%	57,9%	58,3%	40%
Mercadillos ambulantes	% Fila	100%	30,8%	46,2%	11,5%	11,5%	0%	0%
	% Columna	17,1%	36,4%	38,7%	10,3%	7,9%	0%	0%
Fuga clientela hacia ciudades próximas	% Fila	100%	14,3%	0%	28,6%	14,3%	0%	42,9%
	% Columna	4,6%	4,5%	0%	6,9%	2,6%	0%	15%
Otros	% Fila	100%	0%	7,1%	14,3%	64,3%	14,3%	0%
	% Columna	9,2%	0%	3,2%	6,9%	23,7%	16,7%	0%
Ninguno	% Fila	100%	4,8%	14,3%	23,8%	19%	9,5%	28,6%
	% Columna	13,8%	4,5%	9,7%	17,2%	10,5%	16,7%	30%
Ns/Nc	% Fila	100%	0%	11,1%	33,3%	11,1%	11,1%	33,3%
	% Columna	5,9%	0%	3,2%	10,3%	2,6%	8,3%	15%

Todas las zonas se ven amenazadas por los Grandes Centros comerciales, y es en Cervantes y Centro Real donde la presencia de mercadillos ambulantes supone una preocupación importante para los comerciantes.

TABLA 52

Zona / Aspectos		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Centros	% Fila	100%	24,5%	15,3%	38,8%	21,4%
Comerciales	% Columna	64,5%	75%	65,2%	71,7%	47,7%
Mercadillos ambulantes	% Fila	100%	38,5%	7,7%	50%	3,8%
	% Columna	17,1%	31,3%	8,7%	24,5%	2,3%
Fuga clientela hacia ciudades próximas	% Fila	100%	42,9%	14,3%	14,3%	28,6%
	% Columna	4,6%	9,4%	4,3%	1,9%	4,5%
Otros	% Fila	100%	7,1%	28,6%	28,6%	35,7%
	% Columna	9,2%	3,1%	17,4%	7,5%	11,4%
Ninguno	% Fila	100%	4,8%	9,5%	23,8%	61,9%
	% Columna	13,8%	3,1%	8,7%	9,4%	29,5%
Ns/Nc	% Fila	100%	33,3%	0%	33,3%	33,3%
	% Columna	5,9%	9,4%	0%	5,7%	6,8%

Teniendo todo lo anterior en cuenta, se les plantea a los comerciantes cual es para ellos la perspectiva de sus propios negocios a corto plazo. A pesar de las dificultades, un 42,1% piensa que las perspectivas de su negocio son buenas o muy buenas, un 32,9% considera que no son buenas ni malas y un 21,7% piensa que las perspectivas de su negocio para el próximo año son malas o muy malas.

Por actividades, se observa que son los negocios que venden productos de un precio elevado junto con "Otros" y en menor medida hostelería los que tienen unas perspectivas más positivas. El 80% de otros, el 50% de Vehículos, el 48,3% de Bienes de equipamiento del Hogar y el 36% de Hostelería piensa que las perspectivas de futuro son buenas o muy buenas. Por su parte, los comerciantes de Bienes de consumo diario y Bienes de equipamiento del hogar son más pesimistas, el 50% de los minoristas de Bienes de Consumo Diario piensan que las perspectivas son tan solo regulares y el 27,3% que son malas o muy malas y sólo un 18,2% piensa que son buenas o muy buenas. En el caso de Bienes de equipamiento personal el 38,7% piensan que las perspectivas para el próximo año son malas o muy malas, aunque un 32,3% piensa que son buenas o muy buenas.

CUÁL CREE USTED QUE SERÁ LA PERSPECTIVA DE SU EMPRESA EN EL PRÓXIMO AÑO?

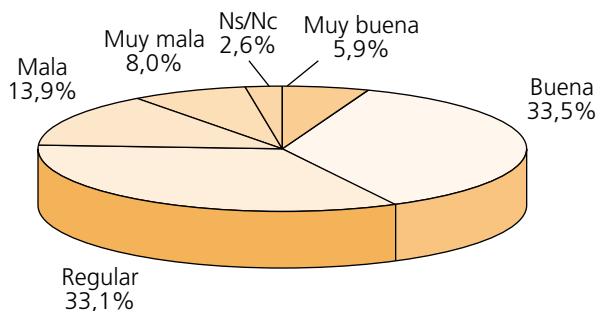


TABLA 53

Actividad / Perspectiva	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Muy buena	5,9%	0%	6,5%	13,8%	0%	8,3%	10%
Buena	36,2%	18,2%	25,8%	34,5%	36,8%	41,7%	70%
Regular	32,9%	50%	29%	31%	36,8%	50%	5%
Mala	13,8%	18,2%	25,8%	13,8%	13,2%	0%	0%
Muy Mala	7,9%	9,1%	12,9%	6,9%	7,9%	0%	5%
Ns/Nc	2,6%	4,5%	0%	0%	2,6%	0%	10%

En cuanto a la zona, las perspectivas más negativas las tienen los comerciantes de Centro Real, donde el 32% señala que las perspectivas a corto plazo serán malas o muy malas y para otro 32% tan solo son regulares. En el resto de zonas las perspectivas son buenas o muy buenas para la mayoría de los comerciantes.

TABLA 54

Zona / Situación	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Muy buena	5,9%	6,3%	13%	3,8%	4,5%
Buena	36,2%	40,6%	34,8%	26,4%	45,5%
Regular	32,9%	34,4%	26,1%	32,1%	36,4%
Mala	13,8%	6,3%	8,7%	24,5%	9,1%
Muy Mala	7,9%	12,5%	13%	7,5%	2,3%
Ns/Nc	2,6%	0%	4,3%	3,8%	2,3%



7. AYUDAS Y SUBVENCIONES



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



El concepto de subvención difiere del de ayuda, aunque en términos coloquiales éstos se confunden.

La subvención es una prestación en especie o «in natura», otorgada por el poder público para el sostenimiento de una empresa, sin que el beneficiario de la misma haya de pagar nada a cambio por los bienes o servicios obtenidos con motivo de la subvención.

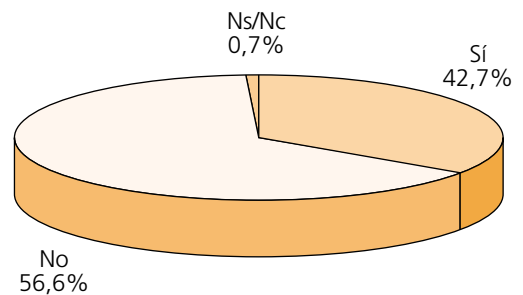
Por su parte, el concepto de ayuda es más general que la noción de subvención, ya que comprende no sólo las prestaciones positivas (subvenciones), sino también intervenciones que, bajo diversas formas, alivian las cargas que normalmente pesan sobre el presupuesto de una empresa y que, por ello, sin tratarse de subvenciones en el sentido estricto de la palabra, tienen la misma naturaleza e idénticos efectos.

Realizada esta conceptualización, utilizaremos indistintamente los términos ayuda y subvención confiriéndoles idéntico significado debido al carácter puramente teórico de esta diferenciación.

Hay que tener en cuenta que la procedencia de las subvenciones pueden variar. Las ayudas pueden venir de las administraciones locales, comunitarias o estatales.

El 56,3% de los minoristas de San Sebastián de los Reyes, desconoce la posibilidad de ser beneficiario de algún tipo de ayuda pública, aunque un 42,7% si tiene conocimiento de estas subvenciones.

¿CONOCE LA EXISTENCIA DE AYUDAS O SUBVENCIONES AL COMERCIO?



Es entre los comerciantes dedicados a la venta de “Bienes de consumo diario” y a la hostelería dónde ese desconocimiento es mayor. El 72,7% de los minoristas de “Bienes de consumo diario” y el 68,4% de los hosteleros no saben de la existencia de subvenciones. Sin embargo, en los negocios agrupados en “Otros” el porcentaje de comerciantes que conocen la existencia de ayudas es superior al de comerciantes que lo ignoran.

TABLA 55

Actividad / Subvenciones	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	42,4%	27,3%	45,2%	44,8%	31,6%	41,7%	73,7%
No	56,3%	72,7%	51,6%	51,7%	68,4%	58,3%	26,3%
Ns/Nc	7%	0%	3,2%	0%	0%	0%	0%

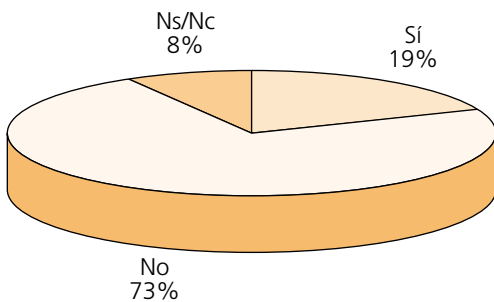
En todas las zonas del municipio el número de comerciantes que no conoce la existencia de ayudas supera el 50%. En Centro Real el porcentaje se encuentra más igualado, con un 49,1% de minoristas que conocen la existencia de ayudas frente a un 50,9% que lo desconoce.

TABLA 56

Zona / Subvenciones	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	42,4%	37,5%	39,1%	49,1%	39,5%
No	56,3%	62,5%	60,9%	50,9%	55,8%
Ns/Nc	1,3%	0%	0%	0%	4,7%

Entre aquellos que sí saben de la existencia de ayudas o subvenciones, únicamente reconocen haberse beneficiado de alguna el 19%.

¿SE HA BENEFICIADO DE ALGUNA DE ELLAS?



Un 23,5% de los hosteleros y un 25% de negocios que se agrupan en “otras actividades” se han beneficiado de alguna subvención. En el resto de actividades el porcentaje de empresarios beneficiados con ayudas es inferior.

TABLA 57

Actividad / Subvenciones	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	19%	12,5%	16,7%	16,7%	23,5%	14,3%	25%
No	72,6%	62,5%	72,2%	77,8%	76,5%	57,1%	75%
Ns/Nc	8,3%	25%	11,1%	5,6%	0%	28,6%	0%

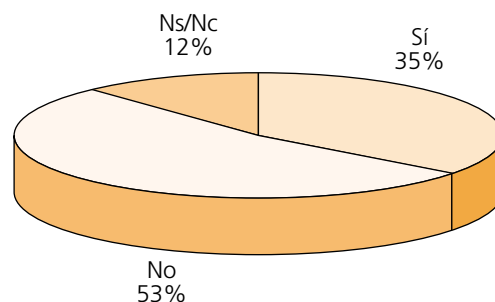
Si segmentamos por la zona donde se encuentra el comercio. En Plaza de la Fuente se supera el 30% de comercios que han obtenido subvenciones.

TABLA 58

Zona / Subvenciones	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	19%	25%	30,8%	17,6%	12%
No	72,6%	66,7%	69,2%	79,4%	68%
Ns/Nc	8,3%	8,3%	0%	2,9%	20%

Por último, es interesante señalar la escasa motivación que tienen los comerciantes para solicitar algún tipo de ayuda. El 53% de los minoristas del municipio afirman que no tiene intención de pedir subvenciones para su negocio.

¿TIENE INTENCIÓN DE SOLICITAR AYUDAS AL RESPECTO?



Los comerciantes dedicados a la hostelería son más propensos a demandar subvenciones. El 50% de los minoristas de esta actividad reconoce que tiene intención de solicitar algún tipo de ayuda pública. En el resto de actividades el porcentaje de comerciantes que no van a pedir ninguna ayuda supera el 50%, excepto en el caso de "Otros" donde el porcentaje del "sí" es igual al "no".

Por zonas, es en Cervantes donde más comerciantes hay con intención de pedir algún tipo de ayuda para su negocio. Un 66,7% de los minoristas de Cervantes están dispuestos a solicitar ayudas mientras que un 20% no tiene intención.

TABLA 59

Actividad / Subvenciones	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	35%	25%	26,3%	33,3%	50%	20%	46,7%
No	53%	66,7%	52,6%	58,3%	40%	60%	46,7%
Ns/Nc	12%	8,3%	21,1%	8,3%	10%	20%	6,7%

TABLA 60

Zona / Subvenciones	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	35%	66,7%	35,7%	25%	30,8%
No	53%	20%	57,1%	68,8%	51,3%
Ns/Nc	12%	13,3%	7,1%	6,3%	17,9%



8. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y CERTIFICACIONES DE CALIDAD



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**

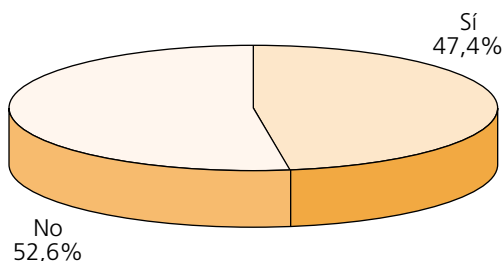


La informatización del comercio minorista es un indicador de la modernización del sector. En el siguiente apartado del estudio se analiza el equipamiento informático con que cuentan los minoristas en sus negocios y el uso que hacen de ese equipamiento.

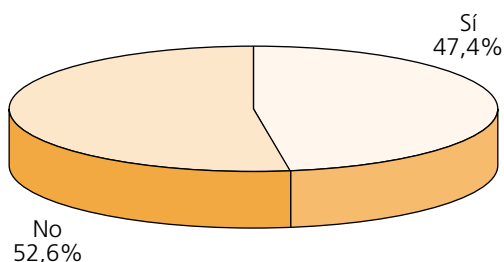
Entorno tecnológico

Más de la mitad, el 52,6% de los comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes, no disponen de equipos informáticos en su negocio. De ellos, la mayoría, el 78,6%, no tienen intención de adquirir uno. Tan sólo un 21,4% de los minoristas sin ordenador admiten que tienen intención de adquirir un equipo próximamente.

¿DISPONE DE EQUIPOS INFORMÁTICOS?



¿TIENE INTENCIÓN DE SOLICITAR EQUIPOS INFORMÁTICOS PARA SU NEGOCIO?



Si analizamos actividad por actividad, observamos que es en los comercios que se dedican las actividades donde se venden productos de precio elevado y a "Otras actividades", donde el porcentaje de negocios con ordenador es superior al de negocios sin ordenador. Sin embargo, en los comercios que venden productos de precio más bajo la posesión de un ordenador no es lo más habitual.

TABLA 61

Actividad \ Equipos informáticos	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	47,4%	22,7%	48,4%	72,4%	18,4%	83,3%	70%
No	52,6%	77,3%	51,6%	27,6%	81,6%	16,7%	30%

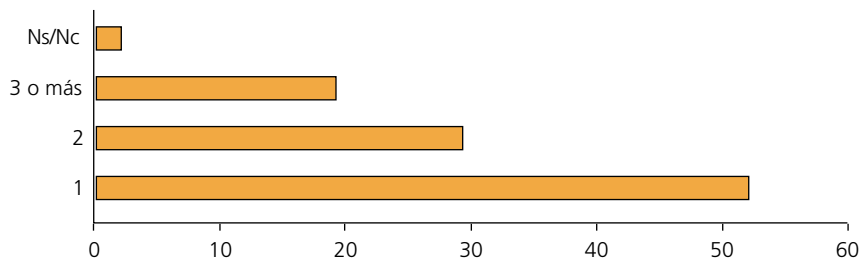
En cuanto a la zona, en las áreas urbanas (Cervantes, Plaza de la Fuente y Centro Real) el porcentaje de comercios que no dispone de ordenador supera en todos los casos el 55%. Sin embargo, en Resto del Municipio el 72, 7% de los minoristas dispone de ordenador para su negocio.

TABLA 62

Zona / Equipos informáticos	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	47,4%	40,6%	26,1%	39,6%	72,7%
No	52,6%	59,4%	73,9%	60,4%	27,3%

De aquellos comercios que disponen de equipos informáticos, el 51,4% cuenta con un ordenador y un 28,6% tiene dos ordenadores. Un 20% tiene 3 ordenadores o más.

INDICAR DE CUÁNTOS EQUIPOS INFORMÁTICOS DISPONE



Los comercios encuadrados dentro de “Vehículos” y de “Otros” son los que presentan una mayor predisposición para adquirir equipos informáticos para su negocio. El 40% de los comerciantes del sector vehículos tienen intención de comprar un ordenador. Por su parte, la mayoría, el 71,4% de los minoristas que pertenecen a “otras actividades” muestran su interés por adquirir equipos informáticos.

TABLA 63

Actividad / Equipos informáticos	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	21,4%	18,8%	29,4%	25%	3,2%	40%	71,4%
No	78,6%	81,3%	70,6%	75%	96,8%	60%	28,6%

La zona donde se muestra una mayor predisposición a adquirir equipos informáticos es en Cervantes, el 42,1% de los negocios que se encuentran en esta área tienen intención de comprar ordenadores para su negocio. En el resto de zonas la inmensa mayoría de los comerciantes afirman que no comprarán equipos informáticos.

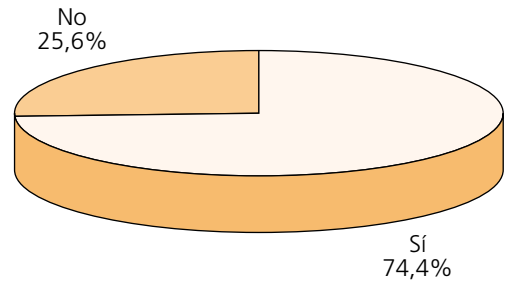
TABLA 64

Zona / Equipos informáticos	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	21,4%	42,1%	17,6%	15,6%	12,5%
No	78,6%	57,9%	82,4%	84,4%	87,5%

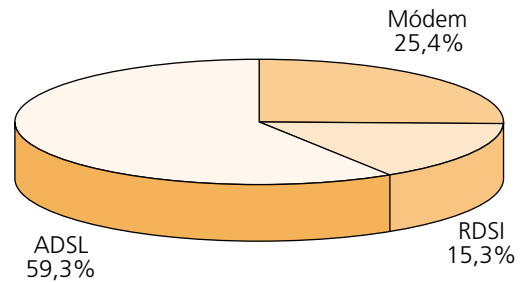
Es importante conocer el uso que hacen los comerciantes de sus equipos informáticos. Hoy en día internet se ha generalizado y se convierte en una oportunidad de negocio interesante. A través de la página web y del comercio electrónico se le presenta al minorista la posibilidad de ofrecer sus productos a un mayor número de clientes potenciales.

Entre aquellos negocios que sí cuentan con ordenador, el 74,4% dispone de conexión a internet y de éstos el 59,3% dispone de conexión ADSL.

¿DISPONE DE CONEXIÓN A INTERNET?

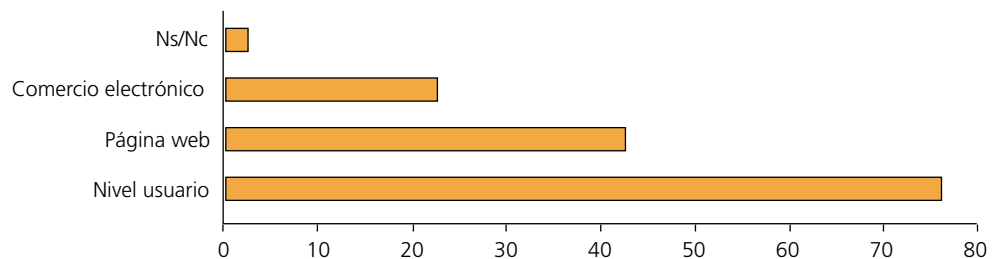


¿QUÉ TIPO DE LÍNEA?



En cuanto a la utilidad que los comerciantes hacen de internet, el 75% lo utiliza únicamente como usuario (consulta, información, etc.), un 41,7% dispone de página Web y el 21,7% lleva a cabo acciones relacionadas con el comercio electrónico.

UTILIDAD DE LA CONEXIÓN A INTERNET



El 44% de los comercios que disponen de página web pertenecen a “Bienes de equipamiento del hogar”. De los negocios que venden sus productos mediante el comercio electrónico, el 46,2% pertenece a “Bienes de equipamientos del hogar” y el 30,8% a “Otros”.

TABLA 65

Actividad / Internet		TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Nivel Usuario	% Fila	100%	8,9%	17,8%	28,9%	6,7%	17,8%	20%
	% Columna	75%	100%	80%	68,4%	50%	88,9%	75%
Página Web	% Fila	100%	8%	8%	44%	12%	16%	12%
	% Columna	41,7%	50%	20%	57,9%	50%	44,4%	25%
Comercio Electrónico	% Fila	100%	0%	0%	46,2%	7,7%	15,4%	30,8%
	% Columna	21,7%	0%	0%	31,6%	16,7%	22,2%	33,3%
Ns/Nc	% Fila	100%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
	% Columna	1,7%	0%	0%	0%	16,7%	0%	0%

Por zonas, es en Centro Real y Resto del Municipio donde hay un mayor número de comercios que disponen de página web y que llevan a cabo acciones de comercio electrónico. El 28% de los comercios que tienen página web se ubican en Centro Real y el 56% en Resto del Municipio. Mientras que de aquellos comercios que venden productos a través de comercio electrónico, el 38,5% pertenecen a Centro Real y el 46,2% a Resto del Municipio.

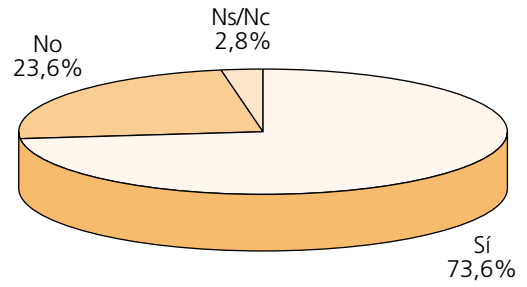
TABLA 66

Zona / Internet		TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Nivel Usuario	% Fila	100%	20%	8,9%	22,2%	48,9%
	% Columna	75%	90%	80%	62,5%	75,9%
Página Web	% Fila	100%	4%	12%	28%	56%
	% Columna	41,7%	10%	60%	43,8%	48,3%
Comercio Electrónico	% Fila	100%	15,4%	0%	38,5%	46,2%
	% Columna	21,7%	20%	0%	31,3%	20,7%
Ns/Nc	% Fila	100%	0%	0%	100%	0%
	% Columna	1,7%	0%	0%	6,3%	0%

Por último, el uso de equipos informáticos facilita enormemente las labores de gestión y control del negocio mediante la utilización de programas especialmente diseñados para realizar estas tareas.

El 73,6% de los comerciantes disponen de software de gestión, sólo un 23,6% no posee programas informáticos de este tipo.

¿DISPONE DE SOFTWARE DE GESTIÓN EN SU EMPRESA?



Un 60% de los comerciantes dedicados a la venta de "Bienes de consumo diario" no dispone de software de gestión. En el resto de actividades la mayoría sí que cuenta con estos programas informáticos.

TABLA 67

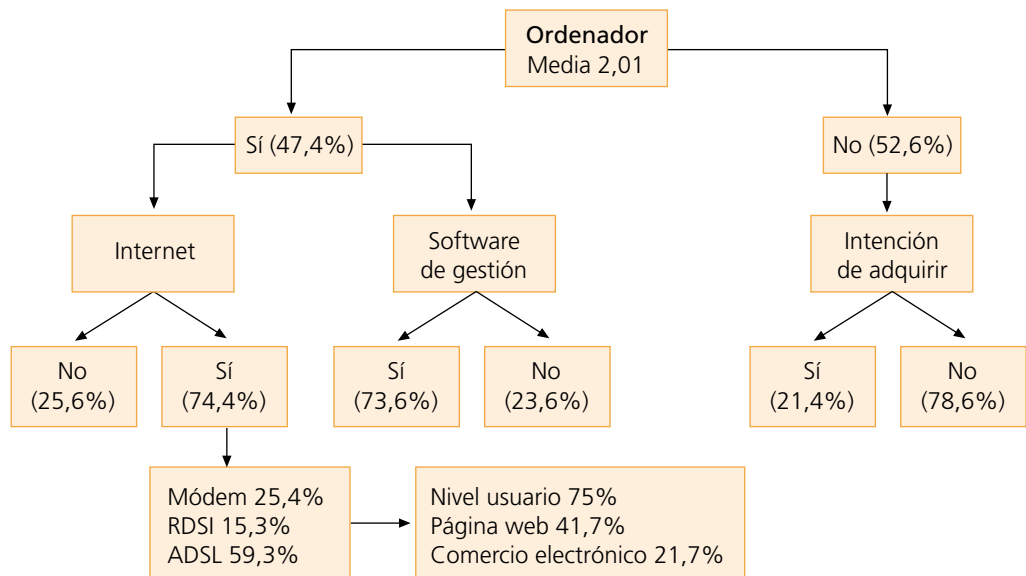
Actividad / Software	TOTAL	Bienes de consumo diario	Bienes de equipamiento Personal	Bienes de equipamiento Hogar	Hostelería	Vehículos	Otros
Sí	73,6%	40%	78,6%	72,7%	71,4%	90%	71,4%
No	23,6%	60%	14,3%	27,3%	14,3%	10%	28,6%
Ns/Nc	2,8%	0%	7,1%	0%	14,3%	0%	0%

En todas la zonas la mayoría de los comercios disponen de software de gestión.

TABLA 68

Zona / Software	TOTAL	Cervantes	P. Fuente	C. Real	Resto Municipio
Sí	73,6%	61,5%	71,4%	80%	75%
No	23,6%	38,5%	28,6%	20%	18,8%
Ns/Nc	2,8%	0%	0%	0%	6,3%

En Resumen:



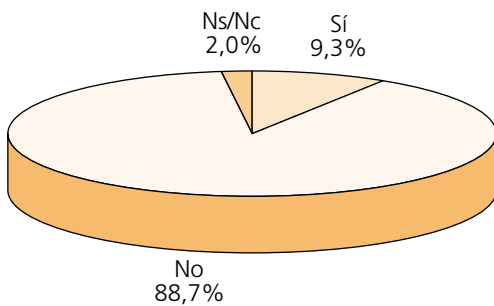
Certificaciones de Calidad

Existen mecanismos que promueven el logro de la eficiencia y calidad requeridas, tanto en los sistemas de producción de las empresas como en el acabado final de los productos.

Las certificaciones de calidad constituyen un instrumento importante para alcanzar determinadas metas de eficiencia. A través de ellas se establece una serie de pautas y patrones que las entidades deberán seguir con la finalidad de implementar un sistema de gestión y aseguramiento de la calidad en el desarrollo de sus procesos.

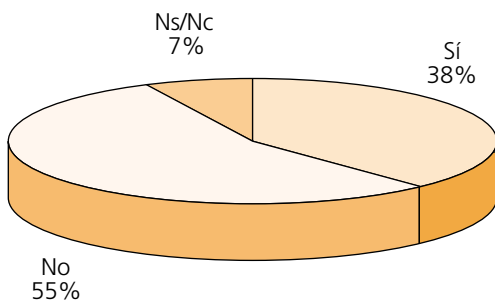
Las certificaciones de calidad no son algo habitual entre los comercios minoristas de San Sebastián de los Reyes. Un 88,7% de los negocios del municipio no posee ningún mecanismo de este tipo.

¿POSEE SU EMPRESA ALGÚN TIPO DE CERTIFICACIÓN DE CALIDAD?



La mayoría de los minoristas piensan que contar con certificaciones de calidad no suponen ninguna ventaja comparativa frente a otros establecimientos que no las poseen. Un 37,7% piensa que esas certificaciones sí son un elemento distintivo frente a otras empresas.

¿CREE QUE DISPONER DE CERTIFICACIONES DE CALIDAD SON UN ELEMENTO DISTINTIVO FRENTE A OTRAS EMPRESA DE SU MISMO SECTOR?





CONCLUSIÓN



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



El comercio minorista de San Sebastián de los Reyes es un sector que, en general no cuenta con un entorno tecnológico adecuado que pueda facilitar la gestión del negocio. No obstante, entre los comercios que no disponen de equipos informáticos para la gestión de sus negocios, se ha constatado que existe intención de adquirirlos próximamente.

Se trata de un sector en proceso de adaptación a las necesidades de la clientela actual. Una clientela que ha sufrido una evolución sociocultural importante y que solicita sobre todo rapidez a la hora de realizar sus compras y flexibilidad de horarios. En definitiva, facilitar en todo momento el acto de la compra.

El pequeño comercio es de tipo tradicional y por ello más próximo al consumidor lo que hace que pueda ofrecer un trato mucho más cercano, en el que la atención al cliente alcanza parámetros de confianza y asesoramiento personalizado. Pero, además del propio servicio inherente a la venta, en un porcentaje inferior al 50% no existen otro tipo de prestaciones que ayuden al cliente y faciliten la compra.

Su volumen de negocio es bajo y en riesgo por la existencia próxima de grandes superficies. En general no se superan los 120.000 euros al año, pero la proximidad de estos grandes centros comerciales podría ser optimizada por el comercio minorista ya que existe un flujo de clientela potencial de fuera del municipio que acude a los grandes centros comerciales de San Sebastián de los Reyes.

Las características de la clientela que acude al comercio tradicional en San Sebastián de los Reyes se presenta como un dato positivo, ya que en su mayoría pertenecen a un intervalo de edad, 31 y 45 años, aunque no habría que olvidar los factores de atracción para adolescentes y jóvenes menores de 30 años.

La concentración de los esfuerzos del empresario en las actividades esenciales, a fin de obtener competitividad y resultados tangibles, hace que se externalicen las gestiones de procesos complementarios, en un porcentaje muy elevado.

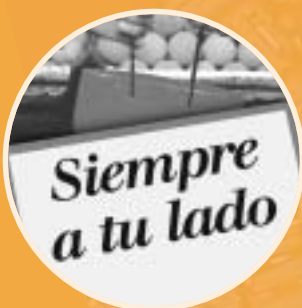
Por otra parte la mayoría de los comercios de San Sebastián de los Reyes han realizado algún tipo de acción promocional de manera individual.

Los empresarios del comercio indican la falta de tiempo y la carencia de profesionalización en la realización de gestiones inherentes al negocio y acciones de publicidad y marketing, por lo cual se percibe como necesaria la figura de un profesional que aúne los esfuerzos individuales hacia una gestión colectiva a través de las Asociaciones empresariales.

Para tener una visión global del comercio minorista de San Sebastián de los Reyes es necesario conocer el perfil del comercio minorista, en general y según la actividad del negocio y la zona donde se encuentra el establecimiento, datos que se aportan a continuación.



PERFIL GENERAL DEL COMERCIO MINORISTA DE SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**



Perfil general del comercio minorista de San Sebastián de los Reyes

LOCAL

- Entre 50 y 100 m².
- En régimen de alquiler.
- Sin reformar en los últimos años.
- Antigüedad media 10 años.

EL COMERCIANTE

- Autónomo.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- Acude a ferias una vez al año.
- Sin formación complementaria.
- Interesados en recibir formación relacionada con publicidad y técnicas de venta.

EL CLIENTE

- Entre 31-45 años.
- Realiza una compra inferior a 10 euros.
- Reside en San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- No abre los sábados por las tardes ni domingos y festivos.
- No se ofrecen servicios extras al cliente.
- Realiza Publicidad: Buzoneo y Medios de Comunicación.
- Poco modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Comerciantes y representantes, mayoristas y directa al fabricante.
- Sistema de venta tradicional.
- Volumen de negocio inferior a 120.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales.
- No se conocen Subvenciones o ayudas al comercio.
- No poseen certificaciones de Calidad.

EMPLEO

- Tres empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

OPINIÓN E INICITIVA DEL COMERCIANTE

- Percepción de la situación actual del comercio minorista en el municipio: Regular.
- Aspectos importantes para mejorar la situación del comercio minorista:
 - Aumento de la clientela.
 - Ventajas fiscales.
 - Relación administración/comercio.
 - Mejorar accesos a las zonas donde están ubicados los comercios.
 - Mayor unión entre comerciantes.
- Perspectivas del Futuro del comercio minorista: Buena.

Perfil del Comercio de Cervantes

LOCAL

- Actividad: Bienes de Equipamiento Personal.
- Entre 50 y 100 m².
- En propiedad.
- Antigüedad media 17 años.

EL COMERCIANTE

- Autónomo.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- Acude a ferias.
- Sin formación complementaria.
- Interesados en recibir formación en publicidad y técnicas de venta.

EL CLIENTE

- Más de 50 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Menos de 10 euros de compra.
- Es de San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- Ofrece objetos de regalo a sus clientes.
- No realiza publicidad.
- Poco modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Representantes y Mayoristas.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio Menos de 120.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales y mercadillos ambulantes.
- No conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- 3 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

Perfil del Comercio de Plaza de la Fuente

LOCAL

- Actividad: Hostelería.
- Entre 50 y 100 m².
- En régimen de alquiler.
- Antigüedad media 17 años.

EL COMERCIANTE

- Autónomo.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- No acude a ferias.
- Sin formación complementaria.
- Interesados en recibir formación en publicidad y técnicas de venta.

EL CLIENTE

- Entre 10 y 30 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Menos de 10 euros de compra.
- Es de San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- No ofrece servicios extra a sus clientes.
- Realiza publicidad: Buzoneo.
- Poco modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Representantes.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio Menos de 120.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales.
- No conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- 2,5 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

Perfil del Comercio de resto del Municipio

LOCAL

- Actividad: Bienes de Equipamiento del Hogar.
- Más de 200 m².
- En régimen de alquiler.
- Antigüedad media 8 años.

EL COMERCIANTE

- Sociedad Limitada.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- Acude a ferias.
- Sin formación complementaria.
- Interesados en recibir formación en publicidad y técnicas de venta.

EL CLIENTE

- Entre 10 y 30 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Realiza una compra inferior a 10 euros de compra.
- Reside en San Sebastián de los Reyes y en municipios de alrededor.

EL NEGOCIO

- Ofrece Reparto a Domicilio y reembolso del importe en caso de insatisfacción a sus clientes.
- Realiza publicidad: Buzoneo.
- Modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Directa al Fabricante.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio: entre 120.000 y 600.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales.
- No conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLERO

- 4,5 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.

Perfil del Comercio de Centro Real

LOCAL

- Actividad: Hostelería.
- Menos de 50 m².
- En régimen de alquiler.
- Antigüedad media 17 años.

EL COMERCIANTE

- Autónomo.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- Acude a ferias.
- Sin formación complementaria.
- Interesados en recibir formación en publicidad y técnicas de venta.

EL CLIENTE

- Más de 50 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Realiza una compra inferior a 10 euros.
- Reside en San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- No ofrece servicios extra a sus clientes.
- Realiza publicidad: Medios de Comunicación.
- Poco modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Representantes.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio Menos de 120.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales y mercadillos ambulantes.
- No conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- 2,6 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

Perfil del Comercio de «Bienes de consumo diario»

LOCAL

- Menos de 50 m².
- En propiedad.
- Antigüedad media 17 años.

EL COMERCIANTE

- Autónomo.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- Acude a ferias.
- Sin formación complementaria.

EL CLIENTE

- Más de 50 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Realiza una compra inferior a 10 euros.
- Reside en San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- Ofrece a sus clientes reparto a domicilio y reembolso del importe en caso de insatisfacción.
- No realiza Publicidad.
- Poco modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: mayoristas.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio inferior a 120.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales y Mercadillos ambulantes.
- No se conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- Menos de 2 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

Perfil del Comercio de «Bienes de Equipamiento del Hogar»

LOCAL

- Más de 200 m².
- En régimen de alquiler.
- Antigüedad media 8 años.

EL COMERCIANTE

- Sociedad Limitada.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- Acude a ferias una vez al año.
- Sin formación complementaria.

EL CLIENTE

- Entre 10 y 30 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Realiza una compra de 11 y 30 euros.
- Es de San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- Ofrece a sus clientes reparto a domicilio.
- Realiza publicidad: Medios de Comunicación.
- Modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Directa al fabricante.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio entre 120.000 y 600.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales.
- No se conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- 3 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

Perfil del Comercio de «Bienes de Equipamiento Personal»

LOCAL

- Entre 50 y 100 m².
- En propiedad.
- Antigüedad media 17 años.

EL COMERCIANTE

- Autónomo.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- Acude a ferias.
- Sin formación complementaria.

EL CLIENTE

- Más de 50 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Realiza Una compra ente 11 y 30 euros.
- Reside en San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- No ofrece ningún servicio extra a sus clientes.
- Realiza publicidad: Buzoneo y Medios de Comunicación.
- Poco modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Representantes.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio inferior a 120.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales y Mercadillos ambulantes.
- No se conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- 2 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

Perfil del Comercio de «Hostelería»

LOCAL

- Entre 50 y 100 m².
- En régimen de alquiler.
- Antigüedad media 8 años.

EL COMERCIANTE

- Autónomo.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- No acude a ferias.
- Sin formación complementaria.

EL CLIENTE

- Más de 50 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Realiza una compra inferior a 10 euros.
- Reside en San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- No ofrece ningún servicio extra a sus clientes.
- No realiza publicidad.
- Poco modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Representantes.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio entre 120.000 y 600.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales.
- No se conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- 4 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

Perfil del Comercio de «Otros»

LOCAL

- Entre 50 y 100 m².
- En régimen de alquiler.
- Antigüedad media 3 años.

EL COMERCIANTE

- Autónomo.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- Acude a ferias.
- Sin formación complementaria.

EL CLIENTE

- Entre 10 y 30 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Realiza una compra superior a 50 euros.
- Reside en San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

- Ofrece descuentos, entrega a domicilio y reembolso del importe en caso de insatisfacción a sus clientes.
- Realiza publicidad: Buzoneo.
- Modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Directa al fabricante.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio Menos de 120.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales.
- Conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- 5 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

Perfil del Comercio de «Vehículos»

LOCAL

- Más de 200 m².
- En régimen de alquiler.
- Antigüedad media 8 años.

EL COMERCIANTE

- Sociedad Limitada.
- No está asociado.
- Desea recibir información sobre asociaciones.
- No acude a ferias.
- Sin formación complementaria.

EL CLIENTE

- Menos de 10 clientes diarios.
- Entre 31-45 años.
- Realiza una compra superior a 50 euros de compra.
- Reside en San Sebastián de los Reyes.

EL NEGOCIO

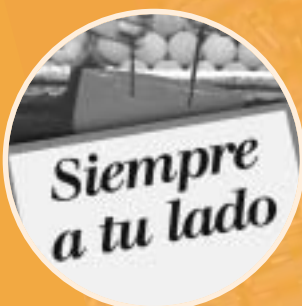
- Ofrece descuentos, reembolso del importe en caso de insatisfacción y servicio técnico a sus clientes.
- Realiza publicidad: Buzoneo.
- Modernizado.
- Asesoría fiscal y contable externalizada.
- Política de compras: Directa al fabricante, Representantes y Mayoristas.
- Sistema de venta tradicional.
- Pago al contado.
- Volumen de negocio Menos de 120.000 euros.
- Amenaza para el negocio: Los Grandes Centros Comerciales.
- No se conocen subvenciones o ayudas al comercio.

EMPLEO

- 4 empleados por establecimiento.
- Contrato indefinido.
- Jornada a tiempo completo.
- Sin formación complementaria.

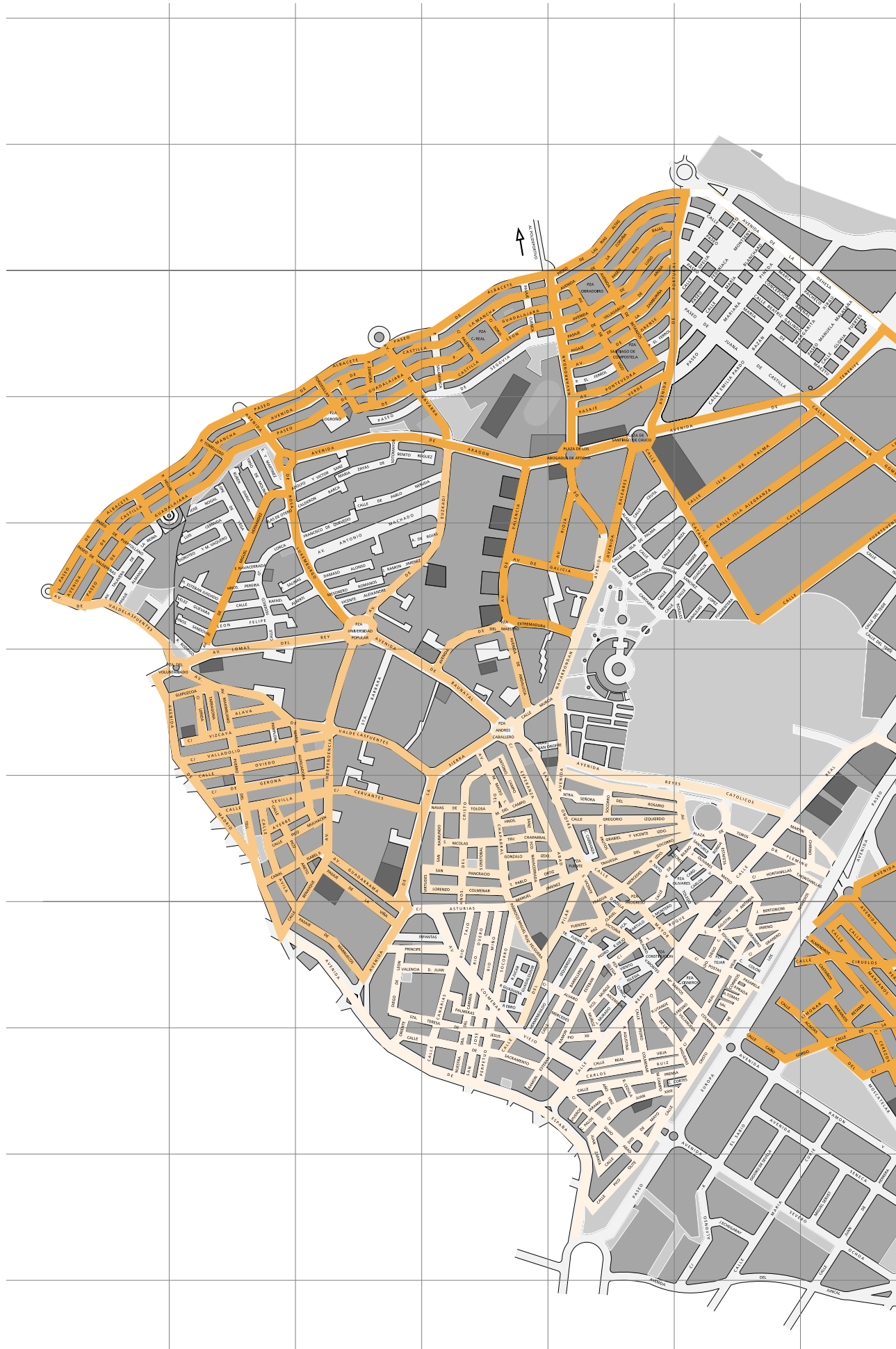


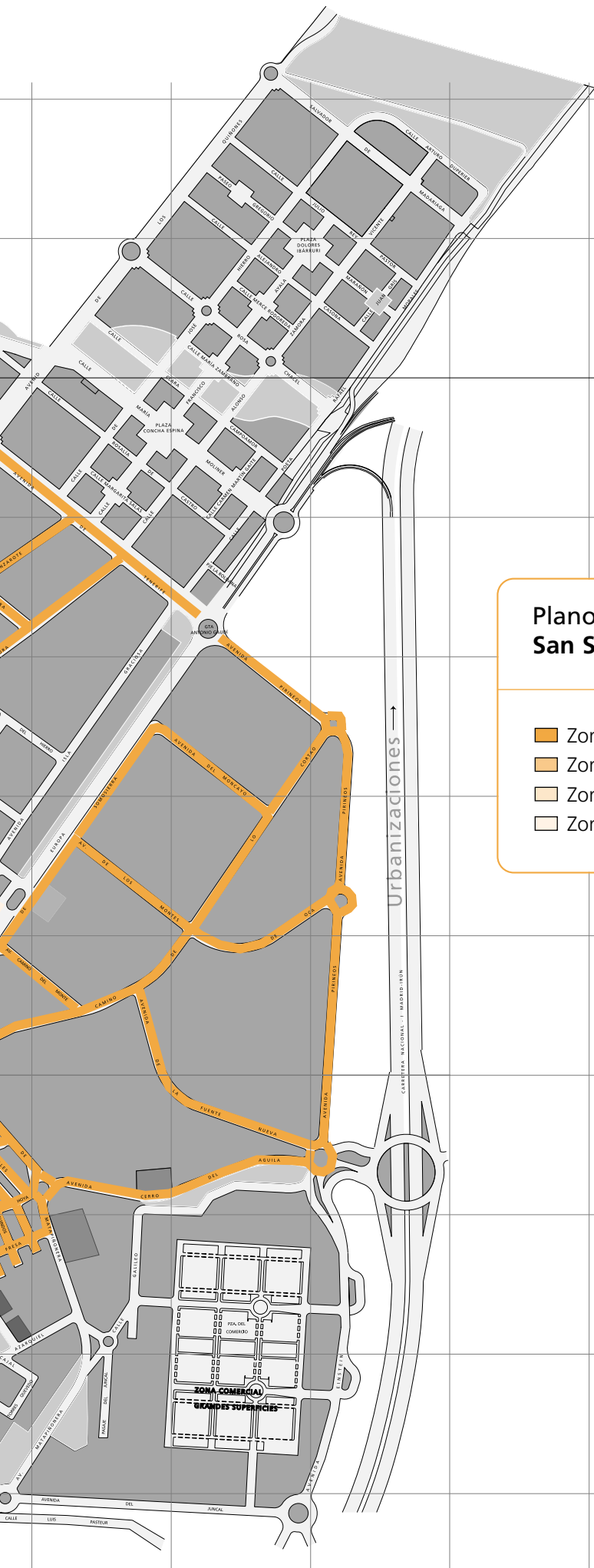
ANEXO



**ESTUDIO-DIAGNÓSTICO
DEL COMERCIO MINORISTA
EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES**







Plano de Zonas Comerciales de San Sebastián de los Reyes

- Zona resto municipio
- Zona Cervantes
- Zona Plaza de la Fuente
- Zona Centro Real

NOMBRE ENCUESTADOR:

FECHA:.....

Nº DE CUESTIONARIO:

DIAGNÓSTICO DEL COMERCIO MINORISTA EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES

Los datos que se recogen se tramitarán informáticamente o se archivarán con el consentimiento del ciudadano, quién tiene derecho a que se utilicen con el fin con el que se recogen, la realización de un diagnóstico del comercio minorista en San Sebastián de los Reyes y así mismo poderles remitir información de su interés sobre los servicios que desde la Delegación de Economía y Desarrollo Local pudieran realizarse, excepciones contempladas en la legislación vigente. Para cualquier cuestión relacionada con esta materia puede dirigirse al correo electrónico lopd@ayuntamiento.sanse.info o al teléfono 916637909.

IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO / EMPRESA

Nombre de la empresa (C.I.F.):

Dirección del establecimiento:.....

Actividad:

Teléfono: Fax:

Correo electrónico:

Cargo que ocupa el encuestado en la empresa:.....

Nivel de estudios:..... Edad:..... Sexo:.....

1. Identificación del establecimiento

1. ¿Cuántos m² tiene su comercio?

- Menos de 50 m² 1
- Entre 50 y 100 m²..... 2
- Entre 100 y 200 m²..... 3
- Más de 200..... 4
- Ns/Nc 9

2. ¿Cuál es el régimen de ocupación del establecimiento?

- Propiedad..... 1 Otros 3
 Alquiler 2

3. ¿Cuál es la forma jurídica de su negocio?

- Autónomo..... 1 Sociedad Laboral (SLL, SAL)..... 4
 S.A..... 2 Cooperativa 5
 S.L 3 Otra 6

4. ¿Cuál es el año de constitución de su actual negocio?

.....

5. ¿Ha realizado alguna reforma o inversión en los dos últimos años en su establecimiento?

- ↓ Sí..... 1 No 2
 Fecha:

6. ¿Tiene pensado realizar alguna reforma en los próximos dos años en su establecimiento?

- ↓ Sí..... 1 No 2
 ¿Cuál?

A rellenar por el entrevistador

- Aislamiento Concentración del establecimiento•

Valoración del estado físico del establecimiento:

2. Asociacionismo y empresas

7. ¿Pertenece a alguna asociación empresarial y/o comercial?

- ↓ Sí..... 1 No 2
 Indique cuáles:

 (Si su respuesta es AFIRMATIVA, seguir con la pregunta 8)

¿Por qué motivos no pertenece a ninguna asociación empresarial y/o comercial?

- Cuestiones económicas 1 No necesito ayudas 4
 No encuentro beneficios..... 2 No conozco ninguna..... 5
 No me lo he planteado..... 3 Otros 6

(Si su respuesta es NEGATIVA, pasar a la pregunta 9)

8. Enumere las ventajas / desventajas de su comercio por pertenecer a dicha(s) asociación(es):

Ventajas:

.....

.....

.....

Desventajas:

.....

.....

.....

9. ¿Le gustaría recibir más información sobre asociaciones empresariales y/o comerciales?

Sí..... 1 No 2

10. ¿Suele acudir a ferias?

Sí..... 1 No 2

↓
 Cuál(es)

.....

¿Cada cuánto tiempo suele acudir?

Menos de una vez al año 1 Tres veces al año 4

Una vez al año 2 Más de tres veces al año 5

Dos veces al año 3

3 Aspectos de gestión y económicos

11. ¿Cuál es el horario de apertura de su establecimiento?

	Mañana	Tarde
Lunes-Viernes		
Sábados		
Domingos/Festivos		

¿Y el de cierre?

	Mañana	Tarde
Lunes-Viernes		
Sábados		
Domingos/Festivos		

(En caso de abrir Sábados y/o domingos/ festivos pasar a pregunta 13)

12. ¿Cuáles son los motivos por los que su establecimiento no abre los sábados, domingos y/o festivos?

.....

.....

.....

.....

.....

13. ¿Cuántos clientes atiende usted, aproximadamente, en su negocio a diario?

Menos de 10.....	<input type="checkbox"/>	Más de 50.....	<input type="checkbox"/>
Entre 10 y 30.....	<input type="checkbox"/>	Ns/Nc.....	<input type="checkbox"/>
Entre 30 y 50.....	<input type="checkbox"/>		

14. ¿Cuál es la edad media de sus clientes?

Menos de 18 años.....	<input type="checkbox"/>	Entre 45 y 65 años.....	<input type="checkbox"/>
Entre 18 y 30 años.....	<input type="checkbox"/>	Más de 65.....	<input type="checkbox"/>
Entre 31 y 45 años.....	<input type="checkbox"/>	Ns/Nc.....	<input type="checkbox"/>

15. ¿Cuál es, aproximadamente, la venta media diaria por cliente? (indicar la cantidad en euros)

..... €

16. ¿Cuál es la residencia de su clientela habitual?

Del municipio.....	<input type="checkbox"/>	Del resto de la provincia.....	<input type="checkbox"/>
De municipios de alrededor.....	<input type="checkbox"/>	Otros.....	<input type="checkbox"/>

17. ¿Ofrece alguno de estos servicios a sus clientes? (Marque todas las opciones que considere oportunas)

Reparto a domicilio.....	<input type="checkbox"/>	Tarjetas descuento.....	<input type="checkbox"/>
Bonos/descuentos.....	<input type="checkbox"/>	Ninguno.....	<input type="checkbox"/>
Objetos de regalo.....	<input type="checkbox"/>	Otros.....	<input type="checkbox"/>

Indique Cuál(es).....

.....

.....

.....

18. ¿Ha realizado alguna acción de publicidad o propaganda en los dos últimos años?

Sí.....	<input type="checkbox"/>	No.....	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	---------	--------------------------

(En caso de respuesta AFIRMATIVA pasar a pregunta 18b)

18b. ¿Qué tipo de acción de publicidad ha llevado a cabo? (Marque todas las opciones que considere oportunas)

- Buzoneo..... 1
- Aparición en medios de comunicación 2
- Folletos 3
- Catálogos..... 4
- Ninguno..... 5
- Otros..... 6

↓
 Indique Cuál(es).....

ACTIVIDAD DEL NEGOCIO

19. Indique, por favor, de cual de los siguientes elementos dispone su negocio. (Marque todas las opciones que considere oportunas)

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| Caja registradora..... 1 | TPV..... 4 |
| Fax..... 2 | Lector óptico..... 5 |
| Ordenador..... 3 | Otros..... 6 |

↓
 Indique Cuál(es):

20. En cuanto a la externalización de gestiones,¿con cuáles cuenta su negocio? (Marque todas las opciones que considere oportunas)

- | | |
|------------------------------------|-------------------|
| Asesoría Contable y Fiscal 1 | Compras..... 4 |
| Contratación de personal 2 | Seguridad 5 |
| Marketing y publicidad..... 3 | Limpieza 6 |

21. ¿Cuál es la Política de compras que sigue su negocio? (Marque todas las opciones que considere oportunas)

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------|
| Directa a fabricante..... 1 | Central de compras..... 4 |
| Comerciales y representante..... 2 | Cadenas distribución..... 5 |
| Mayoristas..... 3 | Otros..... 6 |

↓
 Indique cuál(es):

22. ¿Cuál es la política de ventas que sigue su negocio? (Marque todas las opciones que considere oportunas).

<i>Sistema de ventas asistida</i>	1
– Tradicional	1.1
– Autoservicio	1.2
– Mixta	1.3
<i>Servicios postventa</i>	2
– Entrega a domicilio	2.1
– Reembolso del importe en caso de insatisfacción con el producto	2.2
– Servicio técnico	2.3
<i>Formas de pago</i>	3
– Al contado	3.1
– Tarjeta	3.2
– Cheque	3.3
– Financiación	3.4
<i>Otros</i>	5
<i>Ns/Nc</i>	9

Indique cuál(es).....

23. ¿Cuál es la cifra/volumen de negocio de su actividad?

- Menos de 120.000 € (20 mill. de ptas.) 1
- Entre 120.000 € (20 mill. de ptas) y 600.000 € (100 mill. de ptas.) 2
- Más de 600.000 € (100 mill. de ptas.). 3

RELACIONES DE PERSONAL Y FORMACIÓN

24. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento?

- ¿Cuántos hombres?
- ¿Cuántas mujeres?

25a. ¿Cuántos de sus empleados tiene contrato?

- Nº de empleados
- Indefinido.....
- Temporal

25b. ¿Cuántos de sus empleados tienen jornada?

- Nº de empleados
- A tiempo completo
- A tiempo parcial.....
- Otra

26. ¿Ha realizado usted o sus empleados algún tipo de formación complementaria? En caso de haber realizado algún tipo de formación complementaria ¿en qué año se hizo?

¿En que año?

Sí 1

No..... 2

Indique que tipo de cursos ha realizado: (Marque todas las opciones que considere oportunas) MOSTRAR FICHA 1

- | | | | |
|-------------------------------------|---|------------------------------|----|
| Calidad y atención al cliente..... | 1 | Aspectos fiscales | 7 |
| Técnicas de venta | 2 | Facturación | 8 |
| Marketing y promoción | 3 | Laborales | 9 |
| Nuevas tecnologías..... | 4 | Distribución comercial | 10 |
| Merchandising y escaparatismo | 5 | Otro(s) | 11 |
| Contabilidad..... | 6 | | |

En caso de responder Otro(s) indique cual(es)

.....

OPINIÓN E INICIATIVA

27a. ¿Cómo valoraría usted la situación actual del comercio en San Sebastián de los Reyes?

- | | | | |
|----------------|---|----------------|---|
| Muy Buena..... | 1 | Mala | 4 |
| Buena..... | 2 | Muy Mala | 5 |
| Regular..... | 3 | | |

27b. ¿Por qué?

28. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted que son más importantes para favorecer el desarrollo del comercio minorista en San Sebastián de lo Reyes? (Marque todas las opciones que considere oportunas) MOSTRAR FICHA 2

- | | | | |
|--|----|--|----|
| Mayor variedad de comercio | 1 | Técnicos cualificados para asesoramiento general | 14 |
| Aumento de clientela | 2 | Mejorar la iluminación | 15 |
| Precios más bajos | 3 | Mejorar la limpieza | 16 |
| Mayor variedad de la oferta | 4 | Más medidas de seguridad..... | 17 |
| Comercio más modernizado..... | 5 | Mejor accesibilidad en coche..... | 18 |
| Mayor promoción conjunta | 6 | Más plazas de aparcamiento | 19 |
| Mayor señalización comercial | 7 | Más zonas peatonales..... | 20 |
| Trato más adecuado a la clientela | 8 | Más transporte público | 21 |
| Mayor unión de los comerciantes | 9 | Menor tráfico..... | 22 |
| Mayor interés de las Administraciones..... | 10 | Mejorar el mobiliario urbano..... | 23 |
| Precio del suelo más bajo | 11 | Ninguno | 24 |
| Disminución de impuestos..... | 12 | Otro(s) | 25 |
| Entorno urbano más cuidado | 13 | | |

En caso de reponder Otro(s) indique cual(es).....

29. Indique aquellos aspectos que más le preocupan por suponer una mayor competencia para su negocio. (Marque todas las opciones que considere oportunas)

- Centros comerciales próximos 1
- Mercadillos ambulantes..... 2
- Fuga de la clientela hacia ciudades próximas..... 3
- Otros..... 4

En caso de reponder Otro(s) indique cual(es)

30.a. ¿Cuál(es) cree usted que será(n) la(s) perspectiva(s) de su empresa en el próximo año?

- Muy Buena..... 1
- Buena 2
- Regular 3
- Mala 4
- Muy Mala..... 5

30.b. ¿Por qué?

4 AYUDAS Y SUBVENCIONES

31. ¿Conoce la existencia de ayudas o subvenciones al comercio?

- Sí..... 1 No 2
 (En caso de respuesta NEGATIVA pasar a pregunta 33)

Indique cuál(es).....

32. ¿Se ha beneficiado de alguna de ellas?

- Sí..... 1 No 2

Indique cuál(es).....

33. ¿Tiene la intención de solicitar ayudas al respecto?

- Sí..... 1 No 2

Indique cuál(es).....

5 CALIDAD Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

34. ¿Dispone de equipos informáticos?

Sí..... 1 No 2

¿De cuántos equipos informáticos dispone?

Número de equipos

(Seguir con la pregunta 35)

¿Tiene intención de adquirir equipos informáticos para su negocio?

Sí..... 1 No 2

(Pasar a la pregunta 37)

35. ¿Dispone de conexión a Internet?

Sí..... 1 No 2

Tipo de línea.....

Módem	RDSI	ADSL
Nivel Usuario	Página Web	Comercio electrónico

Utilidad.....

36. ¿Dispone de software de gestión en su empresa?

Sí..... 1 No 2

Indique cuál(es).....

6 GESTIÓN DE CALIDAD, CERTIFICACIONES

37. ¿Posee su empresa algún tipo de certificación de calidad?

Sí..... 1 No 2

Cuál(es)

38. ¿Cree que poseer Certificaciones de Calidad son un elemento distintivo frente a otras empresas de su mismo sector?

Sí..... 1 No 2

39. Para finalizar, ¿Sobre qué aspectos le gustaría recibir asesoramiento para mejorar la gestión de su negocio? (Marque todas las opciones que considere oportunas)

- | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------------|---|
| Publicidad/ Técnicas de venta..... | 1 | Recursos humanos | 5 |
| Nuevas tecnologías/ Informatica | 2 | Ninguna..... | 6 |
| Política de ventas y compras..... | 3 | Otros | 7 |
| Contabilidad/ facturación | 4 | | |

Indique cuál(es).....
.....

40. Si lo estima oportuno indique algún aspecto que le parezca relevante y que no haya sido tratado en este cuestionario.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

FINAL DE CUESTIONARIO

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ESTUDIO-DIAGNÓSTICO

DEL COMERCIO MINORISTA

EN SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES



La relevancia del comercio minorista se pone de manifiesto en las funciones que desempeña, tanto a nivel económico, capacidad de generar empleo y valor añadido, como a nivel social ya que incide directamente en los estilos de vida y en la vertebración de la vida urbana.

El Diagnóstico del Comercio Minorista en San Sebastián de los Reyes pretende poner de manifiesto las características de este sector estratégico en nuestro municipio.

www.sansenet.com
www.ssreyes.org