

ESTUDIO COMERCIAL

PETRER2008

Ayuntamiento de Petrer Concejalía de comercio



Todos utilizamos frases como "el comercio es el motor del centro ciudad" "el comercio da vida a las ciudades", "el comercio genera una parte importante de la riqueza del Pais" "el comercio es una fuente de autoempleo "....Son frases hechas, pero no por ello menos ciertas.

En un momento de grandes cambios y de incertidumbre, tanto de tipo económico, como de cambios en la propia sociedad, es necesario apoyar al comercio y tomar medidas estratégicas importantes.

Pero no sirve aplicar cualquier medida. Hay que intentar no errar y para ello, es necesario contar con información actualizada y real de este sector.

Desde el año 2003, fecha en la que se realizó el Plan Estratégico de Petrer, no habíamos vuelto a realizar un estudio centrado en la oferta comercial de nuestro Municipio.

Gracias a ayudas para la contratación de personal que nos ha brindado el Programa "Salario Joven" del SERVEF y a la colaboración y herramientas informáticas de nueva generación que ha puesto a nuestra disposición la Dirección General de Comercio, nos hemos puesto manos a la obra y hemos realizado este Estudio.

EL ESTUDIO DE LA OFERTA COMERCIAL DE PETRER, contempla aspectos como la demografía, la tipología comercial, ratios de carácter técnico y crecimiento comercial según las distintas zonas, el perfil del comerciante de Petrer, su nivel formativo, los servicios que presta el comercio, que valor añadido aporta....

En suma, nos aporta conocimiento en profundidad del sector, que esperamos que útil, no sólo para esta Concejalía de Comercio y Mercados, sino para cualquier comerciante o emprendedor que pretenda abrir un establecimiento en Petrer.

Sólo me queda agradecer el esfuerzo y conocimientos aportados por el personal municipal para la realización de este Estudio.

Petrer, junio de 2008.

Juan S. Amat Rico

Concejal Delegado de Comercio y Mercados.

EQUIPO REDACTOR

Fecha de realización del estudio

Junio 2008

Equipo Redactor

Personal de la Concejalía de Comercio del Ayuntamiento de Petrer.

Dirección y textos

Pilar Clemente. Directora del Desarrollo Económico y Técnica del AFIC de Petrer

Trabajos de campo, tratamiento de datos y textos

Alejandra Requena y Yolanda Hervas, Dinamizadoras Comerciales del Programa del SERVEF "Salario Joven".

Base de datos y tratamientos estadísticos

Sara Sánchez. ADL del ayuntamiento de Petrer.

Trabajos auxiliares

Paloma Pérez, auxiliar administrativa del AFIC.

MAQUETACIÓN Y PUBLICACIÓN

Nuevoenfoque

Plaza del ayuntamiento, 2 3º piso 2ª puerta
03002 Alicante

INTRODUCCIÓN	Introducción	8
OBJETIVOS Y MUESTRAS	Objetivos	8
	Muestra	8
METODOLOGÍA	Metodología	9
	Ámbito geográfico	9
TIPO DE ACTIVIDAD	Tipo de actividad	9
AGRUPACIONES COMERCIALES	Agrupaciones comerciales	10
ANÁLISIS DEMOGRÁFICO POR DISTRITOS	Análisis demográfico por distritos	10
AGRUPACIONES COMERCIALES	Agrupaciones comerciales	12
DOTACIÓN COMERCIAL	Dotación Comercial	14
ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL	Análisis de la estructura comercial	15
	Forma jurídica	15
	Régimen de tenencia del local	16
	Tipo de comercio	16
	Sistema de venta	16
	Uso de nuevas tecnologías	16
	Superficie comercial	17
	Número de establecimientos por comerciante	17
	Personal	18
	Tipo de clientela	18
	Asociacionismo	18
	Inversiones en el comercio	19
	Campañas publicitarias	19
	Servicio de venta	20
	Conocimiento de la AFIC y de la Concejalía	20
	Cursos realizados por el comerciante y cursos que desea realizar	21
	Lo mejor de tu comercio	21
	A mejorar en el comercio	22
ANÁLISIS DEL PERFIL DEL COMERCIANTE	Datos sociodemográficos	22
	Edad media del comerciante	23
	Nivel de estudio de los comerciante	23
ANÁLISIS DE MORTANDAD COMERCIAL	Análisis de mortandad comercial	24
CONCLUSIONES	Conclusiones	25
ANEXO	Cuestionario	29
BIBLIOGRAFÍA	Bibliografía	31

INTRODUCCIÓN

Este estudio pretende hacer un análisis del comercio minorista de Petrer y de algunos servicios incluidos en el Registro de Actividades Comerciales por la Dirección General de Comercio. El fin es conocer la estructura de nuestro comercio y la situación en la que se encuentra el sector para poder tomar decisiones estratégicas.

El análisis se ha dividido en dos apartados:

- A) Análisis de la estructura comercial.
- B) Análisis del perfil del comerciante.

OBJETIVOS

Actualizar el Censo Comercial y conocer diferentes aspectos básicos como:

- Dotación comercial de la localidad.
- Nivel de .Asociacionismo.
- Superficie comercial media por establecimiento.
- Antigüedad media de los establecimientos.
- Tipo de publicidad que los comerciantes prefieren para promocionarse.
- Nivel de aplicación de las nuevas tecnologías.
- Valoración del comercio local por parte del comerciante.
- Grado de formación de los comerciantes.
- Edad media de los establecimientos.

MUESTRA

El área objetivo de nuestro estudio ha sido todo el municipio, excluidas las partidas rurales debido a que no tienen relevancia comercial.

Se ha partido de una base de datos de elaboración propia del AFIC, actualizada a 31 de diciembre de 2006. Tras el trabajo de campo, se han registrado 104 bajas y 116 altas comerciales. El total de comercios con los que cuenta el municipio en la actualidad es de 534, incluidos 78 establecimientos pertenecientes al sector servicios. Hay que constatar que, tras visitar el 100% de los establecimientos, una veintena no quiso colaborar con el estudio.

La muestra final del estudio ha sido de 514 establecimientos. Las encuestas se realizaron directamente en los establecimientos, entre los meses de febrero a abril de 2008.

La muestra del estudio abarca todo el municipio, y el porcentaje de encuestados es del 96'25%.

En cada uno de los establecimientos se realizó una encuesta estandarizada y anónima, con preguntas cerradas. (ver anexo).

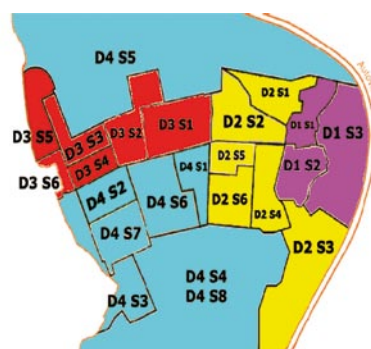
Las encuestas se han realizado por dos encuestadoras, en el propio establecimiento. Hay que decir que, en la mayoría de los casos, se ha realizado la encuesta al titular del negocio, pero en ocasiones, ante la imposibilidad de contactar con el dueño, se ha encuestado al personal dependiente. Se ha registrado oportunamente esta incidencia.

Para la actualización del censo y de los datos de comercio se usó tecnología de última generación facilitada por la RED AFIC de la Dirección General de Comercio, de la cual Petrer forma parte. Concretamente se utilizó una PDA con la aplicación AFICOM MOVILE. Posteriormente, estos datos se volcaron en la aplicación AFICOM (basada en sistema Gis), facilitada también por la RED AFIC, y que ha permitido elaboración de informes comerciales determinantes para las conclusiones de este estudio.

Los datos obtenidos a través de las encuestas han sido tratados con la base de datos Access, la hoja de cálculo Excel y la aplicación informática AFICOM.

El municipio se ha distribuido en cuatro distritos:

- Distrito 1.
- Distrito 2.
- Distrito 3.
- Distrito 4.



Ámbito geográfico

Los comercios se han distribuido en cinco grandes grupos dependiendo de la actividad comercial que desarrollan:

1. Bienes de consumo diario: carnicerías, fruterías, panaderías, ultramarinos...
2. Ocio, salud y otros: bazares, tiendas de deportes, herboristerías, kioscos...
3. Vehículos y maquinaria: concesionarios, ruedas, maquinaria...
4. Equipamiento del hogar: ferretería, textil de hogar, saneamientos...
5. Equipamiento personal: tiendas de ropa, zapaterías, mercería, peluquerías, salones de belleza...

TIPO DE ACTIVIDAD

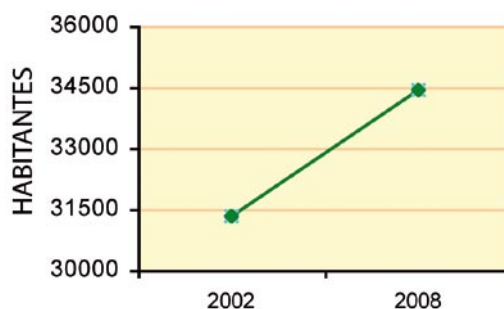
AGRUPACIONES COMERCIALES

Petrer cuenta con cuatro agrupaciones comerciales:

1. Dos mercados de abastos.
 - El Mercado Central.
 - El Mercado de la Frontera.
2. Dos Centros Comerciales.
 - Centro Comercial Carrefour.
 - Centro Comercial Bassa el Moro.

ANÁLISIS DEMOGRÁFICO POR DISTRITOS

La población de Petrer, a fecha de 29 de abril de 2008, es de 34.430 habitantes, dividiéndose en 17.203 hombres y 17.227 mujeres (prácticamente igual). En el año 2002, se realizó un estudio similar al que nos ocupa, y por aquel entonces, la población de Petrer ascendía a 31.370 habitantes. Por tanto hay un importante crecimiento de la población en estos 6 años.



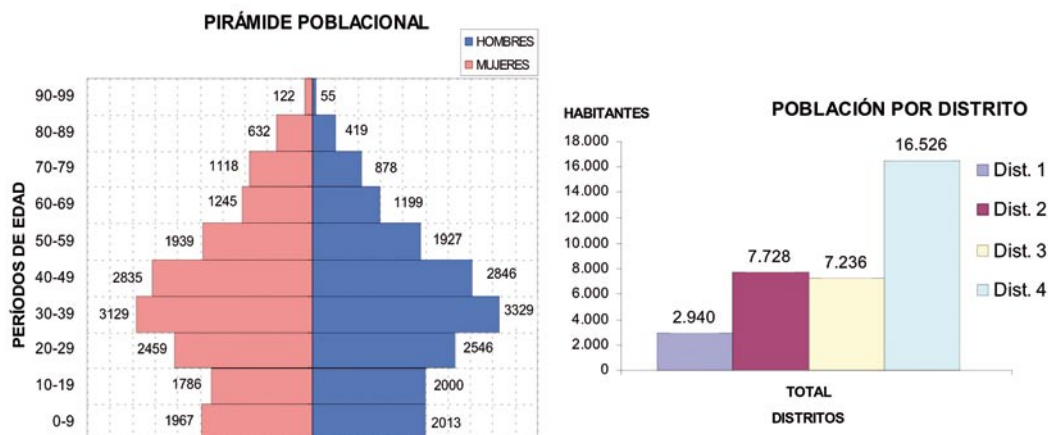
Hemos estudiado la población dividiéndola, igual que los comercios, entre los cuatro distritos de Petrer. También, hemos mantenido la división entre hombres y mujeres. Esta división en distritos es importante, de cara a los posibles estudios de mercado que pueda necesitar un comerciante, para cuando pretenden instalar un nuevo comercio, conociendo su público objetivo y su clientela potencial.

Nota: a efectos de los informes, obtenidos a través de la aplicación AFICOM, la cifra de habitantes que se contempla es de 29.202, ya que no se tiene en cuenta las partidas rurales por no ser zonas con infraestructura comercial.

DISTRITOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
1	1.482	1.458	2.940
2	3.807	3.921	7.728
3	3.583	3.653	7.236
4	8.331	8.195	16.526
TOTALES	17.203	17.227	34.430

Se aprecia que el distrito con mayor volumen de población es el nº 4.

También se ha realizado el estudio de la población por sexo y edades, pudiendo concluir que la mayoría de la población se encuentra en edad comprendida entre los 30 y los 39 años. Le sigue el tramo de edad de 40 a 49 años. Por tanto, se supone que es el tramo con mayor población en "activo" y con mayor posibilidad de ingresos.



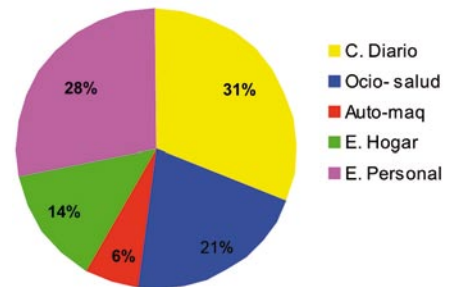
El sector del comercio minorista de Petrer, se ha dividido en 5 grandes grupos, dependiendo de la actividad comercial. Esos grupos son los siguientes:

Bienes consumo diario	Ocio, salud y otros	Vehículos-maquinaria	Equipamiento hogar	Equipamiento personal
Hornos pastelería	Bazar	Concesionario	Ferretería	Joyería
Frutería	Papelería quiosco	Accesorios auto	Textil hogar	Zapatería
Carnicería	Música	Maquinaria	Muebles	Perfumería
Pescadería	Floristería	Ruedas	Saneamientos	Ropa
Recovería	Óptica		Cristalería puertas	Lencería
Droguería	Deporte		Electrodomésticos	Mercería
Salazones	Disfraces		Pinturas	Peluquería
Bebidas	Herboristería			Estética
Despacho de pan	Informática			Maquilladora
Ultramarinos	Fotografía			Tintorería
Hipermercado	Venta catálogo			
Supermercado	Rótulos			
Autoservicios	Videoclub			
	Piensos			

TOTALES				
166	112	32	73	151
31,09%	20,97%	5,99%	13,67%	31,30%

Si observamos la tabla nos damos cuenta que el grupo de bienes de consumo diario es el que más peso tiene en el conjunto del comercio en sentido estricto, ya que dentro del grupo de equipamiento personal encontramos actividades de servicios. Por otra parte, el sector de la alimentación sigue un proceso de transformación importante, ya que el número de establecimientos pequeños desciende debido a la expansión de formatos medianos y grandes: supermercados e hipermercados.

Según los datos obtenidos en el estudio que se ha realizado, Petrer cuenta con un total de 534 comercios minoristas, distribuidos tal y como se representa en el gráfico. Hay que tener en cuenta que dentro del sector de "equipamiento personal" nos encontramos con 78 establecimientos de servicios (peluquerías, salones de belleza...) De esta manera podemos afirmar que los comercio en sentido estricto son 456.



En el Estudio de la oferta comercial del año 2002, el número total de establecimientos era de 368. Por ello, comparado con la cifra de comercios actual, (456) ha habido un incremento de 88 comercios, distribuidos básicamente en el distrito 3 y 4.

De los 456 establecimientos comerciales, 9 son farmacias y 6 estancos.

Además, como ya hemos mencionado, existen 4 agrupaciones comerciales, con el siguiente detalle:

AGRUPACIONES COMERCIALES

Mercado de la Frontera -> 38 establecimientos.
 Mercado Central -> 9 establecimientos.
 Centro Comercial Carrefour -> 16 establecimientos.
 Centro Comercial Bassa el Moro -> 22 establecimientos.

1- EL MERCADO DE LA FRONTERA

Se trata de un mercado de nueva generación, inaugurado el 12 de septiembre de 1989.

Tal y como su nombre indica se encuentra en el barrio de la Frontera. Es un mercado modélico en la Comunidad Valenciana en cuanto a su infraestructura comercial, dimensionado y buen funcionamiento. Cuenta con una gran aceptación entre la clientela local y comarcal, dada la profesionalidad de sus comerciantes y a la variedad y calidad de sus productos frescos.

La gestión del mercado es totalmente municipal aunque se colabora estrechamente con la Asociación de Comerciantes del Mercado de la Frontera. Desde el año 2007 se cuenta con parking público, gestionado directamente por la Asociación de Comerciantes del Mercado, con apoyo municipal.

Consta de 51 casetas y una cafetería y seis casetas dobles. La superficie media por caseta es de 12 m² estando todas abiertas.

El mercadillo del mismo nombre se celebra en la explanada exterior los miércoles y viernes, y genera una gran afluencia de público.

2- EL MERCADO CENTRAL

Es un mercado que se construyó en 1972, ubicado en la zona centro de Petrer. No obstante, se realizó una importante reforma en el año 1996 y se ha mantenido en condiciones adecuadas para la venta. Precisamente este año se acometen obras para instalar un ascensor, mejorar la accesibilidad e instalar una cafetería para dar más servicio y animación al mercado.

Con el paso del tiempo ha ido disminuyendo el número de casetas en funcionamiento, pero pese a ello su oferta comercial es de calidad. Su clientela es básicamente de edad avanzada. Cuenta con 9 casetas interiores en funcionamiento. Se están realizando distintas actuaciones con el fin de favorecer nuevas aperturas de casetas.

La dimensión media de cada caseta es de 10,5 m².

También cuenta con un mercadillo, en las calles adyacentes: El mercadillo de la C/La Huerta, que se celebra los lunes.

3- CENTRO COMERCIAL CARREFOUR.

Esta agrupación que tiene como locomotora la enseña "Carrefour" abrió en el año 1991, cuenta con 16 establecimientos en su galería comercial. La mayoría están destinadas al equipamiento personal, ocio, salud y otros. También cuenta con un multicine y varios establecimientos de hostelería.

Es un centro comercial pequeño con 19.370m² y semiurbano, con un parking con capacidad para 1.679 coches.

Es un punto de venta con gran acogida local y comarcal debido a su proximidad y al buen acceso que tiene desde la autovía.

4- CENTRO COMERCIAL BASSA EL MORO.

Este centro comercial se inauguró en el año 2003. La galería comercial consta de 22 establecimientos dedicados al 100% al equipamiento personal. Además tiene un multicine y varios establecimientos hosteleros.

Está considerado un centro comercial pequeño con 19.300m² y urbano, y tiene a disposición de su clientela 1.200 plazas de parking.

Al igual que sucede con el centro comercial Carrefour cuenta con gran aceptación entre la clientela local y comarcal.

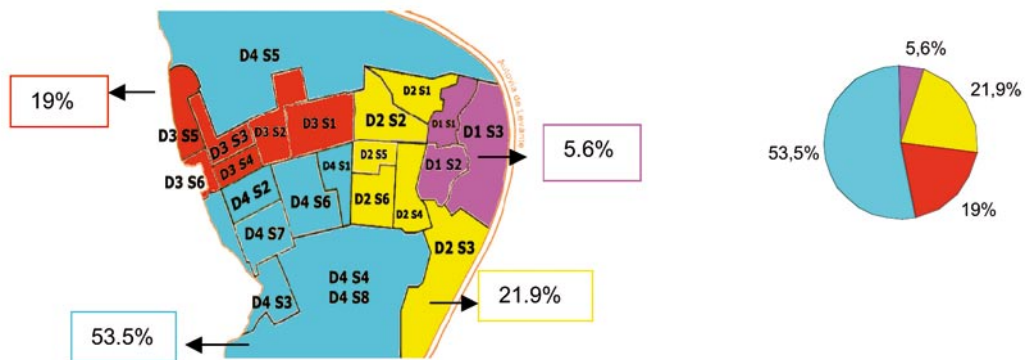
Según los datos de la Asociación Española de Centros Comerciales y la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación, la Comunidad Valenciana tiene 57 centros comerciales de los cuales 22 se ubican en la provincia de Alicante. Por tanto, Petrer tiene un índice considerable en este tipo de equipamiento.

DOTACIÓN COMERCIAL

Tal y como dice la Oficina PATECO, la oferta comercial minorista de la Comunidad Valenciana es de 75.201 establecimientos. La provincia de Alicante cuenta con un total de 28.847 comercios (35,7%), más de una tercera parte del comercio minorista de toda la comunidad. Además, este estudio apunta que Alicante es la provincia de la comunidad que mayor crecimiento en la oferta comercial minorista ha experimentando en los cuatro últimos años.

A continuación, vamos a hacer un análisis de la dotación comercial siguiendo la distribución por distritos del municipio. Como hemos dicho anteriormente contamos con un total de 534 comercios (incluyendo servicios y los establecimientos integrados en las cuatro agrupaciones comerciales), que se reparten de la siguiente manera:

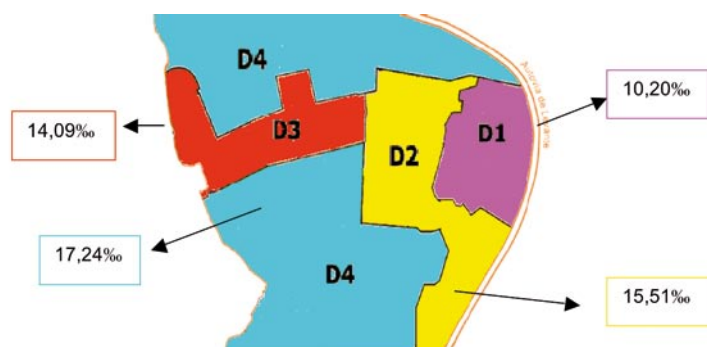
PLANO DISTRIBUCIÓN COMERCIAL



Como se aprecia en el plano de distribución comercial, existen importantes diferencias en cuanto al número de establecimientos entre los diferentes distritos, siendo el porcentaje más bajo el que corresponde a la zona del casco antiguo (distrito 1), y el más elevado es el que engloba la zona de expansión y las áreas de los centros comerciales (distrito 4).

A continuación, vamos a analizar el índice de dotación comercial total del municipio por distrito. Para ello, hay que tener en cuenta el número total de comercios, por distrito y por cada 1.000 habitantes.

DISTRITO	HABITANTES	COMERCIOS	ÍNDICE DOTACIÓN COMERCIAL
1	2.940	30	10,20 ‰
2	7.728	117	15,13 ‰
3	7.236	102	14,09 ‰
4	16.526	285	17,24 ‰
PETREER	34.430	534	15,51 ‰



Teniendo en cuenta los datos oficiales del Informe Anual de la Distribución Comercial Minorista de la Comunidad Valenciana, el índice medio de la Comunidad Valenciana en el año 2006 fue de 15,60%; y teniendo en cuenta que en la actualidad Petrer tiene una dotación comercial de 15,51%, podemos afirmar que el municipio se encuentra en niveles similares.

No obstante, según datos de 2003, Petrer contaba con una dotación comercial de 11 establecimientos por cada 1.000 habitantes, lo que significa que en estos cinco años ha habido una evolución significativa, en cuanto a la dotación comercial, incrementándose en un 4% aproximadamente.

Cuando hablamos de Petrer podemos diferenciar dos áreas completamente diferenciadas:

- El centro urbano: esta zona corresponde al distrito uno y dos, tiene un total de 147 comercios y una población de 10.668 habitantes, obteniendo de esta manera una dotación comercial media de 13,78%. Esta área cuenta con cuatro calles importantes en cuanto a la actividad comercial: Gabriel Payà, Leopoldo Pardines, Antonio Torres y País Valencià; además se encuentra el Mercado Central de Abastos.

Si comparamos los datos actuales con los de 2003, vemos que la dotación comercial ha ascendido en estos últimos cinco años.

- El resto de municipio: engloba el distrito tres y cuatro, cuenta con 387 establecimientos y 23.762 habitantes, de lo que obtenemos una dotación comercial media de 16,28%. Esta zona viene experimentando, durante varios años, un crecimiento considerable. Cuenta con varias calles importantes para el comercio: Avda. de Elda, Avda. de Madrid, calle Toledo y calle Brigadier Algarra. Además, en esta zona es donde se ubican los dos centros comerciales del municipio y el Mercado de la Frontera.

Comparando los datos con los del estudio anterior vemos que en este área ha habido un incremento en la dotación comercial de 6%. Este incremento se ha visto favorecido, por la apertura del centro comercial Bassa el Moro y con la nueva zona de expansión de la Avda. Reina Sofía y del Campet.

Según los datos obtenidos en la fase anterior del estudio y teniendo en cuenta los resultados derivados de las encuestas, vamos a analizar la estructura del comercio:

ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL

En cuanto a la forma jurídica, los comercios de Petrer, mayoritariamente están regentados en el 68,25% de los casos por una persona física. En segundo lugar, se sitúa la sociedad limitada, con un 26%.

Forma Jurídica

Y el resto de categorías no presentan valores relevantes.

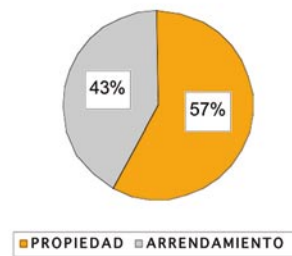
Forma jurídica	Frecuencia	Porcentaje
Persona física	273	68,25%
Sociedad limitada	104	26%
Sociedad anónima	16	4,1%
Comunidad de bienes	5	1,3%
Cooperativas	1	0,3%
Otras	1	0,3%

Si comparamos los datos que se han obtenido en este estudio con los del anterior en el año 2003, podemos observar que no se aprecian variaciones importantes, siendo los datos similares en ambos.

Régimen de tenencia del local

Respecto al régimen de tenencia del establecimiento, destaca la propiedad en un 57,5% frente a un 42,5% que están sujetos a arrendamiento. Aquí hay que tener en cuenta que todos los locales de los centros comerciales son alquilados.

Por otro lado, la totalidad de los establecimientos ubicados en los mercados de Petrer, se encuentran en régimen de concesión.

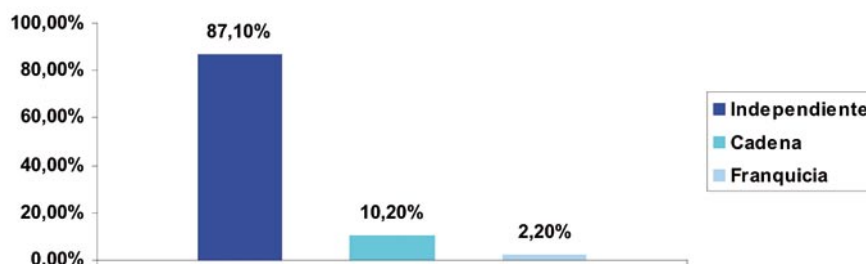


Tipo de comercio

El comercio de Petrer se caracteriza por el predominio del comercio independiente, que representa un 87,6% de los casos, frente a un 10,2% que corresponde a la categoría de cadena; y por último, aparece la franquicia con un 2,2% de los casos.

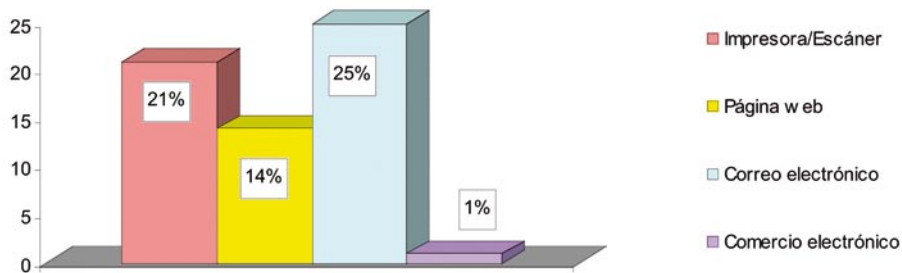
Sistema de venta

El sistema de venta predominante es el tradicional (sistema en el que el empleado/comerciante del establecimiento se ocupa de atender personalmente al cliente), en más de un 50% de los casos; el 35% de los comercios optan por un sistema mixto (sistema en el que el cliente tiene la opción de poder autoservirse y la opción de ser atendido por el empleado/comerciante del establecimiento). El resto de comercios son autoservicios.



Uso de nuevas tecnologías

En lo referente a la dotación de sistemas informáticos, hay que destacar que la mayoría de establecimientos disponen de ordenador. Analizando los resultados de la encuesta nos encontramos con las siguientes cifras:



En el estudio realizado del año 2003 se apuntaba que los establecimientos disponían de un escaso nivel de equipamiento, en referencia a las nuevas tecnologías, ya que sólo poco más de un tercio de los comercios tenían gestión informatizada. Sin embargo, si comparamos esos datos con los actuales podemos observar un importante avance, debido a que más del 40% de los comercios disponen, al menos, de ordenador. Otro dato relevante es el gran número de comerciantes que disponen de conexión a Internet y correo electrónico para realizar sus gestiones. Sin embargo, sólo las grandes superficies, cadenas y franquicias disponen de página web y/o comercio electrónico.

La superficie comercial media de los establecimientos de Petrer es de 219,67 m². Sin embargo, si tenemos en cuenta que los centros comerciales tienen aproximadamente 19.000 m² cada uno y los mercados unos 600m², la media cambia, esto se aprecia con la tabla siguiente:

DISTRITOS	METROS TOTALES	SUPERFICIE MEDIA
1	1770	57,09
2	7336	99,1
3	7800	111,42
4	59669	611,10
TOTALES	76575	219,67

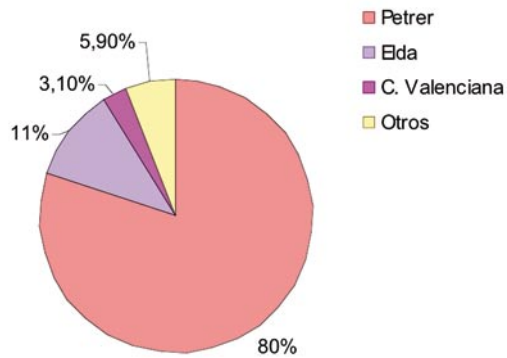
Tal y como podemos ver en la tabla anterior, el distrito con mayor superficie comercial es el cuatro. Esto es debido a que en él se encuentran los dos centros comerciales del municipio y un mercado de abastos, es decir, tres de las cuatro agrupaciones municipales. Ahora bien, si sólo tuviéramos en cuenta el resto de comercios, nos encontraríamos con una superficie comercial media, en el distrito en cuestión, de 123,3m². Hay que apuntar que en esta zona existen varios comercios de grandes dimensiones que hacen que la media siga siendo alta. Igualmente pasa en el distrito tres, porque en él se encuentra ubicado el Mercado Frontera y otros establecimientos superiores a los 500 m².

Teniendo en cuenta lo anterior, y descartando las cuatro agrupaciones comerciales del municipio, la superficie de venta media es de 97 m². Si estudiamos los datos del Informe Anual de la Distribución Comercial Minorista en al Comunidad Valenciana, observamos que la superficie media de ventas de la provincia de Alicante es de 107 m², por lo tanto Petrer se encuentra por debajo de la media provincial.

Respecto al número de establecimientos que un mismo comerciante posee, hay que destacar que en el 80% de los casos el comerciante afirma tener sólo 1 establecimiento y ubicado en Petrer. Debido a la proximidad entre Elda y Petrer algunos comerciantes tienen algún establecimiento en el municipio vecino. Esta circunstancia representa un 11% del total. El 3,1% de los comerciantes tienen algún establecimiento en el resto de la Comunidad Valenciana y un 5,9% algún establecimiento fuera de nuestra Comunidad.

Superficie comercial

Número de establecimientos por comerciante

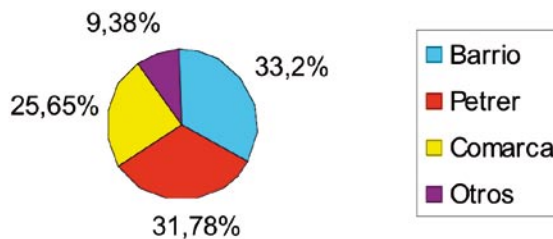


Personal

En cuanto al número de personas que atienden el comercio, ya sea como autónomo o como asalariado, podemos afirmar que la media es de dos personas. Pero teniendo en cuenta el gran número de personas que emplean las grandes superficies y los comercios que funcionan con un sistema de trabajo por turnos, la media varía. De hecho, en el 72% de los casos el comercio está atendido por el propietario y/o un empleado. Esto se debe a que predominan los comercios pequeños de tipo familiar.

Tipo de clientela

La clientela predominante es la del barrio y la del municipio, representando un 33,20% y un 31,78% respectivamente. Esto es lógico, ya que el comercio de Petrer se caracteriza por ser cercano y de bienes de consumo diario o de equipamiento personal. El 25,65% de los comercios tienen clientela procedente de la comarca.

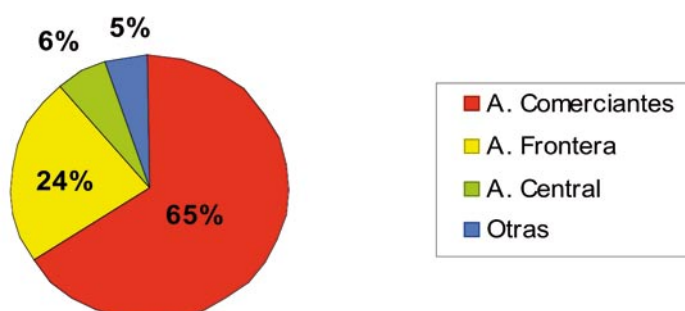


Asociacionismo

En Petrer, el nivel de asociacionismo es del 38,3% . Hemos diferenciado cuatro tipos de asociaciones:

- Asociación Local de Comerciantes
- Asociación del Mercado Frontera
- Asociación del Mercado Central
- Otras (asociaciones gremiales)

En el gráfico siguiente podemos observar el porcentaje que cada asociación representa dentro del grupo de los asociados.

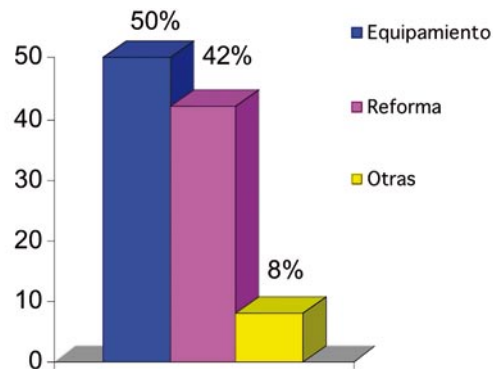


Si comparamos estos datos con los del estudio anterior de 2003, vemos que el nivel de asociacionismo ha descendido. Es de destacar que, al igual que se indicaba en dicho estudio, el mayor número de comercios asociados se da en las zonas nuevas y las de expansión, (distrito nº4). También hay que decir que, en los mercados municipales están asociados el 99% de los comerciantes a sus respectivas asociaciones.

En general, los comerciantes reconocen haber realizado inversiones en los últimos años. Las inversiones más frecuentes son, en el 50% de los casos, las destinadas al equipamiento del local y a la informatización del establecimiento; las inversiones en reforma suponen el 42%.

Inversiones en el comercio

Normalmente, las inversiones en reforma se dan en comercios con cierta antigüedad mientras que los comercios de reciente creación invierten en equipamiento e informatización.

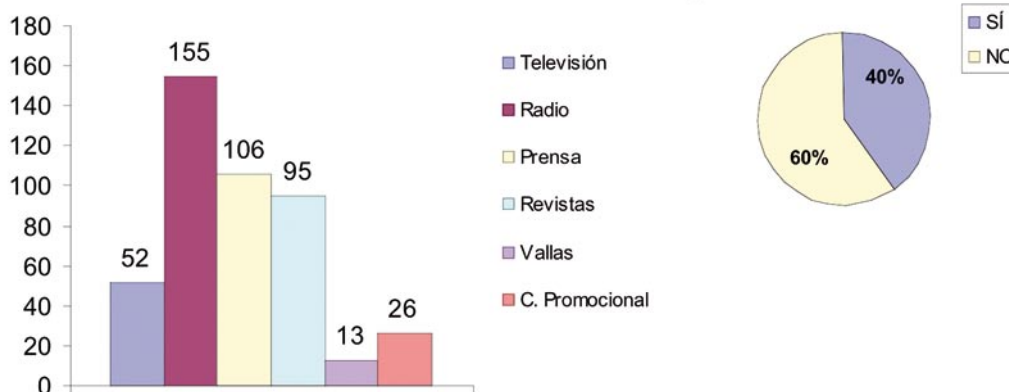


Respecto a las inversiones en promociones, hay que decir que casi el 40% de los comercios realizan normalmente campañas publicitarias. Los comercios que más a menudo las realizan son los centros comerciales, hipermercados y supermercados, y franquicias; les siguen los pequeños y medianos comercios de nueva creación.

Campañas publicitarias

Si analizamos los distintos tipos de promoción, la radio es el medio más utilizado, con un porcentaje del 35%, seguido por la prensa (24%) y las revistas locales (21%).

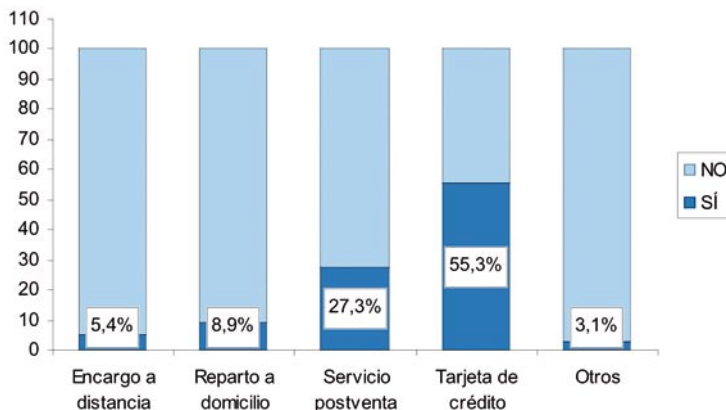
Hay que tener en cuenta que en ocasiones un mismo comercio se promociona a través de varios medios, por ejemplo a través de la radio y de la prensa local.



Servicio de venta

Respecto a los servicios que los establecimientos prestan a su clientela, tenemos que decir que presentan unos valores entorno a un 27,3%. Los servicios más prestados son: el uso de la tarjeta de crédito con un 55,3% y el servicio postventa, con un 27,3%.

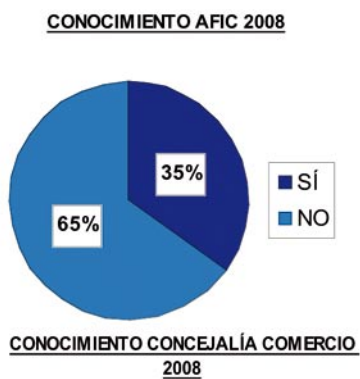
Si comparamos estos datos con los del estudio realizado hace cinco años, podemos apreciar que se ha producido un aumento en el número de servicios ofrecidos, especialmente, en lo que respecta a la disposición de tarjetero. Ha descendido, sin embargo, el servicio de encargo a distancia.



Conocimiento de la AFIC y de la concejalía

En cuanto al conocimiento que los comerciantes tienen de la Agencia para el Fomento y la Innovación Comercial (AFIC) hay que decir que sólo el 35% de los comerciantes dicen conocerla. Por otro lado, el 37% conoce la Concejalía de Comercio.

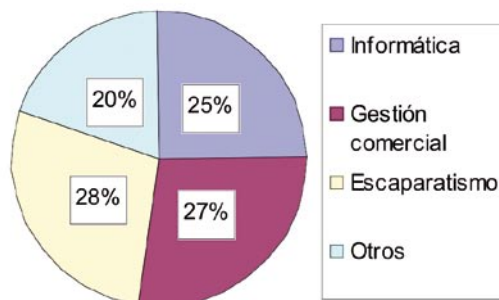
En el estudio del año 2003, se aprecian diferencias significativas respecto a este, ya que sólo conocían estos Departamentos al servicio del comerciante, una media del 20% .



Analizando los datos de las encuestas, se aprecia que sólo el 39% de los comerciantes dice haber realizado algún curso relacionado con la actividad comercial. Normalmente el comerciante más formado es aquel que tiene menor edad y los cursos con más aceptación son los relacionados con la informática.

También es importante destacar que el 55% de los comerciantes estaría dispuesto a hacer algún tipo de cursillo que le pueda ser útil, aunque insisten en que los cursillos deberían realizarse en horario no comercial para poder atender su establecimiento.

En cuanto a la temática de los cursos, los porcentajes se distribuyen de forma similar entre los que estarían dispuestos a hacer cualquier tipo de curso y los que prefieren un tema en concreto.



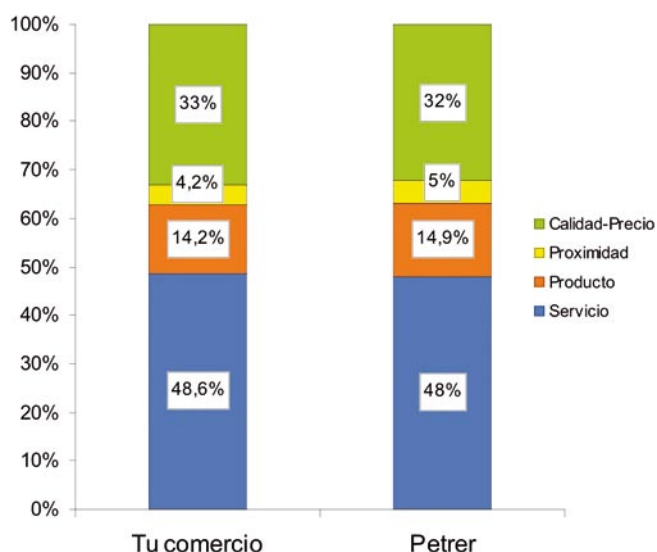
Los comerciantes consideran, en casi un 50% de los casos, que lo mejor de su comercio es el servicio que ellos prestan a sus clientes, seguido de la relación calidad-precio de sus productos (33%); el producto y la proximidad quedan relegados a un segundo plano (14% y 4% respectivamente).

Cuando se trata de opinar del comercio de Petrer en general, los comerciantes creen que el servicio y la relación calidad-precio siguen siendo las cualidades más importantes, ya que son aquellas que los clientes más valoran.

Si comparamos los datos anteriores con los del estudio realizado en el año 2002-2003, encontramos un orden distinto.

El orden que los comerciantes dieron a las variables fue el siguiente:

1. Atención al cliente. (27%)
2. Calidad de los productos. (24%)
3. Servicio al cliente. (13%)
4. Producto. (12%)
5. Precio. (9%)
6. Variedad. (6%)
7. Relación calidad-precio. (6%)



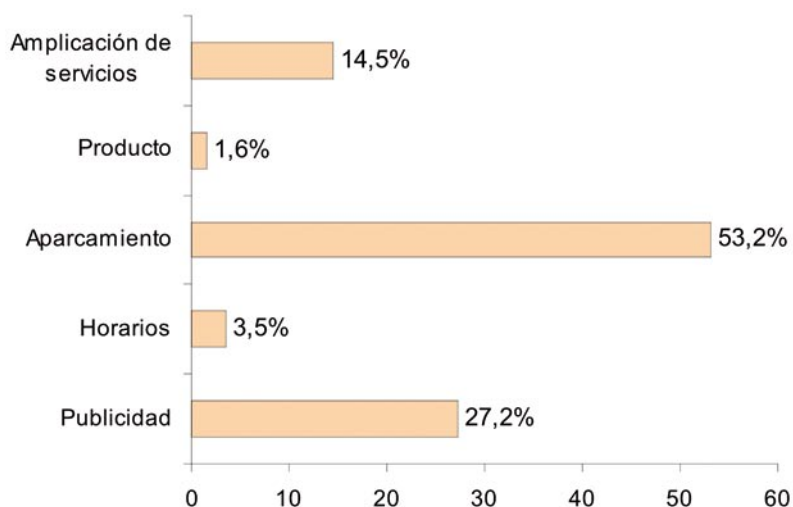
A mejorar en el comercio

Cuando se trata de mejorar el comercio, tanto si hablamos a nivel del establecimiento individual, como del sector en general, la mayoría de los encuestados mejorarían lo mismo: el aparcamiento. Esto es lo que ha contestado el 53% porque consideran que, el hecho de que los clientes tengan lugar para aparcar sus vehículos cerca del establecimiento supondría un aumento en sus ventas.

La segunda cosa que mejorarían es la publicidad (alrededor del 27% de los casos). El comerciante opina que, para potenciar la actividad comercial las Instituciones deben de realizar campañas de animación y publicidad que ayuden a promocionar el comercio.

Otros factores considerados son: la ampliación de servicios, los productos y los horarios.

No se dan diferencias significativas entre los distintos distritos.



ANÁLISIS DEL PERFIL DEL COMERCIANTE

Datos socio-demográficos

Se ha realizado el estudio del perfil del comerciante, por sexo y edad. En cuanto a la edad, se han tenido en cuenta varios tramos y dentro de cada tramo, se ha mantenido la distinción por sexos. Como muestra la siguiente tabla, el intervalo de edad más representativo (tanto en hombres como mujeres) es el de 25 a 39 años, con un 45,32% del total; en segundo lugar, se encuentra el tramo de 40 a 49 años con un 26,37%. El tramo de edad menos que menos representado está es el de menores de 25 años.

También es importante destacar la gran diferencia de sexos. Las mujeres ocupan un lugar destacado en el sector comercial, con el 70'05%. Además, son mayoría en todos los tramos de edad.

Tabla de edad y sexo

EDAD/SEXO	HOMBRE	MUJER	TOTAL
> 25	1,92%	8,24%	10,16%
25 – 39	10,16%	35,16%	45,32%
40 –49	10,44%	15,93%	26,37%
Más de 50	7,43%	10,72%	18,15%
Total	29,95%	70,05%	100%

Cabe señalar que existe una gran diferencia entre los datos obtenidos en el anterior estudio y en el actual, ya que en 2002, los valores eran similares entre hombres y mujeres, situándose los hombres en un umbral un poco superior, con un 52,22%, frente al 29'95 actual.

Hay que especificar que para la obtención de los datos en relación con el sexo y la edad del comerciante, se ha tenido en cuenta el perfil de la persona que ha contestado a la encuesta, es decir, el mismo comerciante o en su defecto el empleado/a;

Añadir que, del total de encuestados, el 55% son titulares del establecimiento y el 45% empleados.

En cuanto a la nacionalidad de los encuestados, el 98% son de nacionalidad española.

La edad media del comerciante de Petrer es de 39,3 años, y la antigüedad media de los establecimientos, es de 13,6 años.

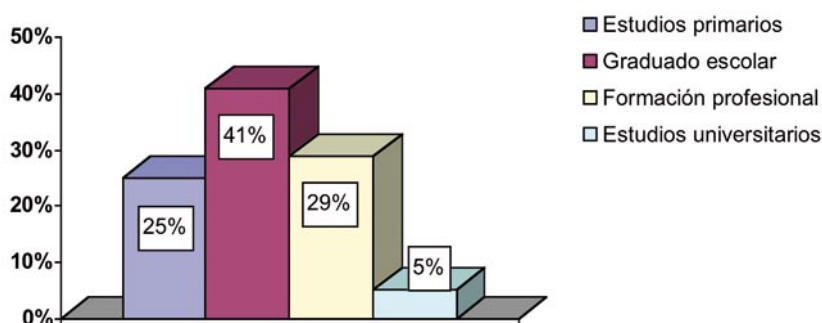
A continuación, estudiaremos concretamente la edad media de los comerciantes y de los establecimientos en cada distrito.

Distrito/Edad	Comerciante	Comercio
Distrito 1	42	22
Distrito 2	41,2	13,80
Distrito 3	37	9,6
Distrito 4	37	9,0
Total Edad	39,3	13,6

Tal y como representa la tabla anterior, los comerciantes de mayor edad y además, los establecimientos abiertos un mayor número de años, son los del distrito nº1, zona que coincide con el centro histórico de Petrer.

Por el contrario, los comercios y comerciantes más jóvenes son los que se ubican en el distrito nº4 (distrito de más reciente creación y en expansión).

En cuanto al nivel de estudios de los comerciantes, cerca de la mitad de los encuestados poseen el graduado escolar, concretamente, un 41%. El 25% tiene estudios primarios y el 31% formación profesional. Sólo el 5% de los comerciantes son titulados universitarios.



Edad media del comerciante y comercio

Nivel de estudios de los comerciantes

Para hacer este análisis se han tenido en cuenta los datos de la guía económica de Petrer de 2006 y los datos del censo actualizado de comercio elaborado a partir del presente estudio. Se reflejado los comercios que se han dado de baja y las nuevas aperturas, desde 2006 hasta abril de 2008.

Hemos clasificado los comercios que se han dado de baja y los nuevos comercios para hacer una comparativa entre ellos. Se han diferenciado los comercios dependiendo de la actividad comercial que desarrollan. Teniendo en cuenta lo anterior nos encontramos con las siguientes cifras:

GRUPO	ALTAS		BAJAS	
	Nº TOTAL	PORCENTAJE	Nº TOTAL	PORCENTAJE
BIENES CONSUMO DIARIO	35	30,17%	21	20,19%
OCIO, SALUD Y OTROS	4	3,44%	28	26,92%
VEHÍCULOS MAQUINARIA	24	20,68%	4	3,84%
EQUIPAMIENTO HOGAR	35	30,17%	21	20,19%
EQUIPAMIENTO PERSONAL	18	15,51%	30	28,84%
TOTALES	116		104	

Se aprecia que en cifras totales, se ha incrementado el número de comercios en 12.

El sector que más bajas ha sufrido ha sido el de equipamiento personal con casi un 29%, seguido del sector ocio, salud y otros que tiene casi un 27% de las bajas totales.

Por el contrario, nos damos cuenta de que los sectores en expansión son: el de bienes de consumo diario y el de equipamiento del hogar.

A continuación vamos a analizar los datos anteriores por distrito poblacional:

DISTRITOS	ALTAS		BAJAS	
	Nº TOTAL	PORCENTAJE	Nº TOTAL	PORCENTAJE
1	2	1,72%	7	6,7%
2	32	27,6%	26	25%
3	31	26,7%	29	27,9%
4	51	43,9%	42	40,4%

Si no fijamos en los datos de la tabla, nos damos cuenta que el área con más bajas es el distrito 4, con un 40,4% del total de bajas, pero teniendo en cuenta que también es el distrito con más altas, y que éstas superan a las bajas en un 3,5%, podemos afirmar que es el distrito con más "movimiento comercial". Sin embargo, el distrito nº1, (centro histórico), en proporción, es el que más cierres experimenta

Finalizada la parte del estudio y, a modo de resumen o conclusiones, pasamos a extraer las notas más destacables de la oferta comercial de Petrer.

- 1) Petrer, cuenta en la actualidad con 534 comercios minoristas, de los cuales 456 son comercios en sentido estricto y 78, se encuadran en el sector "servicios personales".
- 2) En Petrer, existen 4 agrupaciones comerciales:
 - El mercado municipal de la Frontera, con 38 establecimientos
 - El mercado Central, con 9 establecimientos
 - El centro comercial Carrefour, con 16 establecimientos
 - El centro comercial Bassa El Moro, con 22 establecimientos.
- 3) El número de comercios, en términos absolutos, ha crecido desde diciembre de 2006 a mayo de 2008, en 12 establecimientos. Suben los establecimientos de bienes de consumo diario y descienden los de equipamiento personal. La zona con mayor crecimiento es el distrito 4 (zona del Campet, avda. Reina Sofía..) y la de mayor declive el centro histórico.
- 4) La población actual es de 34.430 habitantes (17.203 hombres y 17.227 mujeres), habiéndose incrementado en 3.060 personas en los últimos 6 años. A efectos de este estudio, para la obtención de ratios comerciales sólo se han tenido en cuenta 29.202 habitantes, ya que no se han valorado las partidas rurales que no cuentan con infraestructura comercial.
- 5) Petrer, cuenta con 4 distritos o zonas claramente diferenciadas, tanto por volumen de población, como por número de establecimientos. Destacan por su contraste, el distrito 1 (zona centro-casco histórico), con 2.940 habitantes y 30 comercios, frente al distrito 4 (zona de más reciente creación y en expansión) con 16.526 habitantes y 285 establecimientos.
- 6) En cuanto a tipología comercial, predominan los establecimientos de bienes de consumo diario (alimentación), con 166, seguido de establecimientos de equipamiento personal y servicios personales (ropa, peluquerías..), con 151. Hay que resaltar que, de los 22 centros comerciales ubicados en la provincia de Alicante, 2 están en Petrer y pegados al casco urbano.
- 7) Petrer tiene un índice de dotación comercial (nº comercios por cada mil habitantes), de 15,51‰, similar al de la Comunidad Valenciana que es del 15,6‰. Además, existen grandes diferencias de dotación entre los distintos distritos de Petrer, ya que en la zona centro es de 13,78‰ mientras que en el resto del municipio es de 16,28‰ (superior a la media de la Comunidad).
- 8) Los comercios de Petrer, mayoritariamente son regentados por personas físicas (68,25%), seguido de sociedades limitadas (26%).
- 9) El 57,5% de los locales están en régimen de propiedad y el 42,5% sujetos a arrendamiento.
- 10) El 87,1% son comercios independientes, frente al 10,2% que son cadenas o el 2,2% que están en régimen de franquicia.
- 11) El sistema de venta predominante es el tradicional, en más del 50% de los casos, seguido por un sistema mixto en el 35%.
- 12) Desde el año 2003 hasta la actualidad se ha notado un importante incremento de las nuevas tecnologías en el comercio, ya que más del 40% disponen de ordenador para la gestión del establecimiento y el 25% tiene correo electrónico. Sin embargo, son muy pocos los que disponen de página web o utilizan el comercio electrónico.

- 13) La superficie comercial media de los establecimientos de Petrer es de 219,67m². Sin embargo, esto se debe a que, por la existencia de las grandes superficies y mercados se incrementa considerablemente la media. Si no tuviéramos en cuenta estos grandes establecimientos la superficie media desciende a 97m², inferior a la media provincial que se sitúa en 107m².
- 14) El 80% de los comerciantes sólo tienen 1 establecimiento. El 11% tienen 1 en Petrer y otro en Elda y el resto otros fuera de la comarca.
- 15) La media de empleados por cada establecimiento es de 2 personas (normalmente el dueño/a y 1 asalariado/a). Esto denota que son, en su mayoría, negocios familiares.
- 16) La clientela, básicamente es la del barrio o municipio, al ser, básicamente un comercio de proximidad. Sólo el 25,65% de los comercios tienen clientes de la comarca (especialmente, el Mercado de la Frontera y las 2 grandes superficies comerciales).
- 17) El nivel de asociacionismo es del 38,3%. Además, el mayor número de asociados se da en el distrito nº4. No obstante, los comerciantes de los 2 mercados municipales están asociados a sus respectivas asociaciones en el 99%.
- 18) Un gran número de comerciantes declaran haber realizado inversiones en los últimos cinco años. Normalmente, el 50% en equipamiento e informática y el 42% en reformas.
- 19) El 40% de los comercios realizan, normalmente, campañas publicitarias, especialmente en radio (35%) y prensa y revistas locales (24% y 21% respectivamente).
- 20) El 27,3% de los establecimientos prestan servicios a sus clientes, siendo los más prestados, el uso de la tarjeta de crédito (55,3%) y el servicio postventa (27,3%).
- 21) El 65% de los comerciantes tienen conocimiento de la existencia de la Agencia municipal para el fomento y la Innovación Comercial (AFIC) y de la Concejalía de Comercio y Mercados. Ha crecido considerablemente este conocimiento, ya que en el año 2003, sólo los conocían el 20%.
- 22) El 39% de los comerciantes han realizado algún curso relativo a la actividad comercial y el 55% estaría dispuesto a realizarlos. Los más demandados son los de escaparatismo, gestión comercial e informática.
- 23) Los comerciantes encuestados, lo que más valoran de su comercio y del comercio de Petrer en general es el servicio a sus clientes (50%) y la relación calidad precio (33%).
- 24) En cuanto a qué mejorarían del comercio, en un 53% han contestado que el aparcamiento, seguido de impulsar las campañas de promoción (27%).
- 25) El perfil del comerciante de Petrer, se concreta en los siguientes aspectos: predominantemente mujer (70,05%), entre 25 y 39 años (45,32%). Este perfil ha variado, considerablemente, respecto al del año 2002, ya que entonces, el 52,22% eran hombres. Por tanto, es un "nicho" importante de empleo o autoempleo para la mujer. Por otra parte, decir que el 98% de los comerciantes de Petrer son de nacionalidad española.
- 26) La edad media del comerciante se sitúa en los 39 años, siendo de mayor edad los de la zona del casco histórico.

- 27) La antigüedad media de los establecimientos es de 13,6 años. También son los más antiguos los de la zona del casco histórico.
- 28) En lo relativo al nivel de estudios, el 41% de los comerciantes tienen el graduado escolar y sólo el 31% han realizado formación profesional o el 5% estudios universitarios. Especialmente, los cursos de formación ocupacional se han realizado por los comerciantes/profesionales del sector servicios (peluquería, estetición, fotografía..)

Dotación Comercial	Gestión informática	Promoción	Televisión
	Escáner		Radio
	Página Web		Prensa
	Correo electrónico		Revistas
Tipo de Comercio:	Nombre Independiente	Conoce la AFIC	Vallas
	Cooperativa		Material promocional
	Franquicia	Si	
	Concesionario	No	
	Cadena	Cursos	Informática
	Sucursal		Gestión Comercial
	Mercado		Escaparatismo
	Galería comercial		Otros
Número Establecimientos	Correo electrónico	Lo mejor de tu comercio	Servicio
	Petrer		Producto
	Elda		Cercanía
	C. Valenciana		Calidad – Precio
Tipo de Clientela	Otros	Lo mejor del comercio de Petrer	Servicio
	Barrio		Producto
	Petrer		Cercanía
	Comarca		Calidad – Precio
Asociación	Otros	A mejorar en tu comercio	Publicidad
	Comerciantes		Horarios
	Mercado Frontera		Aparcamiento
	Mercado central		Animación
Última inversión	Otras	A mejorar en el comercio de Petrer	Publicidad
	Equipamiento		Horarios
	Reforma		Aparcamiento
	Informatización		Animación
	Otros		

Sexo	Hombre
	Mujer
Nivel de estudio	Primarios
	Graduado
	Bachiller – FP
	Universitarios
Fecha de nacimiento	

- Estudio de la Oferta Comercial de Petrer 2002.
- Guía económica de Petrer 2006.
- Informe Anual de la Distribución Comercial Minorista en la Comunidad Valenciana (2007) de PATECO.
- Padrón Municipal de Habitantes (abril 2008)
- Informes aplicación informática Aficom (abril 2008).

