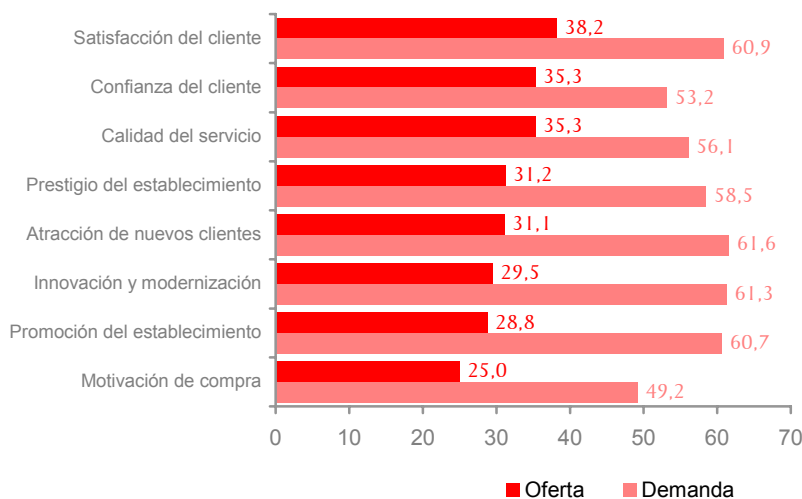


## VISIÓN COMPARADA ENTRE OFERTA Y DEMANDA DE BILBAO EN RELACIÓN CON LA VALORACIÓN SOBRE EL IMPACTO DEL EUSKERA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Entre los muchos e interesantes datos analizados en la investigación realizada por Siadeco para el Ayuntamiento de Bilbao sobre la situación del euskera en el comercio de la Villa, cabe señalar la diferencia que se observa entre la percepción de la demanda y de la oferta en relación con el impacto atribuido al uso del euskera en la actividad comercial.

Así, de forma sistemática se constata que la clientela atribuye al euskera una mayor importancia en relación con distintos aspectos relacionados con la comunicación y la proyección del comercio: entre un 50%-60% de la demanda consultada, señala que el uso del euskera tiene mucho o bastante impacto en distintos aspectos que condicionan la imagen y marcha de la actividad comercial, mientras que estos porcentajes, en el caso de la oferta se sitúan entre un 25% y un 38%.

Gráfico: Visión comparada entre oferta y demanda: porcentajes de quienes atribuyen mucha o bastante importancia al impacto del uso del euskera en distintos aspectos de la actividad comercial (%)



Fuente: Siadeco, 2008

En concreto, esta diferencia de percepción es especialmente significativa en relación con el impacto atribuido al euskera en la promoción del establecimiento comercial así como en su innovación y modernización, aspectos en los que el porcentaje de quienes atribuyen mucha o bastante importancia al euskera entre la demanda (en torno al 61%) duplica al registrado entre la oferta (alrededor del 29%), con diferencias de prácticamente 32 puntos porcentuales.

Posteriormente, la diferencia más significativa se registra en relación con el colectivo que atribuye mucha o bastante importancia al euskera para captar a nuevos clientes: 31 puntos superior entre la demanda.

Diferencias de entre 20 y 27 puntos a favor de la demanda se registran en relación con el prestigio del establecimiento, la motivación para la compra, la satisfacción del cliente y la calidad del servicio; mientras que en relación con el impacto en la confianza del cliente esta diferencia es de 18 puntos.

**Tabla: Porcentajes correspondientes a quienes atribuyen mucha + bastante importancia al impacto del uso euskera en relación con distintos aspectos de la actividad comercial de Bilbao, según la oferta, la demanda y diferencia porcentual (demanda-oferta)**

	OFERTA	DEMANDA	DIFERENCIA
	O	D	D-O
• Satisfacción de la clientela	38.2	60.9	22.7
• Confianza de la clientela	35.3	53.2	17.9
• Calidad del servicio	35.3	56.1	20.8
• Prestigio del establecimiento	31.2	58.5	27.3
• Captación de nuevos clientes	31.1	61.6	30.5
• Innovación y modernización	29.5	61.3	31.8
• Promoción del establecimiento	28.8	60.7	31.9
• Motivación de compra	25.0	49.2	24.2

Fuente: Stadeco 2008

En definitiva, comparativamente se detecta una infravaloración por parte de la oferta de la importancia atribuida al euskera como factor condicionante del marketing mix (o mezcla de marketing) del comercio minorista de Bilbao. Lo que, desde otro punto de vista implica que, una mayor y más adecuada presencia del euskera en los establecimientos comerciales, permitiría un mayor ajuste a las percepciones y valoraciones de amplios sectores de la demanda comercial de Bilbao, lo cual, convenientemente comunicado y gestionado, posibilitaría un uso operativo del euskera que redunde en un aumento de los niveles de rentabilidad comercial.