



euskadiko merkataritzaren behatokia
observatorio del comercio de euskadi

Barómetro del Comercio Minorista Vasco 2020

Síntesis de resultados

30 de abril de 2021



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. Objetivos

El Barómetro del Comercio Vasco del Observatorio Enfoka-mer tiene como objetivos fundamentales analizar, describir y monitorizar de forma adecuada el sector comercial de la Comunidad Autónoma de Euskadi, definiendo una serie de indicadores de coyuntura necesarios para la implementación de acciones, políticas públicas encaminadas a la mejora de la competitividad del sector comercial.

El Barómetro a continuación, describe tanto hechos concretos, como el propio palpito y percepción del sector en el año 2020, el año del estallido de la pandemia por el virus SARS-CoV-2. El análisis se realiza en función de distintos indicadores, siendo comparativo con los datos previos disponibles de la serie 2010-2015 y 2019.

Los indicadores analizados han sido:

- Descripción del sector comercial minorista vasco a través de variables estructurales; superficie, antigüedad, empleo, grado de tecnologización, horarios comerciales, etc..
- Análisis de la afluencia de clientes y visitantes durante 2020 y percepción de evolución
- Distribución de las ventas según medios de pago.
- Tasa de comercios que realiza venta Online y características
- El peso del turismo, su relevancia en el comercio minorista vasco.
- La caracterización de los y las empleadas en el comercio minorista vasco.
- La clasificación del comercio vasco según estilos, praxis de actividad comercial.
- Análisis y percepción de la campaña de Navidad y de Rebajas de Invierno.
- Y, medición del impacto de la pandemia en la actividad comercial, tanto en inversiones realizadas por el sector, como en servicios adicionales implementados, ERTE's, así como ayudas percibidas.

1.2. Ficha técnica



TECNICA DE INVESTIGACIÓN

- Entrevista telefónica aplicada por sistema C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interview)



PÚBLICO OBJETIVO

- El universo objeto del estudio del Barómetro del Comercio Vasco, está compuesto por las empresas del sector comercio s pertenecientes a los CNAES 46 y 47 del CNAE 2009 excluidas las siguientes subcategorías:

SUBCATEGORÍAS	CNAEs
Intermediarios, corredores de mercancías y otros mayoristas que comercian por cuenta de terceros	4611, 4612, 4613, 4614, 4615, 4616, 4617, 4618, 4619
Venta al por mayor de combustible	4671
Venta al por menor de combustible	4730
Venta al por menor en puestos de venta ambulantes y mercadillos y cualquier otro formato fuera de establecimiento.	4781, 4782, 4789, 4799

* Quedan excluidos del universo y de la construcción del panel las subcategorías de venta de automoción, venta e combustible, reparación de enseres e intermediarios



CONFIGURACIÓN DEL PANEL

- Se ha configurado el panel con 1.500 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de $e = \pm 2,6\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, 2σ respecto de μ siendo $p=q=0,5$) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.
- Partiendo del Panel participante en el último Barómetro realizado en 2019, se han recuperado el 75,7% de los comercios, construyendo nuevamente el 24,3% restante de adhesiones.



DISEÑO MUESTRAL

- Se ha diseñado un muestreo por conglomerados respecto a las variables Territorio y Tamaño de empleo que garantiza niveles de fiabilidad para dichas variables, así como por tipo de actividad en grandes grupos según CNA-09. Posteriormente los datos se han ponderado según cifras del Directorio de Establecimientos de Comercio, DIRAE, 2020.



MUESTRA DEL COMERCIO MINORISTA VASCO



- En concreto, se han realizado 1.329 entrevistas a comercios minoristas que posteriormente aplicado el criterio de ponderación, representan 1.349 entrevistas. Esta muestra supone operar con un margen de error de $e = \pm 2,6\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, 2σ respecto de μ , siendo $p = q = 0,5$) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.



PERÍODO DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

- El trabajo de campo se ha realizado entre los días 10 de febrero y 29 de Marzo de 2021.

2. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA VASCO SEGÚN VARIABLES ESTRUCTURALES



- La configuración del panel de comercio muestra en el año 2020 una superficie media para el sector minorista vasco en su conjunto, de 122,5 m². No obstante, el 52,7% de los establecimientos dispone de menos de 80 m². La superficie media de sala de venta asciende a 74,2 m².
- El 76,0% de los comercios minoristas emplea a una o dos personas en el establecimiento, dato que crece ligeramente respecto al pasado año. La media de personas empleadas en el comercio minorista vasco es de 2,6, sufriendo un ligero retroceso respecto a los contabilizados en el Barómetro de 2019.
- La antigüedad media del comercio minorista vasco continua estable a lo largo de los años con un perfil de amplia experiencia y larga andadura profesional; 31 años de media.
- Actualmente el 77,6% de los establecimientos comerciales vascos adopta la forma jurídica de persona física.
- Un sector con un empleo feminizado ya que seis de cada diez personas empleadas son mujeres.

D.3.: Superficie del comercio minorista vasco

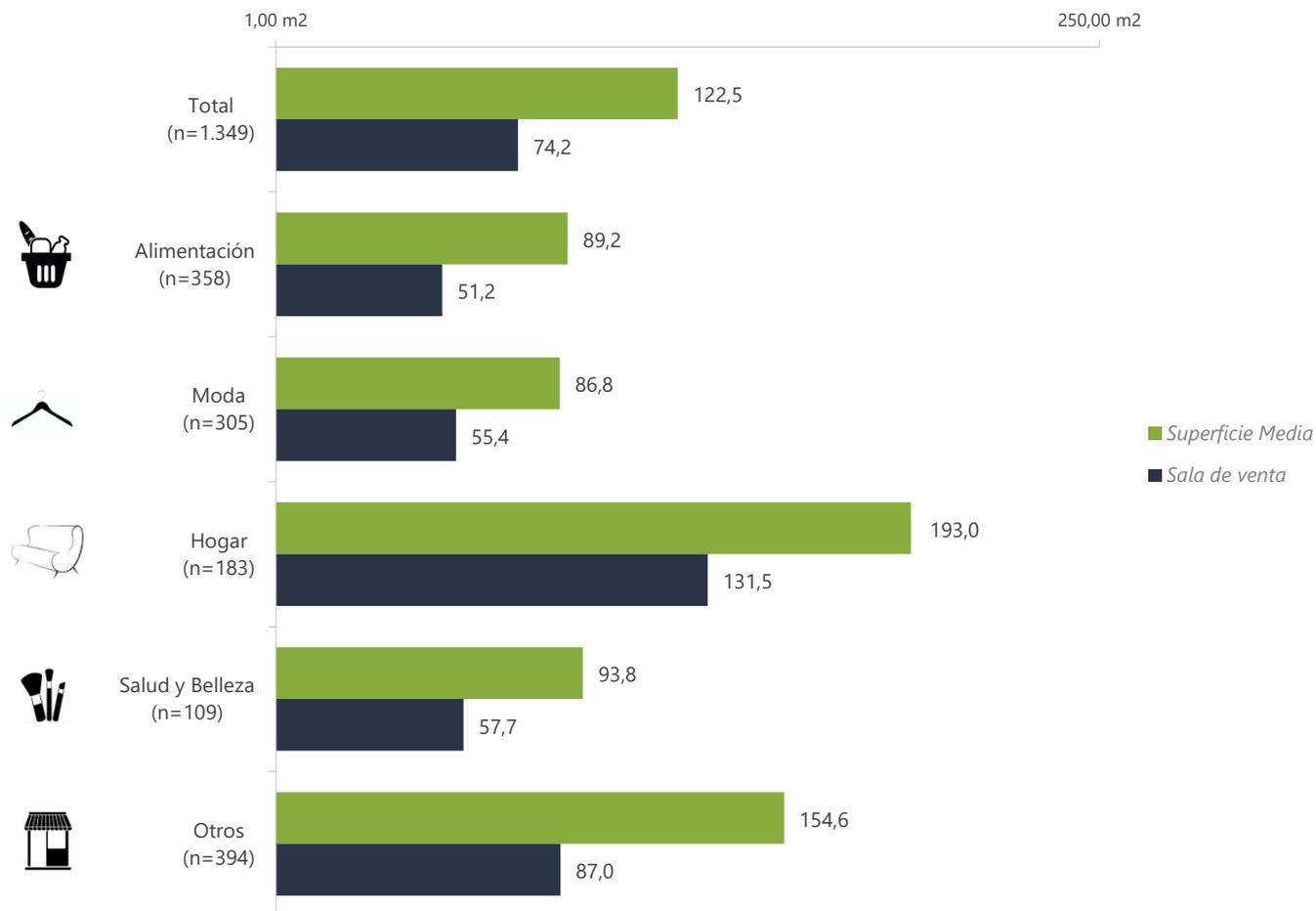
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Superficie total		2010 (n=1.257)	2011 (n=1.325)	2012 (n=1.280)	2013 (n=1.275)	2014 (n=1.347)	2015 (n=1.396)	2019 (n=1.370)	2020 (n=1.349)	
Hasta 45 m ²		20,6%	22,4%	22,7%	21,4%	19,8%	20,6%	17,9%	18,4%	El 52,7% cuenta con una superficie total menor de 80m²
De 46 a 64 m ²		16,8%	14,9%	16,9%	18,0%	15,4%	15,0%	17,2%	17,4%	
De 65 a 80 m ²		16,2%	16,4%	15,3%	14,4%	16,7%	13,7%	14,8%	16,9%	
De 81 a 99 m ²		6,4%	6,3%	6,0%	6,3%	5,8%	5,3%	5,9%	6,7%	
De 100 a 120 m ²		15,4%	14,4%	13,7%	13,9%	14,5%	16,2%	15,6%	16,3%	
De 121 a 199 m ²		9,3%	7,5%	8,6%	9,3%	8,0%	8,4%	9,2%	8,0%	
De 200 a 299 m ²		5,1%	5,6%	5,7%	5,6%	5,5%	5,2%	4,8%	6,0%	
De 300 a 450 m ²		2,9%	3,6%	3,0%	3,6%	2,9%	3,5%	2,6%	2,7%	
De 451 a 999 m ²		1,8%	1,8%	2,0%	2,3%	2,2%	1,8%	1,8%	1,8%	
1.000 m ² o más		1,9%	2,9%	2,5%	2,4%	1,8%	1,6%	1,6%	1,2%	
No concreta respuesta		3,6%	4,3%	3,6%	2,8%	7,2%	8,8%	8,7%	4,6%	

D.3.: Superficie media del comercio minorista vasco y superficie media de sala de venta (m²), 2020

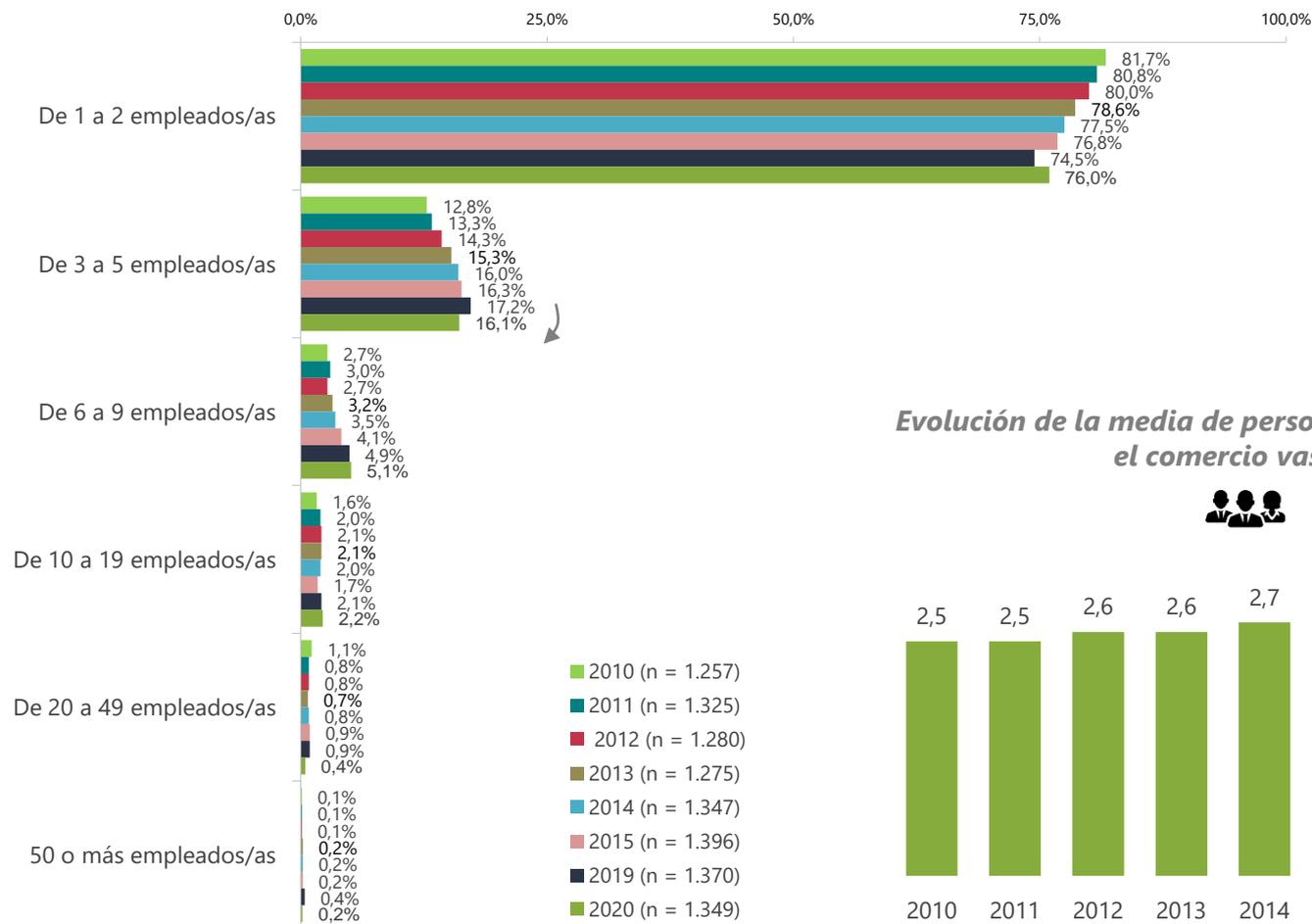
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de actividad

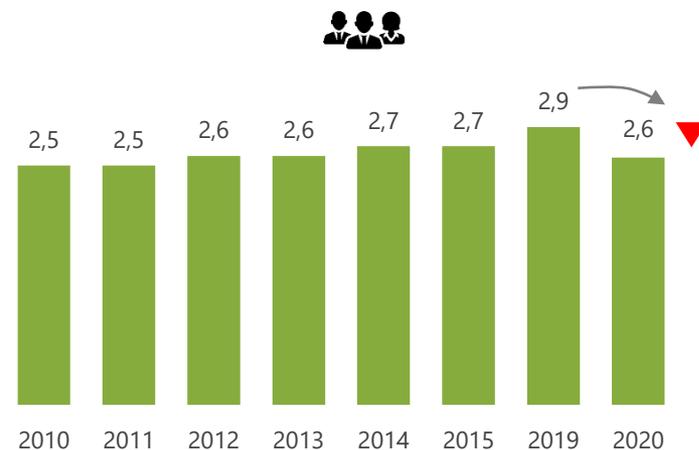


P.4: ¿Cuántas personas, incluida usted, trabajan en su comercio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Evolución de la media de personas empleadas* en el comercio vasco

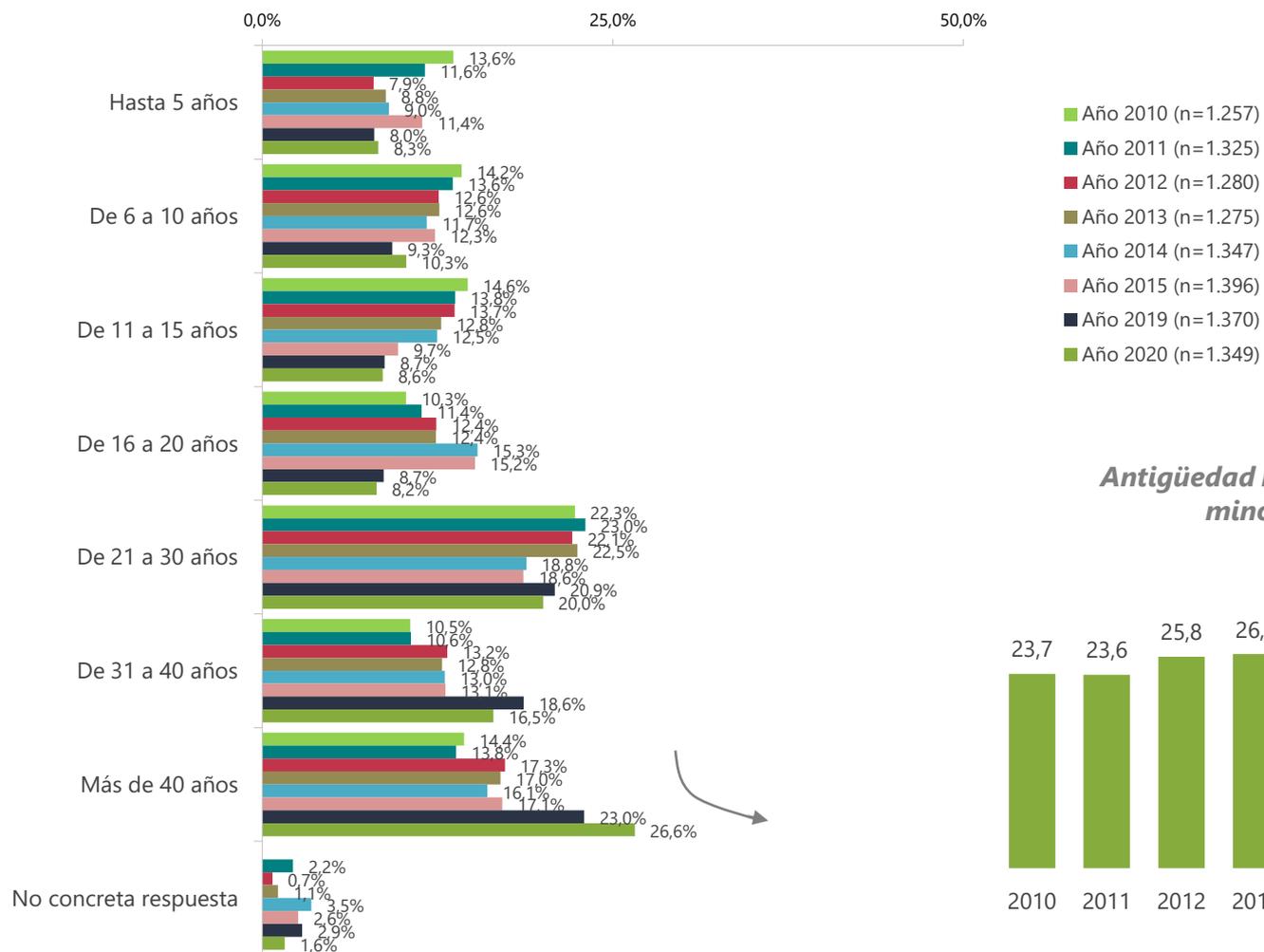


*Incluye el/la entrevistado/a

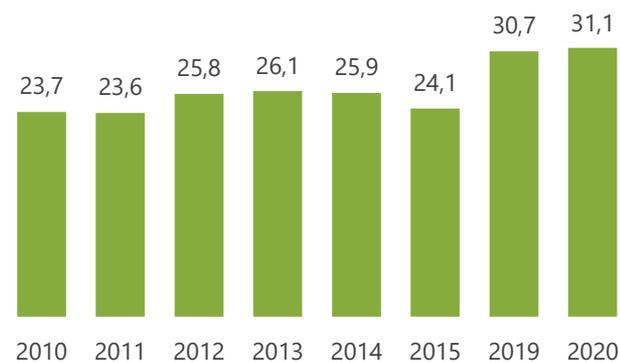
Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

P.30: Antigüedad según año de apertura del comercio minorista

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

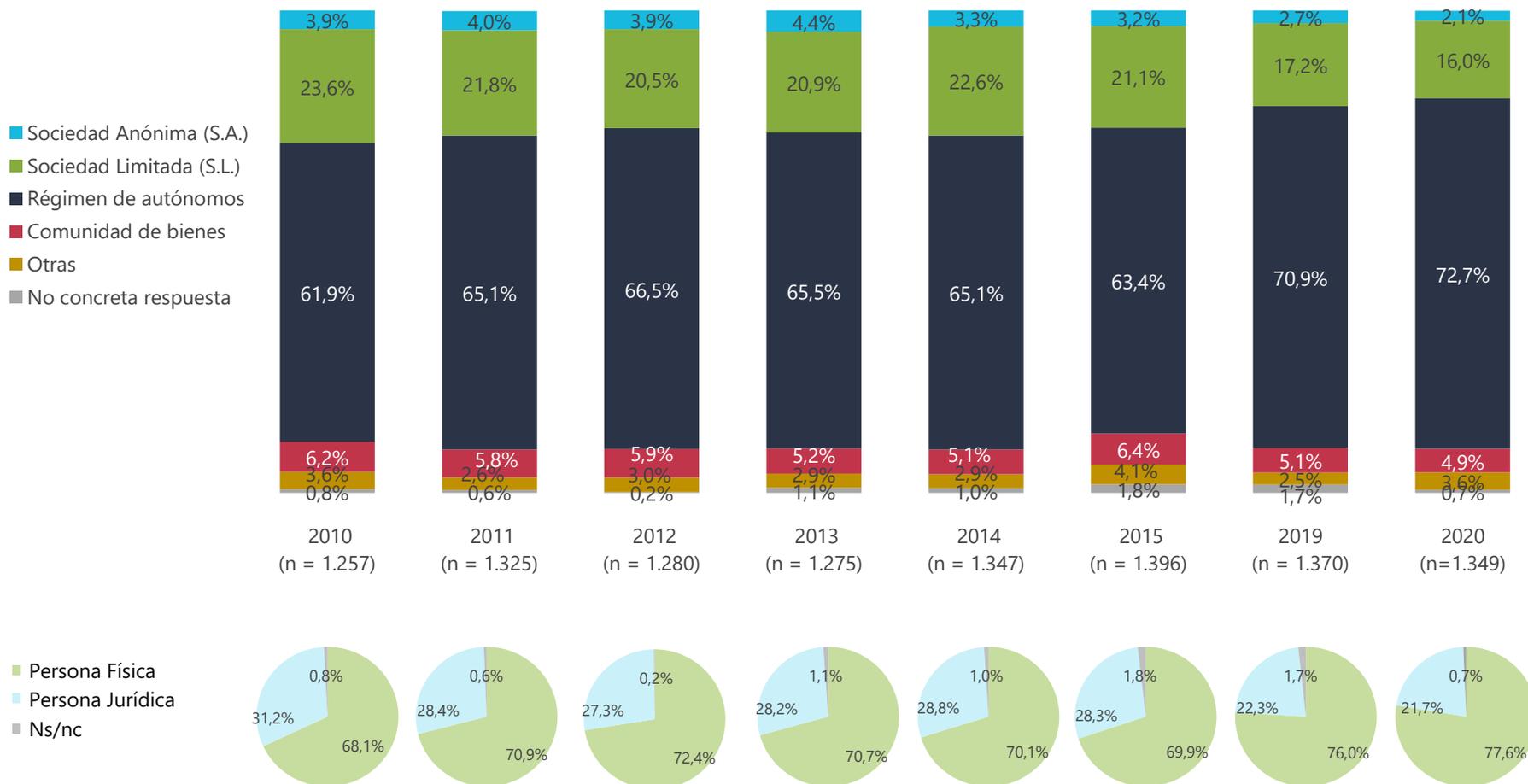


Antigüedad media del comercio minorista vasco



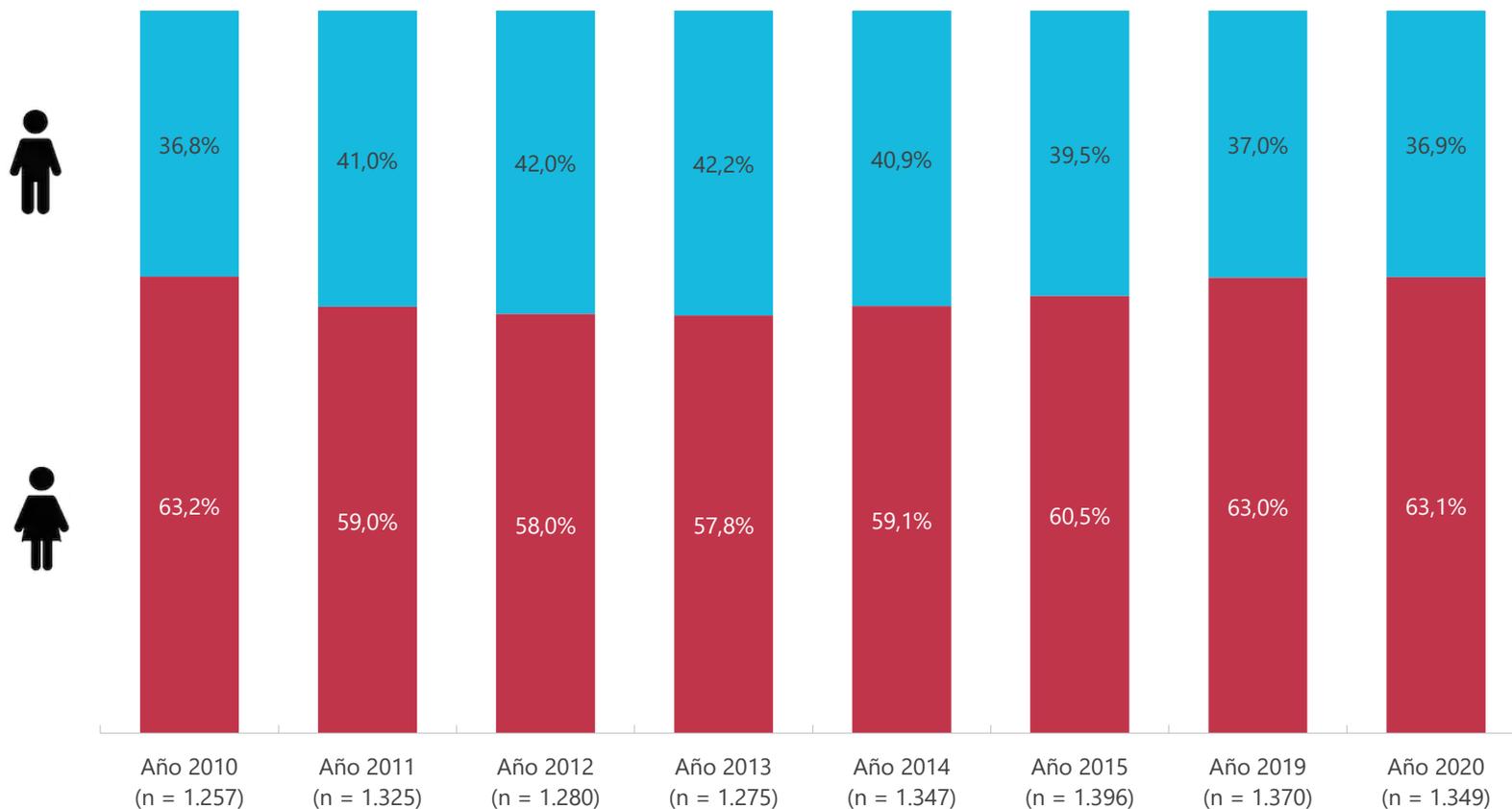
D.5: ¿Cuál es la forma jurídica de su comercio/negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



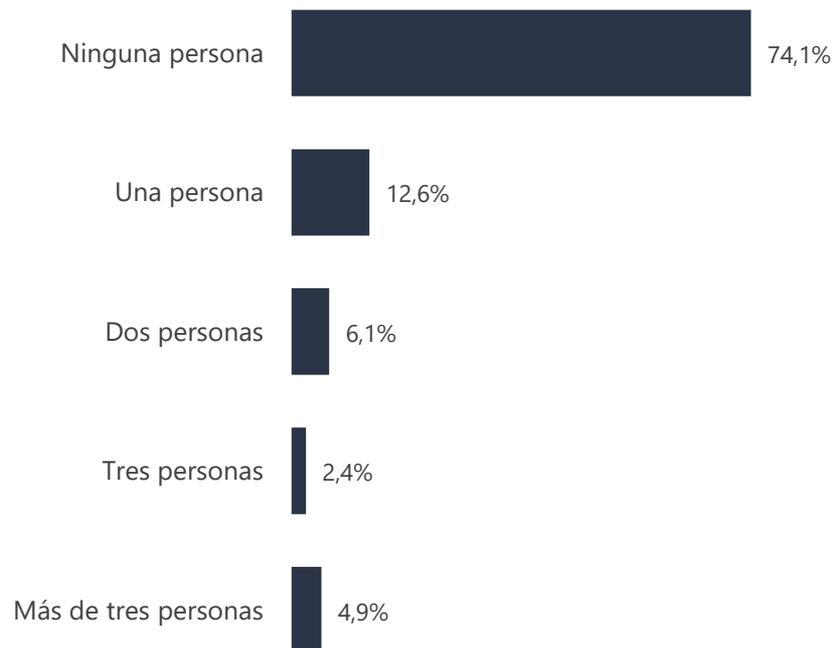
P.5: ¿Cuántas de las personas que trabajan en su comercio, incluyéndose usted, son hombres y cuántas mujeres?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



N.10: Durante el pasado año y lo que llevamos de 2021 ¿ha habido o hay actualmente algún trabajador del establecimiento en ERTE?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Media de personas afectadas por ERTE en el comercio minoristas vasco



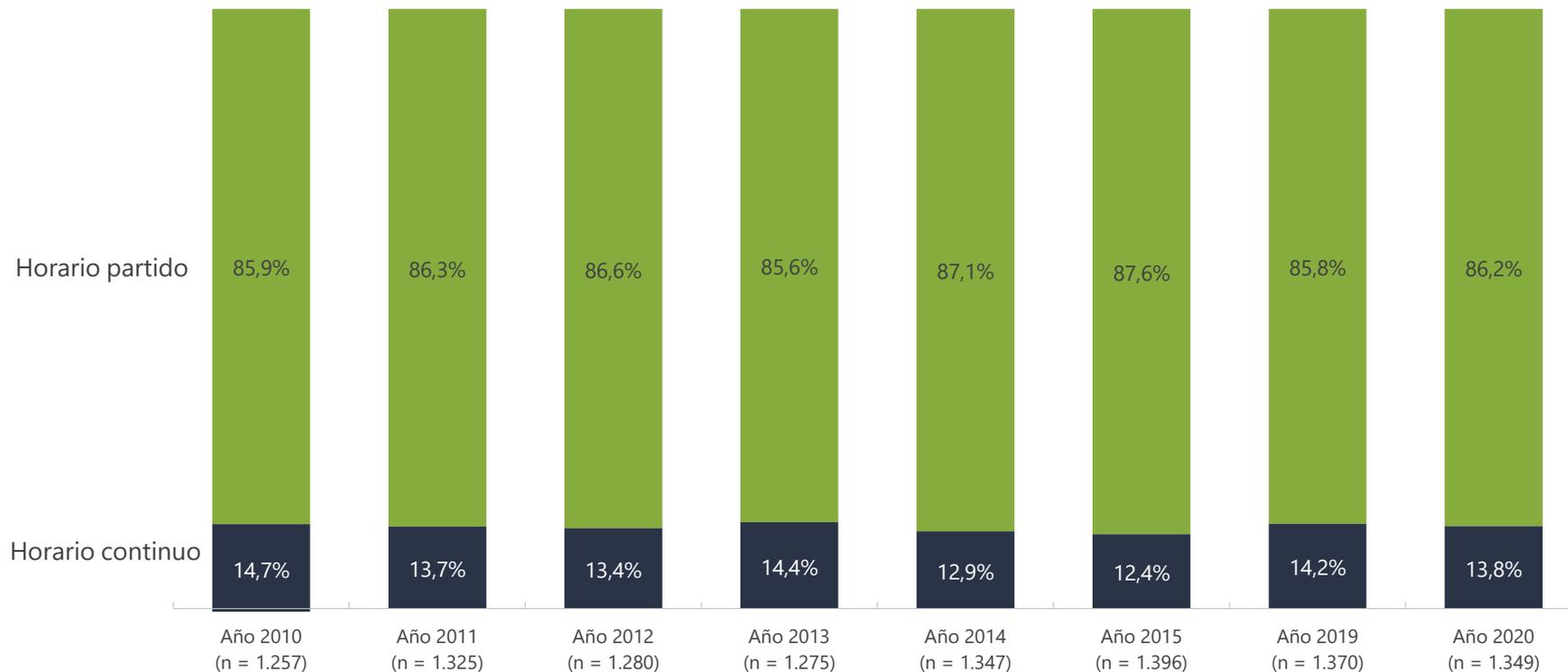
0,7



- Cerca de nueve de cada diez comercios minoristas vascos ofrece un horario de atención al público partido (86,2%). Quienes ofrecen un horario de atención continua representan el 13,8% del total del sector. El horario continuo de atención al público esta más implantado en los establecimientos de las capitales de los territorios históricos de Gipuzkoa y de Bizkaia, Donostia y Bilbao. No obstante, si en Donostia en el año 2019 previo a la pandemia, la tasa de apertura continua era de un 23,9%, este año se ha visto reducido a un 19,1% (4,8 puntos porcentuales menos).
- La mayoría del sector, el 68,6%, permanece abierto al público solo medio día en sábado. Respecto al Barómetro de 2019, los establecimientos comerciales que abren solo hasta mediodía se han incrementado 2,1 puntos porcentuales.
- El 89,0% de los comercios minoristas vascos dispone de conexión a internet en el establecimiento. La tasa de comercios con conexión a internet no ha dejado de crecer en los últimos Barómetros, incrementándose en el último año en 4,1 puntos porcentuales más.
- Destaca también la presencia de TPV's (entendido como CPU, pantalla y/o caja registradora) del que disponen ocho de cada diez establecimientos (el 82,9%) y crece el uso de programas de gestión.

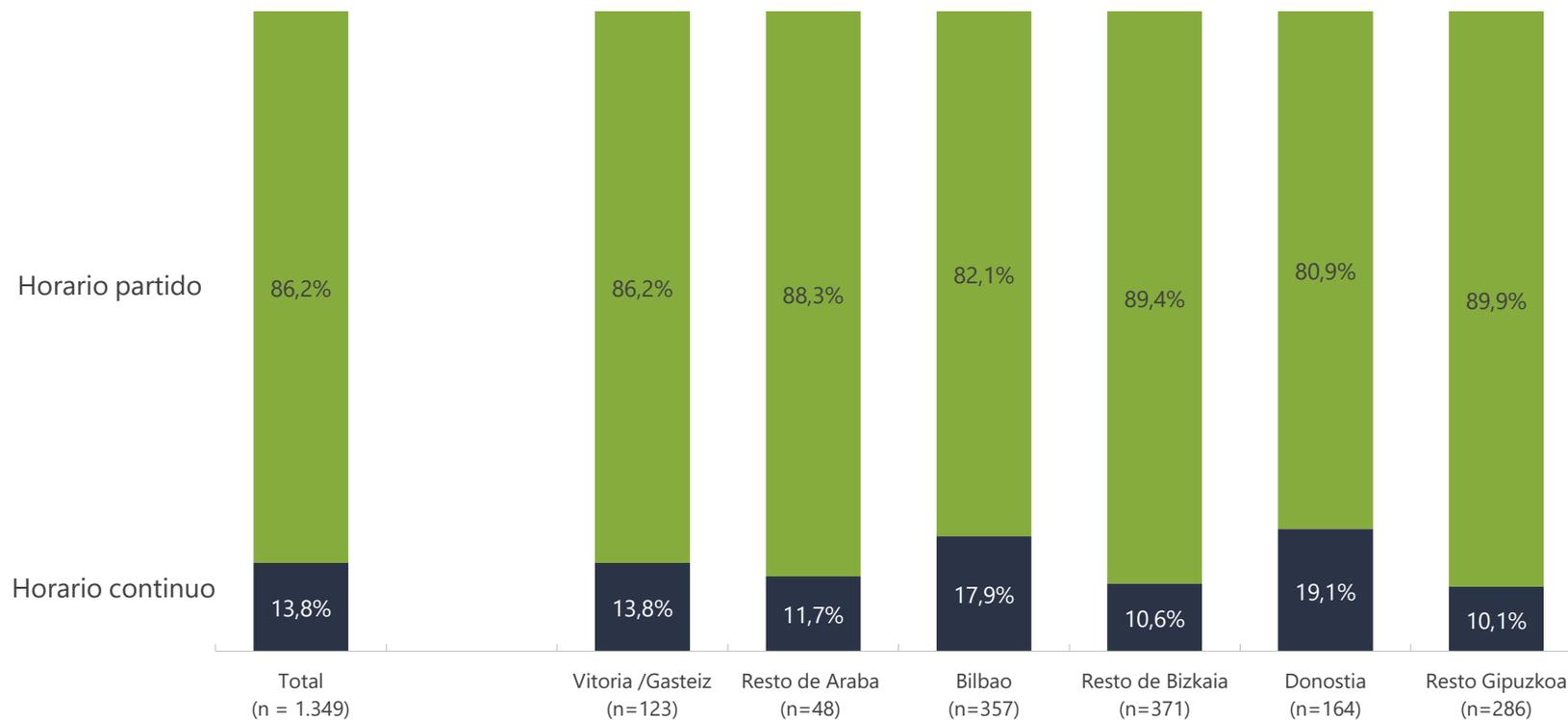
P.1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



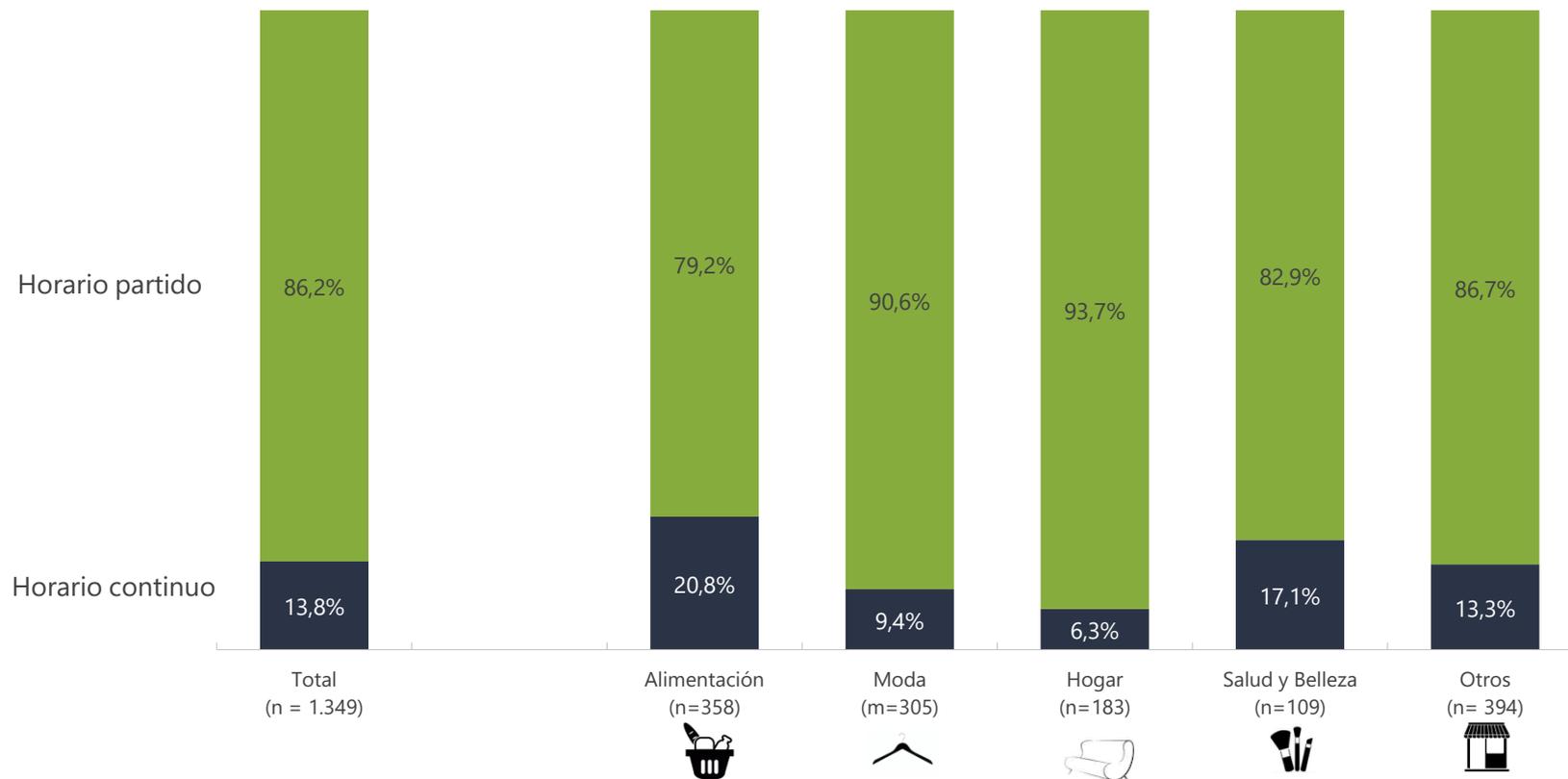
P.1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.2.: Actualmente, su comercio, negocio ¿Abre los sábados?

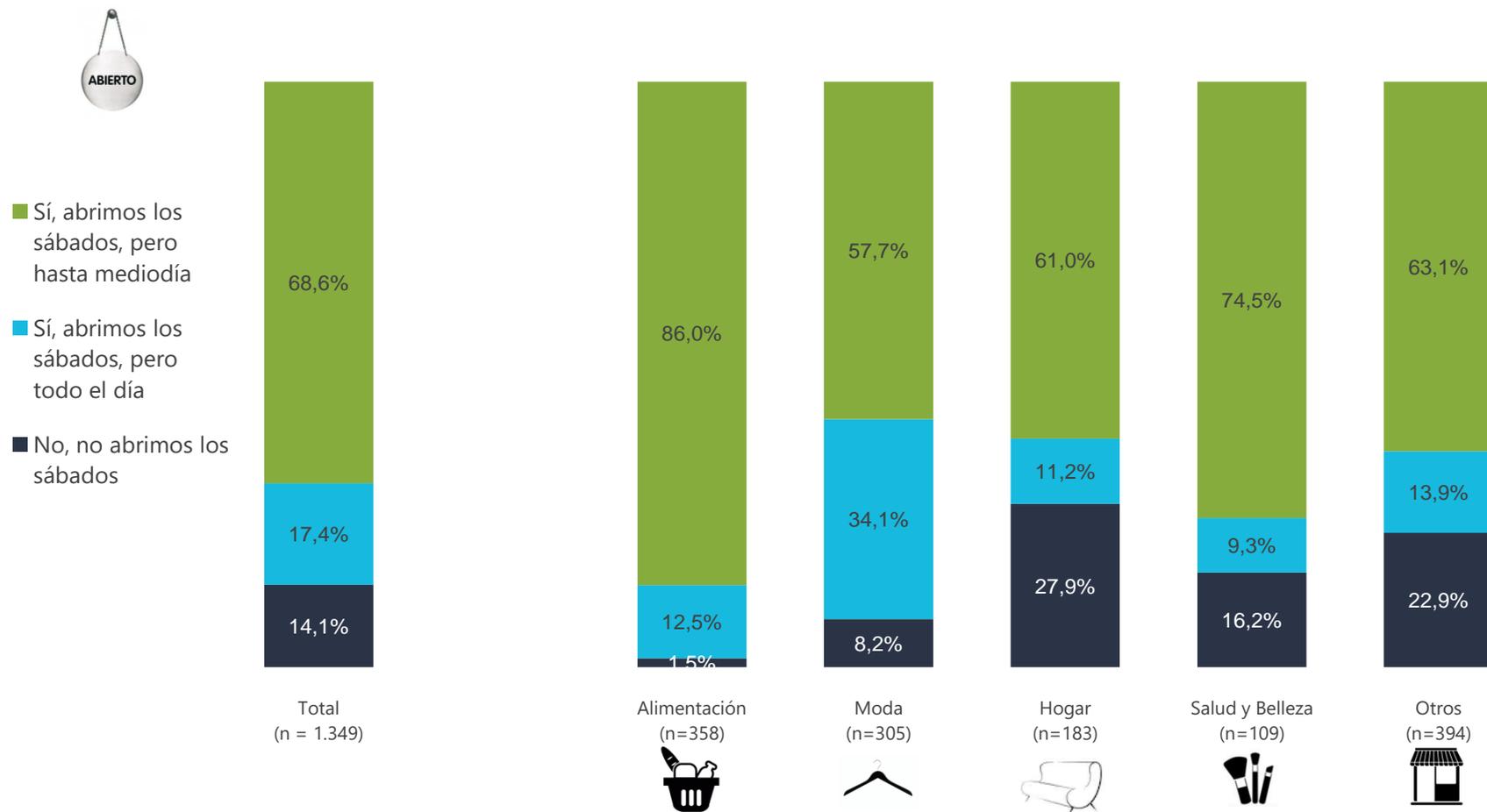
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

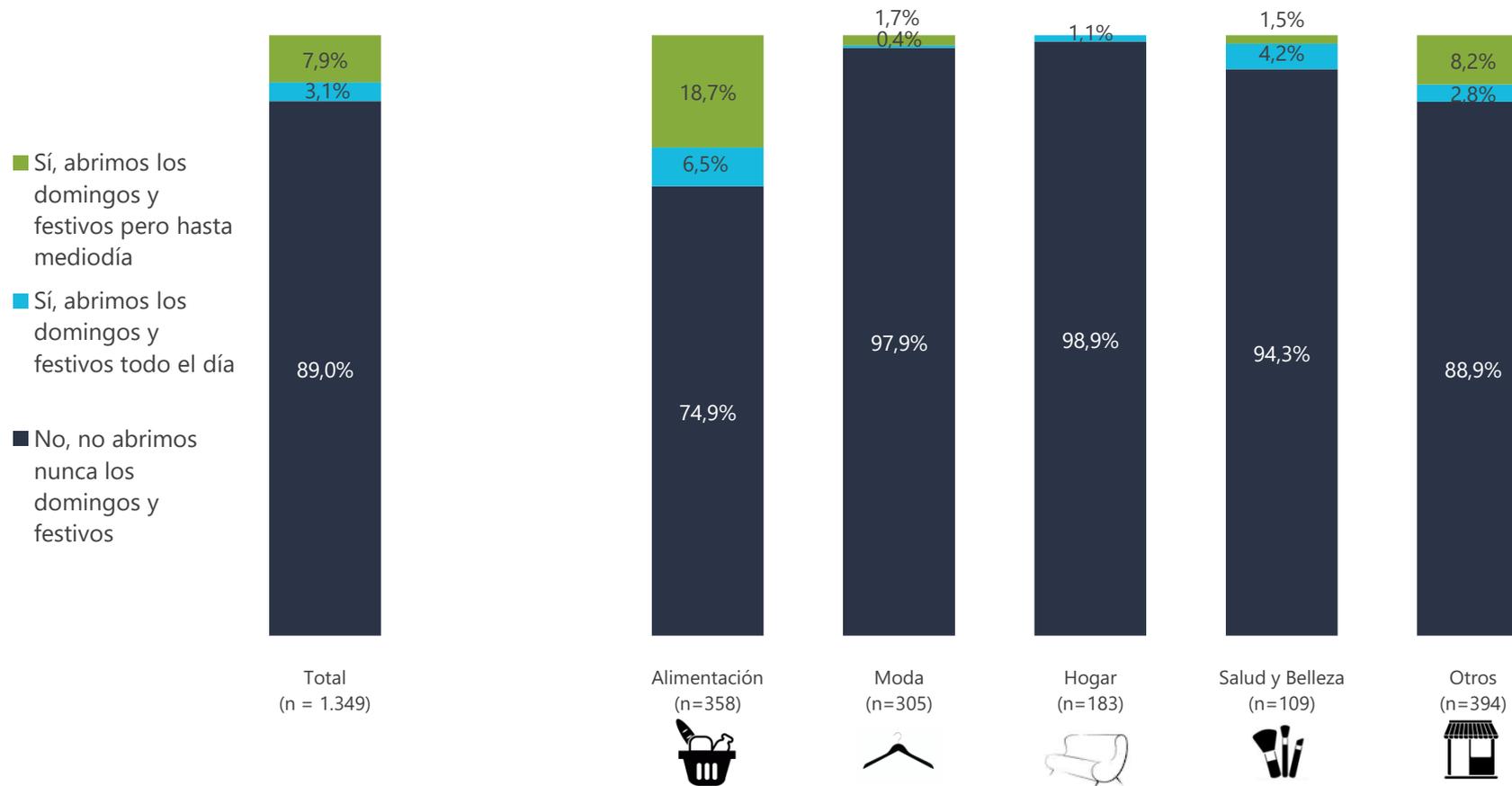
P.2.: Actualmente, su comercio, negocio ¿Abre los sábados?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



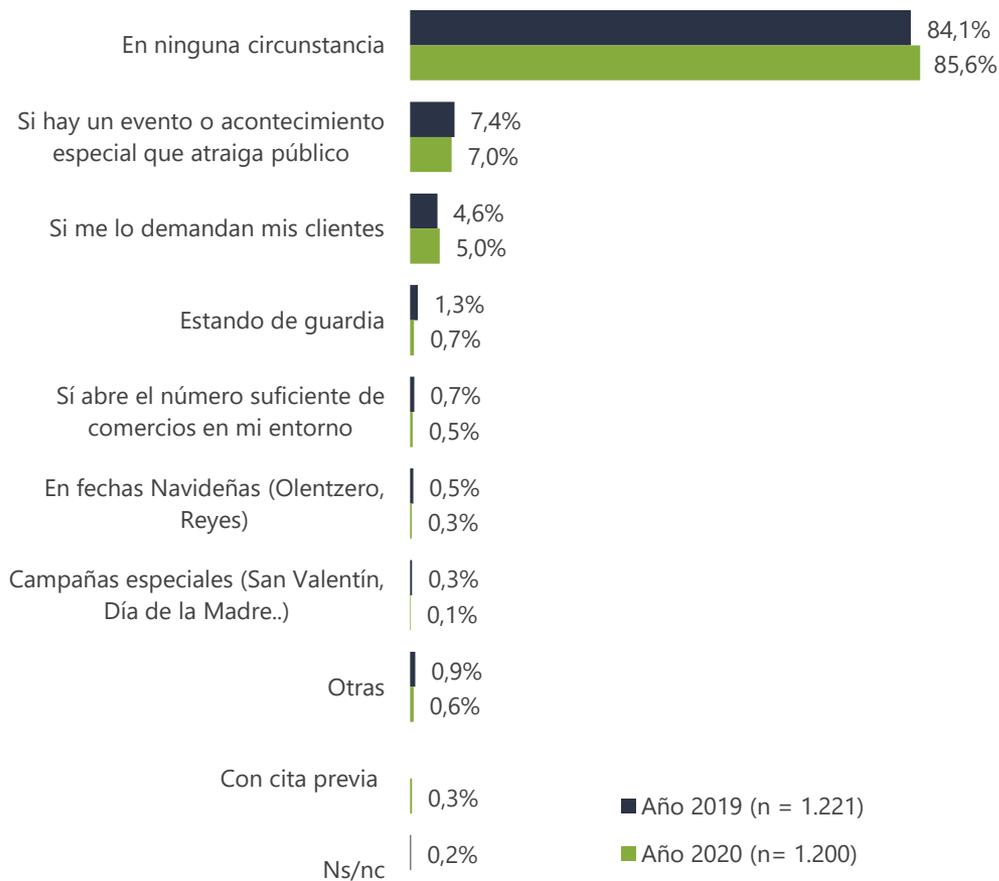
P.2.A.: ¿Su establecimiento abre los domingos y festivos?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.2.B.: ¿En qué circunstancias estaría dispuesto a abrir el establecimiento en domingo o festivo??

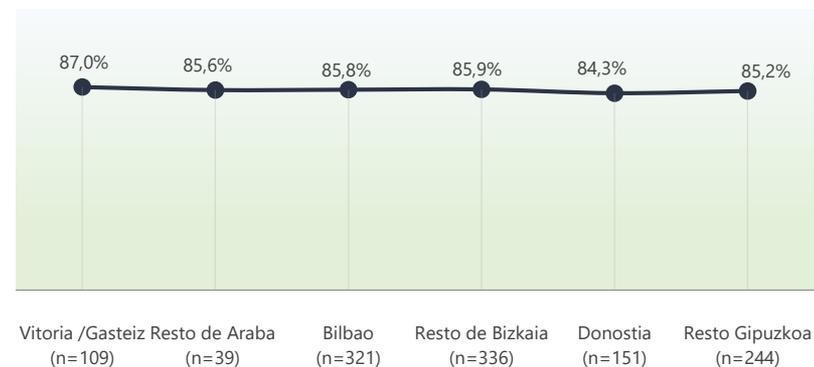
Base: Total de comercios minoristas entrevistados que no abre nunca en domingos y festivos



Tasa de establecimientos que no abriría en ninguna circunstancia según sector de actividad



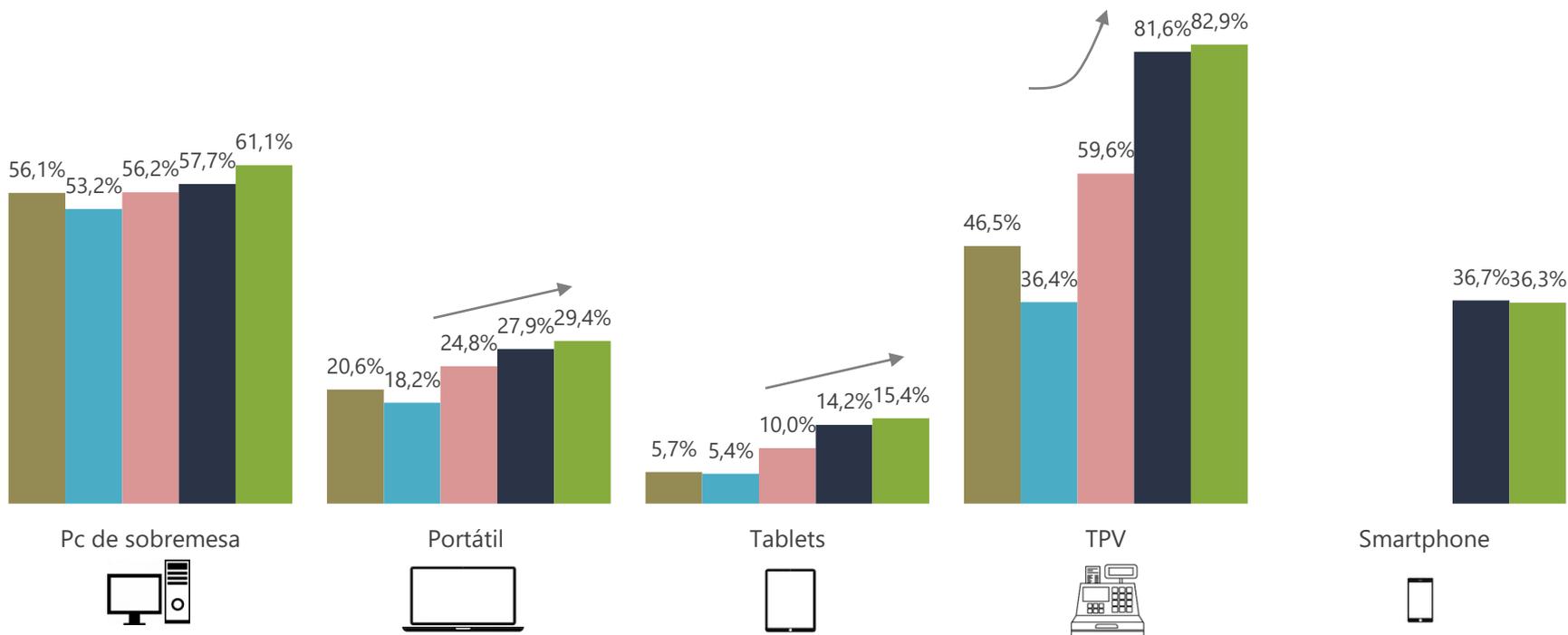
Tasa de establecimientos que no abriría en ninguna circunstancia según Capital/Resto del territorio Histórico



D.6A: De las siguientes tecnologías de la información y de la comunicación ¿Cuáles utilizan en su comercio?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

■ Año 2013 (n = 1.275) ■ Año 2014 (n = 1.347) ■ Año 2015 (n = 1.396) ■ Año 2019 (n = 1.370) ■ Año 2020 (n = 1.349)



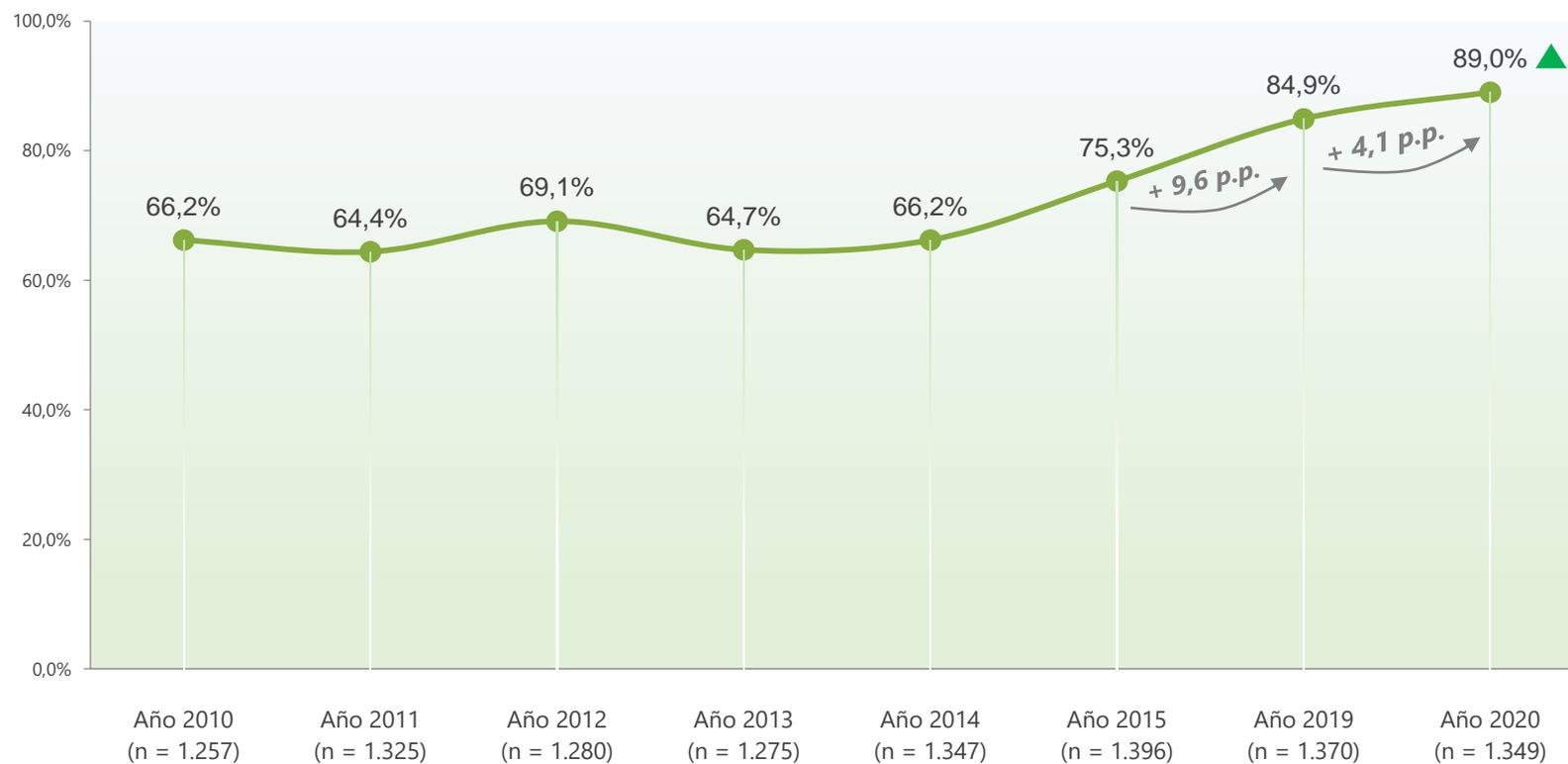
* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

D.7: ¿Tiene conexión a internet?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Evolución de la tasa de comercio minorista con conexión a internet



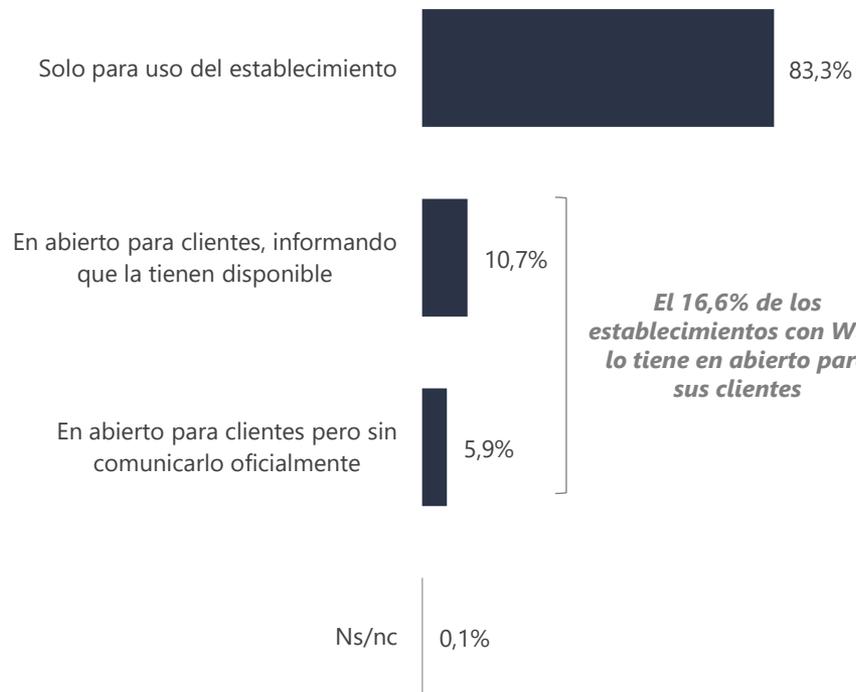
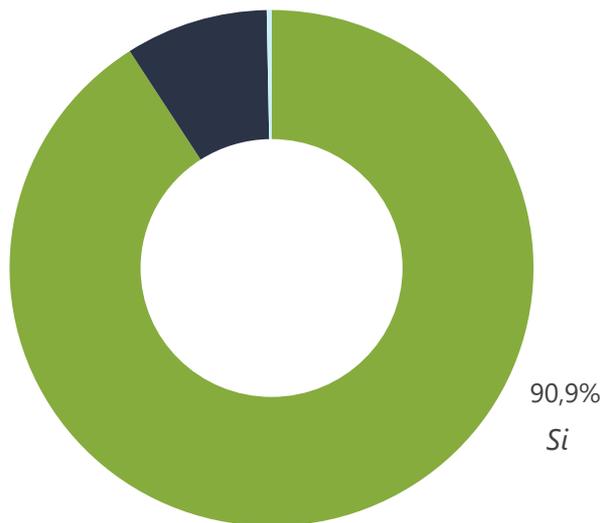
 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

D.7C.: ¿Y esta red wifi la tiene abierta, es accesible para los clientes de alguna forma o es solo para uso del establecimiento?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que tienen conexión a internet y red wi-fi (n=1.091)

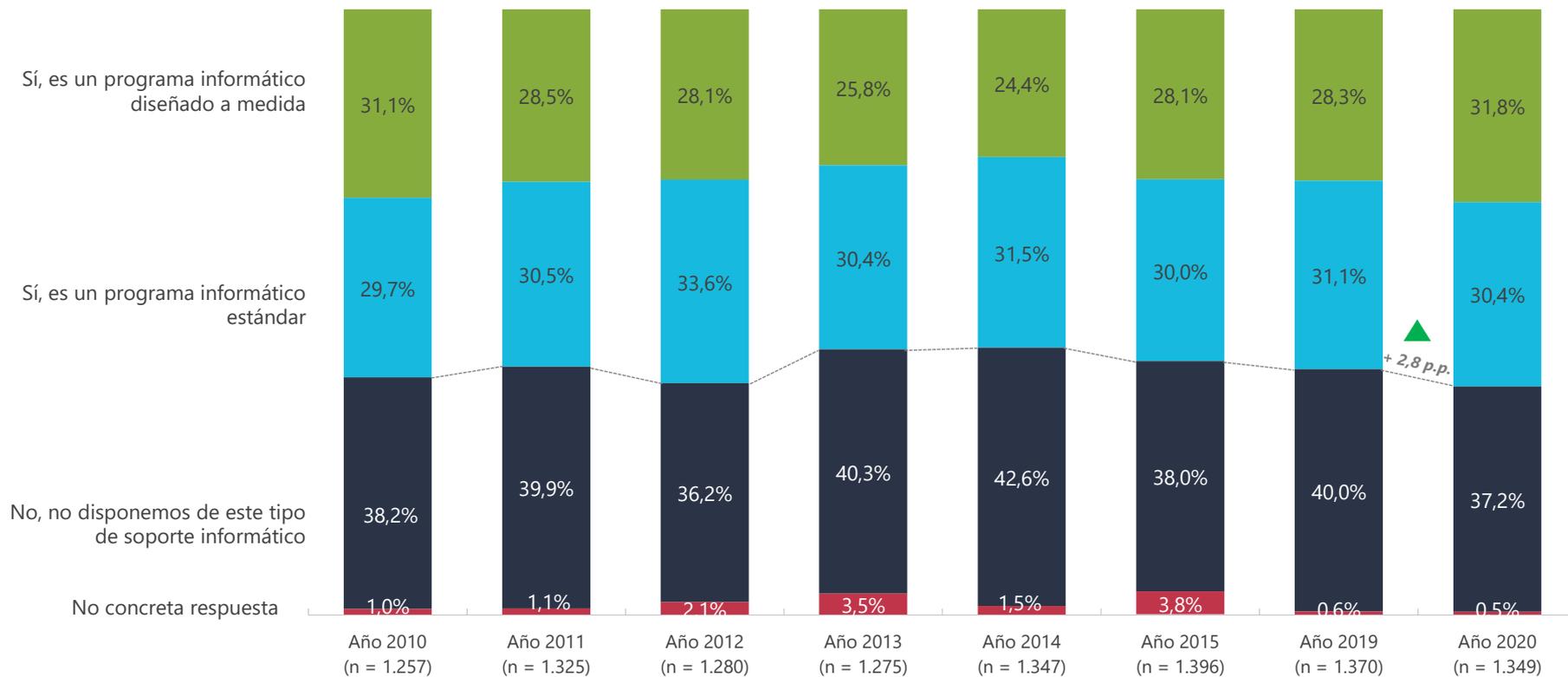


No 8,8%
Ns/nc 0,3%



D.8: ¿Disponen de algún programa informática para la gestión parcial o total de su comercio/negocio?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

3. PERFIL DEL RESPONSABLE DEL COMERCIO

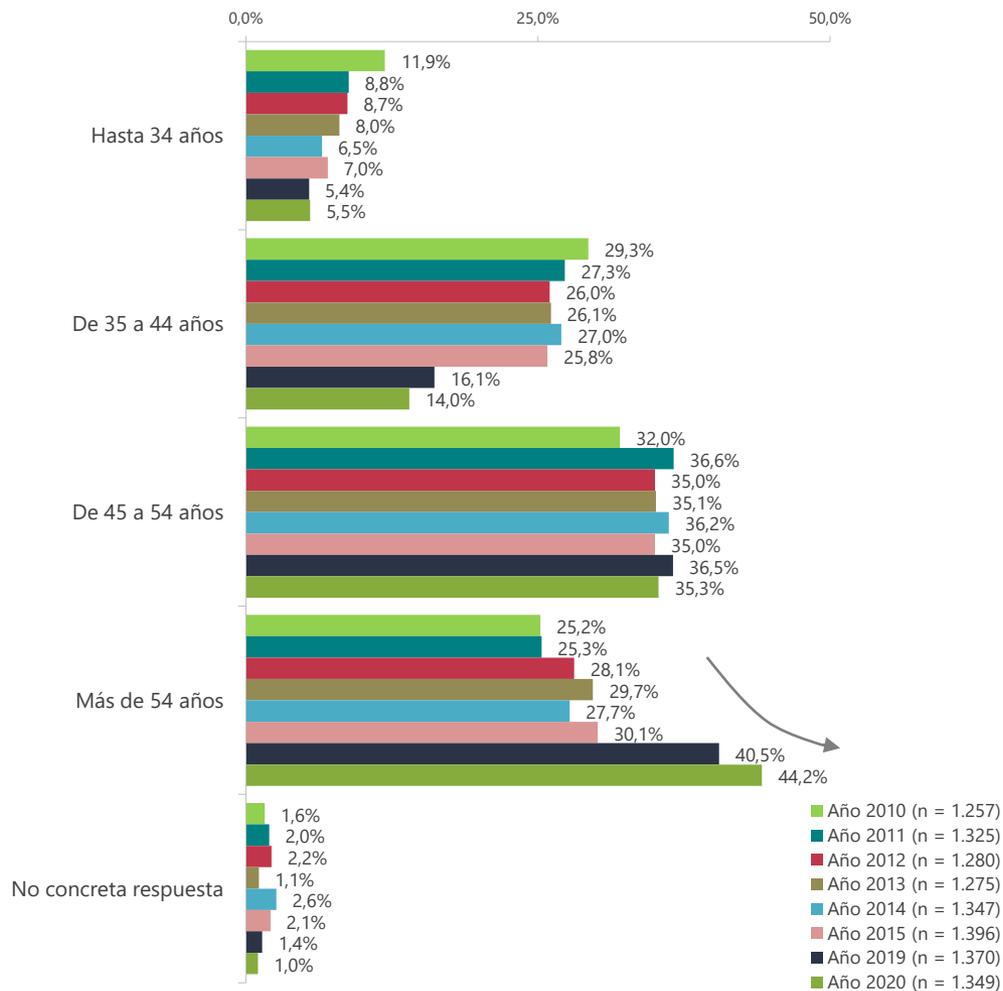
PERFIL DEL RESPONSABLE DEL COMERCIO



- La media de edad de las personas que gestionan el sector comercial minorista vasco se sitúa en los 52 años. Son el 44,2% de los establecimientos los que están gestionados por una persona de más de 54 años.
- La tasa de jóvenes, menores de 34 años, sigue como el pasado año en valores mínimos de todos los Barómetros realizados, continuando el descenso del grupo de gestores en el cohorte de edad entre los 35 y 44 años.
- El 31,0% de las personas que gestionan el comercio minorista vasco ha cursado estudios universitarios. Por otro lado, el 56,0% cuenta con niveles medios de formación, entre ellos destaca el 23,4% que dispone de un FP de grado superior.
- El 85,9% de los gestores del sector comercial minorista vasco ha nacido en la Comunidad Autónoma Vasca. Los gestores alóctonos, del resto del Estado, constituyen el 10,0%, incluyendo la Comunidad Foral de Navarra. Por otra parte, los gestores de origen extranjero representan un 3,3% del total.

D.1: Edad de las personas que gestionan el comercio minorista vasco

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

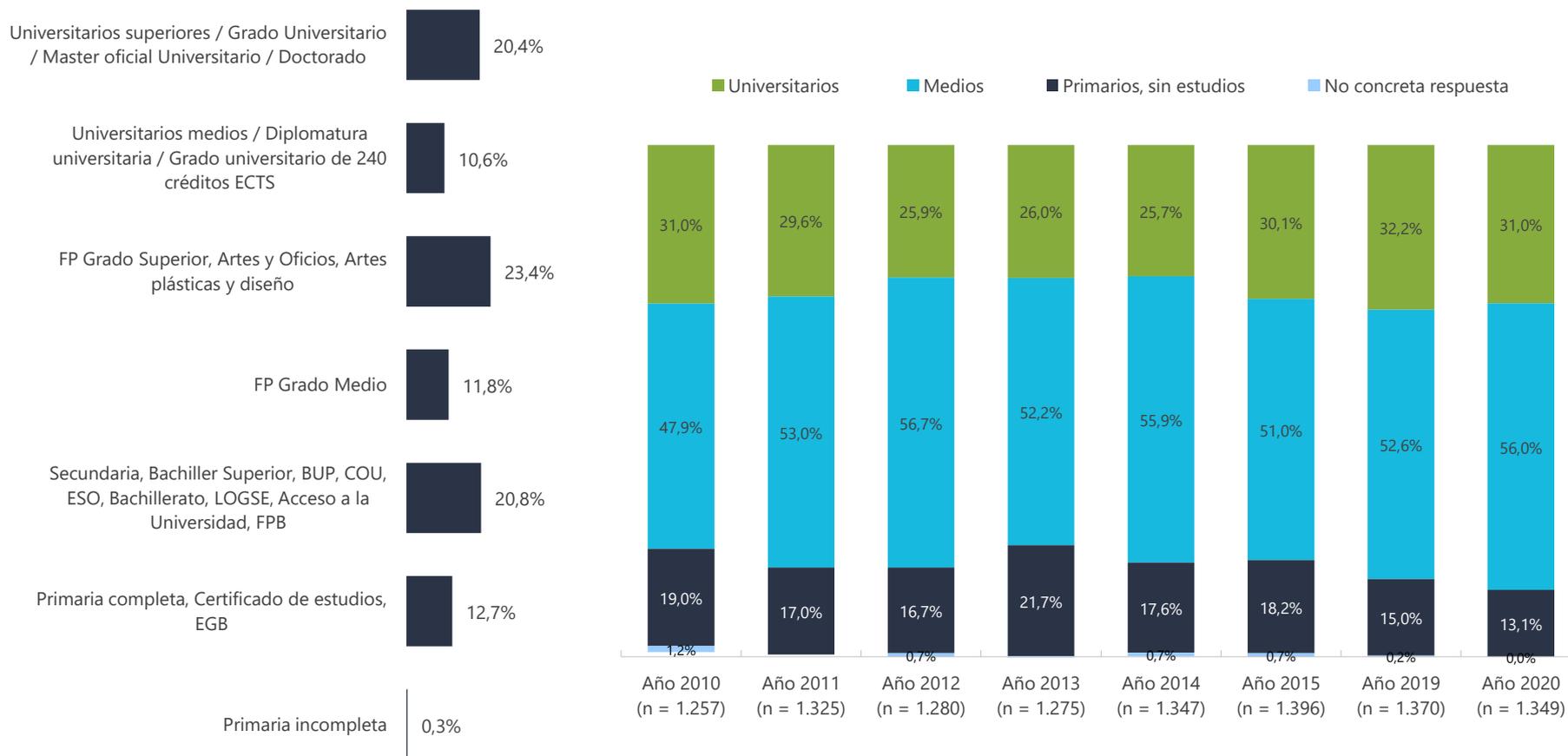


Edad media de la persona responsable en el comercio minorista vasco



D.2: Nivel de estudios ¿Cuáles fueron los últimos estudios completos que usted cursó?*

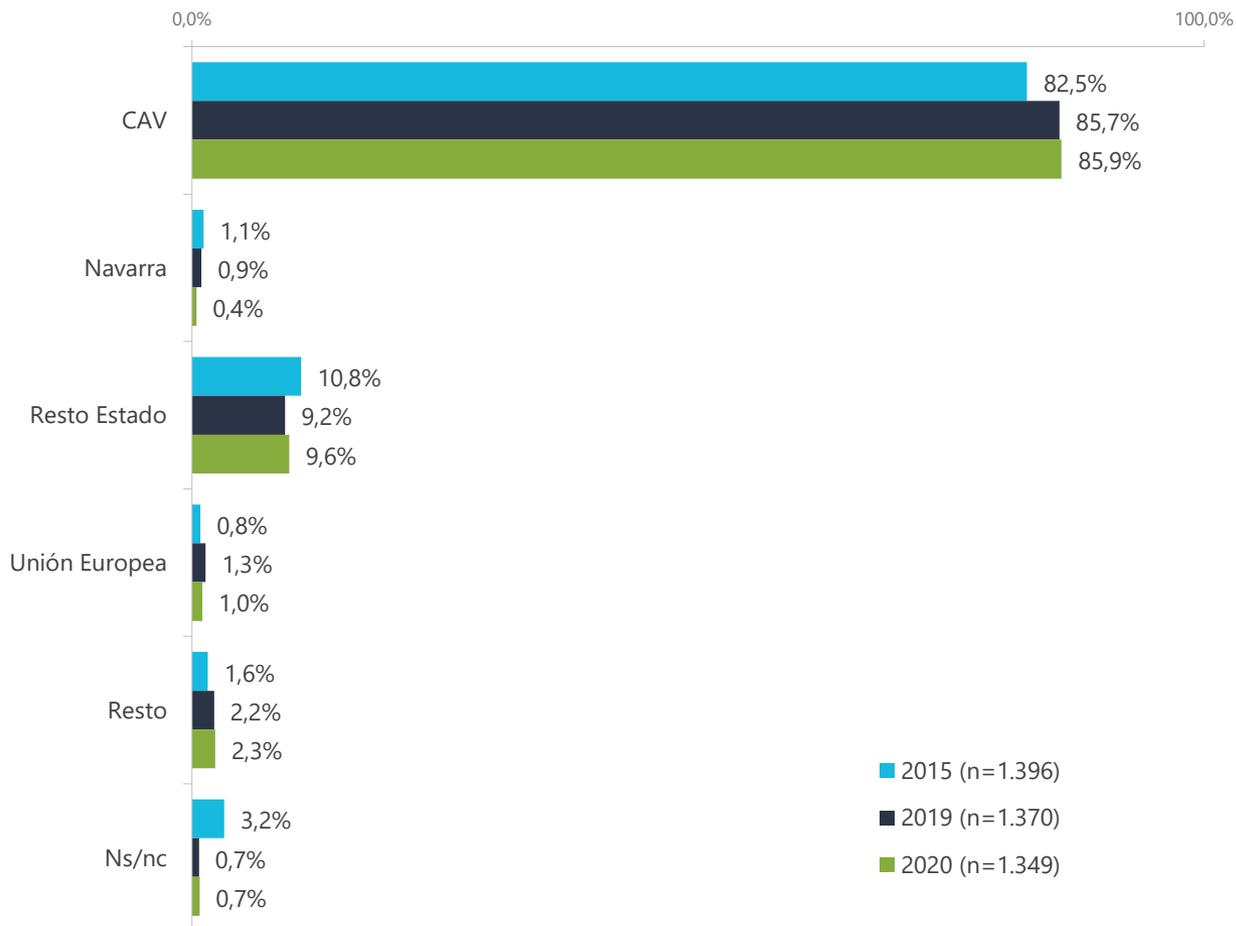
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

D.15: Lugar de nacimiento del dueño del negocio

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

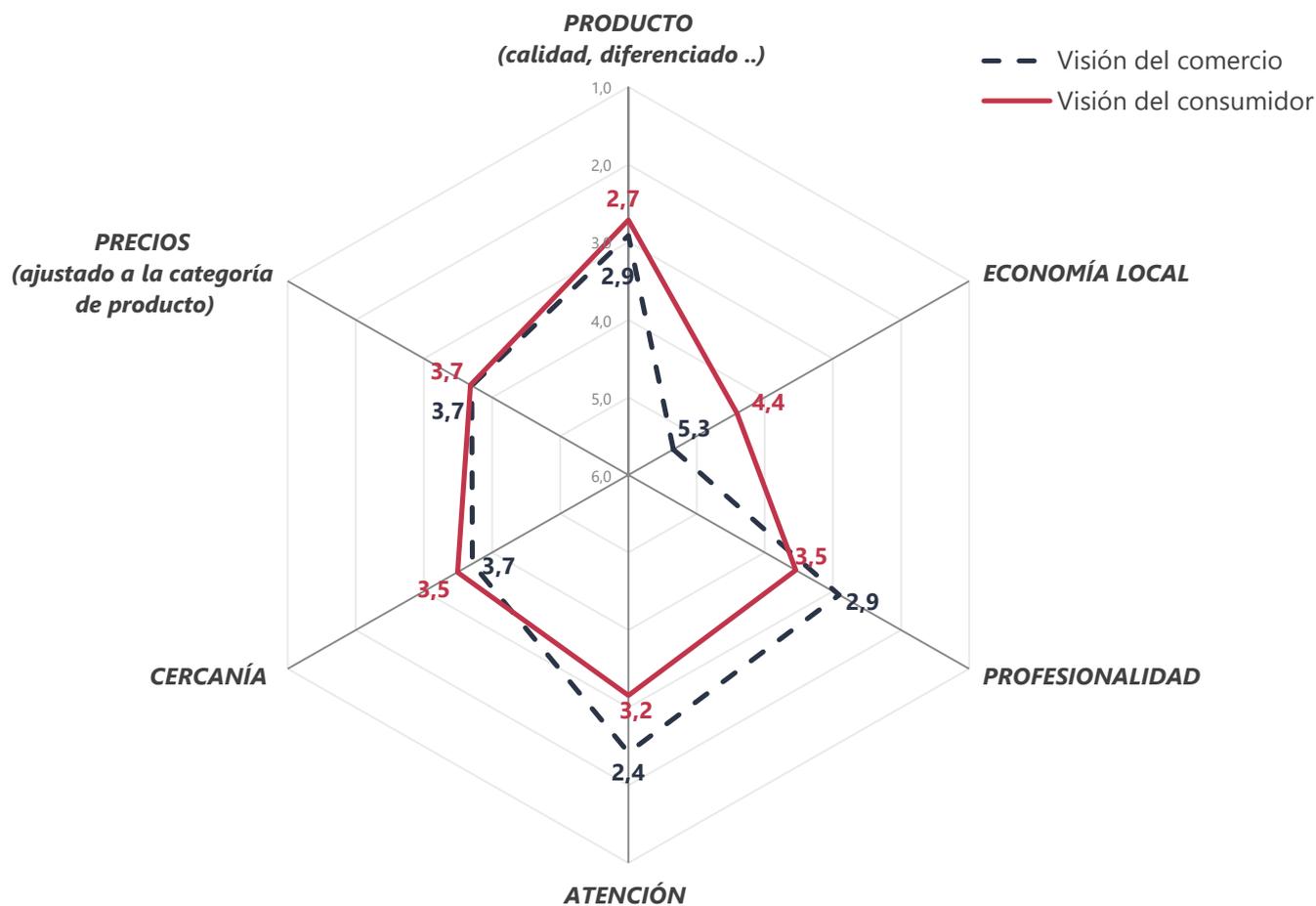
PERFIL DEL RESPONSABLE DEL COMERCIO



- Se ha pedido a los comerciantes entrevistados que valoren el grado de importancia que creen que sus clientes atribuyen a diferentes factores de la actividad comercial, al igual que se realiza en el Barómetro de la Demanda, con el objetivo de conocer si ambos colectivos están alineados y si el sector comercial vasco pone el foco en los aspectos relevantes para su potencial clientela.
- El sector comercial minorista vasco considera en su conjunto que sus clientes valoran por encima de todo en la elección del establecimiento de compra la *atención personal*, seguido de la *profesionalidad*. El sector sitúa en tercer plano la importancia que sus clientes conceden al *producto en sí mismo* según el posicionamiento intencional elegido por la gestión. Resulta relevante destacar que el producto en sí mismo es el factor preeminente para el consumidor en la elección del comercio, a gran distancia del resto de factores.
- Resulta asimismo destacable en la comparativa que confronta ambas visiones, el valor otorgado por el consumidor al hecho de ser *economía local*.

P.44.: Teniendo en cuenta sus clientes, de los siguientes aspectos que le cito a continuación, ¿cuál cree que valoran más?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercer....?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



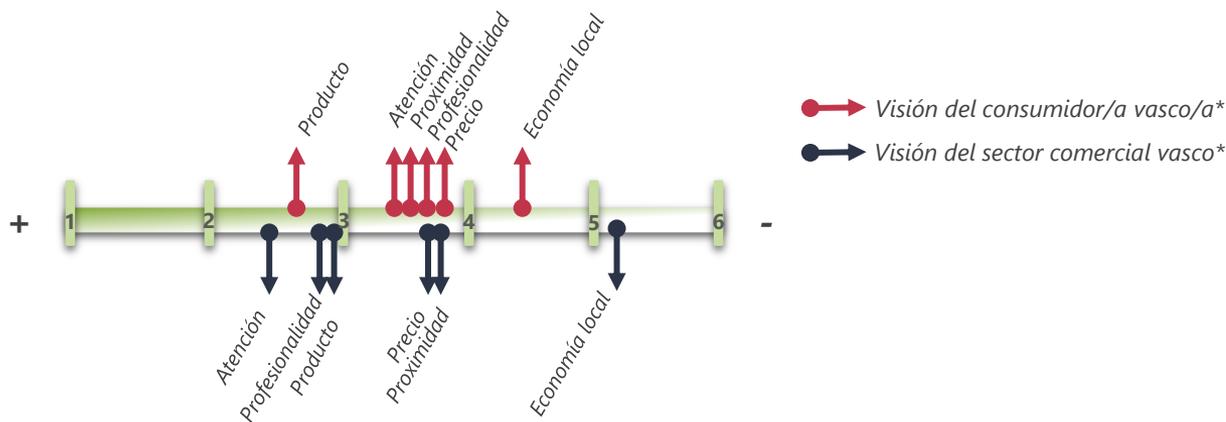
* Media sobre orden atribuido de 1 a 6, en la que 1 corresponde a 1ª posición o más importante y 6, a 6ª posición o menos importante

P.44.: Teniendo en cuenta sus clientes, de los siguientes aspectos que le cito a continuación, ¿cuál cree que valoran más?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercer....?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Visión del consumidor	Visión del sector comercial
La atención	3,16	2,42
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	3,55	2,91
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	2,71	2,92
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,69	3,70
La cercanía / proximidad	3,49	3,71
Ser comercio local / economía local	4,41	5,34

Primer aspecto
 Segundo aspecto
 Tercer aspecto



* Media sobre orden atribuido de 1 a 6, en la que 1 corresponde a 1ª posición o más importante y 6, a 6ª posición o menos importante

P.44.: Teniendo en cuenta sus clientes, de los siguientes aspectos que le cito a continuación, ¿cuál cree que valoran más?, ¿y en segundo lugar?, ¿y en tercer....?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Grandes grupos de actividad				
	 Alimentación (n = 358)	 Moda (n = 305)	 Hogar (n = 183)	 Salud y Belleza (n = 109)	 Otros (n = 394)
La atención	2,55	2,42	2,40	2,34	2,34
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	3,26	2,93	2,73	2,52	2,77
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	2,47	2,84	3,06	3,45	3,16
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,78	3,62	3,44	4,24	3,66
La cercanía / proximidad	3,54	3,88	3,82	3,20	3,83
Ser comercio local / economía local	5,40	5,30	5,56	5,26	5,24

 Primer aspecto
 Segundo aspecto
 Tercer aspecto

* Media sobre orden atribuido de 1 a 6, en la que 1 corresponde a 1ª posición o más importante y 6, a 6ª posición o menos importante

4. EL IMPACTO DE LA PANDEMIA POR LA COVID-19 EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

EL IMPACTO DE LA PANDEMIA



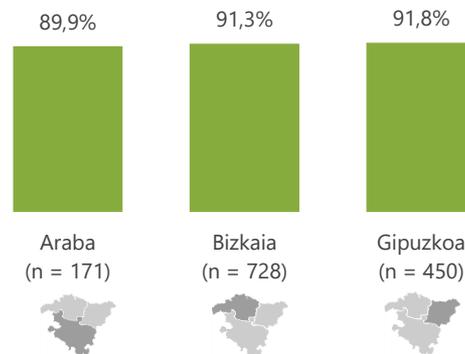
- Nueve de cada diez comercios minoristas consultados ha tenido que realizar inversiones en su establecimiento durante el año 2020 con el objeto de prepararse para ejercer su actividad con la crisis sanitaria (el 91,3%).
- Entre las inversiones más nombradas, los dispensadores de gel hidroalcohólico (97,7%) y los materiales específicos para desinfección y limpieza (57,3%) que son mayoritarios en el comercio minoristas vasco. También elementos como las pantallas de metacrilato o semejantes, las necesarias señalizaciones de flujos para los visitantes en sala de venta y las mascarillas, entre otros.
- Durante el año 2020 los comercios minoristas vascos también han sabido adaptarse al contexto de pandemia de forma que tres de cada diez establecimientos (el 29,5%) ha desarrollado nuevos servicios para atender a sus clientes y a la demanda potencial.
- Por último, uno de cada dos comercios entrevistados dice haber accedido a ayudas de algún tipo procedentes de la Administración Pública durante el 2020; el 52,5%. Por el contrario, el 44,0% no ha contado con soporte de ningún tipo.

P.23B: ¿A consecuencia de la pandemia por la Covid 19 ha realizado algún tipo de inversión extraordinaria durante el año 2020 para preparar su establecimiento o servicio ante esta situación?

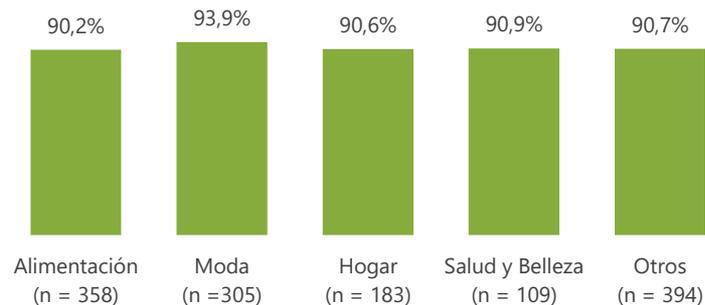
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tasa de comercio minorista que ha realizado inversiones extraordinarias por la pandemia según territorio histórico

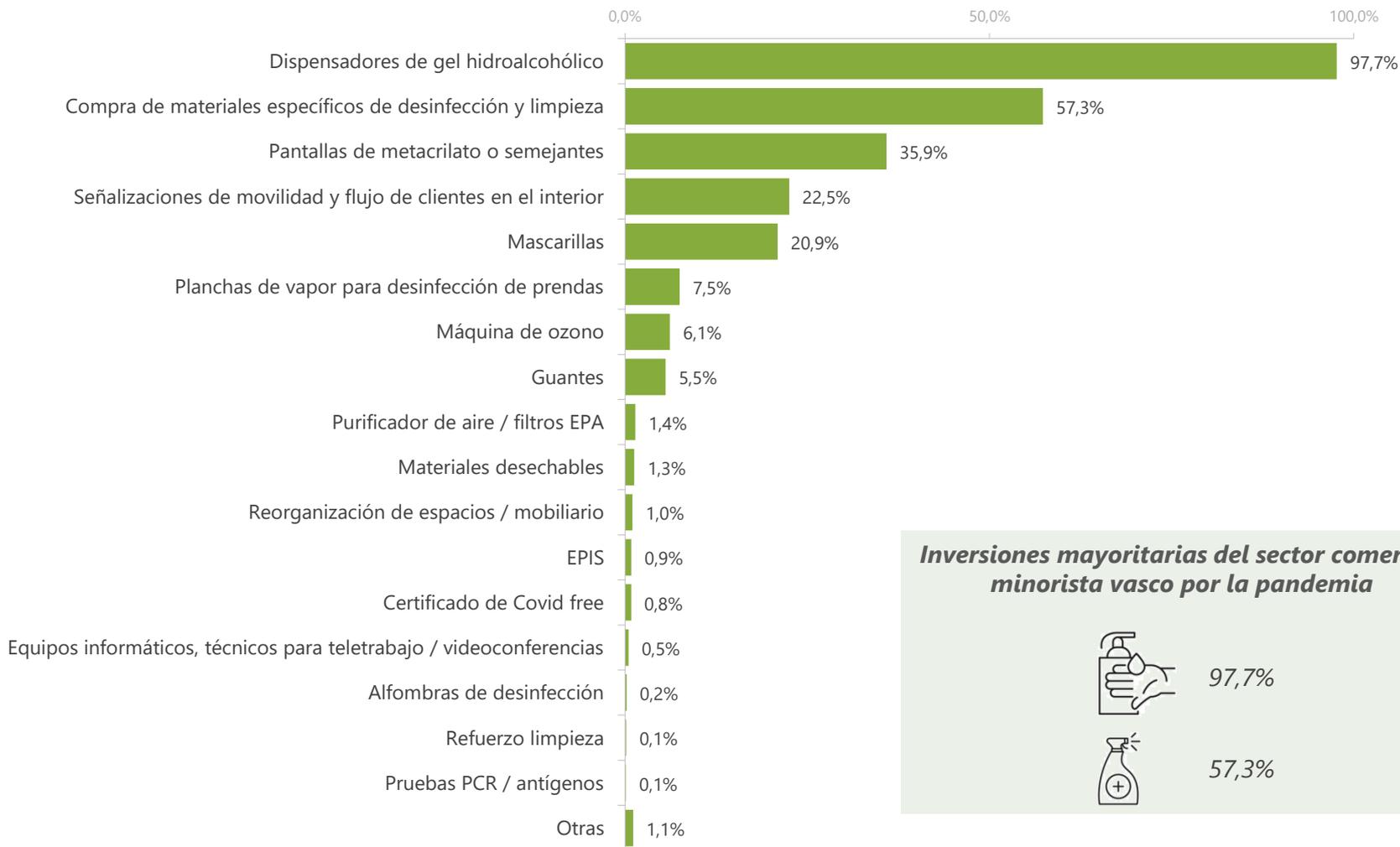


Tasa de comercio minorista que ha realizado inversiones extraordinarias por la pandemia según sector



P.23C: ¿Que tipo de inversiones ha acometido en su establecimiento?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que ha acometido inversiones extraordinarias por la pandemia (n=1.231)



Inversiones mayoritarias del sector comercial minorista vasco por la pandemia



97,7%



57,3%

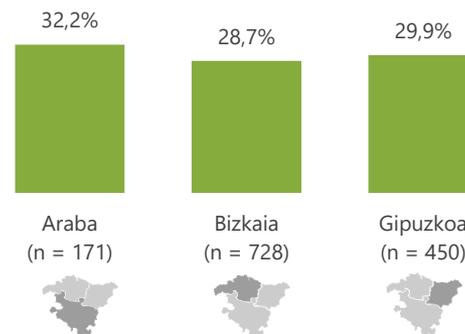
* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

P.23D: ¿Y ha puesto en marcha o desarrollado nuevos servicios a clientes a consecuencia de la Covid-19?*

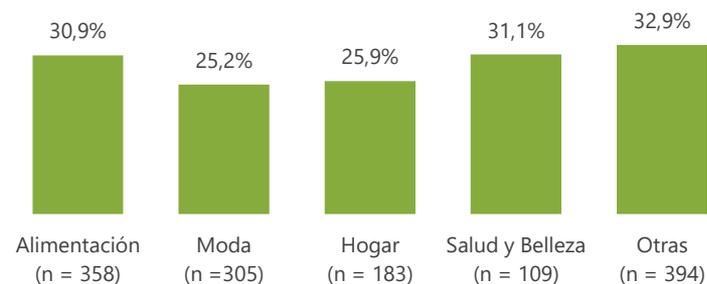
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tasa de comercio minorista que ha desarrollado nuevos servicios por la pandemia según territorio histórico

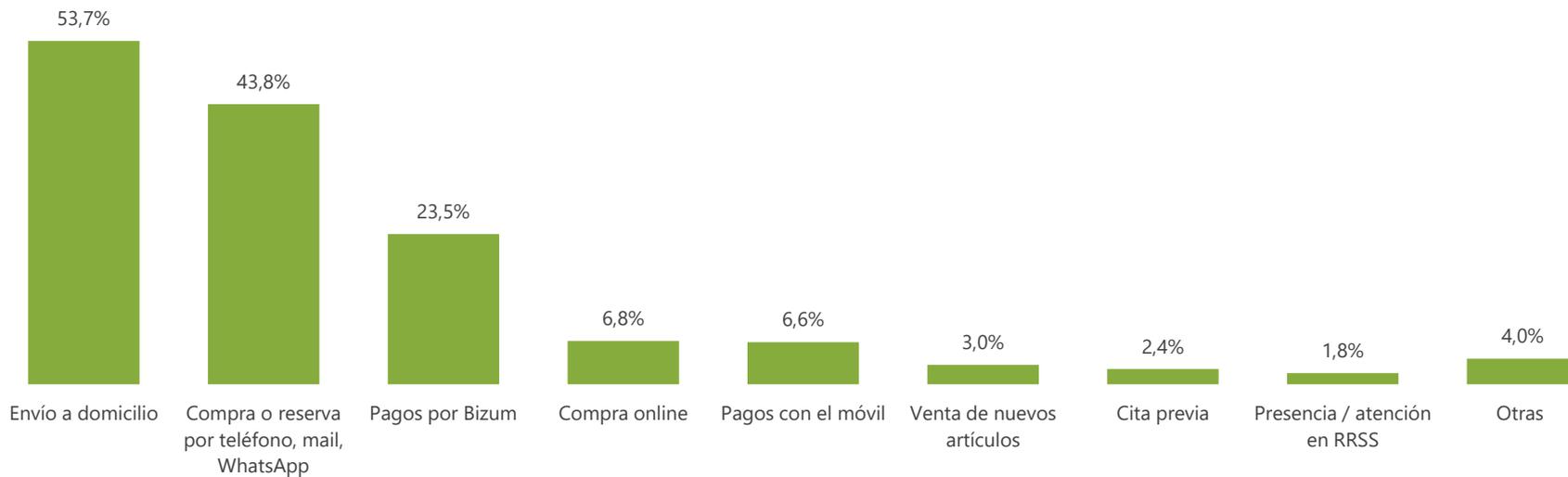


Tasa de comercio minorista que ha desarrollado nuevos servicios por la pandemia según sector



P.23E: ¿Qué tipo de servicios adicionales a los clientes ha puesto en marcha o desarrollado?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que ha desarrollado nuevos servicios a clientes (n=398)



P.23E: ¿ ¿Qué tipo de servicios adicionales a los clientes ha puesto en marcha o desarrollado?

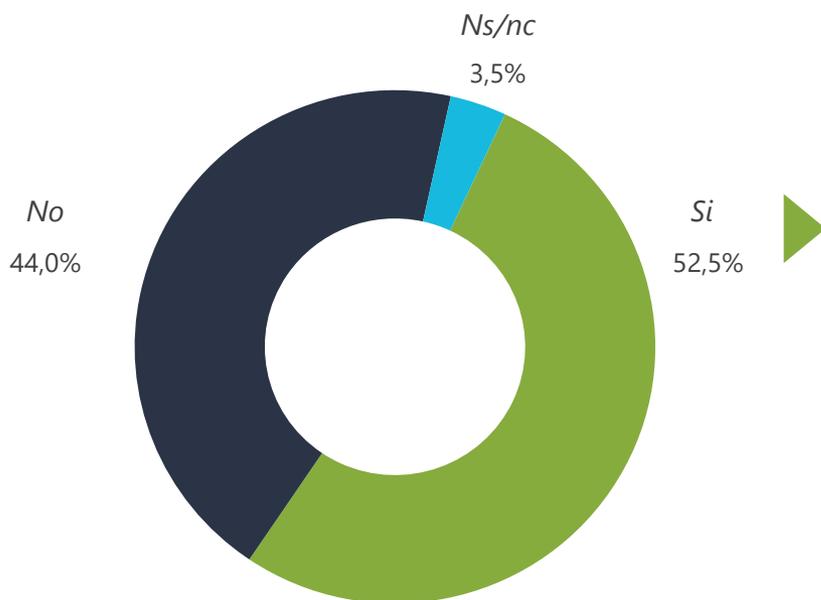
Base: Total de comercios minoristas entrevistados que ha desarrollado nuevos servicios a clientes (n=398)

	Grandes grupos de actividad				
	 Alimentación (n = 110)	 Moda (n = 77)	 Hogar (n = 48)	 Salud y Belleza (n = 34)	 Otros (n = 130)
Envío a domicilio	70,2%	47,9%	39,7%	71,4%	43,6%
Compra o reserva por teléfono, mail, WhatsApp	50,6%	35,0%	52,3%	48,9%	38,7%
Pagos por Bizum	21,5%	33,2%	16,1%	9,9%	25,8%
Compra online	2,9%	9,7%	5,0%	4,7%	9,6%
Pagos con el móvil	7,7%	3,7%	5,1%	8,3%	7,5%
Venta de nuevos artículos	2,7%	1,7%	4,0%	--	4,6%
Cita previa	--	3,9%	8,8%	--	1,8%
Otras	5,8%	1,4%	2,2%	1,5%	5,4%

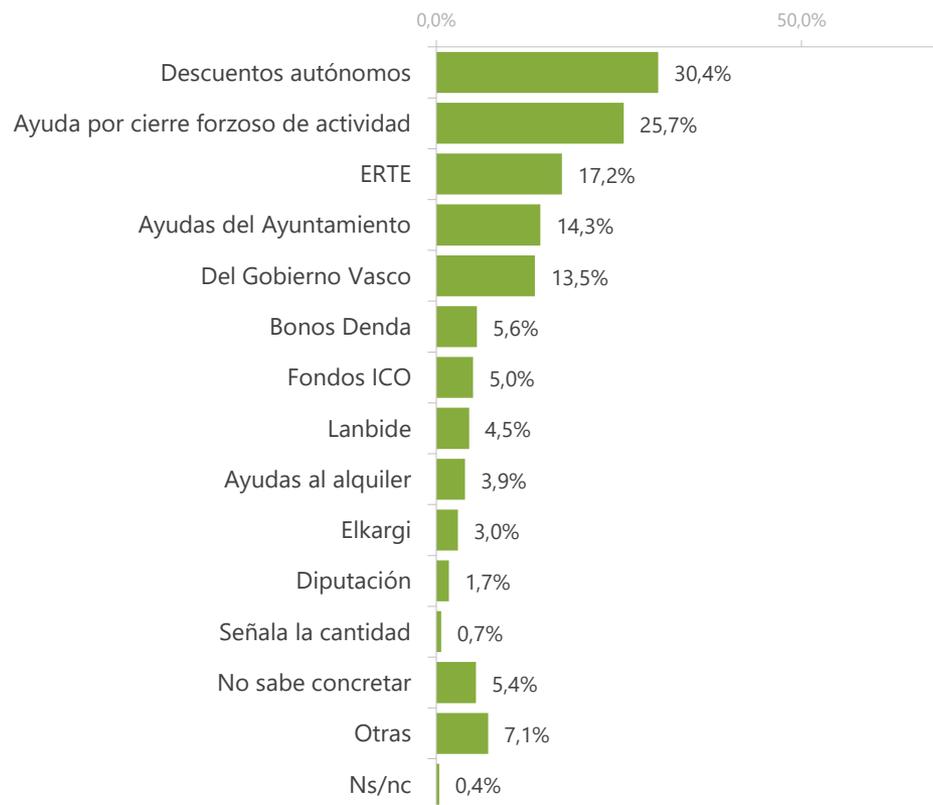
 Valores por encima de la media del conjunto según sector de actividad

P.40/41: ¿Su establecimiento se ha acogido durante el año 2020 a algún tipo de ayuda o prestación otorgada por las administraciones públicas?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tipo de ayudas recibidas*



* Respuesta abierta.

5. LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES

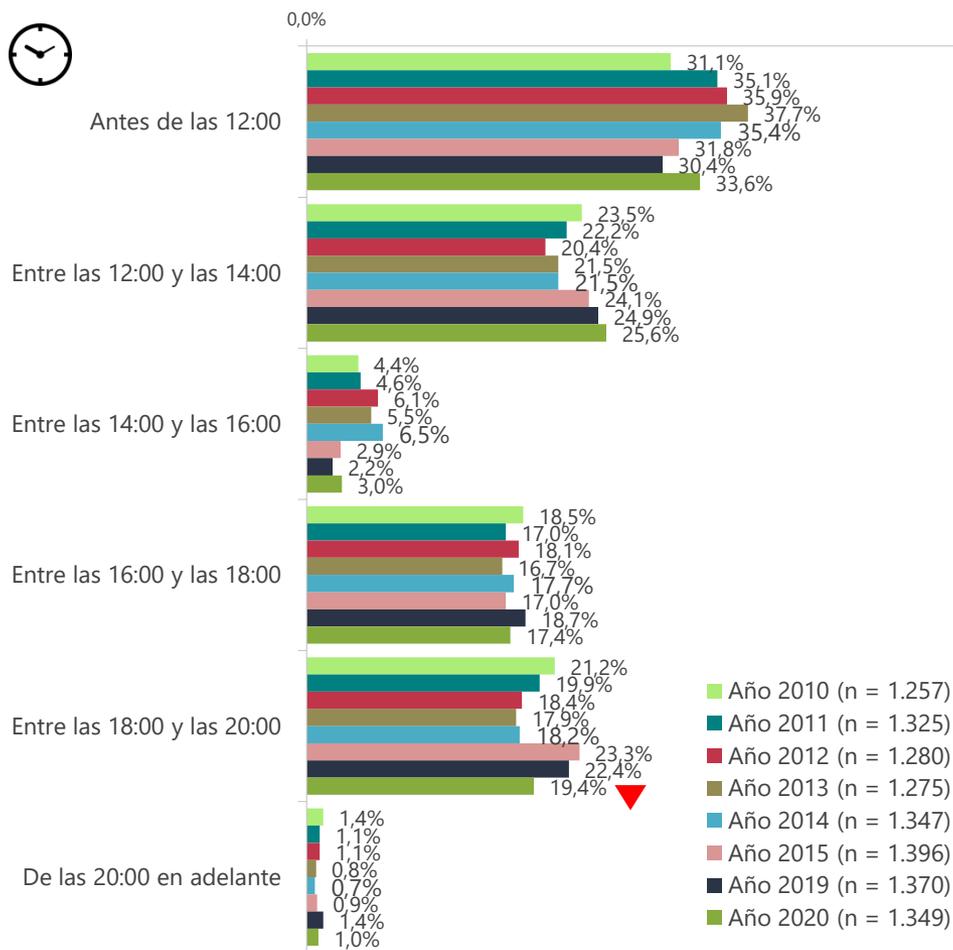
LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES EN 2020



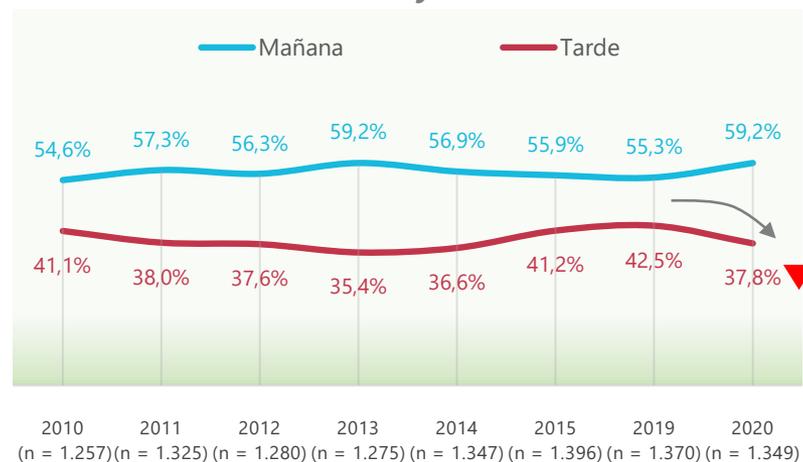
- El Barómetro de 2020 pone de manifiesto que la tasa de visitantes y clientes se ha reducido manifiestamente en horario de tarde en términos generales, lo que puede estar en relación con el toque de queda y las restricciones de movilidad que han afectado a los consumidores. Así, si en 2019 el 55,3% de las visitas al comercio se realizaban en horario de mañana, durante este año el dato se ha incrementado hasta el 59,2% (3,9 puntos porcentuales más), reduciéndose en consecuencia las visitas en horario de tarde, especialmente a partir de las 18 horas.
- En lo que respecta a la afluencia en días de la semana, el lunes y el viernes siguen siendo los días en los que se produce mayor número de visitas a los establecimientos comerciales minoristas vascos.
- La percepción del sector en lo que respecta a los clientes, personas que han realizado algún gasto ha empeorado significativamente respecto al Barómetro de 2019. Son mayoría, el 55,9%, los establecimientos que han visto reducido el número de clientes o personas que han realizado algún gasto, 13,3 puntos porcentuales más que en 2019.
- Cabe destacar que el sector de alimentación es el único de todos los analizados que muestra un balance en términos de clientes con saldo positivo.

P.17: ¿Cómo se reparte la afluencia a su comercio / negocio entre los siguientes tramos horarios?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tendencia de la afluencia en tramos horarios de mañana y tarde

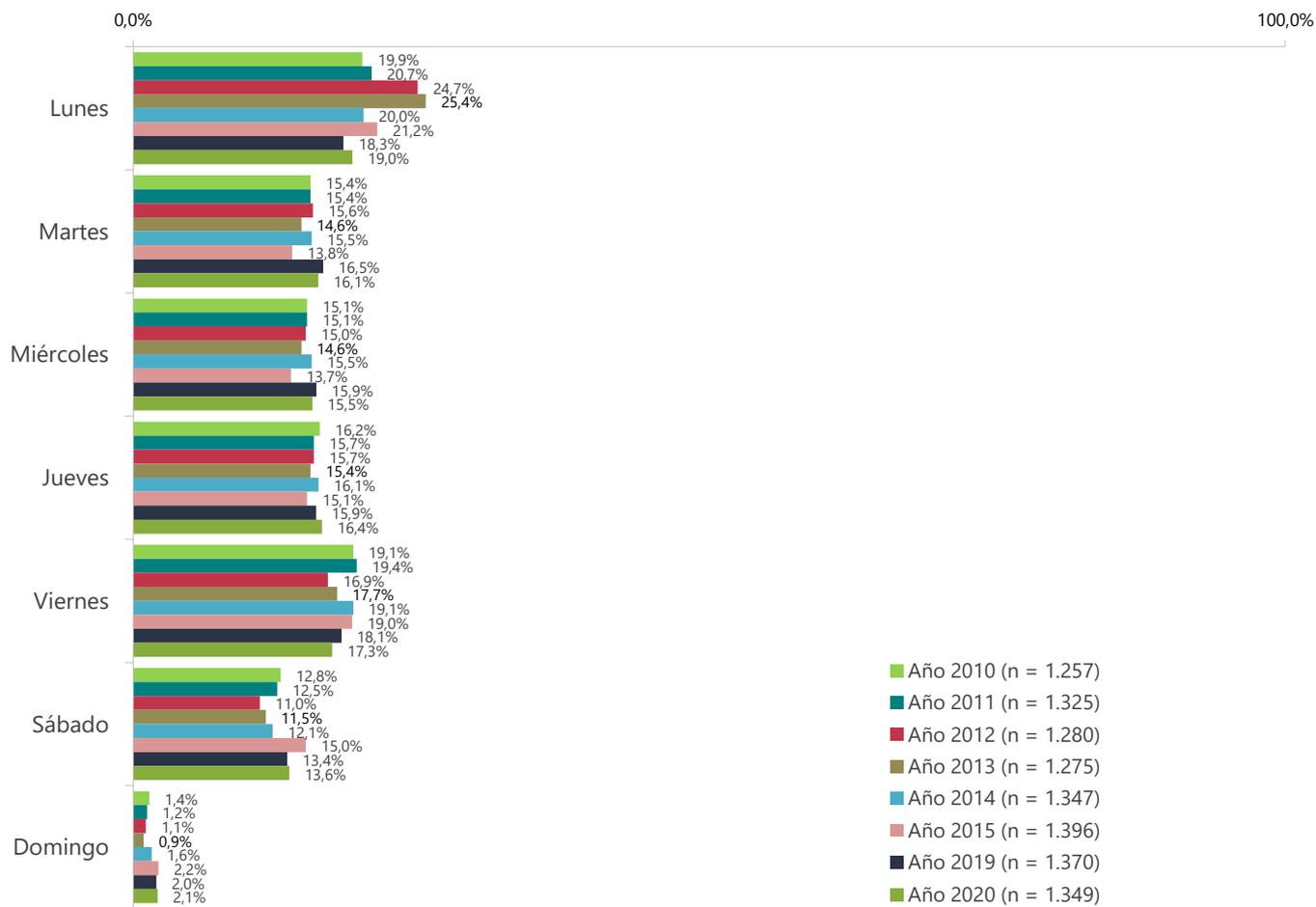


  Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

* Se sugirieron las opciones de respuesta

P. 18: Y durante el año 2020, ¿cómo se ha repartido la afluencia a su comercio /negocio en función de los días de la semana?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

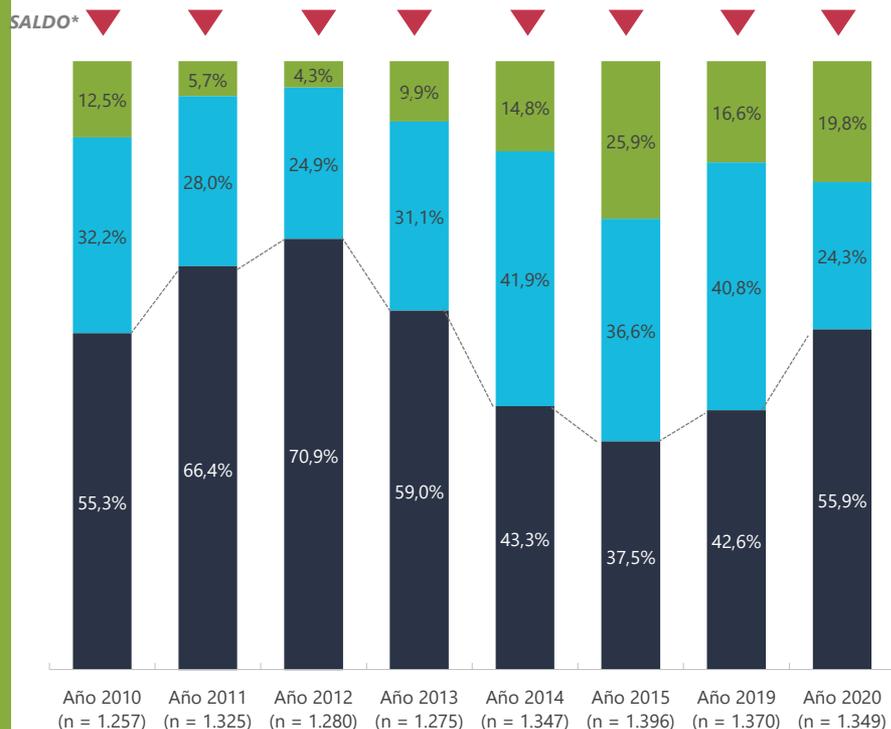


* Se sugirieron las opciones de respuesta

P. 14/P. 16.: ¿Diría usted que la afluencia de clientes (ventas) y visitantes a su comercio durante el año 2020 ha sido mayor, igual o menor, que el año anterior?*

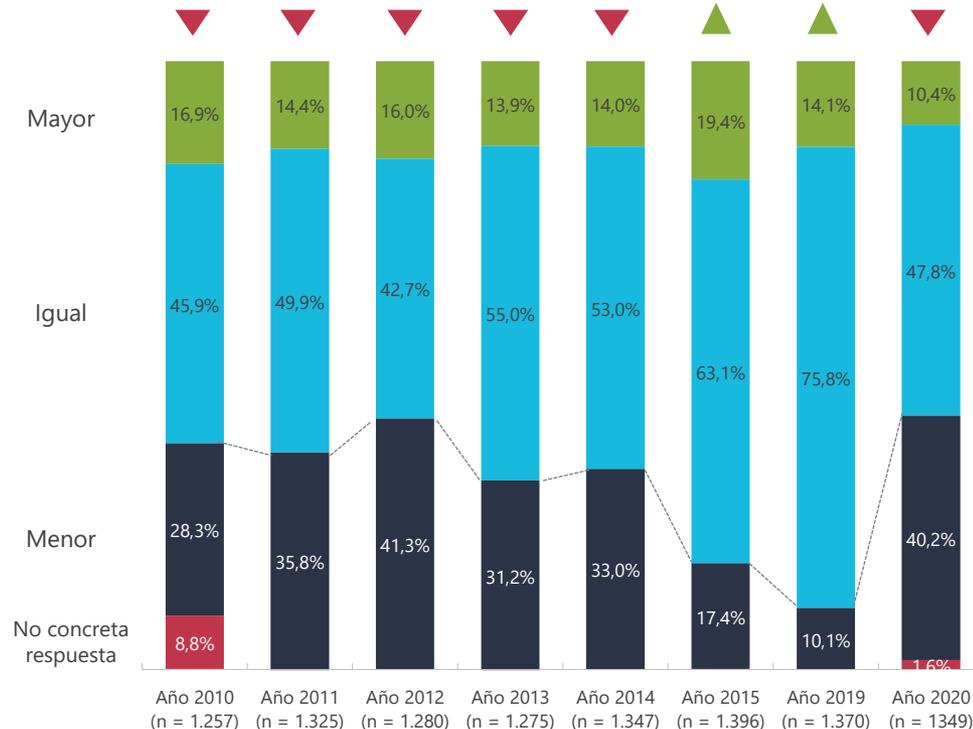
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Cientes, personas que han realizado algún gasto



Crece en 13,3 puntos porcentuales la tasa de comercio minorista que ha visto como los compradores descendían

Visitantes, personas que no han realizado gasto



Crece en más de 30 puntos porcentuales la tasa de comercio minorista que ha visto como los visitantes descendían

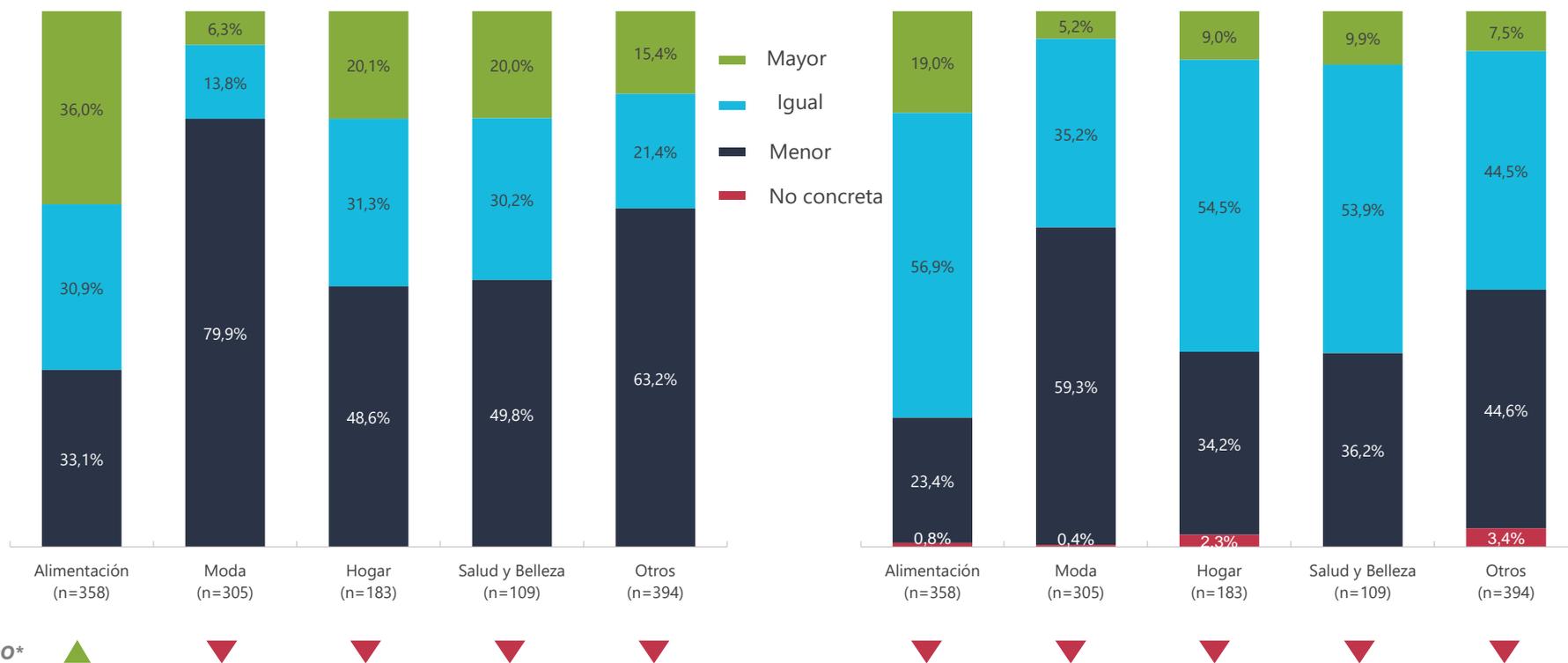
* Saldo de variación entre el % Mayor - % Menor. Tendencia crecimiento ▲ . Tendencia de contracción ▼

P.14/P.16.: ¿Diría usted que la afluencia de clientes (ventas) y visitantes a su comercio durante el año 2020 ha sido mayor, igual o menor, que el año anterior?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Cientes, personas que han realizado algún gasto

Visitantes, personas que no han realizado gasto

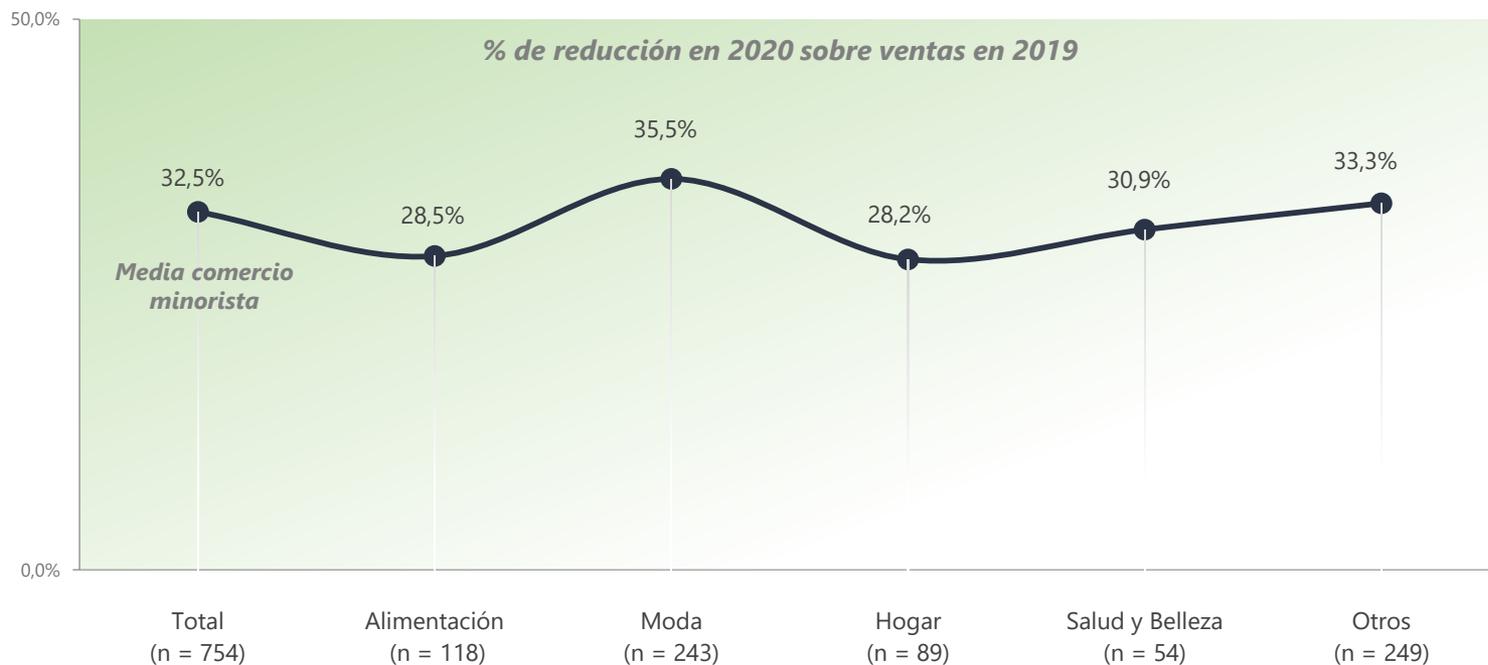
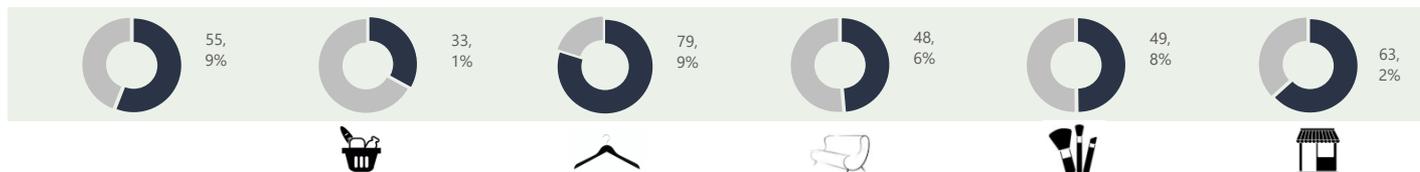


* Saldo de variación entre el % Mayor - % Menor. Tendencia crecimiento ▲ . Tendencia de contracción ▼

P. 14B.: ¿En que porcentaje cifra el descenso de clientes/ventas en 2020 respecto a 2019?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que ha visto descender sus ventas (n=754)

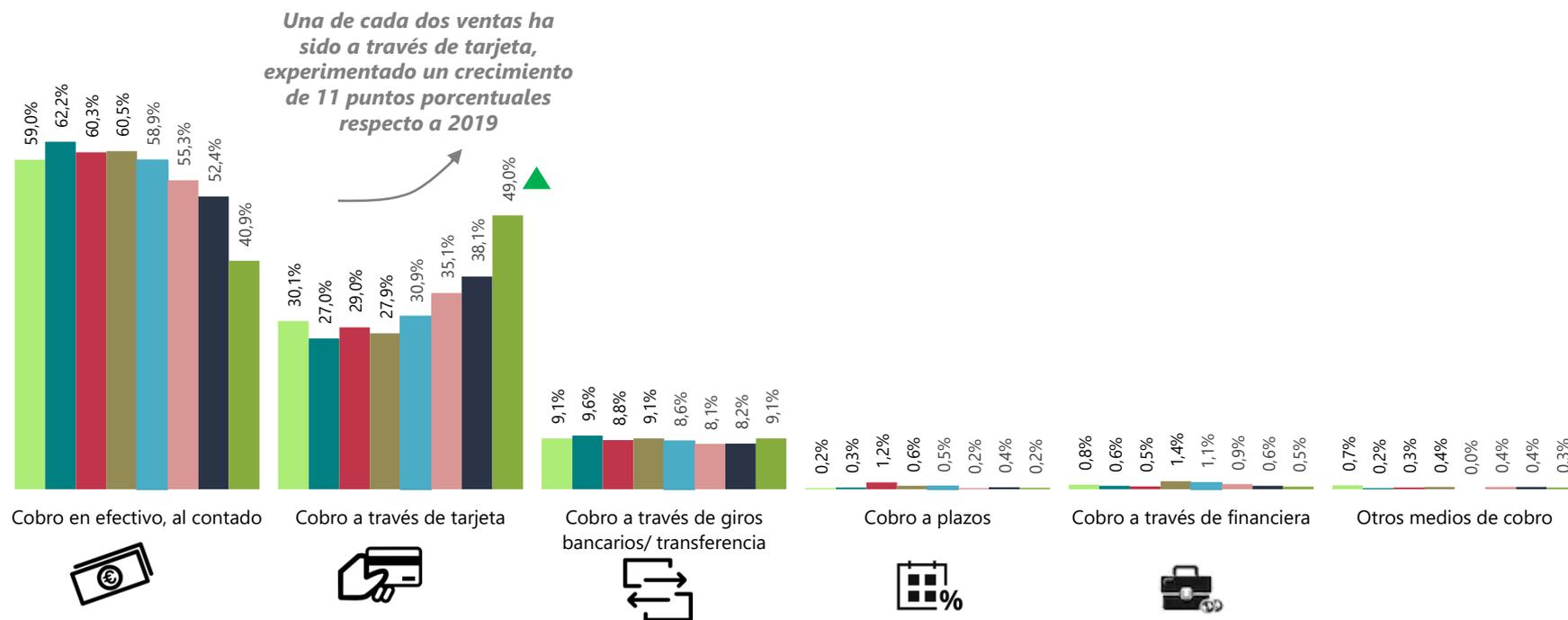
Tasa de comercios minoristas que han visto reducidas sus ventas



P.12: ¿Cómo se distribuyen las ventas en función de los siguientes medios de cobro?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

■ Año 2010 (n = 1.257) ■ Año 2011 (n = 1.325) ■ Año 2012 (n = 1.280) ■ Año 2013 (n = 1.275) ■ Año 2014 (n = 1.347) ■ Año 2015 (n = 1.396) ■ Año 2019 (n = 1.370) ■ Año 2020 (n = 1.349)



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

6. LA INCORPORACIÓN AL CANAL ON LINE DEL COMERCIO MINORISTA VASCO

LA INCORPORACIÓN AL CANAL ONLINE

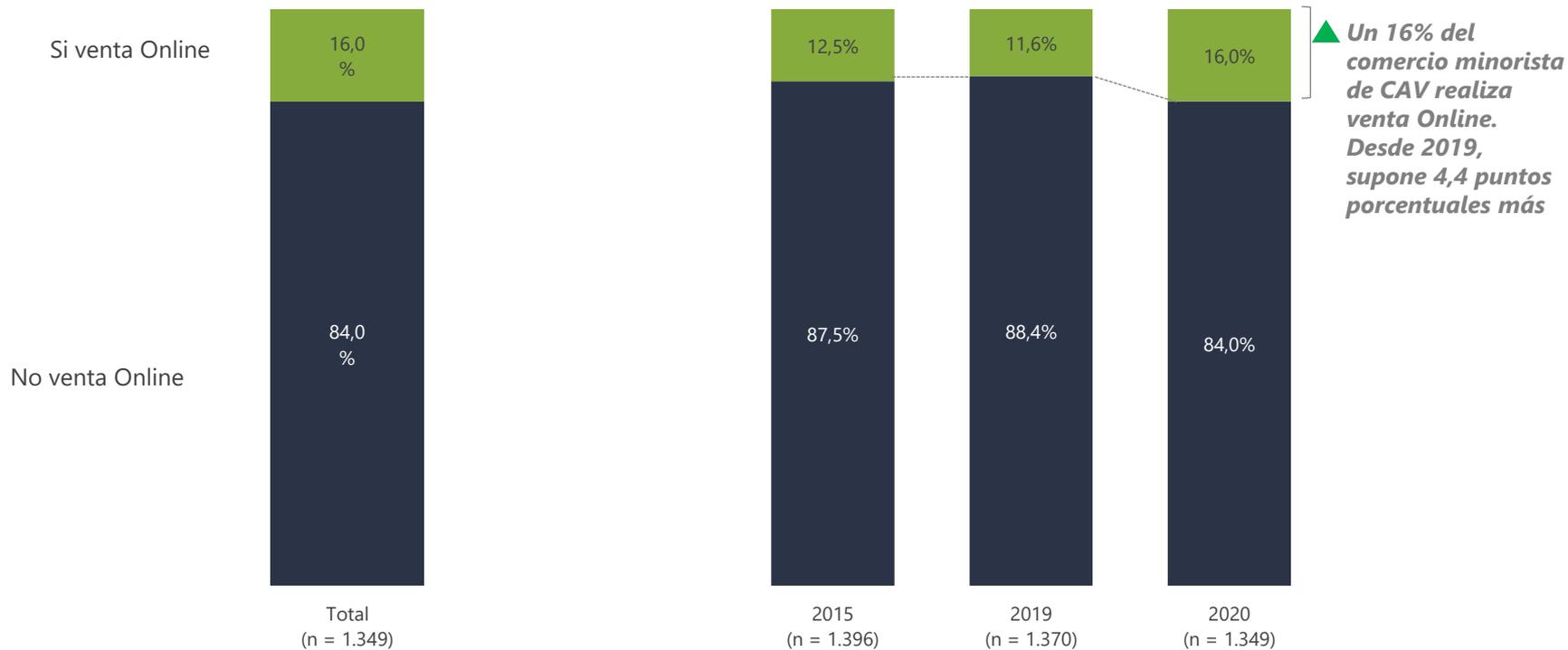


- La tasa de comercio minorista vasco que vende a través del canal Online es del 16,0% habiendo experimentado un significativo incremento respecto al Barómetro de 2019 (más 4,4 puntos porcentuales).
- El 76,5% utiliza su propia web aunque va descendiendo su peso en el conjunto, al tiempo que crece el uso de plataformas de e-commerce generalistas, de zona e incluso mediante la utilización de las redes sociales.
- Algo más de uno de cada tres comercios -el 35,1%- que realiza venta Online, dice haber visto como se incrementaban sus ventas en el año 2020 respecto al anterior. Estos datos permiten apreciar como el saldo de la ventas en el canal Online ha arrojado un balance positivo para el comercio minorista vasco.
- Uno de cada tres establecimientos que realiza venta por internet afirma haber desarrollado en el 2020 mejoras o reformas en su plataforma o sistema de venta Online; el 34,0%. Las mejoras acometidas tienen que ver con actualizaciones en el formato, diseño e imagen de la web o plataforma utilizada principalmente (27,3%), pero también en marketing y publicidad a través de las redes sociales (23,9%).

P.12.A: ¿Realiza usted venta Online?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

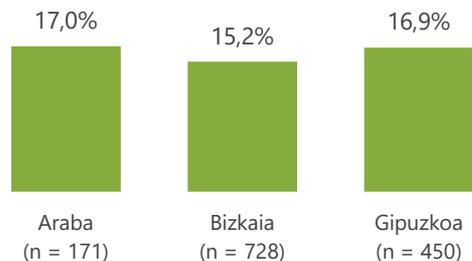
Evolución



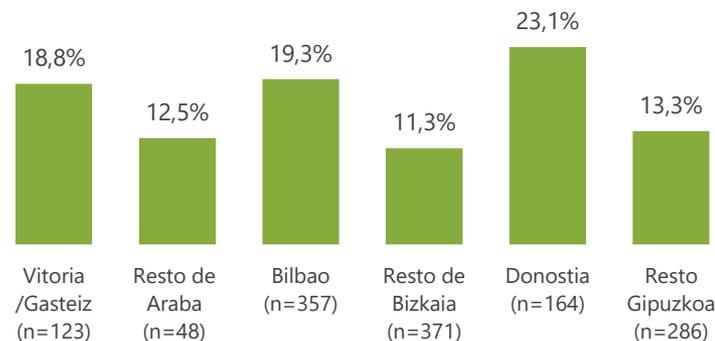
P. 12.A: Tasa de comercio minorista que realiza venta Online según variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

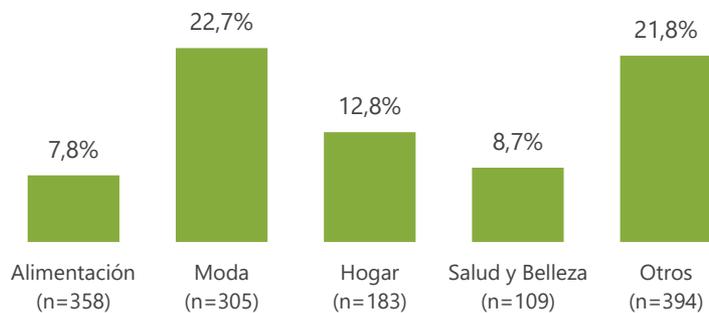
Territorio histórico



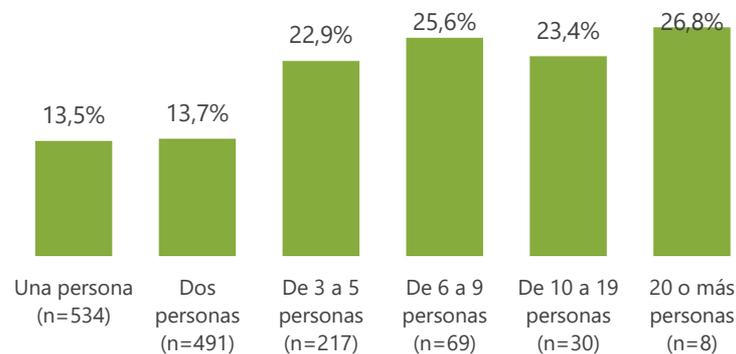
Capital / Resto del Territorio histórico



Grupo de actividad

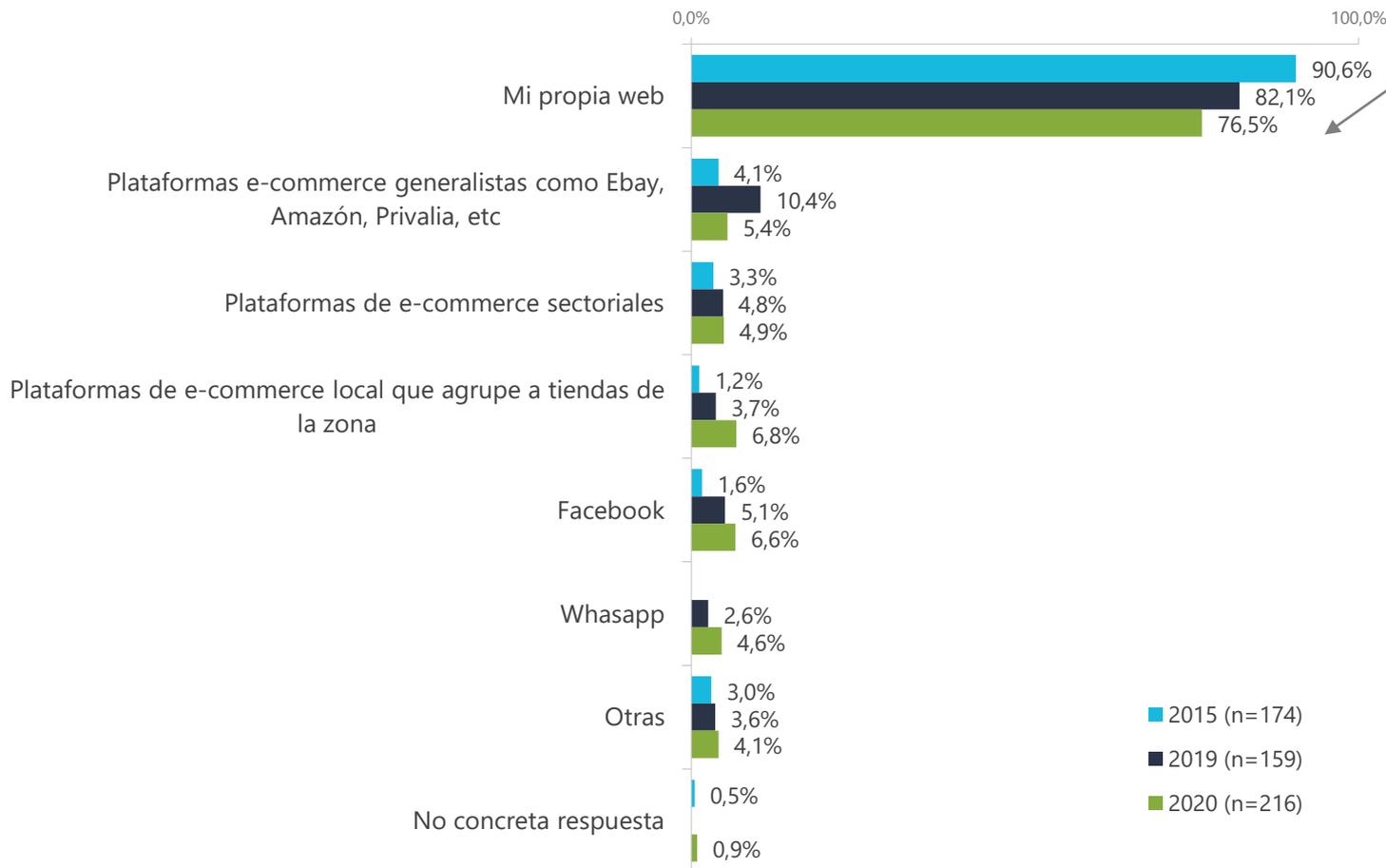


Número de personas empleadas



P. 12B: ¿A través de qué soporte realiza la venta Online?*

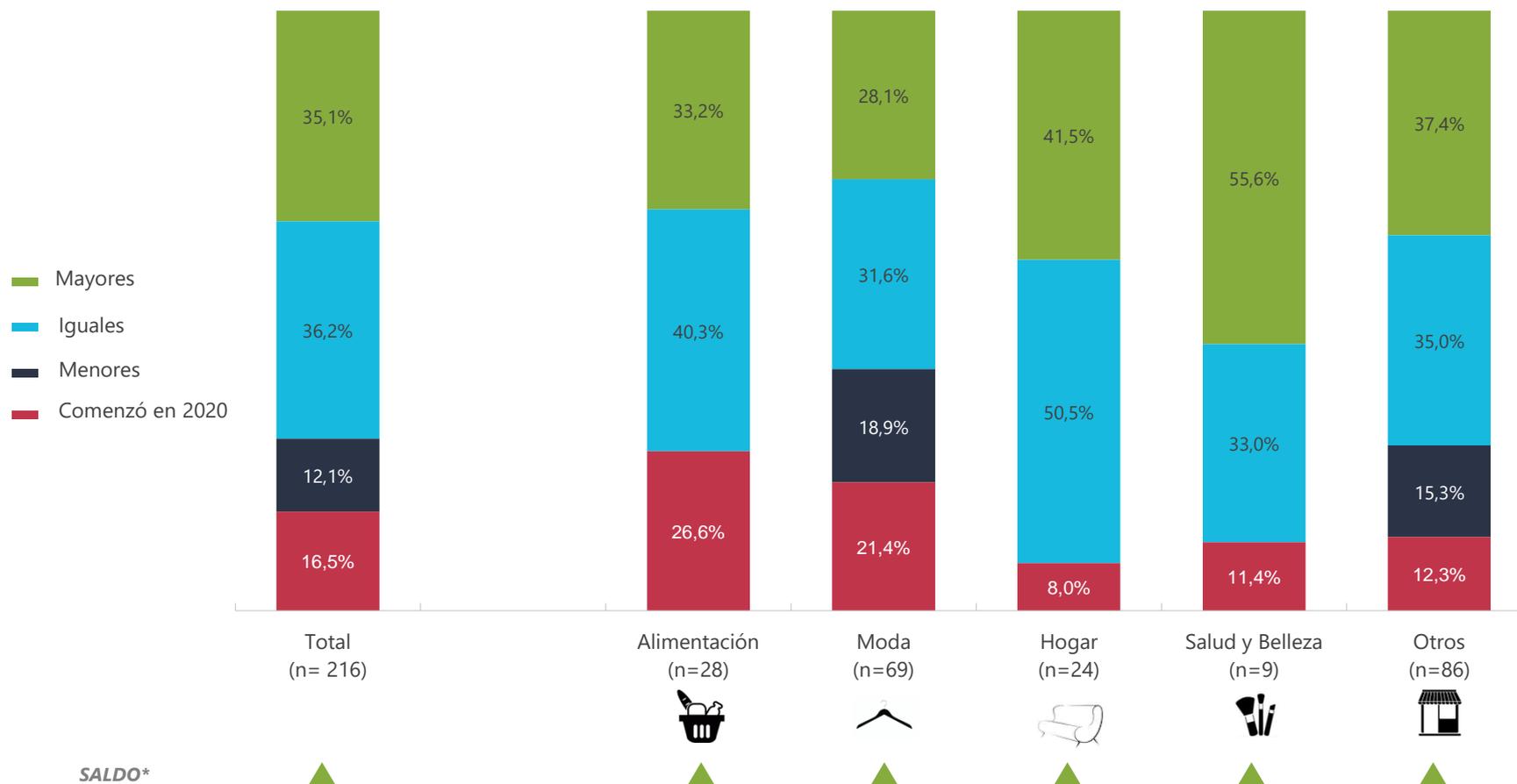
Base: Total de comercios minoristas que realizan venta Online



* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

P.12C2: Durante el 2020 ¿Las ventas realizadas por el canal Online de su establecimiento han sido mayores, iguales o menores que el año anterior?*

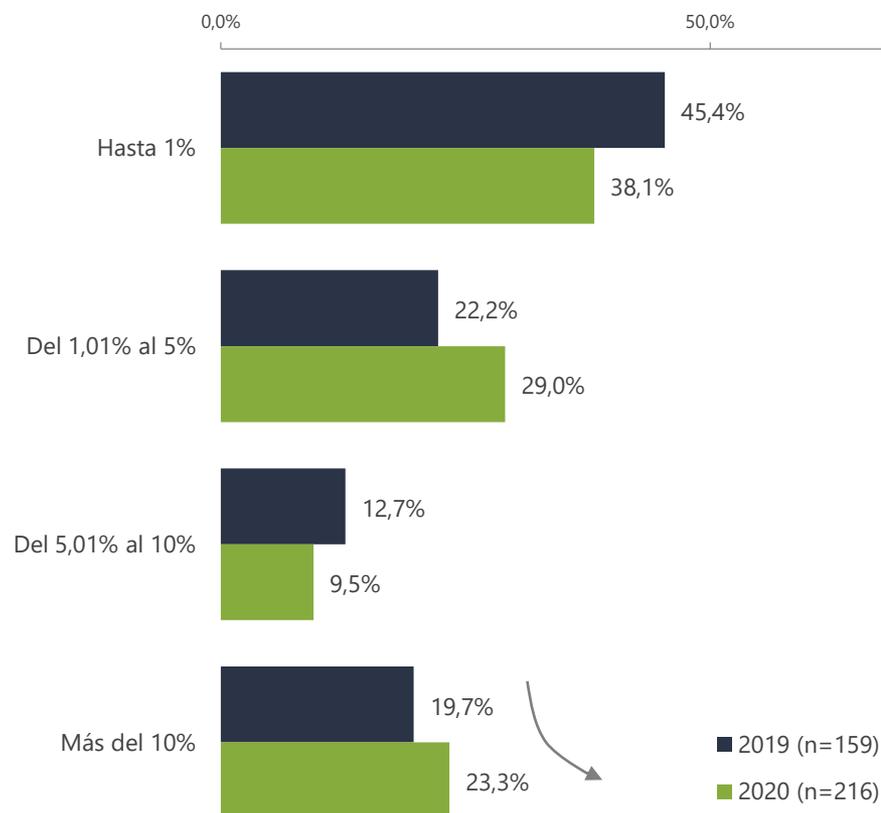
Base: Total de comercios minoristas que realizan venta Online



* Saldo de variación entre el % ventas mayores - % Ventas menores. ▲ ▼

P. 12C: ¿Las ventas Online que porcentaje suponen sobre el total de ventas?*

Base: Total de comercios minoristas que realizan venta Online



Media ventas Online sobre total de ventas

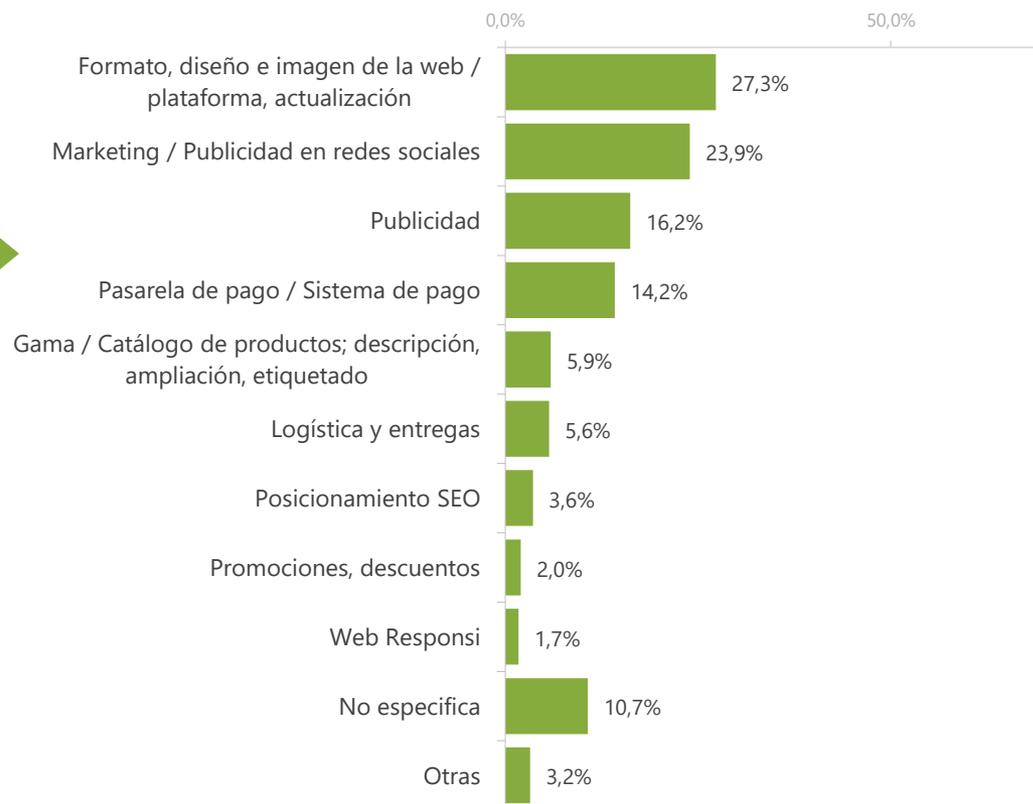


P.12C3: ¿Durante el 2020 ha desarrollado o ha puesto en marcha mejoras o reformas en su plataforma de venta Online para impulsarla o bien en materia de marketing y publicidad para posicionarla?*

Base: Total de comercios minoristas que realizan venta Online



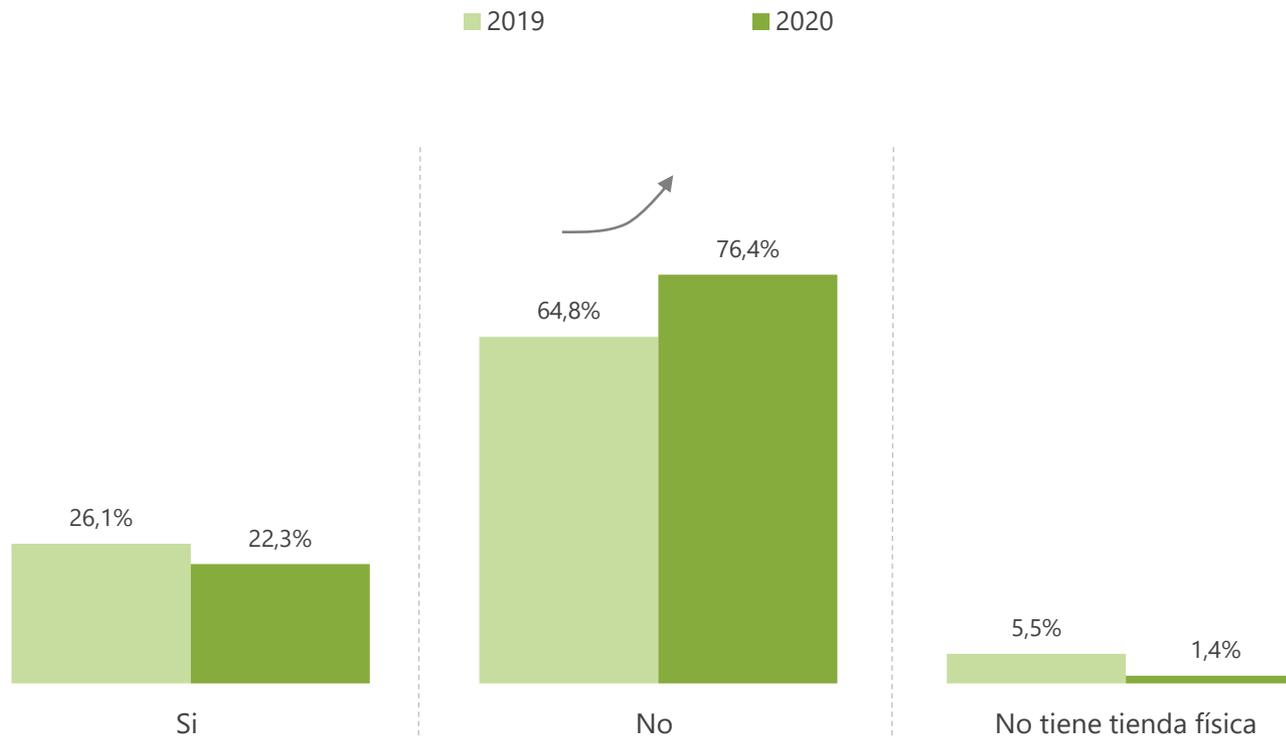
Tipo de mejoras realizadas*
(n=73)



* Respuesta abierta

P. 12D: ¿Tiene usted conectada su plataforma de venta Online a su programa de gestión de almacén, para que las ventas que se realizan mediante tienda física se detraigan del número de unidades disponible Online?*

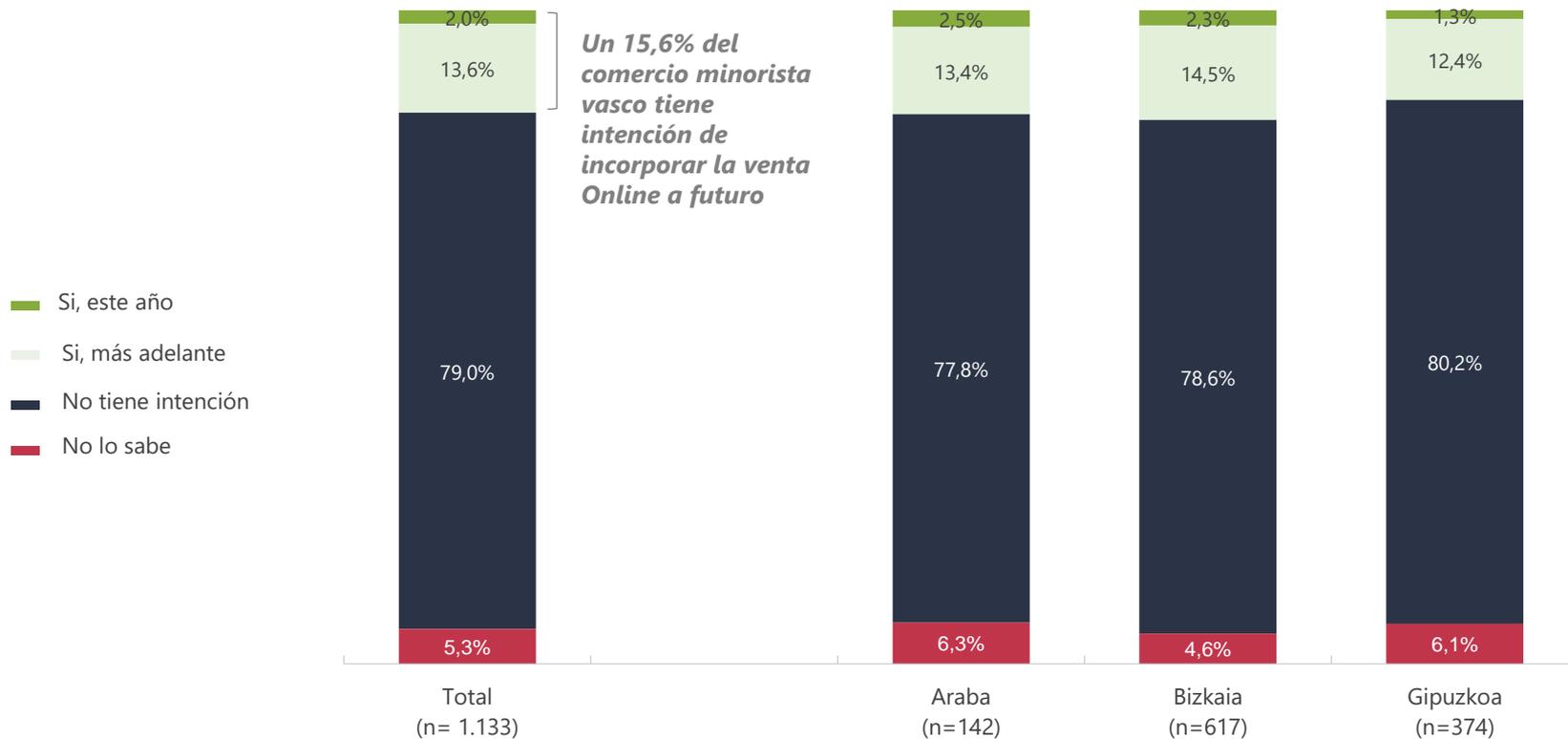
Base: Total de comercios minoristas que realizan venta Online (n=216)



* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

P. 12E: ¿Se ha planteado incorporar la venta Online como un canal más de ventas en su establecimiento, a futuro?

Base: Total de comercios minoristas que no realizan venta Online (n= 1.133)



7. EL PESO DEL TURISMO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO



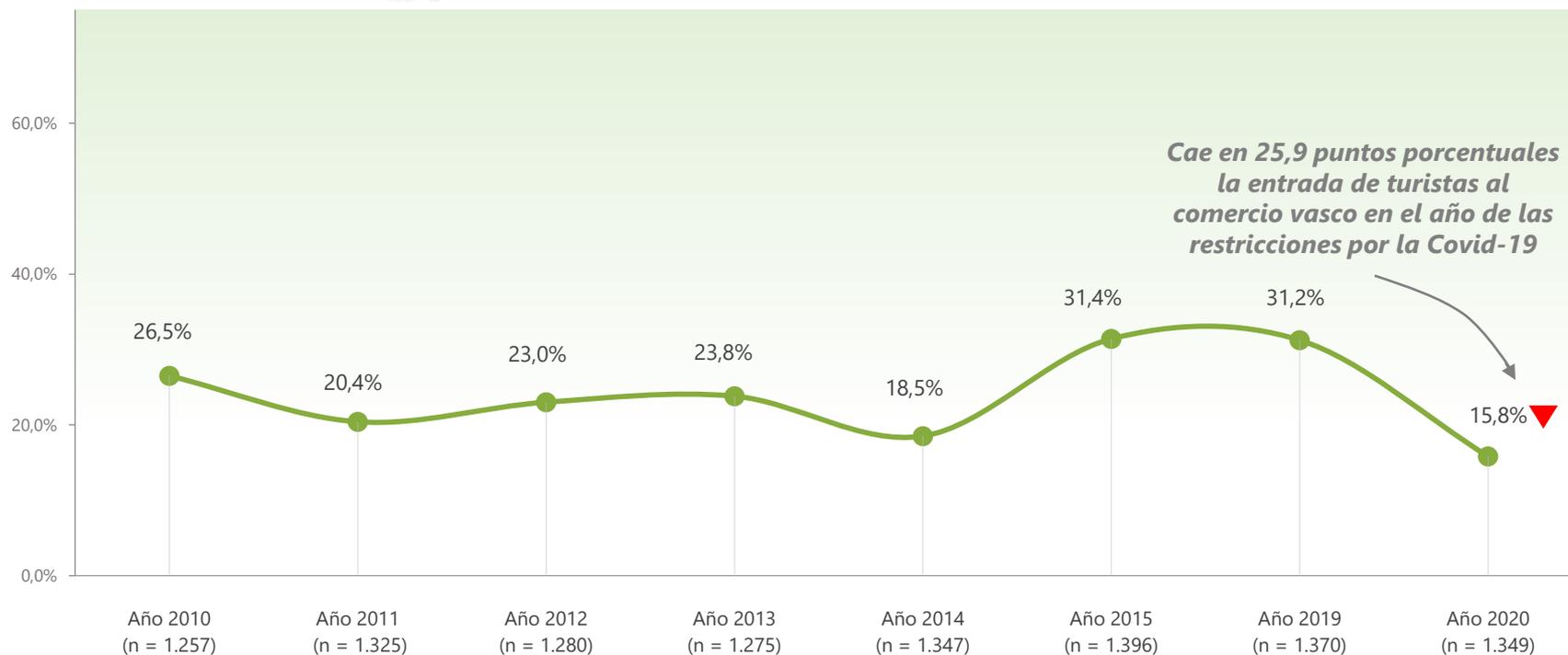
- El Barómetro del año de inicio de la pandemia por la Covid-19 pone de manifiesto que el peso del turismo en el comercio vasco se ha visto reducido drásticamente, siendo el dato más bajo de la serie histórica. En esta ocasión, solo un 15,8% de los establecimientos ha recibido turistas.
- El impacto del turismo en la actividad comercial es más perceptible en el Territorio Histórico de Gipuzkoa, principalmente en la capital, no obstante, Donostia ha visto reducida la tasa de comercios en los que acceden turistas de un 49,7% en 2019 al 23,8% en el año de las restricciones de movilidad por la pandemia (25,9 puntos porcentuales menos).
- En lo que respecta al conjunto del comercio minorista vasco, la capacidad para atender en diferentes idiomas parece resentirse este año. Actualmente un 23,2% de los establecimientos estaría en disposición de atender en inglés. Igualmente sucede con la atención en Euskara que también se resiente situándose en el 49,2%.

P.9.: ¿Han entrado turistas a su comercio, negocio durante 2020?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Evolución de la tasa de comercio minorista a la que acceden turistas



Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

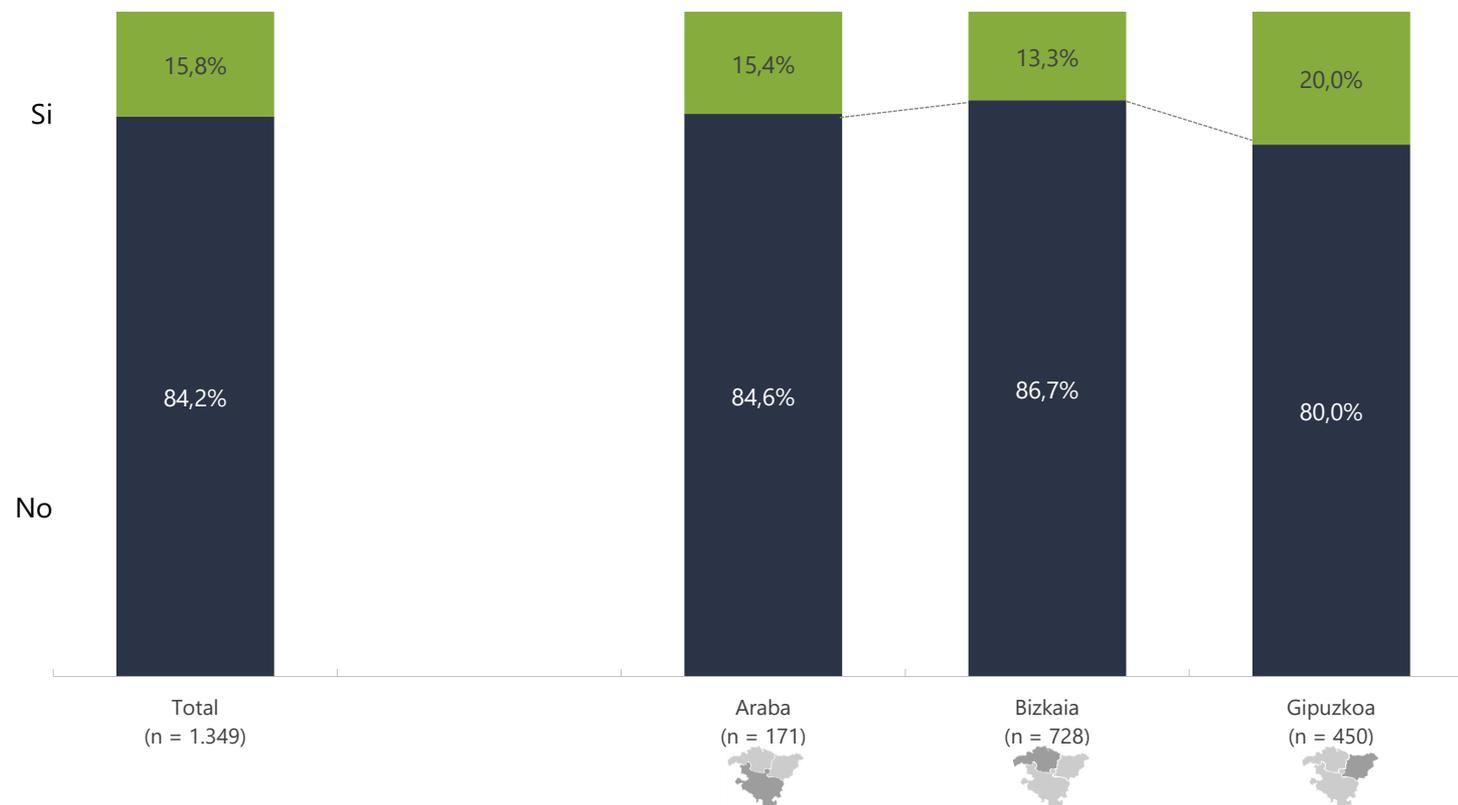
* Turista entendido como cualquier visitante procedente de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P.9.: ¿Han entrado turistas a su comercio, negocio durante 2020?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tasa de comercio minorista al que acceden turistas



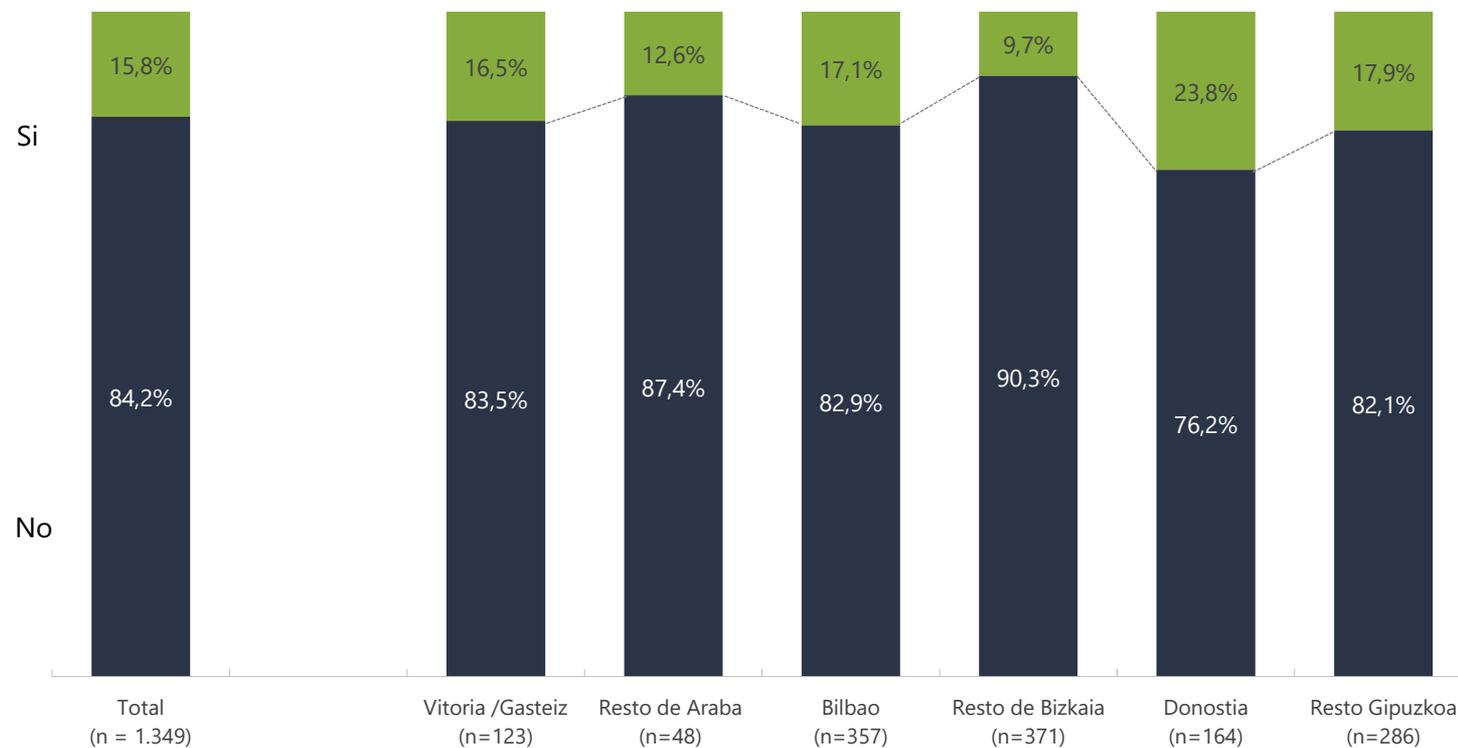
* Turista entendido como cualquier visitante procedente de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P.9.: ¿Han entrado turistas a su comercio, negocio durante 2020?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



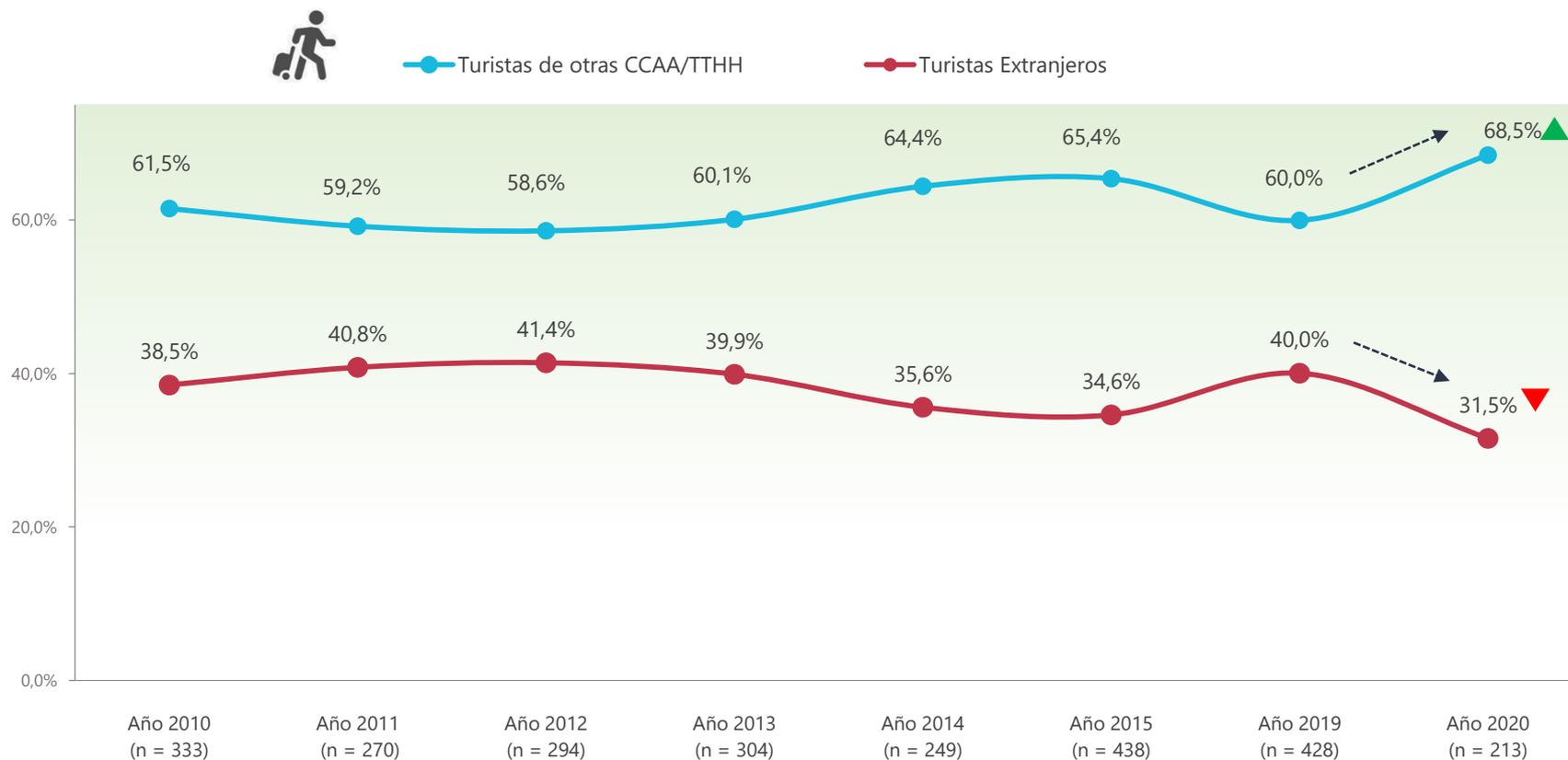
Tasa de comercio minorista al que acceden turistas



* Turista entendido como cualquier visitante procedente de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P.20.: De cada diez turistas que entran en su comercio, negocio ¿cuántos son nacionales y cuántos son extranjeros?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados a los que acceden turistas

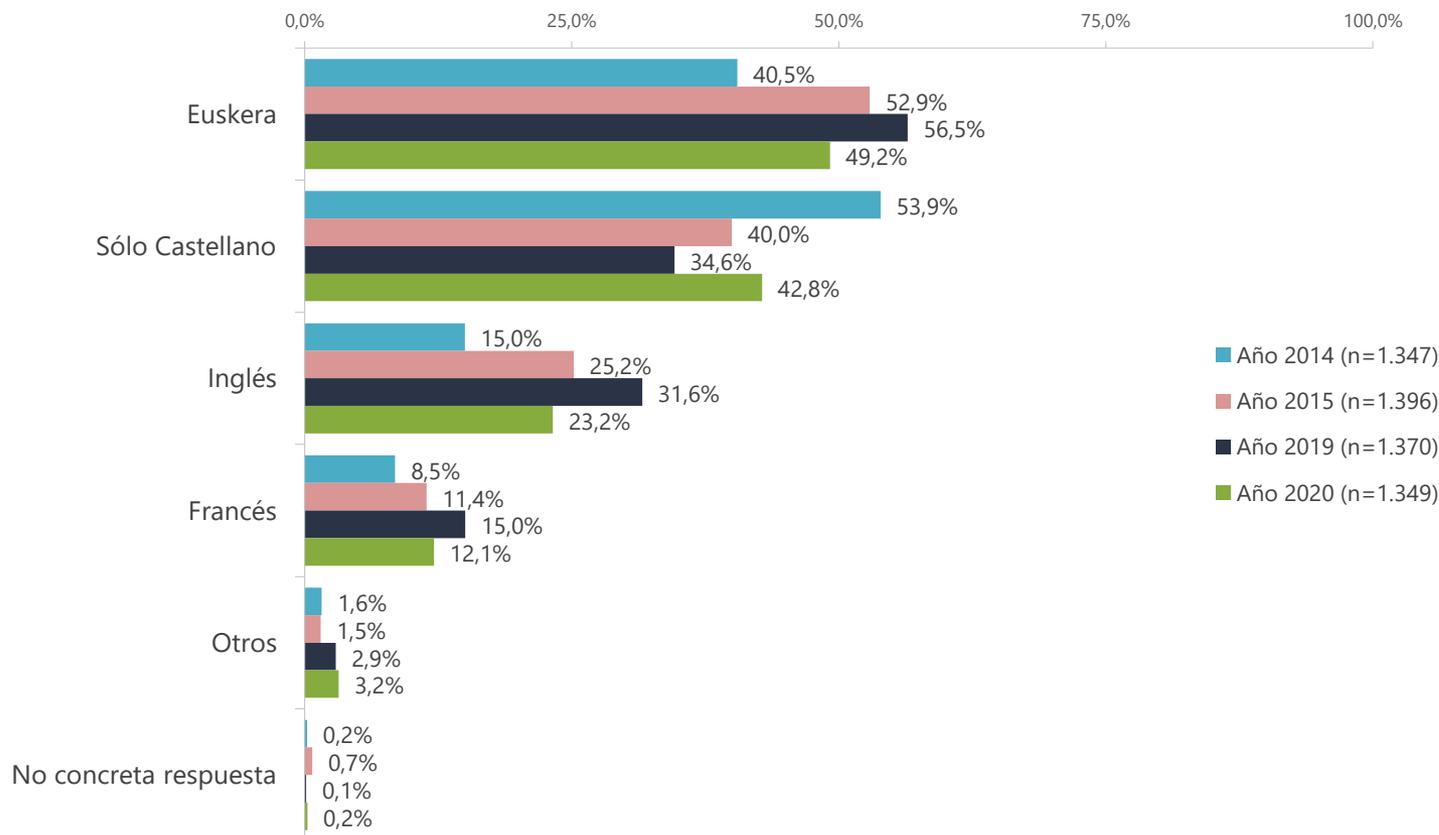


▲ ▼ Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

* Turista entendido como cualquier visitante procedente de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

P.23.: ¿En qué idiomas está su comercio capacitado para atender a un cliente?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

8. EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES

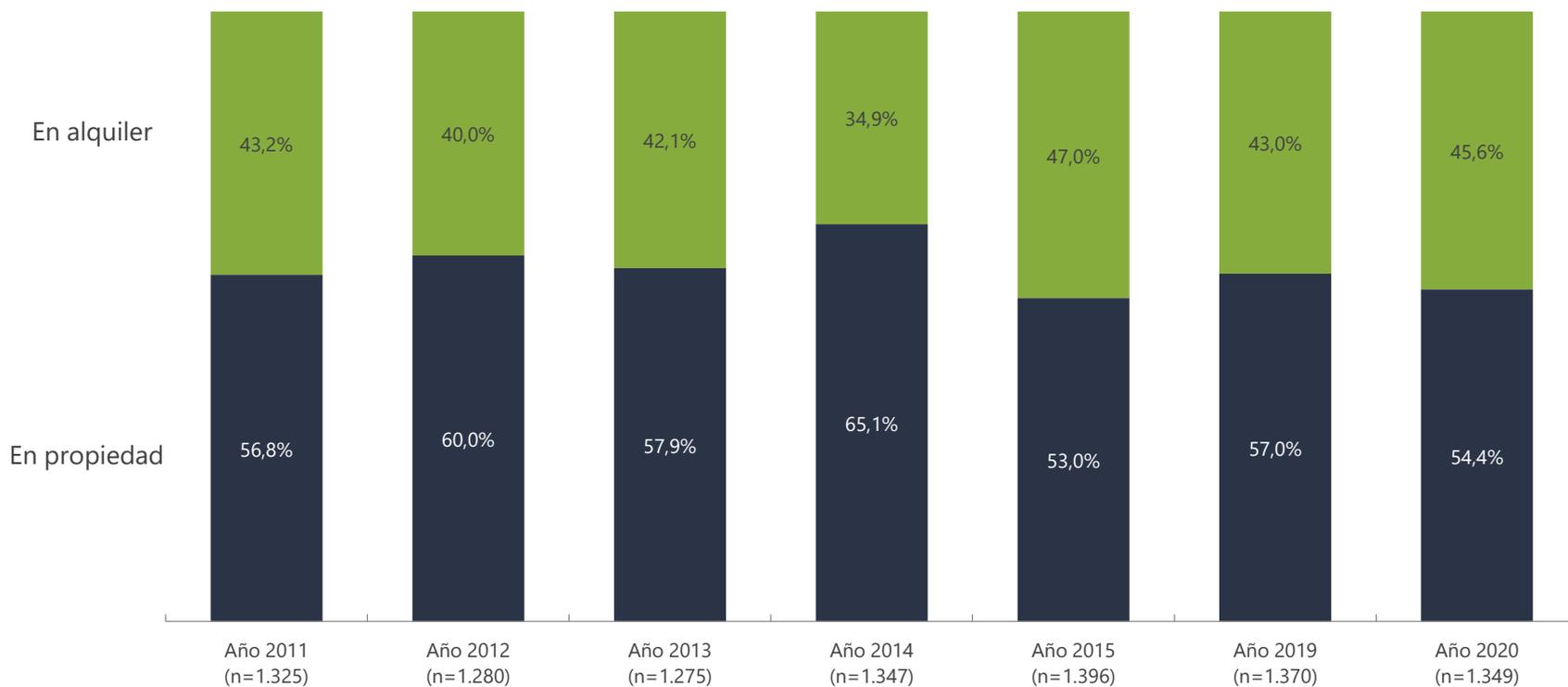
EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES



- El 54,4% de los establecimientos comerciales minoristas dispone de su local en propiedad frente al 45,6% que tienen su local comercial en alquiler.
- El alquiler medio del sector comercial vasco en el año 2020 se cifra en 1.161€ de media. Teniendo en cuenta la superficie media disponible en metros cuadrados de los comercios en alquiler, puede establecerse un valor medio del mercado de 10,1€ por m² de local comercial.
- Cabe destacar el precio en la ciudad de Donostia que suma 1.000€ más a la media de la CAV. Por el contrario, en los municipios del Territorio histórico de Araba que no son capital, el alquiler medio representa 369€ menos que la media del conjunto.
- En el año de estallido de la pandemia por la Covid-19, un 32,9% de los establecimientos en régimen de alquiler ha tratado de renegociar el precio del mismo con el propietario, el dato más elevado de toda la serie histórica del Barómetro. Dadas las circunstancias y el contexto, el éxito de la negociación ha sido en su mayoría positivo. Por otra parte, el descenso logrado se cifra para la media en el 21,6%, nuevamente el valor más alto de la serie histórica.

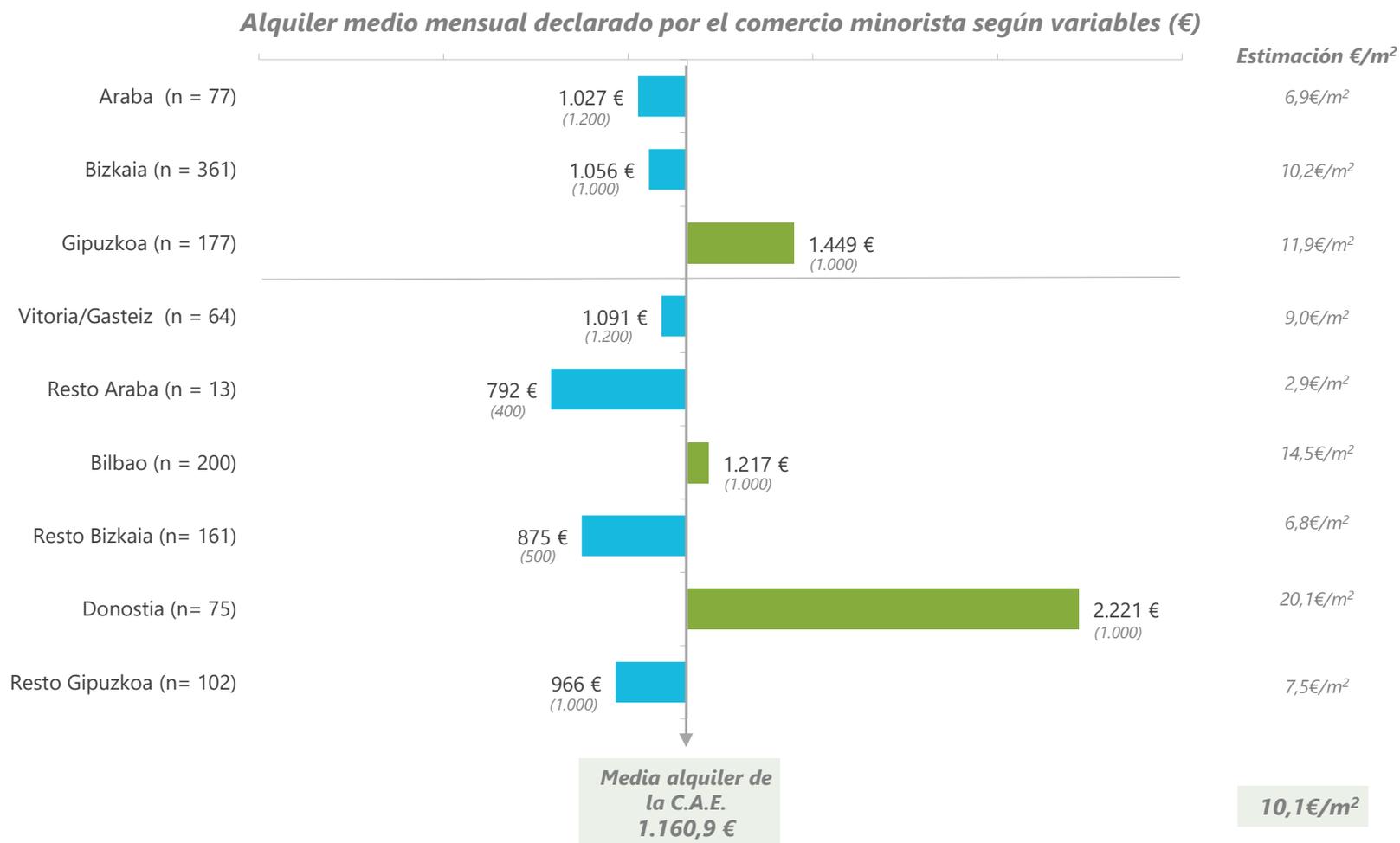
P.33: ¿El local del establecimiento del comercio está en régimen de alquiler?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.34: : ¿Podría decirnos, aproximadamente, cuanto paga al mes por el alquiler del local?, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados con el local en régimen de alquiler (n=615)



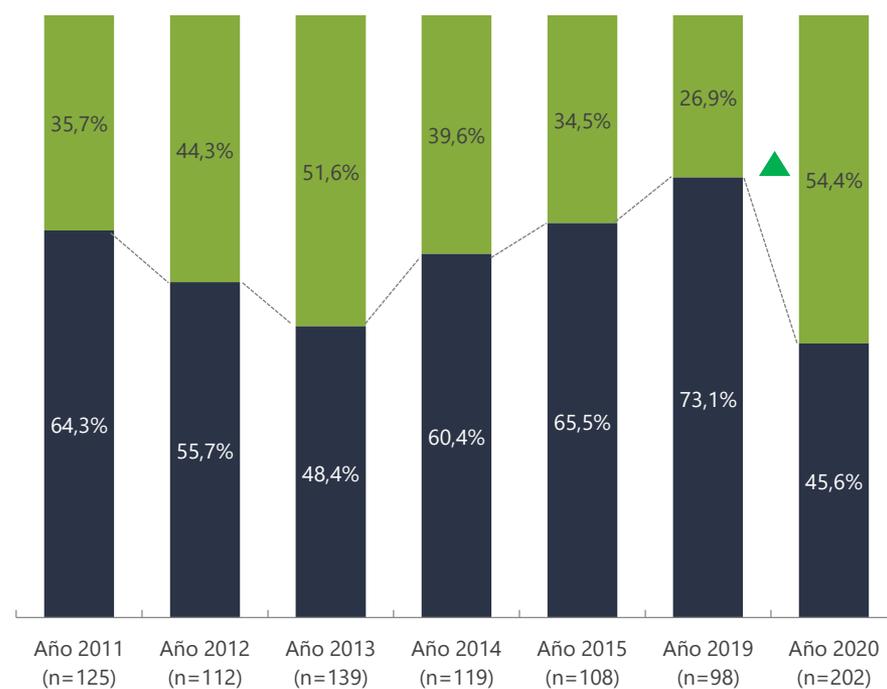
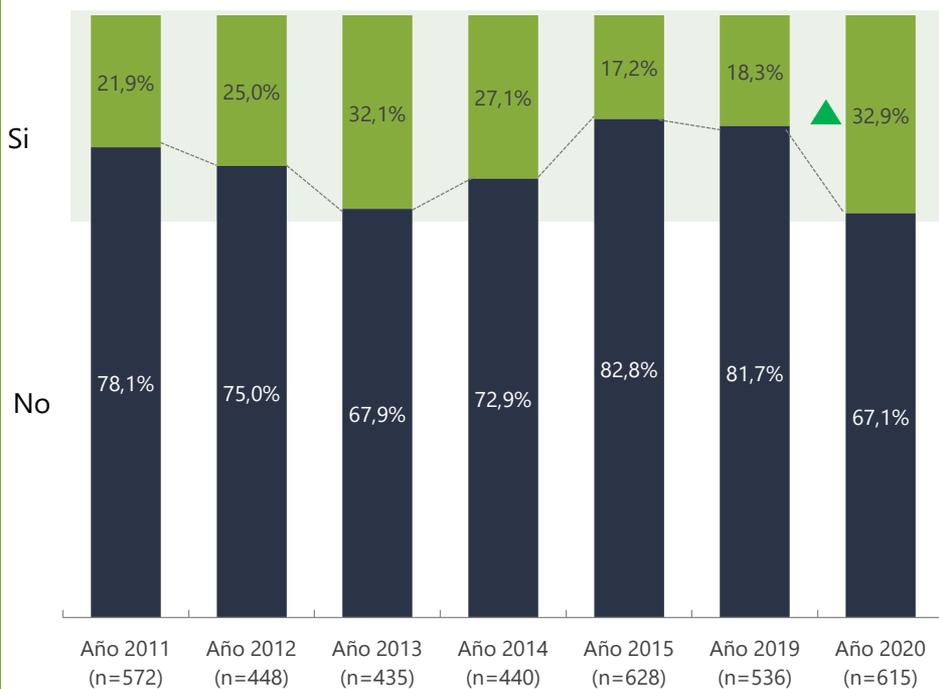
* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente que se haya repetido.

P.36/P.37: Establecimientos que han renegociado el precio del alquiler y tasa que lo ha conseguido

Base: Total de comercios minoristas entrevistados con el local en régimen de alquiler

Han negociado

Han reducido el alquiler



Mayor tasa de comercios del histórico que ha renegociado su alquiler

Crece el éxito en la negociación

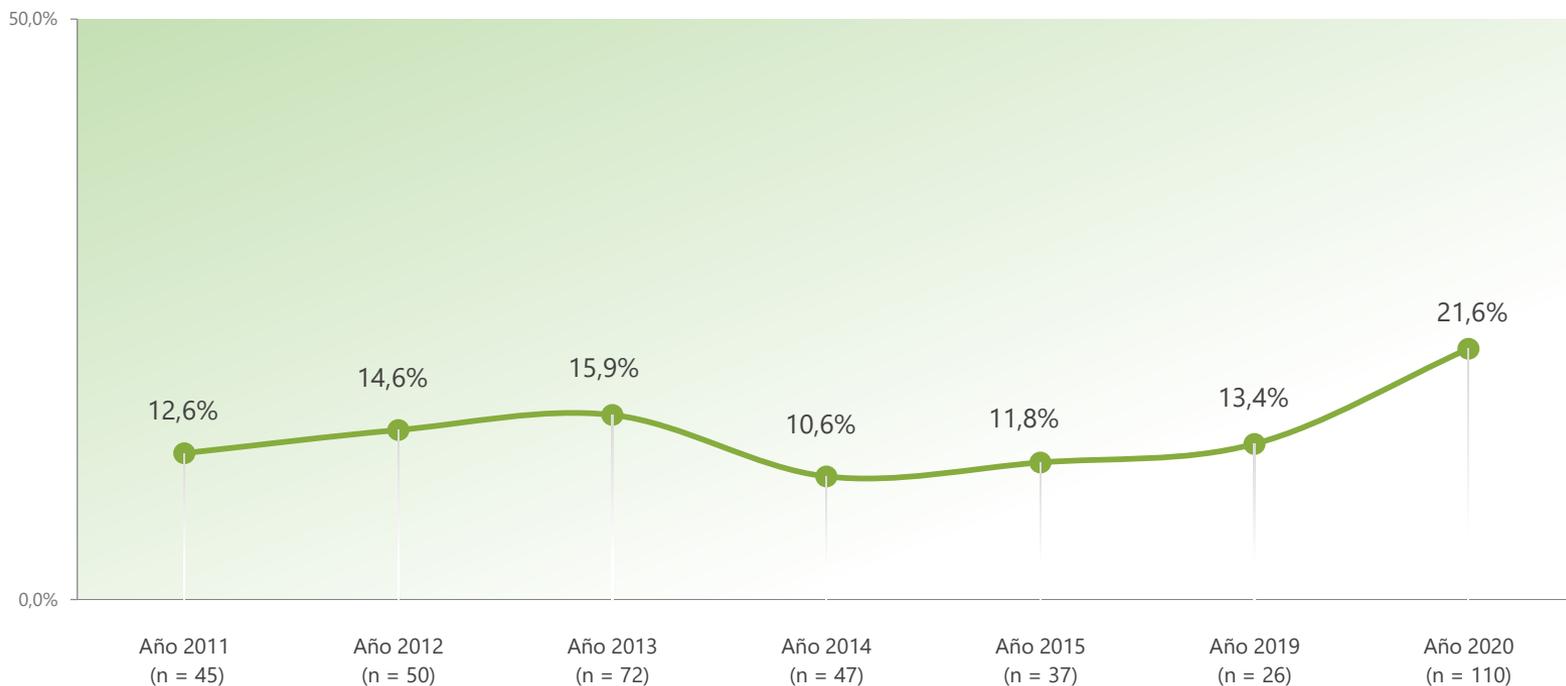
 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

P.38.: Aproximadamente, ¿qué porcentaje de reducción del alquiler ha conseguido?

Base: Total de comercios minoristas que han conseguido reducir el alquiler

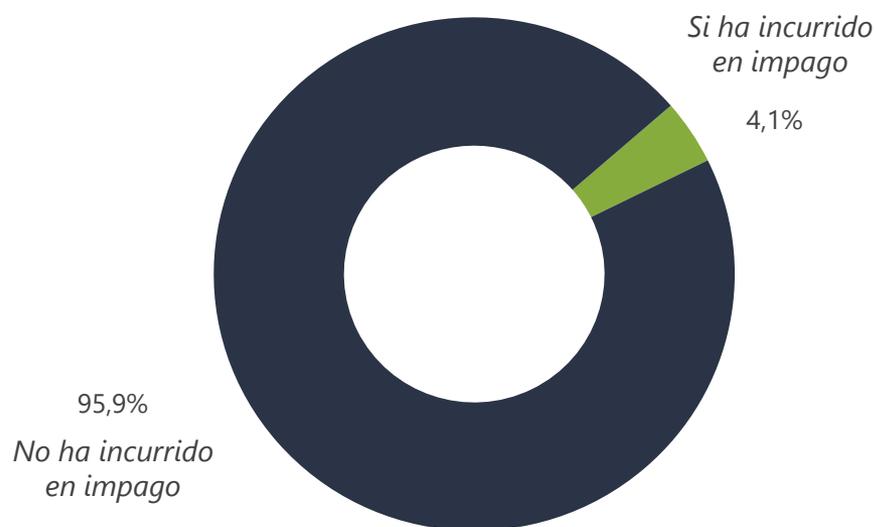


Tasa de reducción del alquiler

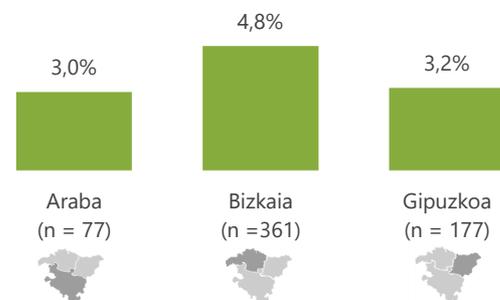


P.39.: Tasa de comercio minorista que ha incurrido en algún impago del alquiler durante el año 2020

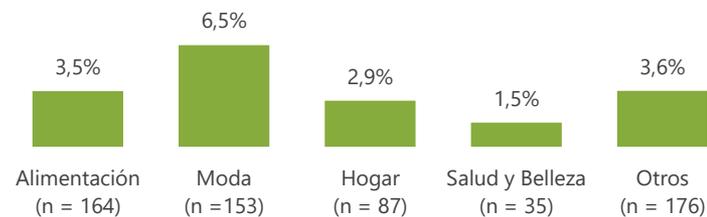
Base: Total de comercios minoristas con el local en régimen de alquiler (n=615)



Ratio de comercio minorista que ha incurrido en impago del alquiler en 2020



Ratio de comercio minorista que ha incurrido en impago del alquiler en 2020 según sector de actividad



9. LA CAMPAÑA DE NAVIDAD

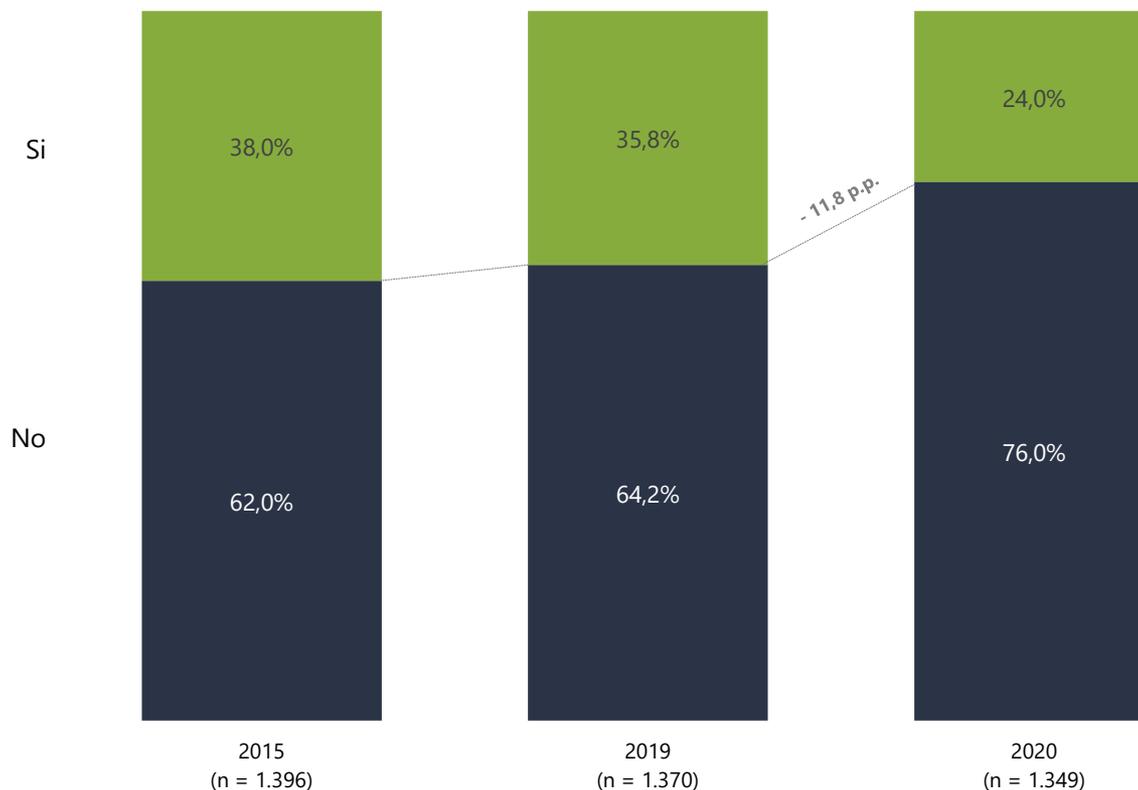
LA CAMPAÑA DE NAVIDAD



- Uno de cada cuatro comercios minoristas vascos ha realizado alguna oferta especial fuera temporada en el 2020. Son el 24,0% de los y las consultadas en el Barómetro, cuando el pasado año la cifra de participación en acciones de promoción era 11,8 puntos porcentuales superior.
- Resulta relevante destacar que ha sido el comercio de Moda el que en mayor grado ha tirado de este tipo de iniciativas de dinamización, a diferencia del año anterior donde la participación era más elevada en las categorías de Belleza y Salud, así como Hogar.
- Desciende la tasa de participación del comercio vasco en el Black Friday, que en el año del confinamiento se sitúa en el 12,4%, 5,8 puntos porcentuales menos que en el Barómetro de 2019.
- En cuanto a la campaña de Navidad 2020-2021, la percepción de los y las comerciantes arroja un balance “moderadamente” negativo. Una campaña que despegó antes de nochebuena como momento álgido de consumo y que se mantuvo estable en ventas respecto al año anterior para cuatro de cada diez comercios vascos (el 40,7%). No obstante, un 36,5% vio como sus ventas se reducían respecto a la navidad anterior.

P.24A: A lo largo del año 2020, ¿ha realizado alguna oferta de temporada (descuentos especiales que se rebajan en mitad de temporada, lo que suele suponer para el consumidor comprar a precios más populares durante la temporada sin tener que esperar a las rebajas) u oferta especial?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados




Uno de cada cuatro comercios vascos ha realizado alguna oferta especial fuera temporada durante el año de inicio de la pandemia, el 2020.

La tasa de participación en promociones desciende en 11,8 puntos porcentuales respecto al año anterior.

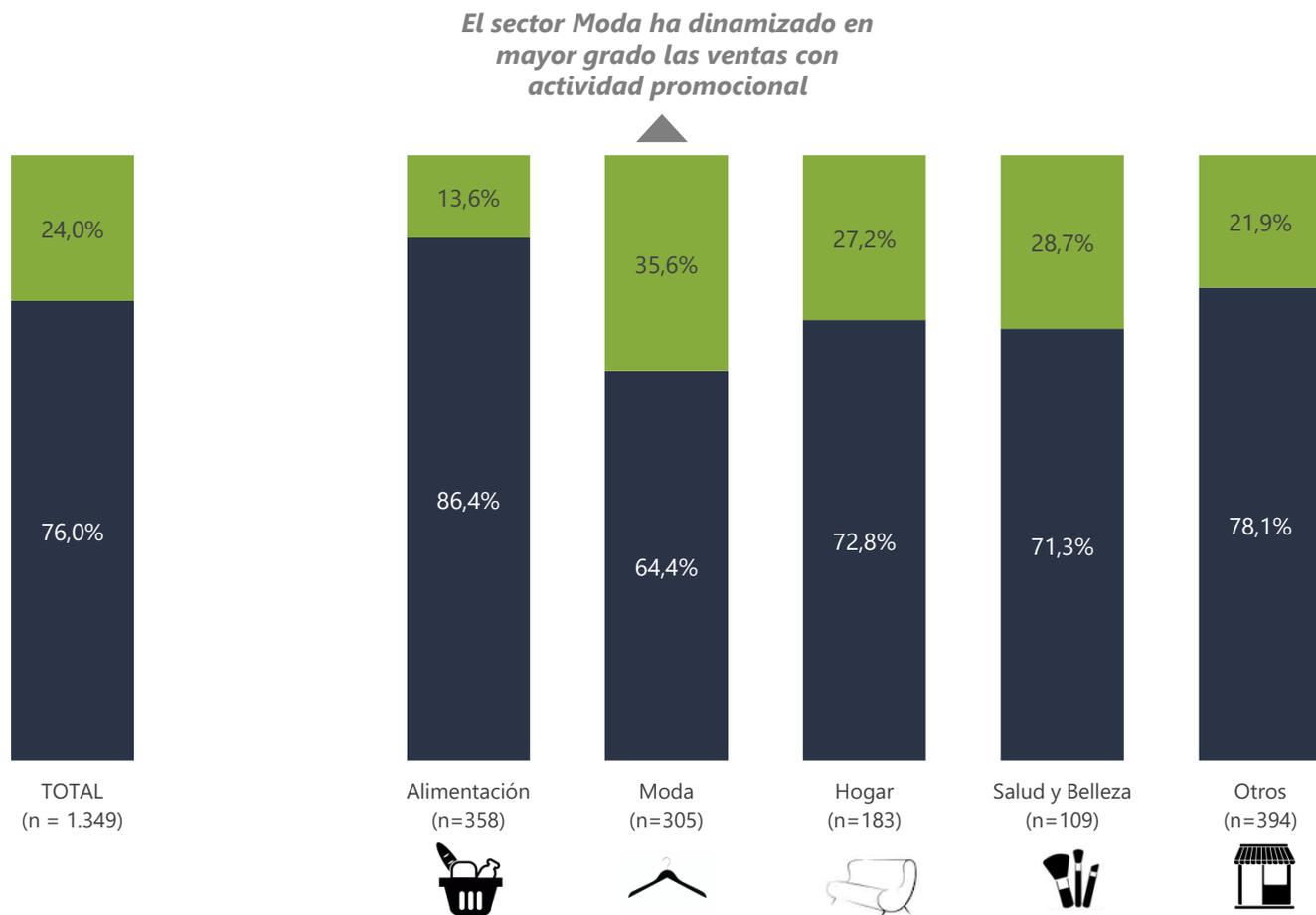



Tendencia promociones 2020 respecto a 2019

* Por oferta especial u oferta de temporada entendemos lo siguiente: descuentos especiales que se realizan en mitad de temporada lo que suele suponer para el consumidor comprar a precios más populares durante la temporada sin tener que esperar a las rebajas.

P.24A: A lo largo del año 2020, ¿ha realizado alguna oferta de temporada (descuentos especiales que se rebajan en mitad de temporada, lo que suele suponer para el consumidor comprar a precios más populares durante la temporada sin tener que esperar a las rebajas) u oferta especial?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Por oferta especial u oferta de temporada entendemos lo siguiente: descuentos especiales que se realizan en mitad de temporada lo que suele suponer para el consumidor comprar a precios más populares durante la temporada sin tener que esperar a las rebajas.

P.24C: ¿En que consistió esa oferta u ofertas?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que han realizado ofertas de temporada

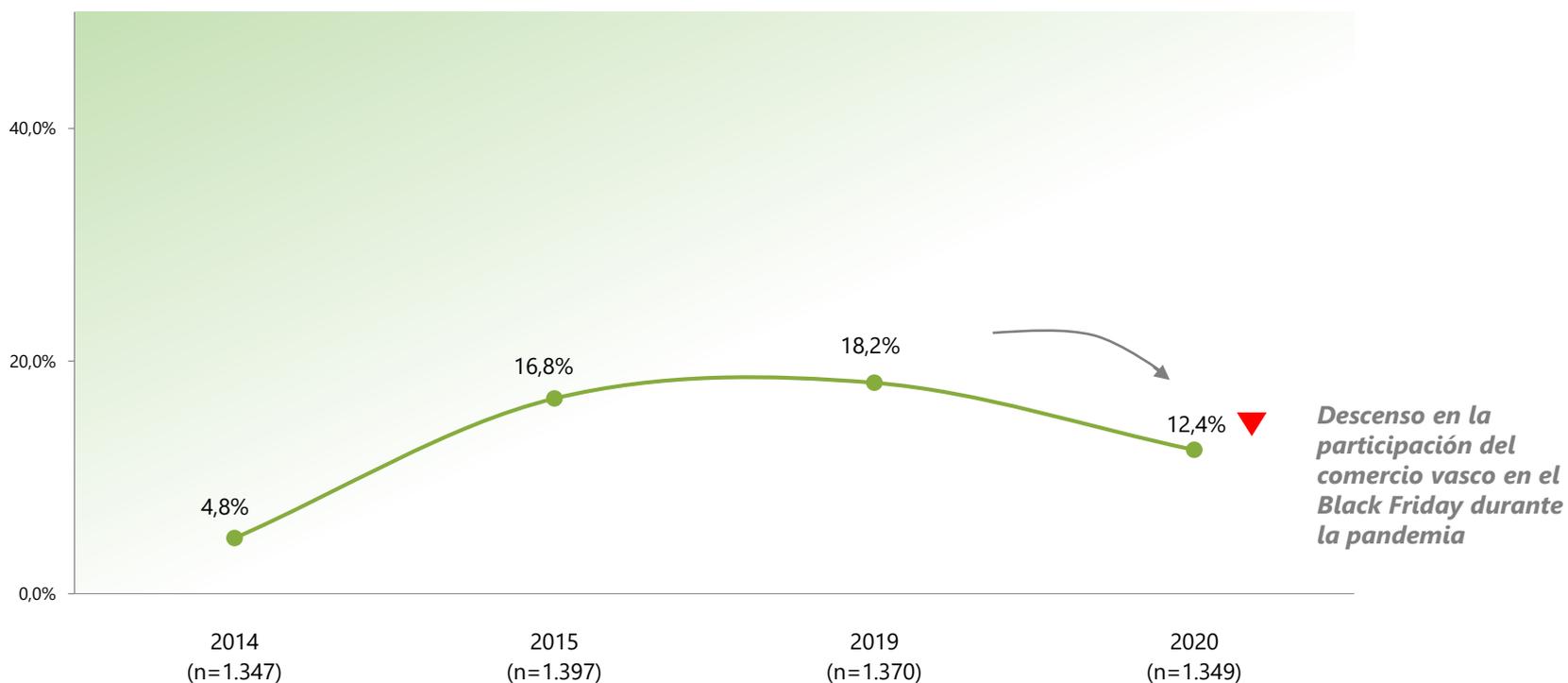


P.24D: Evolución de la incidencia del Black Friday en la CAV

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tasa de establecimientos que participan en el Black Friday



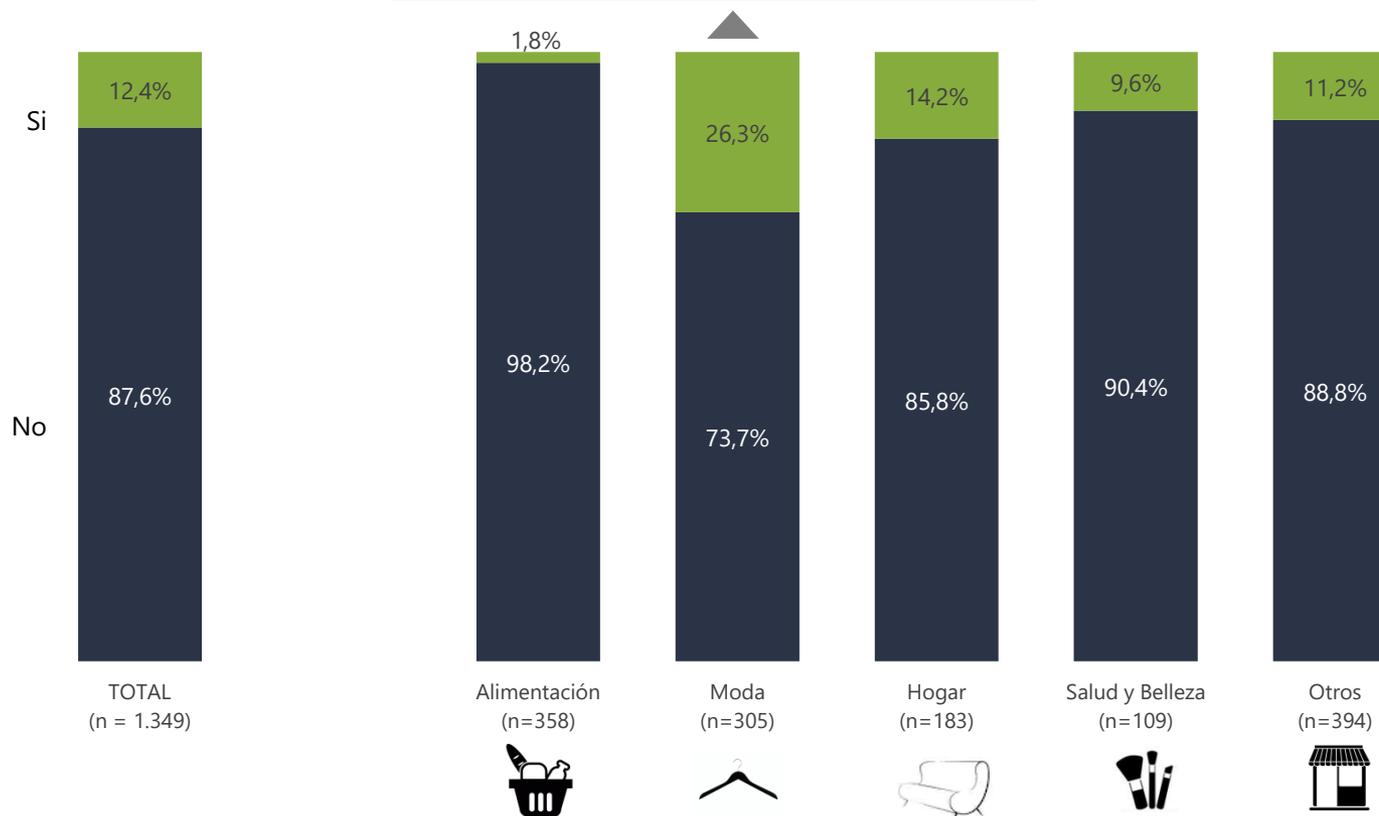
 Tendencia Black Friday 2020 respecto a 2019

P.24D: ¿Ha realizado alguna oferta especial el pasado Black Friday?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

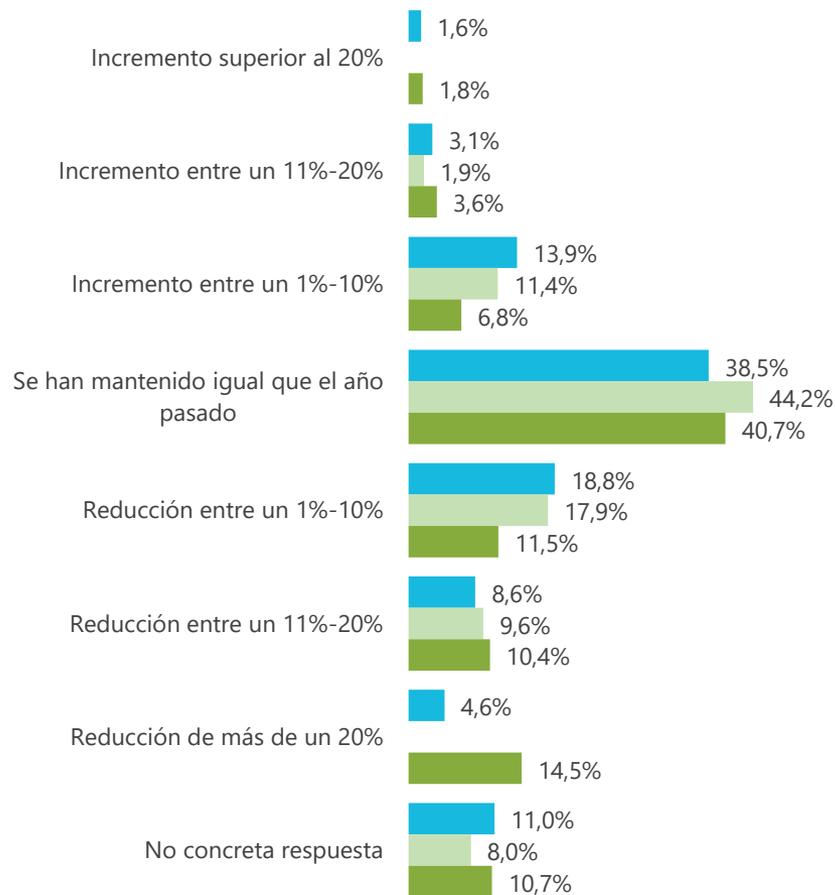


Incidencia en el sector Moda por territorio

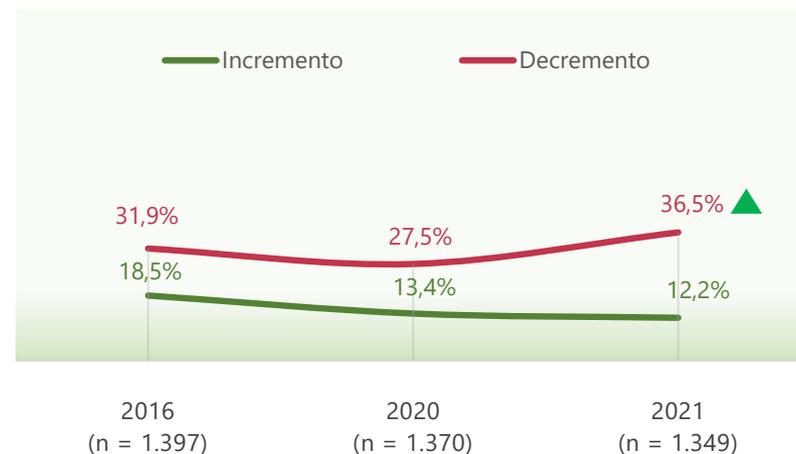


P.25: ¿Cómo han ido las ventas de la Campaña de Navidad respecto al año pasado?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tendencia en la percepción del comercio minorista vasco sobre las ventas en la Campaña de Navidad



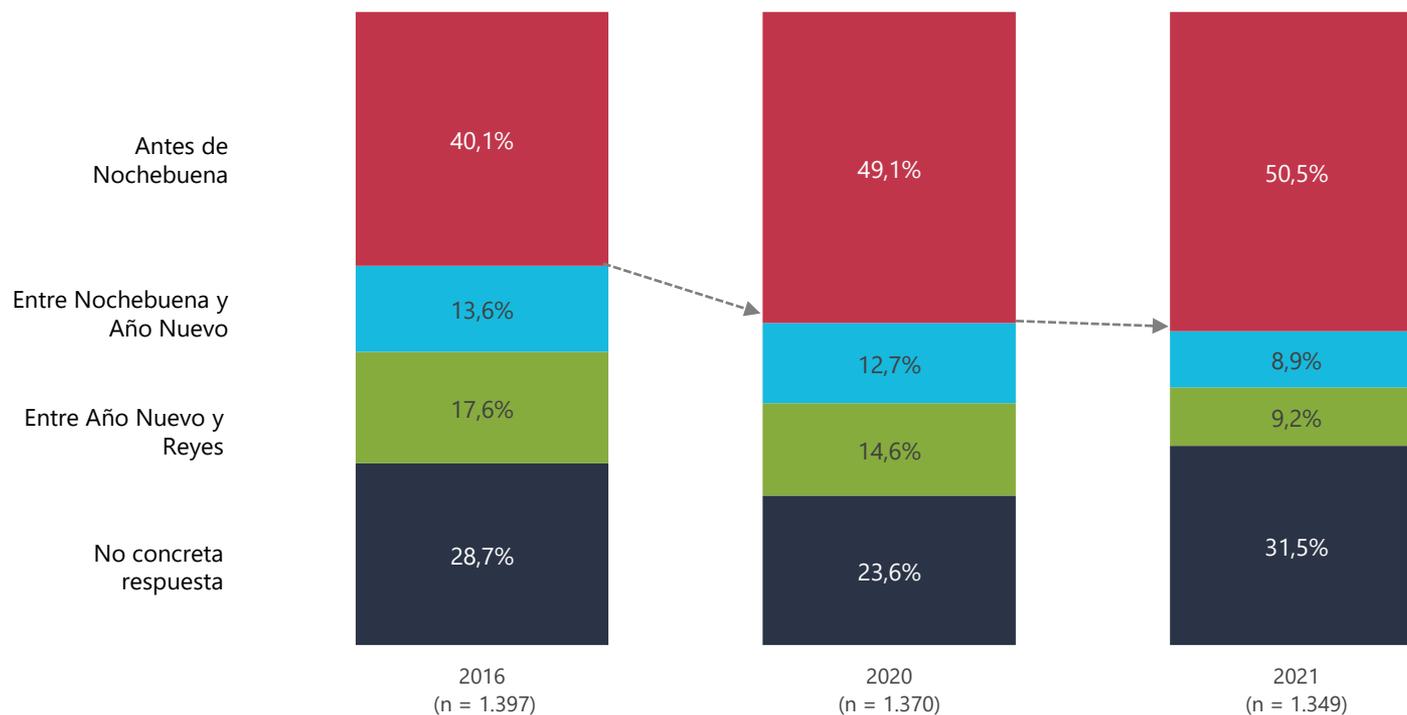
■ 2016 (n = 1.397)
■ 2020 (n = 1.370)
■ 2021 (n = 1.349)

▲▼ Tendencia Campaña Navidad 20-21 respecto a Campaña Navidad 19-20

*Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta.

P.26: ¿Cuándo ha realizado más ventas en la Campaña de Navidad?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



10. LA CAMPAÑA DE REBAJAS DE INVIERNO

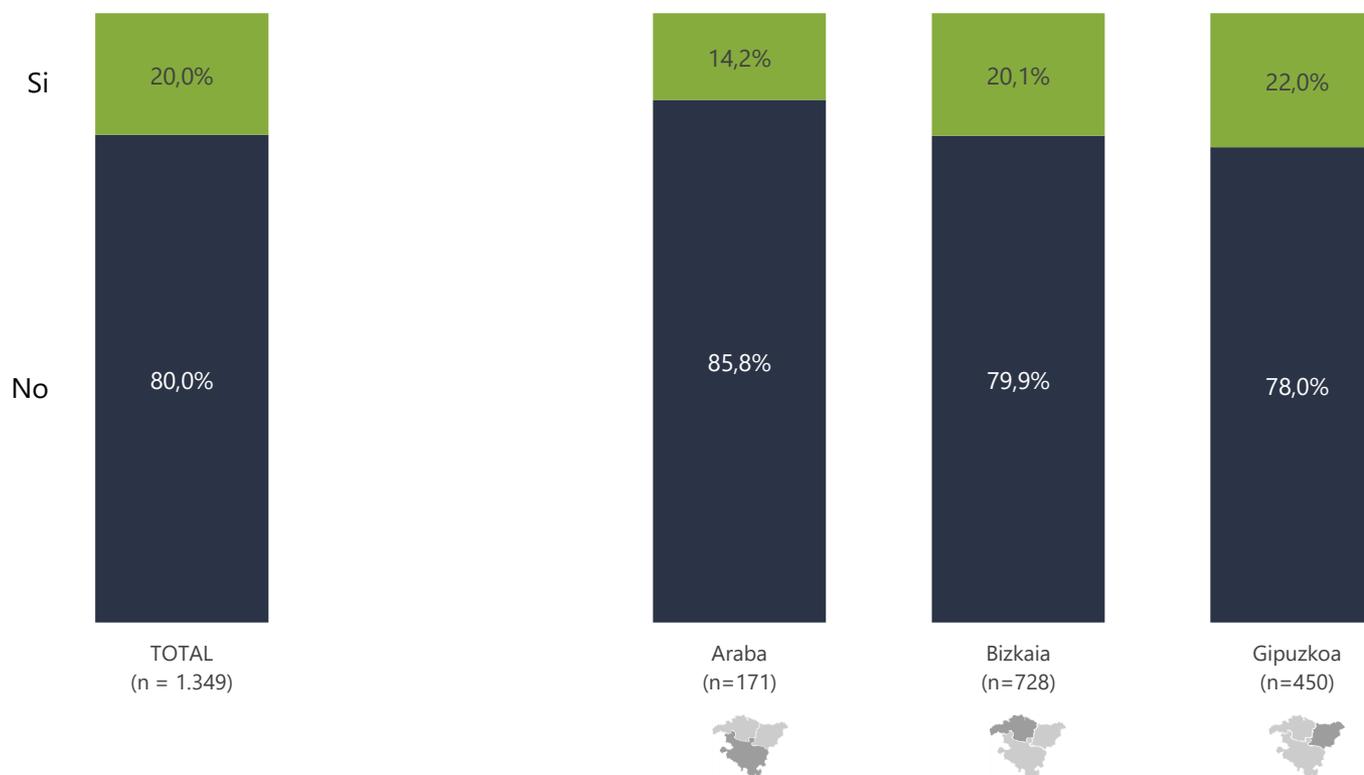


LA CAMPAÑA DE REBAJAS DE INVIERNO

- Dos de cada diez establecimientos vascos realiza campaña de rebajas de invierno, algo mayoritario en el sector de moda, calzado y complementos que alcanza al 64,9% del total de comercios.
- La campaña de rebajas de invierno, ya entrado el año 2021, ha resultado un fracaso a tenor de las opiniones del sector comercial minorista vasco.
- Son seis de cada diez comercios (63,4%) quienes cifran las ventas en temporada de rebajas por debajo de las del año anterior, previo al estallido de la pandemia.

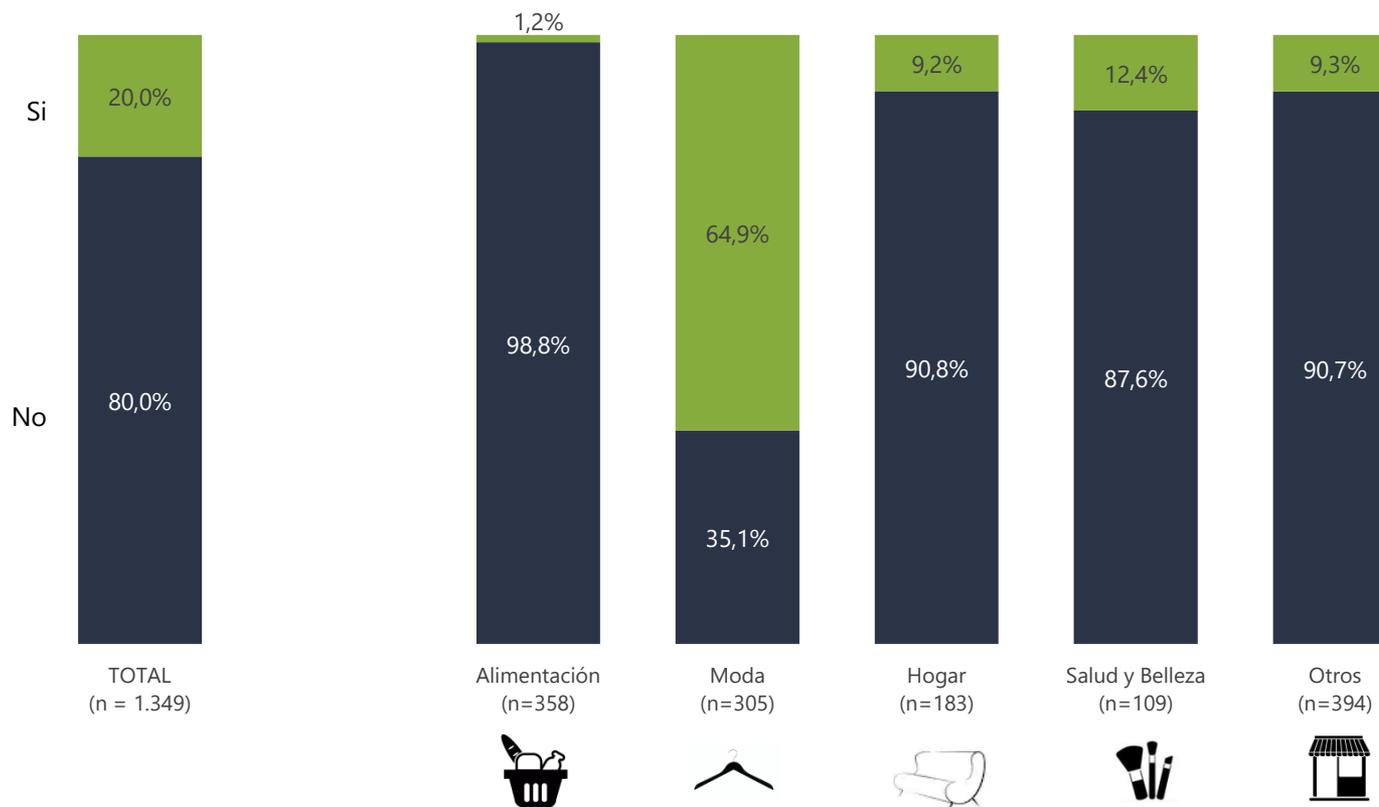
P.27: ¿Hace campaña de Rebajas invierno en su comercio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



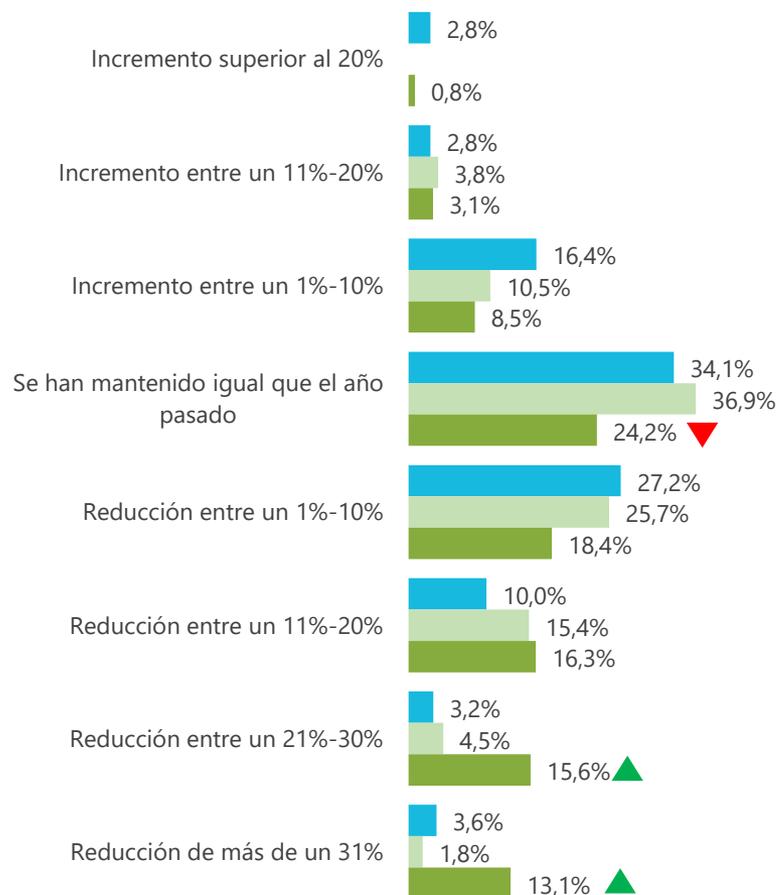
P.27: ¿Hace campaña de Rebajas invierno en su comercio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

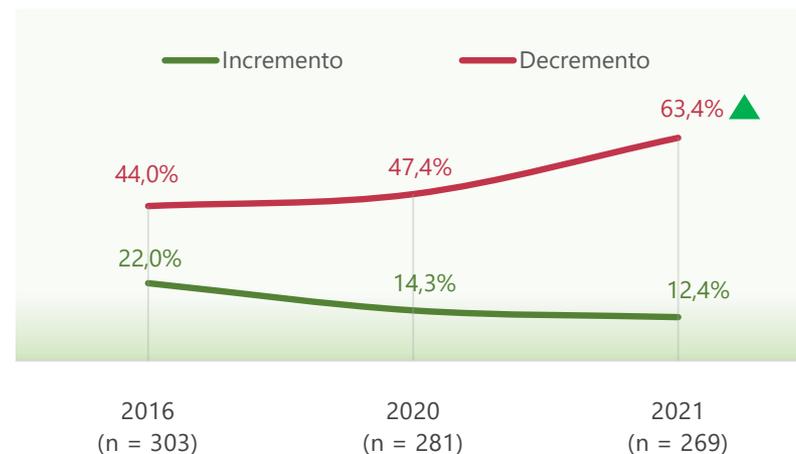


P.28: ¿Cómo han ido las ventas de la campaña de rebajas de invierno con relación al pasado año?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que han hecho campaña de rebajas



Tendencia en la percepción del comercio minorista vasco sobre las ventas en la campaña de Rebajas Invierno



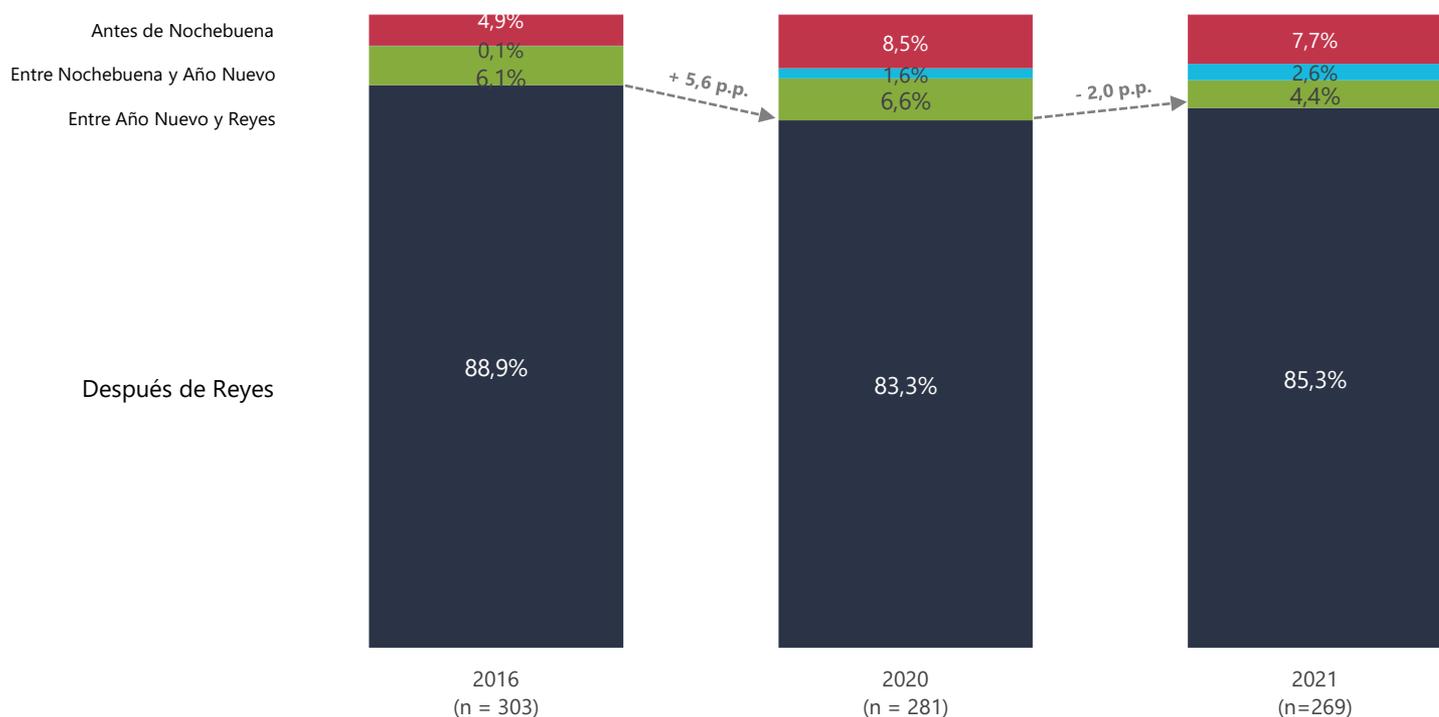
■ 2016 (n = 303)
■ 2020 (n = 281)
■ 2021 (n = 269)

▲ ▼ Tendencia Rebajas Invierno 2021 respecto a 2020

*Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta.

P.29: ¿Cuándo comenzó su campaña de rebajas?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que han hecho campaña de rebajas



▼ **Un 14,7% del comercio minorista de CAV ha comenzado la campaña de Rebajas antes de Reyes en el 2021.**
 Se frena ligeramente la tendencia observada a adelantar el periodo de rebajas.

11. CONCLUSIONES



El año 2020 no ha sido un año fácil para el sector comercial minorista vasco. El estallido de la pandemia por el virus SARS-CoV-2 ha supuesto una ruptura en la dinámica de la actividad comercial que ha obligado a los comercios a adaptarse a las condiciones de los diferentes estadios que nos a tocado vivir, derivados de la alerta sanitaria.

El Barómetro realizado y su comparativa con la serie histórica da muestra a través de diferentes indicadores, del impacto de la crisis sanitaria en la actividad comercial:

- Llevábamos años midiendo la presencia de turistas en la actividad comercial vasca que sin embargo en el 2020, ha caído al valor más bajo de la serie histórica del Barómetro. Algo que afecta en mayor grado a los comercios situados en zonas de interés turístico como la ciudad de Donostia, donde desciende cerca de 26 puntos porcentuales la entrada de visitantes al comercio.



- En el contexto de pandemia, la mayoría de los comercios minoristas de la CAE dice haber perdido clientes respecto al año anterior, con la salvedad de los dedicados a la venta de Alimentación, donde el balance arroja un dato positivo. Por el contrario, en algunos sectores como el de Moda, la pérdida de clientes afecta a ocho de cada diez comercios.
- De media, el sector establece un descenso en las ventas en el 2020 del 32,5%, respecto a 2019.
- El impacto de las limitaciones de movilidad para el consumidor, no solo durante el Estado de Alarma sino también en aspectos como el toque de queda, los cierres perimetrales municipales, etc, ha modificado los horarios de atención del comercio vasco. Las visitas han crecido en horario de mañana y se han reducido notablemente a última hora de la tarde. Esto puede estar en relación con la menor apertura en sábado por la tarde detectada, especialmente en el sector de Moda.



- Asimismo, se ha revelado durante el año 2020 un menor dinamismo en acciones promocionales fuera de temporada por parte del sector comercial minorista vasco, que desciende en casi 12 puntos porcentuales respecto a 2019. También en la participación en campañas como la del Black Friday que continuaba al alza en la CAE y parece haberse frenado en esta ocasión.
- La campaña de rebajas invierno, ya entrado el 2021, tampoco ha contribuido a mejorar los resultados del sector. Son seis de cada diez comercios (63,4%) quienes cifran las ventas en temporada de rebajas por debajo de las obtenidas el año anterior. Una campaña que se vio condicionada por ser coincidente con la “tercera ola” de incidencia del virus y por la imposición de limitaciones de aforo y cierres perimetrales municipales.



- En este contexto, nueve de cada diez comercios vascos ha tenido que realizar inversiones extraordinarias para preparar su establecimiento. Así, los dispensadores de gel hidroalcohólico, los materiales extra de limpieza y desinfección han sido adquiridos por la mayoría. También elementos como las pantallas de metacrilato o semejantes, las necesarias señalizaciones de flujos para los visitantes en sala de venta y las mascarillas, han tenido gran incidencia.
- Por otra parte, uno de cada tres establecimientos que dispone del local comercial en régimen de alquiler, el 32,9%, ha renegociado su cuota, obteniendo una reducción media sobre el alquiler del 21,6%. Nuevamente son los valores más altos de toda la serie histórica del Barómetro.



Por otra parte, también el Barómetro del año 2020 trae a colación determinados *inputs* que representan una oportunidad para el sector comercial minorista vasco y que dan muestra de su capacidad de adaptación, entre ellos:

- El impulso a la digitalización que se ha producido en todos los órdenes de la sociedad ha tenido su reflejo también en el sector comercial minorista. Desde 2019 ha crecido en 4,4 puntos porcentuales más la tasa de comercios que realiza venta Online, alcanzado al 16%, en buena parte influenciados por el contexto. Más aún, el 15,6% de los establecimientos que no ha optado aún por la venta online, se plantea abordarlo a medio plazo.



- El contexto extraordinario derivado de la pandemia ha impulsado a tres de cada diez comercios (el 29,5%) a desarrollar nuevos servicios para sus clientes. En este punto, el envío a domicilio, las compra o reserva a través de medios no tradicionales como el teléfono, WhatsApp o internet, así como la diversificación de medios de cobro, han ganado terreno.
- Y, la continua profesionalización del sector, algo que puede apreciarse en la disposición de medios tecnológicos y la incorporación cada vez mayor de programas de gestión para la actividad comercial.



A la luz de los datos obtenidos en el Barómetro de Comercio, el sector comercial minorista vasco afronta, al igual que otros de la actividad económica, un cambio de paradigma. Un tiempo que ha supuesto la aceleración de los procesos del cambio social y cuyo impacto podrá visualizarse los siguientes años, siendo vital el dinamismo y la capacidad de adaptación de un sector con larga andadura profesional.

Por último, las ayudas de la Administración Pública durante el año de inicio de la pandemia por la Covid-19 han llegado a algo más de uno de cada dos establecimientos comerciales minoristas vascos (el 52,5%). Fundamentalmente se refieren a las aplicables a autónomos, así como las compensaciones por el cierre forzoso de la actividad durante el Decreto de Estado de Alarma.



euskadiko merkataritzaren behatokia
observatorio del comercio de euskadi



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO



Donostia-San Sebastián, 1
01010 Vitoria-Gasteiz



945 019 718



behatokia-merkataritza@euskadi.eus



<https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/observatorio-comercio>