



euskadiko merkataritzaren behatokia
observatorio del comercio de euskadi

Barómetro del Comercio Minorista Vasco 2020

28 de abril de 2021



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

ÍNDICE

1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	4
1.1. Objetivos del Barómetro del Comercio Minorista Vasco	5
1.2. Ficha Técnica	7
1.3. Descripción de los comercios minoristas vascos	13
2. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA VASCO SEGÚN VARIABLES ESTRUCTURALES	19
2.1. El tamaño del comercio minorista vasco	20
2.2. Antigüedad y renovación del comercio minorista vasco	49
2.3. Forma jurídica y régimen de tenencia del comercio minorista vasco	56
2.4. Horarios comerciales	69
2.5. Grado de tecnologización del comercio minorista vasco	87
2.6. Emplazamiento del comercio	108
2.7. Perfil del responsable del comercio	112
3. EL IMPACTO DE LA PANDEMIA POR LA COVID-19 EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL	143
3.1. Inversiones realizadas en los establecimientos minoristas	144
3.2. Nuevos servicios desarrollados para los clientes	142
3.3. Acceso a ayudas dirigidas al sector comercial	154
4. LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES	158
4.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día	159
4.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana	167
4.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes	174
4.4. Distribución de las ventas según medios de pago	182

ÍNDICE

5. LA INCORPORACIÓN AL CANAL ONLINE DEL COMERCIO MINORISTA VASCO	189
5.1. Tasa de comercio minorista que vende Online	190
5.2. Evolución de las ventas en el canal Online	195
5.3. Inversiones acometidas en el canal Online	199
5.4. El futuro del canal Online	203
6. EL PESO DEL TURISMO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO	208
6.1. La afluencia de turistas	209
6.2. Capacidad para atender en idiomas	217
7. LAS PERSONAS EMPLEADAS EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO	224
7.1. El empleo en el comercio minorista vasco desde la perspectiva de género	225
7.2. Antigüedad del personal	231
7.3. Nivel formativo del personal	238
7.4. Personal afectado por los ERTE	245
8. EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES	250
9. LA CAMPAÑA DE NAVIDAD	263
9.1. Acciones previas a la campaña de navidad	264
9.2. Incidencia del Black Friday	271
9.3. La campaña de Navidad	277
10. LA CAMPAÑA DE REBAJAS DE INVIERNO	281
11. CONCLUSIONES	288

1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. Objetivos del Barómetro del Comercio Minorista Vasco

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

Para la consecución de los objetivos planteados se ha trabajado mediante planteamiento de investigación cuantitativa, como se detalla a continuación:



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



TAMAÑO MUESTRAL Y ERROR ESTADÍSTICO

- Se han realizado 1.500 encuestas a comercios de la Comunidad Autónoma de Euskadi, lo que supone un margen de error de $e = \pm 2,6\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, $2s$ respecto de μ siendo $p=q=0,5$) para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.



DISEÑO MUESTRAL

- Se ha diseñado un muestreo por conglomerados respecto a las variables Territorio y Tamaño de empleo que garantiza niveles de fiabilidad razonables para dichas variables, así como por tipo de actividad en grandes grupos según CNA-09. A continuación se detalla la muestra alcanzada y la ponderación realizada según los datos del Directorio de Establecimientos de Comercio, DIRAE, 2020.



ESTRUCTURA DE LA MUESTRA SIN PONDERAR

- Detalle de la muestra sin ponderar:

	De 1 a 2 trabajadores	De 3 a 5 trabajadores	De 6 a 9 trabajadores	De 10 a 19 trabajadores	De 20 a 49 trabajadores	50 o más trabajadores	Total
Araba	103	68	12	7	4	2	196
Montaña Alavesa	0	1	0	0	0	0	1
Valles Alaveses	1	1	0	0	0	0	2
Llanada Alavesa	85	57	7	6	4	2	161
Rioja Alavesa	4	1	1	0	0	0	6
Estribaciones del Gorbea	2	2	0	0	0	0	4
Cantábrica Alavesa	11	6	4	1	0	0	22
Bizkaia	514	174	54	24	8	1	775
Arratia - Nervión	9	3	1	1	0	0	14
Gran Bilbao	418	124	40	13	4	0	599
Duranguesado	31	21	7	3	3	1	66
Encartaciones	13	6	0	1	0	0	20
Gernika - Bermeo	17	6	2	2	1	0	28
Markina - Ondarroa	10	7	0	2	0	0	19
Plentzia - Mungia	16	7	4	2	0	0	29
Gipuzkoa	313	149	40	21	5	1	529
Bajo Bidasoa	47	13	2	2	0	0	64
Bajo Deba	28	7	3	0	0	0	38
Alto Deba	24	11	1	1	0	0	37
Donostialdea	136	77	22	14	4	1	254
Goierri	24	13	5	2	0	0	44
Tolosa	17	14	3	1	1	0	36
Urola costa	37	14	4	1	0	0	56
Total	930	391	106	52	17	4	1500



ESTRUCTURA DE LA MUESTRA PONDERADA

- Detalle de la muestra ponderada:

	De 1 a 2 trabajadores	De 3 a 5 trabajadores	De 6 a 9 trabajadores	De 10 a 19 trabajadores	De 20 a 49 trabajadores	50 o más trabajadores	Total
Araba	132	38	13	7	3	1	193
Montaña Alavesa	0	1	0	0	0	0	1
Valles Alaveses	1	1	0	0	0	0	2
Llanada Alavesa	106	31	11	6	3	1	158
Rioja Alavesa	7	1	1	0	0	0	9
Estribaciones del Gorbea	3	2	0	0	0	0	5
Cantábrica Alavesa	14	2	1	1	0	0	18
Bizkaia	588	127	42	26	17	0	800
Arratia - Nervión	11	2	0	1	0	0	14
Gran Bilbao	452	100	36	21	15	0	624
Duranguesado	46	9	4	2	1	0	63
Encartaciones	16	4	0	0	0	0	20
Gernika - Bermeo	22	3	1	0	0	0	28
Markina - Ondarroa	12	4	0	0	0	0	16
Plentzia – Mungia	27	4	1	1	0	0	34
Gipuzkoa	355	96	31	19	5	1	507
Bajo Bidasoa	41	11	3	3	0	0	58
Bajo Deba	26	6	4	0	0	0	36
Alto Deba	25	6	2	1	0	0	34
Donostialdea	167	52	18	10	4	1	251
Goierri	34	6	2	1	0	0	43
Tolosa	23	6	1	1	1	0	32
Urola costa	39	8	2	2	0	0	51
Total	1.075	261	86	51	25	3	1.500



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.

1.3. Descripción de los comercios minoristas vascos

1.3.1. Ámbito territorial

Evolución de la distribución de los comercios minoristas vascos según comarca

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2019	2020
Araba								
Montaña Alavesa	0,2%	---	---	---	---	---	0,1%	---
Valles Alaveses	---	---	---	---	---	---	0,1%	0,2%
Llanada Alavesa	9,7%	9,9%	9,6%	9,6%	10,2%	10,4%	10,3%	10,4%
Rioja Alavesa	0,2%	0,3%	0,3%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,5%
Estribaciones del Gorbea	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
Cantábrica Alavesa	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,3%	1,2%
Bizkaia								
Arratia - Nervión	0,4%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%
Gran Bilbao	42,7%	42,0%	42,3%	41,3%	41,3%	41,2%	41,3%	42,2%
Duranguesado	3,9%	3,8%	3,9%	4,6%	4,4%	4,3%	4,4%	4,0%
Encartaciones	1,0%	0,9%	1,0%	1,2%	1,4%	1,3%	1,4%	1,4%
Gernika - Bermeo	2,1%	2,1%	2,1%	2,2%	1,9%	1,9%	2,0%	2,0%
Markina - Ondarroa	1,0%	0,9%	0,9%	1,0%	0,9%	1,1%	1,2%	1,1%
Plentzia - Mungia	1,8%	1,7%	1,7%	1,7%	1,8%	1,9%	2,0%	2,3%
Gipuzkoa								
Bajo Bidasoa	3,9%	4,2%	4,4%	4,1%	3,9%	4,0%	4,1%	3,9%
Bajo Deba	2,8%	2,8%	2,7%	2,7%	2,4%	2,5%	2,6%	2,3%
Alto Deba	2,6%	2,5%	2,5%	2,5%	2,6%	2,6%	2,4%	2,2%
Donostialdea	17,9%	17,9%	17,6%	17,0%	16,9%	16,6%	16,7%	16,4%
Goierri	2,7%	2,9%	2,9%	3,0%	3,1%	3,1%	3,1%	3,1%
Tolosa	2,1%	2,2%	2,2%	2,5%	2,4%	2,3%	2,2%	2,2%
Urola costa	3,1%	3,3%	3,5%	3,5%	3,8%	3,7%	3,3%	3,3%

1.3.2. Ámbito sectorial

Evolución de la distribución de los comercios minoristas vascos según número de empleados/as

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Comercio minorista según número de empleados								
	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)
Una persona empleada	37,3%	39,0%	39,6%	40,4%	36,4%	36,8%	36,2%	39,6%
Dos personas empleadas	44,4%	41,7%	40,4%	38,2%	41,1%	40,1%	38,2%	36,4%
3-5 personas empleadas	12,8%	13,3%	14,3%	15,3%	16,0%	16,3%	17,2%	16,1%
6-9 personas empleadas	2,7%	3,0%	2,7%	3,2%	3,5%	4,1%	4,9%	5,1%
10-19 personas empleadas	1,6%	2,0%	2,1%	2,1%	2,0%	1,7%	2,1%	2,2%
20 o más personas empleadas	1,2%	0,9%	0,9%	0,8%	1,0%	1,1%	1,3%	0,6%

Evolución de la distribución de los comercios minoristas vascos según actividad

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

		Grandes grupos de actividad							
		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)
Alimentación		28,1%	33,1%	32,3%	30,6%	29,2%	25,7%	29,1%	26,5%
Moda		27,9%	22,2%	22,2%	21,1%	20,2%	21,9%	20,7%	22,6%
Hogar		7,6%	8,4%	8,9%	9,1%	8,4%	8,2%	10,7%	13,6%
Salud y Belleza		8,3%	7,3%	8,5%	9,1%	9,1%	8,3%	9,0%	8,1%
Otros		28,1%	29,0%	28,0%	30,1%	33,2%	35,8%	30,5%	29,2%

2. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO MINORISTA VASCO SEGÚN VARIABLES ESTRUCTURALES

2.1. Tamaño del comercio minorista vasco

Tamaño del comercio: superficie y personal

La configuración del panel de comercio muestra en el año 2020 una superficie media para el sector minorista vasco en su conjunto, de 123 m² disponibles, siendo el valor más repetido, 100 m². No obstante, el 52,7% de los establecimientos dispone de menos de 80 m². Respecto al Barómetro de 2019, se aprecia una reducción de la superficie media.

La disposición de espacio comercial varía en función de diferentes variables, como son:

- Como ya es habitual en la serie histórica, los establecimientos comerciales de Araba cuenta con una superficie media mayor que los de Bizkaia y Gipuzkoa. Especialmente, ésta diferencia se hace más patente en las áreas que no son la capital, Vitoria Gasteiz, donde se dispone de una media de superficie comercial de 286,4 m².
- Los establecimientos dedicados a la venta de artículos de Equipamiento del Hogar, seguido de los de Otras actividades cuentan de media con una superficie mayor.
- Asimismo, a mayor número de personas empleadas, la superficie media disponible del comercio se incrementa.

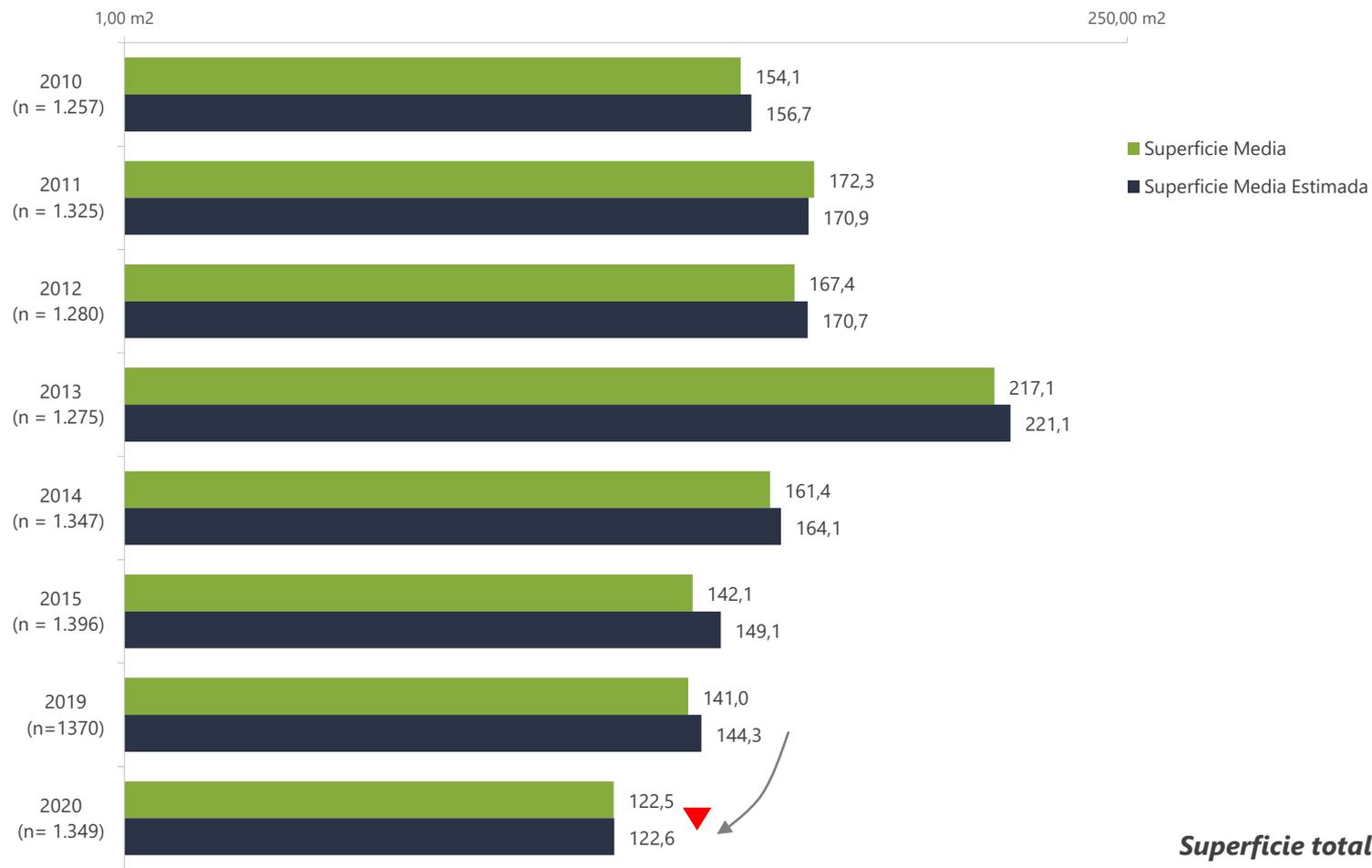
D.3.: Superficie del comercio minorista vasco

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 m2		20,6%	22,4%	22,7%	21,4%	19,8%	20,6%	17,9%	18,4%
De 46 a 64 m2		16,8%	14,9%	16,9%	18,0%	15,4%	15,0%	17,2%	17,4%
De 65 a 80 m2		16,2%	16,4%	15,3%	14,4%	16,7%	13,7%	14,8%	16,9%
De 81 a 99 m2		6,4%	6,3%	6,0%	6,3%	5,8%	5,3%	5,9%	6,7%
De 100 a 120 m2		15,4%	14,4%	13,7%	13,9%	14,5%	16,2%	15,6%	16,3%
De 121 a 199 m2		9,3%	7,5%	8,6%	9,3%	8,0%	8,4%	9,2%	8,0%
De 200 a 299 m2		5,1%	5,6%	5,7%	5,6%	5,5%	5,2%	4,8%	6,0%
De 300 a 450 m2		2,9%	3,6%	3,0%	3,6%	2,9%	3,5%	2,6%	2,7%
De 451 a 999 m2		1,8%	1,8%	2,0%	2,3%	2,2%	1,8%	1,8%	1,8%
1.000 m2 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.: Evolución de la superficie media del comercio minorista vasco

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

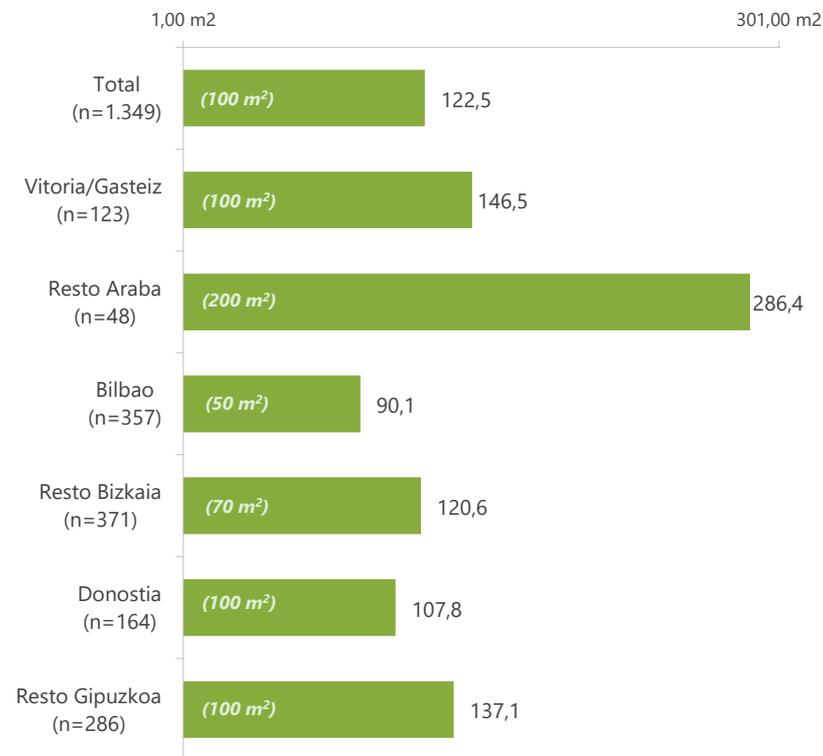
D.3.: Superficie media del comercio minorista vasco según variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio histórico



Capitales /Resto del Territorio Histórico

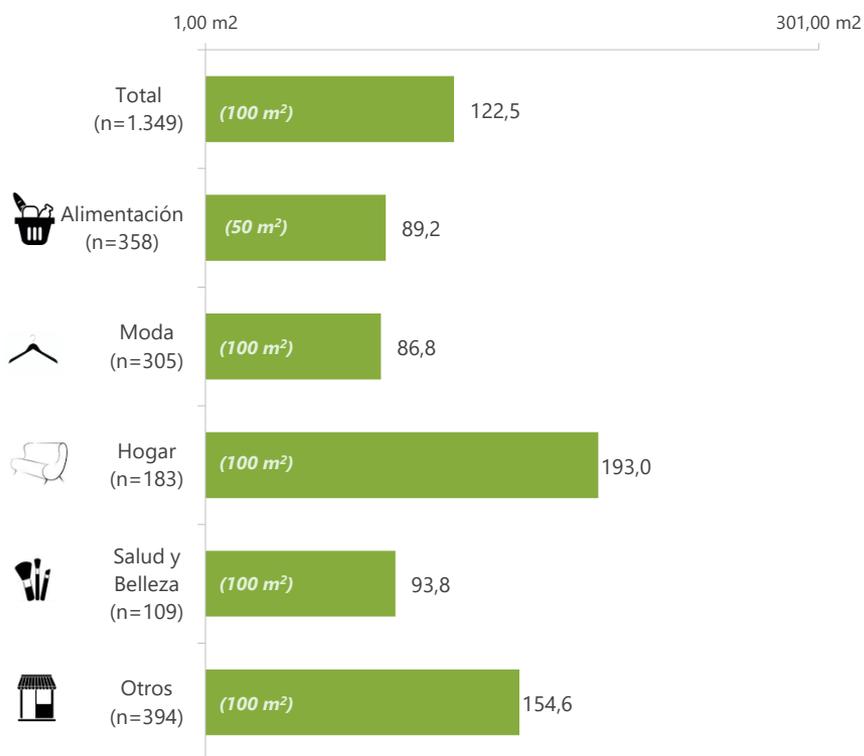


* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente que se haya repetido.

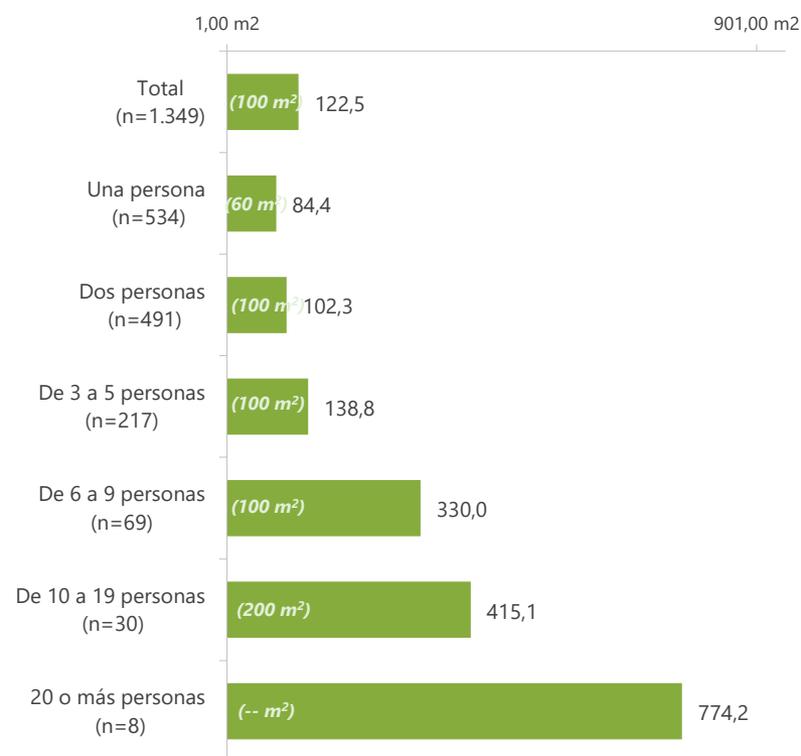
D.3.: Superficie media del comercio minorista vasco según variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de actividad



Tamaño de empresa



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

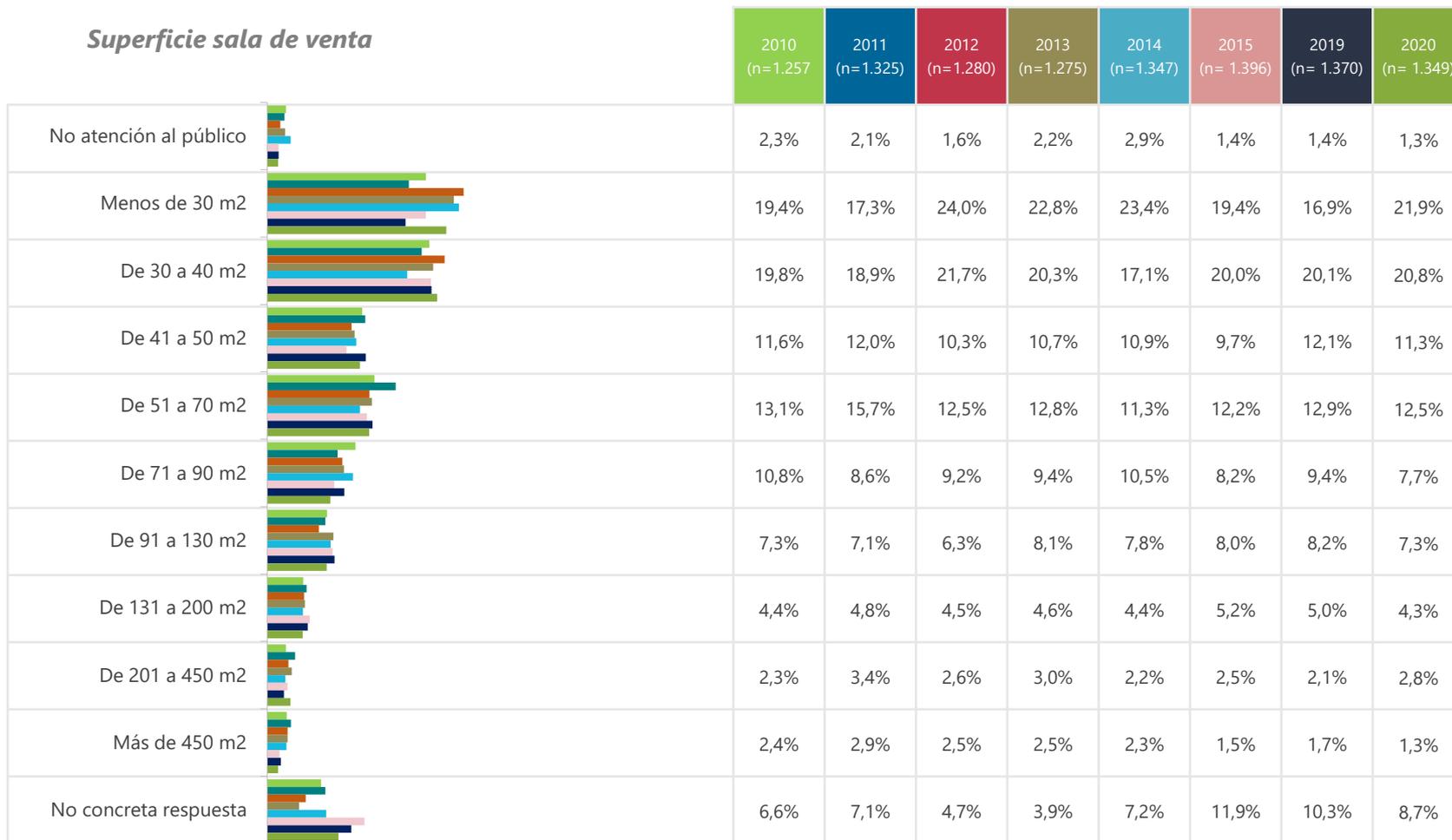
Tamaño del comercio: superficie de atención al público

En lo que respecta a la sala de venta o superficie media destinada a atención al público, el comercio vasco cuenta de media con 74 m², lo que representa el 60,6% de superficie sobre el total disponible.

De todos, el valor más frecuente en sala de venta en el comercio minorista vasco son 30m², ya que el 42,7% de los establecimientos dispone de una sala de venta menor a los 40 m².

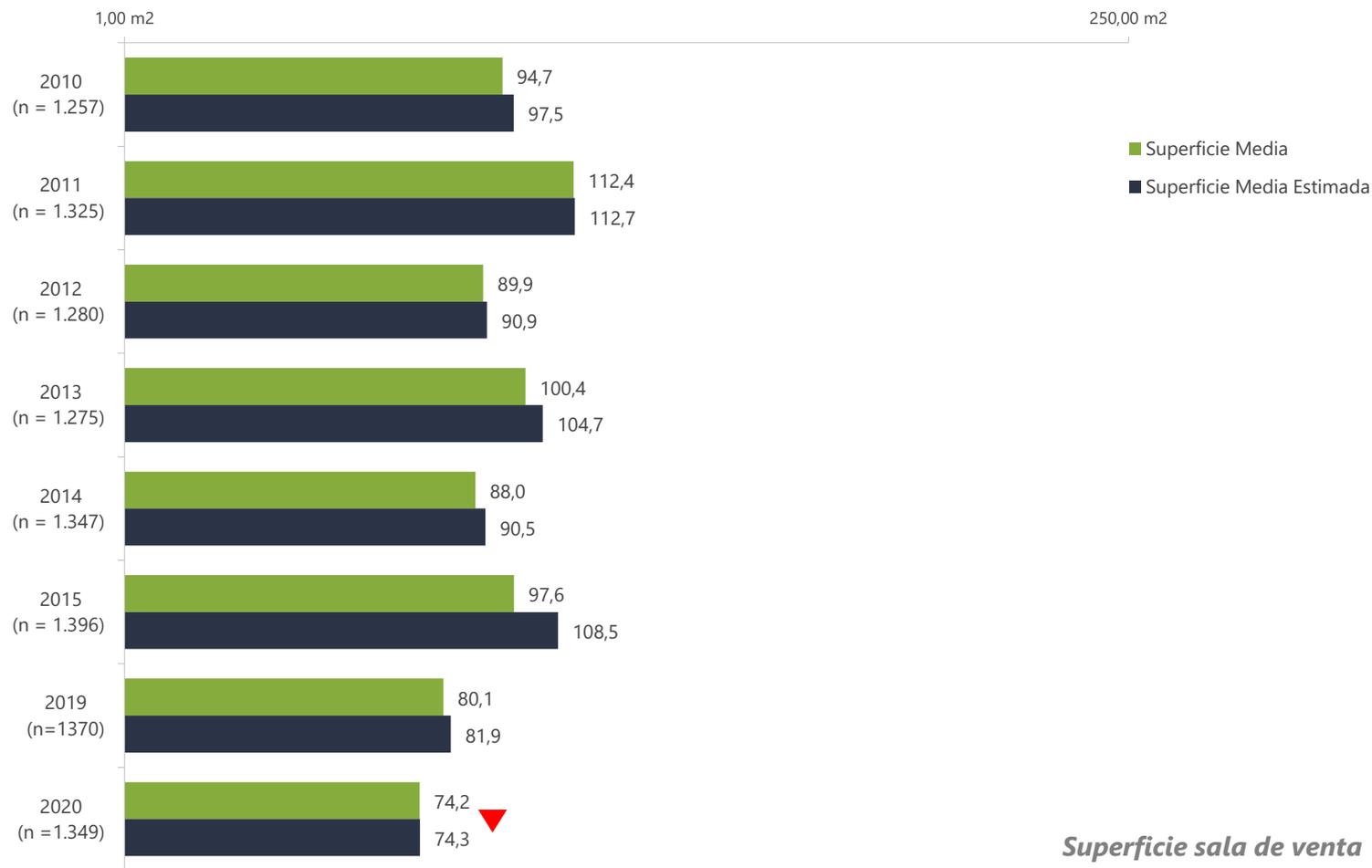
D.4.: Superficie del comercio minorista vasco dedicada a atención al público

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



D.4.: Evolución de la superficie media del comercio minorista vasco dedicada a atención al público

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

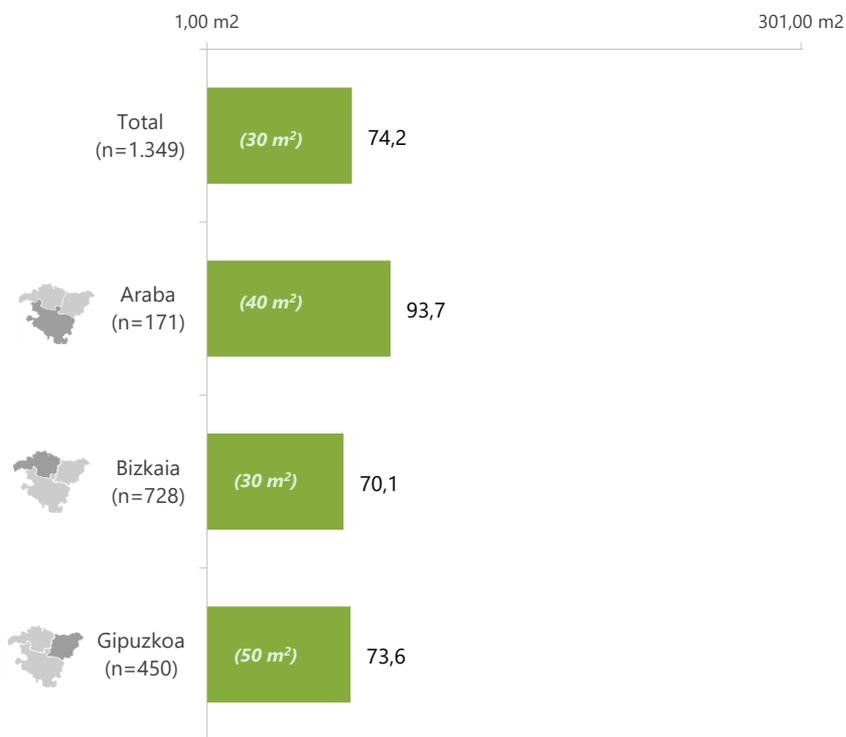


 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

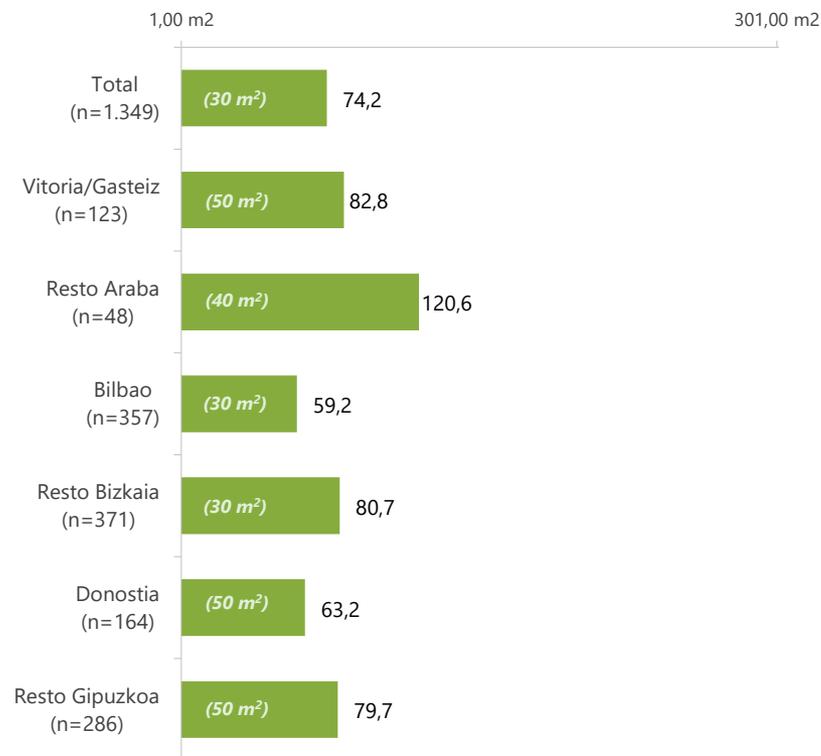
D.4.: Superficie media del comercio minorista vasco de atención al público según variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio histórico



Capitales /Resto del Territorio Histórico



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

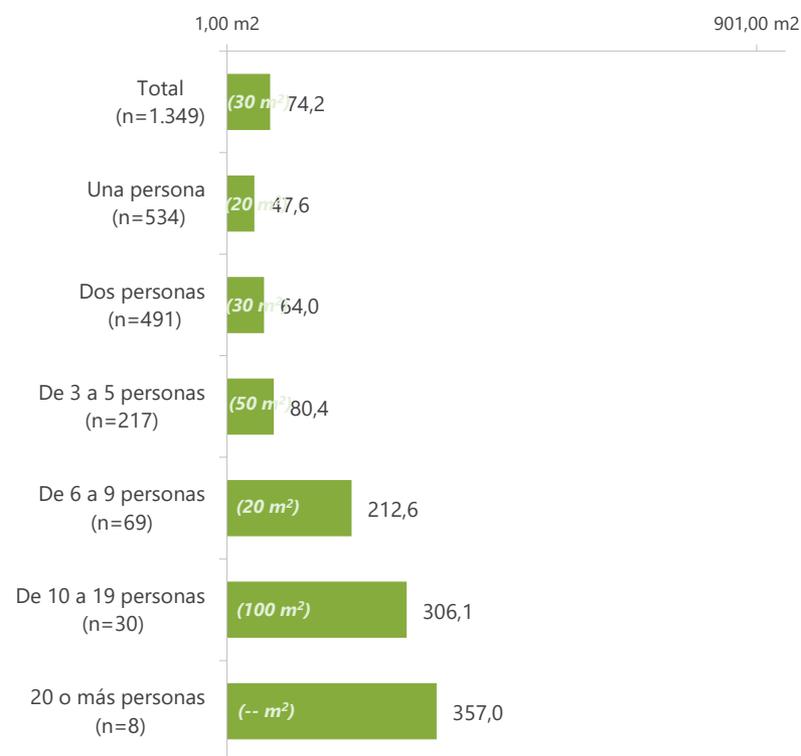
D.4.: Superficie media del comercio minorista vasco de atención al público según variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de actividad



Tamaño de empresa

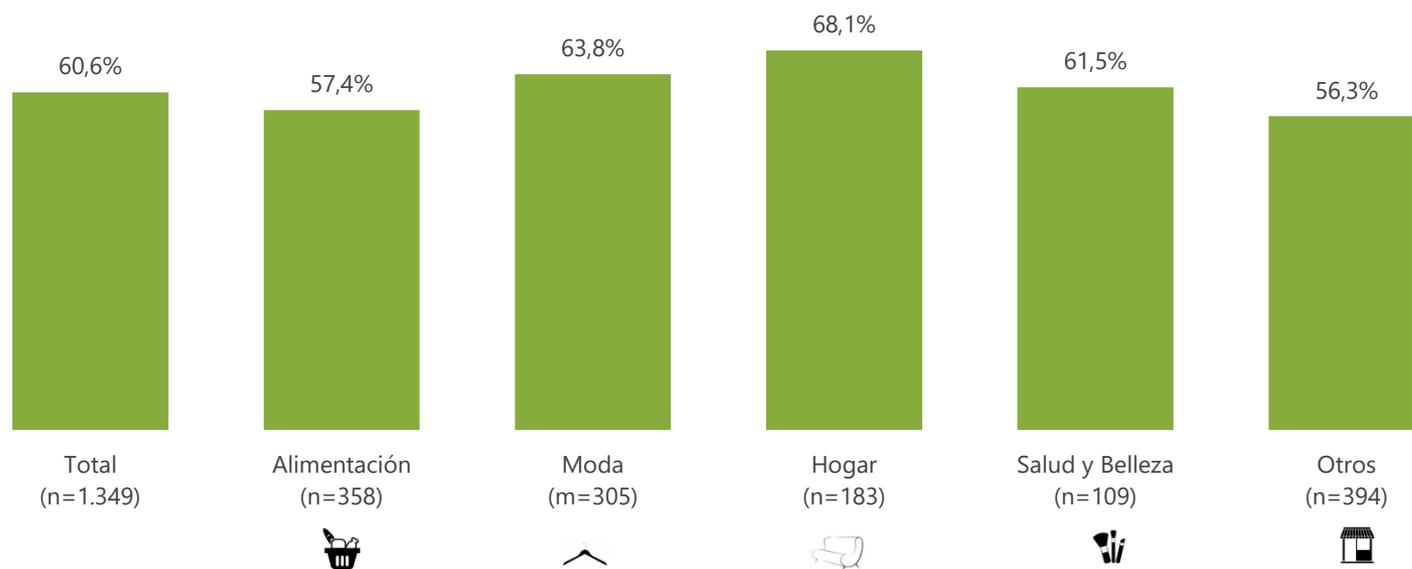


* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente que se haya repetido.

D.3/D.4.: Porcentaje de sala de venta respecto a superficie total según sector de actividad comercial, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Superficie destinada a atención al público sobre total disponible



Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista

El Barómetro del Comercio Vasco permite relacionar la superficie de sala de venta, dedicada a la atención al público y la superficie total de cada uno de los comercios minoristas vascos a través de un ratio, como se describe a continuación.

Este ratio genera una puntuación, segmenta y clasifica a los comercios minoristas vascos en cuatro niveles o rangos. Niveles que se calculan de la siguiente forma:

- Bajo ($< - 0,25$ desviación típica de la media del índice del Primer Barómetro)
- Medio (de $- 0,25$ a $0,25$ desviación típica de la media del índice del Primer Barómetro)
- Medio-Alto (de $0,25$ a $0,50$ desviación típica de la media del índice del Primer Barómetro)
- Muy Alto ($> 0,50$ desviación típica de la media del índice del Primer Barómetro)

Estos niveles o rangos, también, se pueden definir de la siguiente forma:

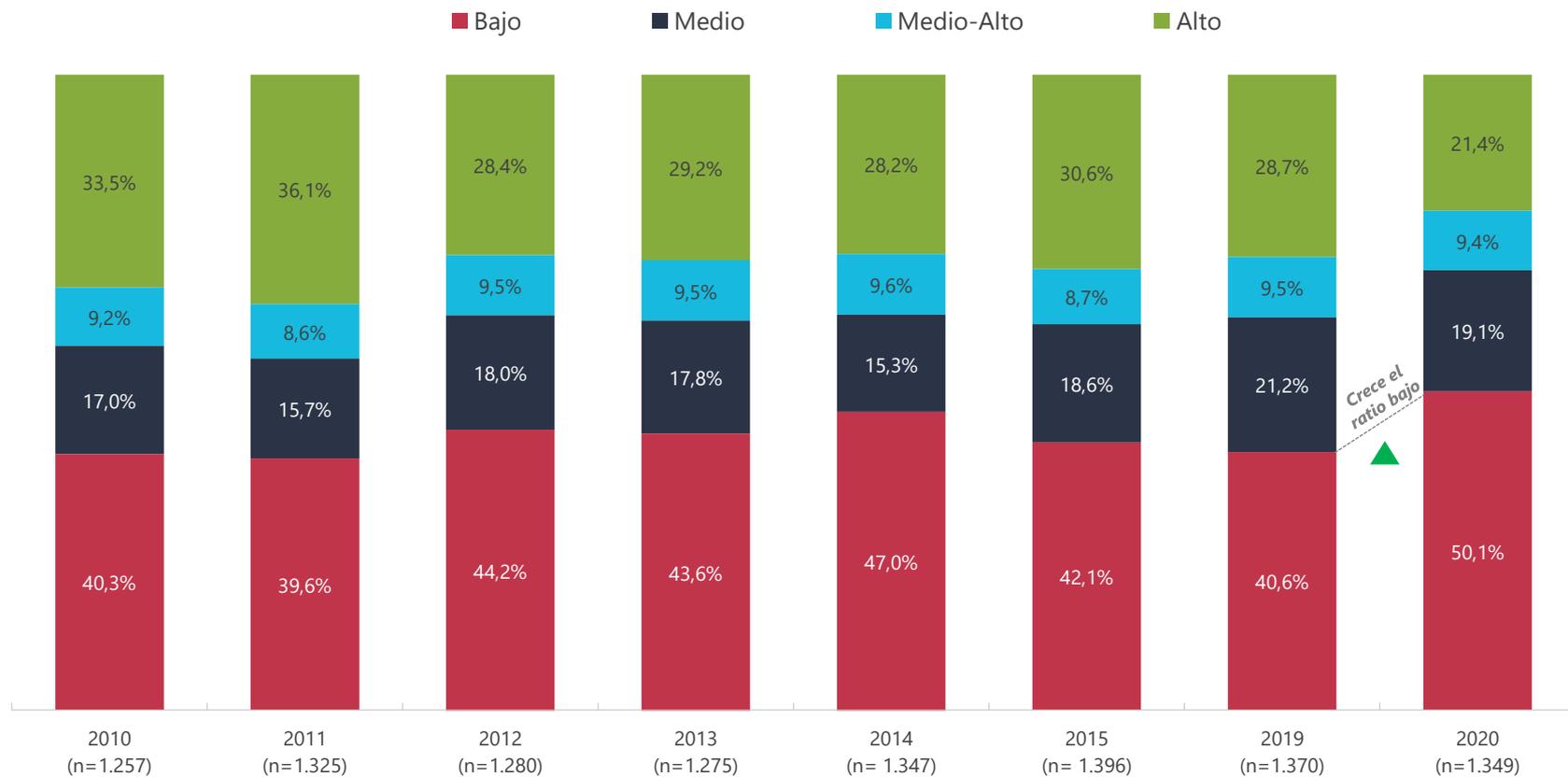
- Bajo: menos del 65,4% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
- Medio: entre el 65,4% y el 77,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
- Medio-Alto: entre el 78,0% y el 83,9% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.
- Alto: más del 84,0% de la superficie total del comercio se dedica a la atención al público.

Este año, la mitad de los establecimientos minoristas destinan menos del 65,4% o más de la superficie total disponible a la atención al público. Un dato mayor que en anteriores ocasiones y más similar al obtenido en 2014. Esta tendencia puede observarse en mayor medida en :

- Comercios del Territorio Histórico de Gipuzkoa en su conjunto. También en el detalle entre capital y resto del territorio se observa especialmente entre los comercios del resto de municipios de Araba.
- Comercios dedicados a la actividad de Salud y Belleza así como Alimentación, donde el 58,2% y el 57,9% respectivamente, dedican menos del 65,4% de la superficie total para atención al público, contando con otros espacios para almacenamiento de stock y mercancías.

Evolución del ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista

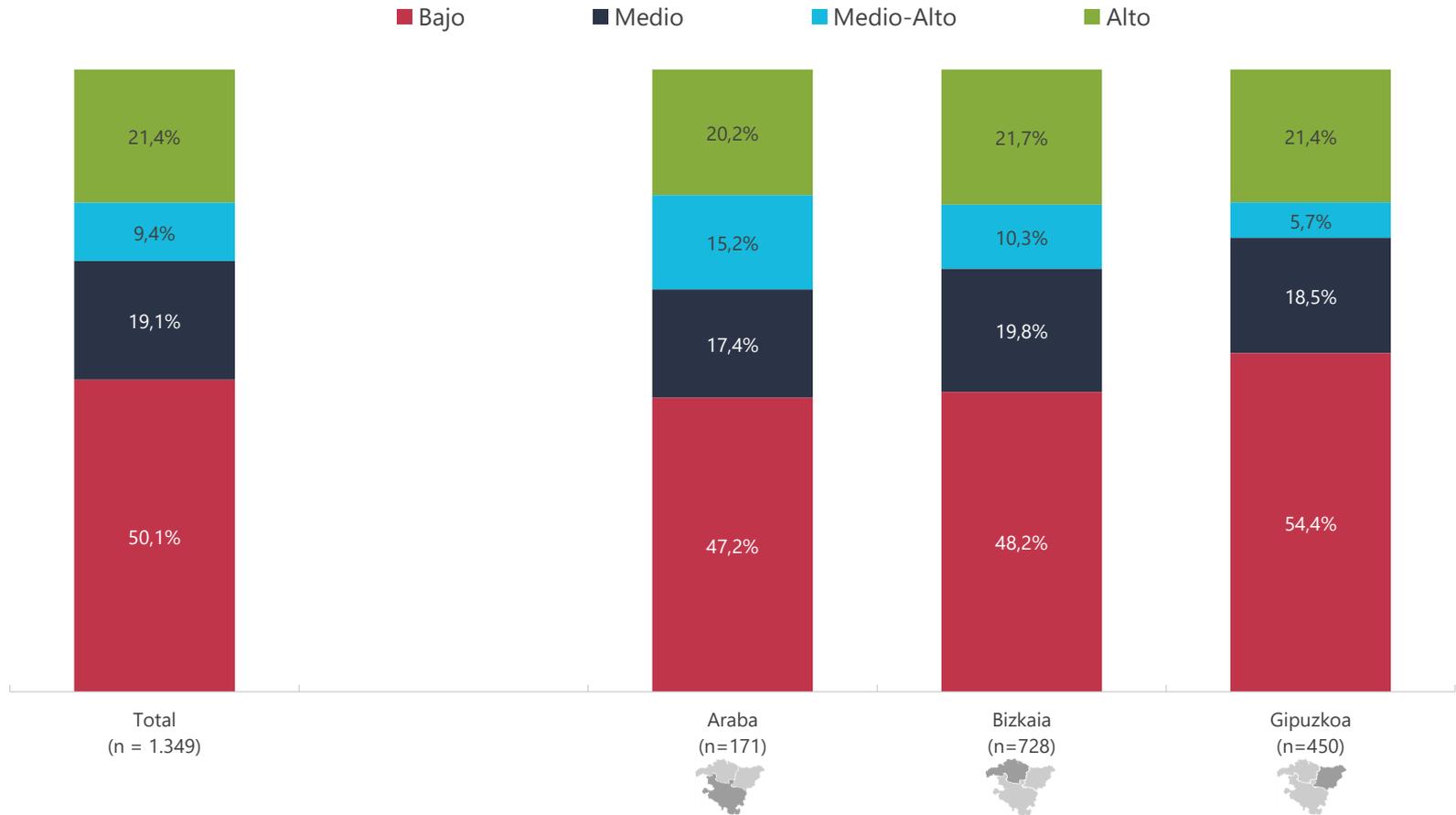
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

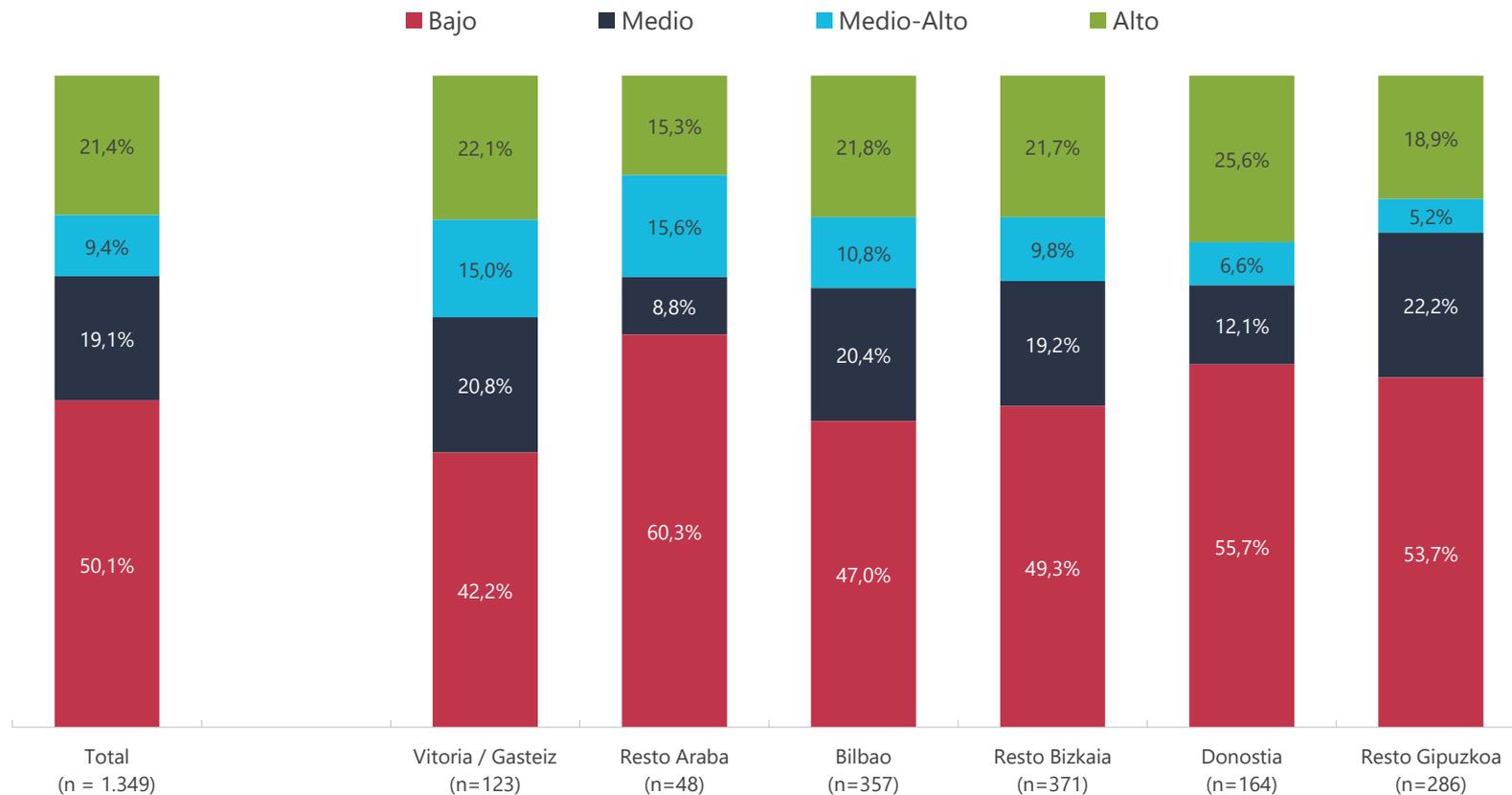
Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



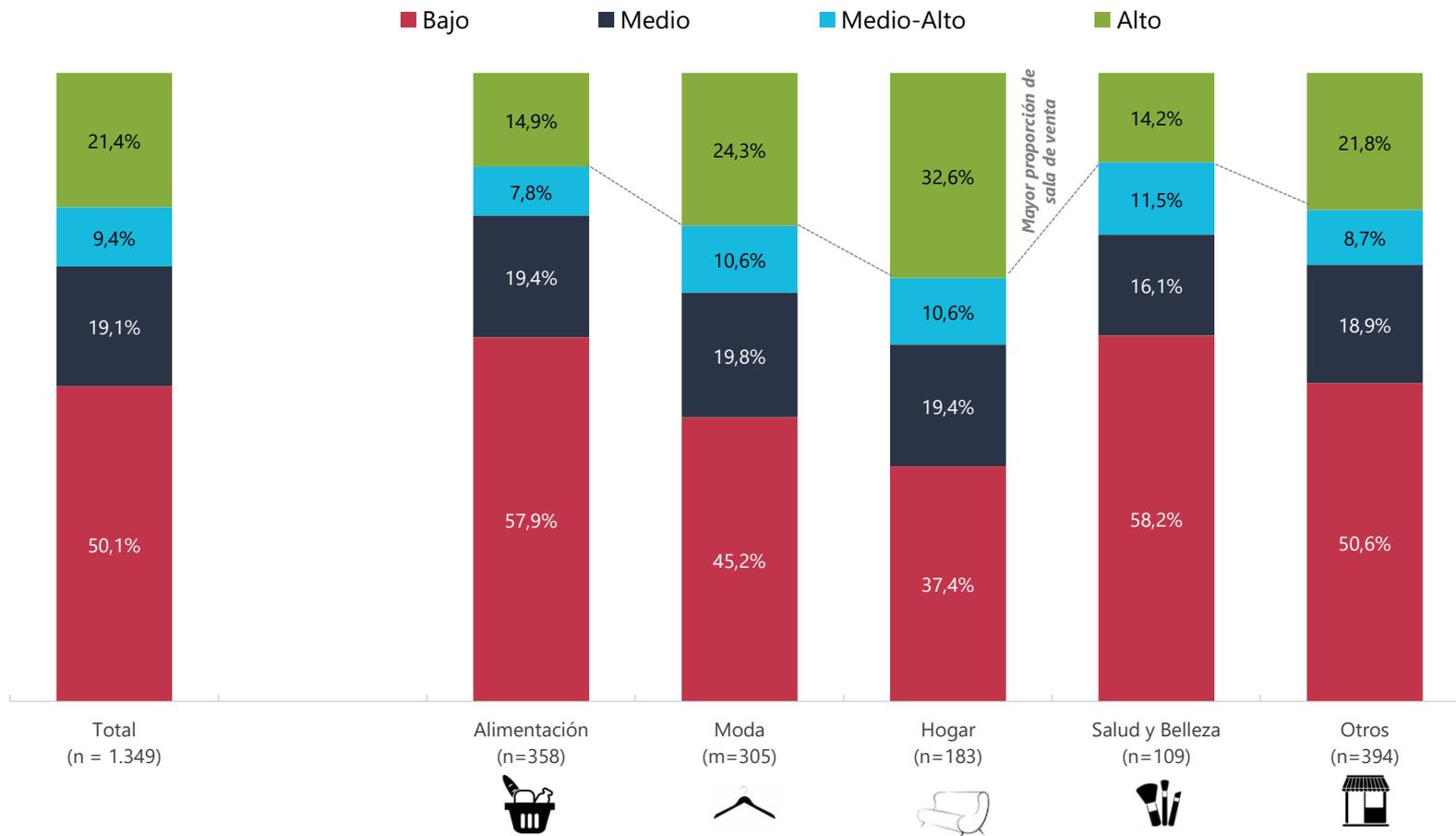
Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



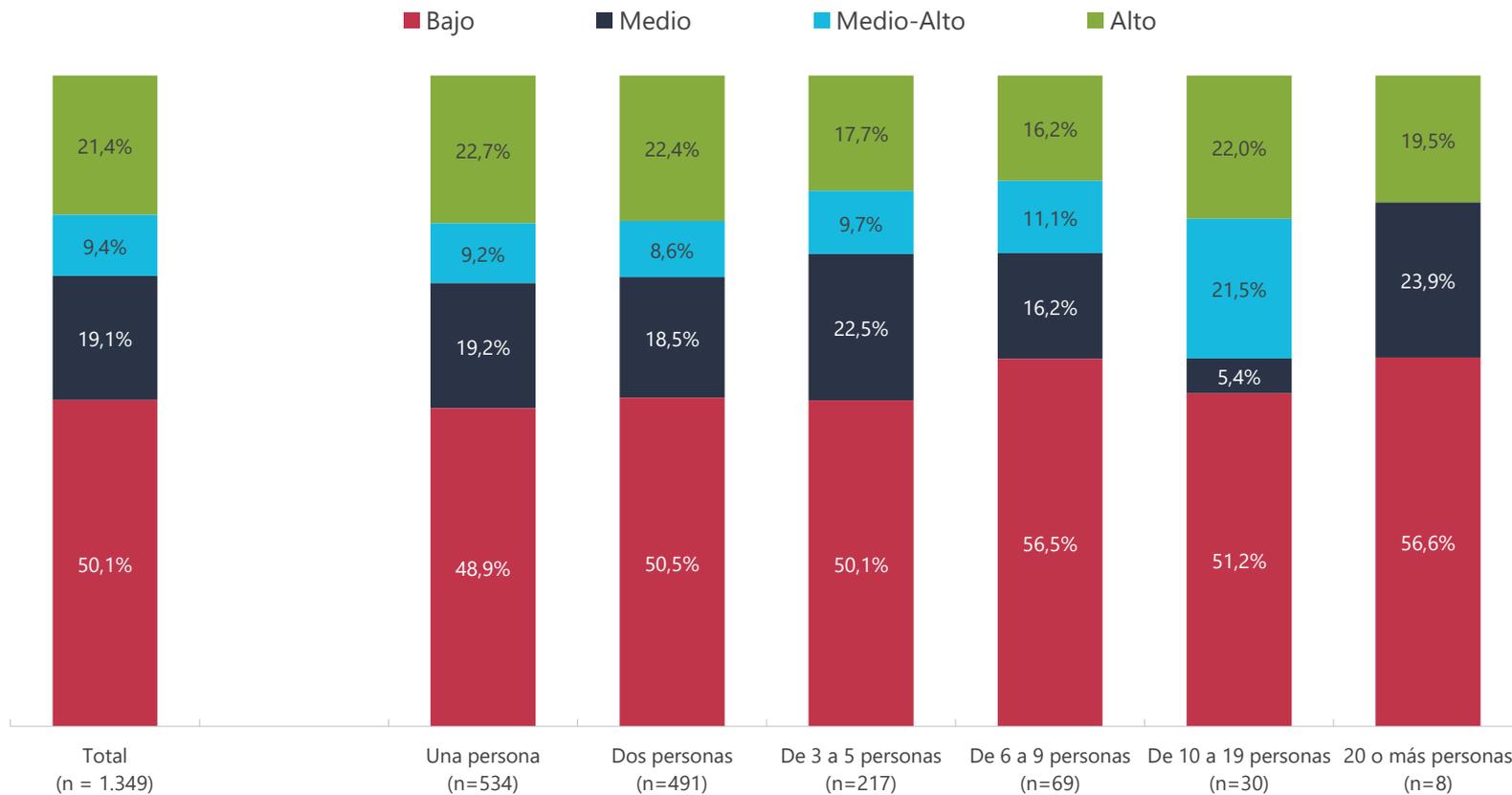
Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Ratio de superficie de atención al público según superficie total del comercio minorista, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tamaño del comercio: personal

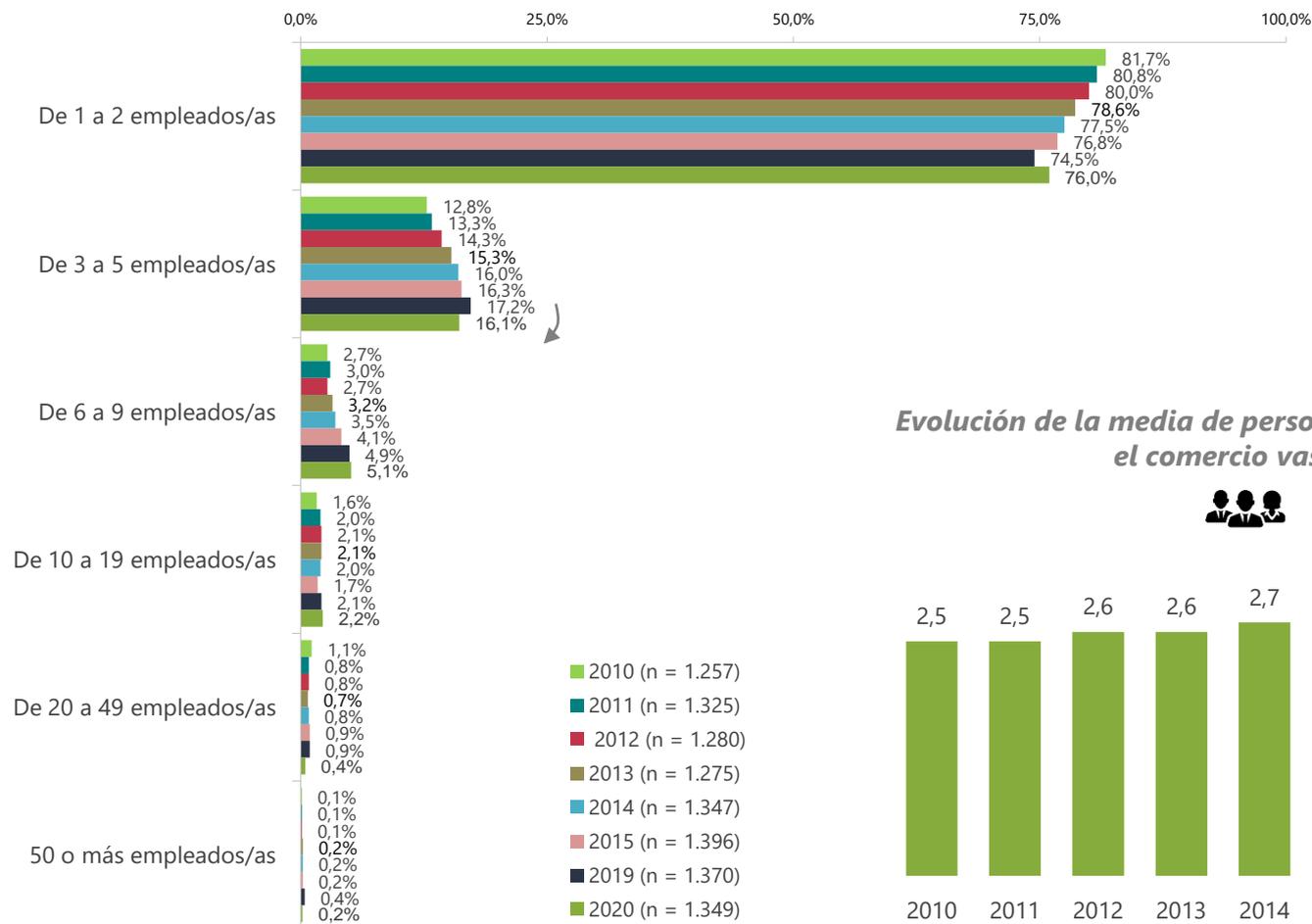
La práctica totalidad de los comercios minoristas vascos son micropymes, según la definición empleada por la Unión Europea ya que cuentan con menos de 10 trabajadores o personas empleadas. Las micropymes representan el 97,2% del total del sector comercial minorista vasco.

De forma más concreta, el 76,0% de los comercios minoristas emplea a una o dos personas en el establecimiento, dato que crece ligeramente respecto al pasado año. Así, se frena la tendencia que veníamos observando desde el inicio de la serie histórica con el incremento paulatino del grupo de comercios que emplea de tres a cinco trabajadores.

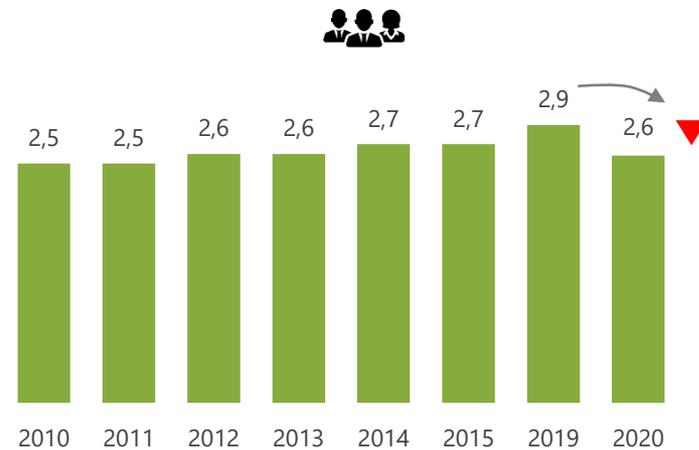
En línea con lo apuntado, la media de personas empleadas en el comercio minorista vasco es de 2,6, sufriendo un ligero retroceso respecto a los contabilizados en el Barómetro de 2019.

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

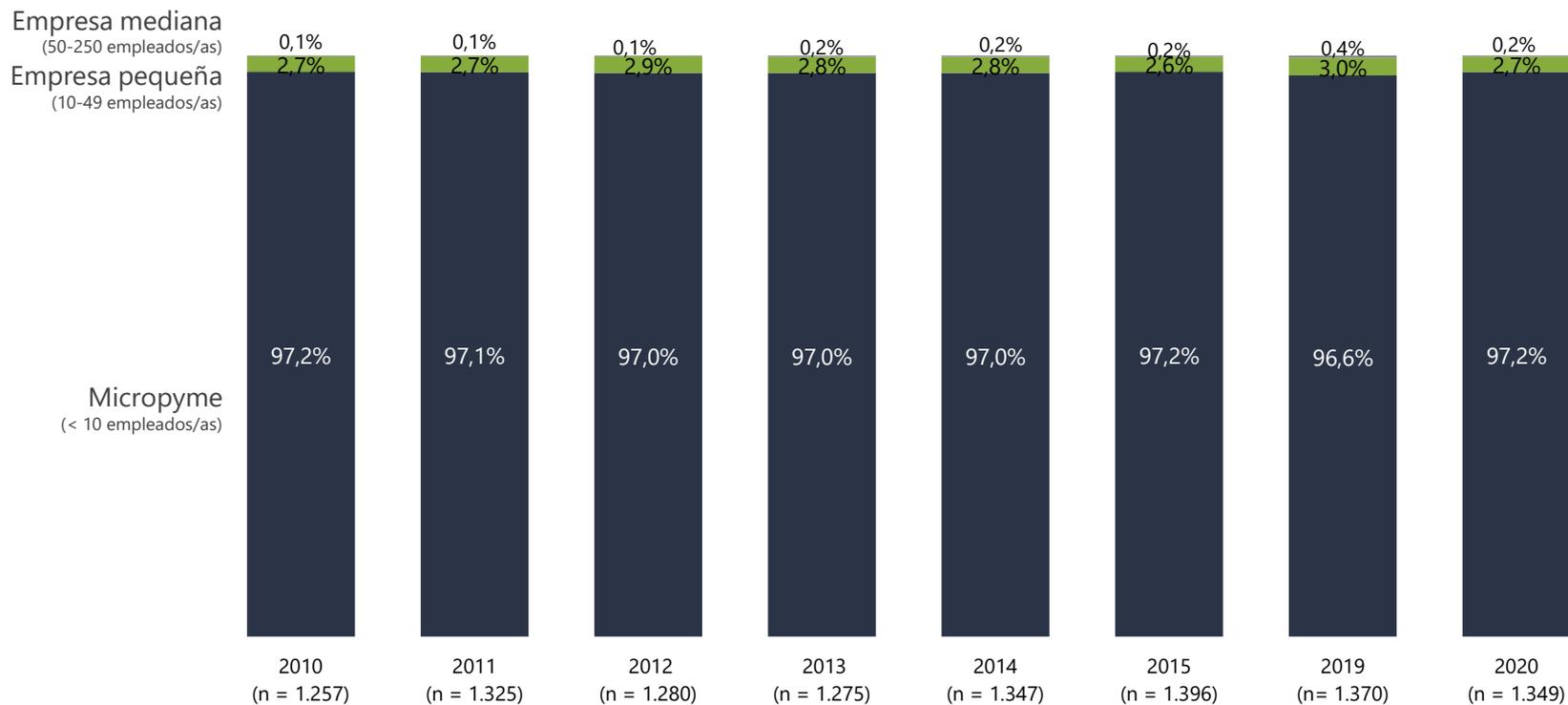


*Incluye el/la entrevistado/a

Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

P.4: Evolución de la clasificación del comercio minorista vasco según criterio de la Unión Europea

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.4: Clasificación del comercio minorista vasco según criterio de la Unión Europea y variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	 Araba (n = 171)	 Bizkaia (n = 728)	 Gipuzkoa (n = 450)
Microempresa (< 10 personas empleadas)	96,9%	97,5%	96,8%
Empresa pequeña (de 10 a 49 personas empleadas)	2,5%	2,5%	3,0%
Empresa mediana (de 50 a 250 personas empleadas)	0,6%	--	0,3%

P.4: Clasificación del comercio minorista vasco según criterio de la Unión Europea y variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Microempresa (< 10 personas empleadas)	96,3%	98,4%	96,0%	98,9%	96,3%	97,0%
Empresa pequeña (de 10 a 49 personas empleadas)	2,8%	1,6%	4,0%	1,1%	3,0%	3,0%
Empresa mediana (de 50 a 250 personas empleadas)	0,9%	--	--	--	0,7%	--

P.4: Clasificación del comercio minorista vasco según criterio de la Unión Europea y variables, 2020

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)
Microempresa (< 10 personas empleadas)	96,6%	99,0%	97,4%	94,6%	96,9%
Empresa pequeña (de 10 a 49 personas empleadas)	3,4%	1,0%	2,6%	5,4%	2,6%
Empresa mediana (de 50 a 250 personas empleadas)	--	--	--	--	0,6%

Ratio de superficie total/número de personas empleadas

Los datos aportados por los panelistas en el Barómetro del Comercio Vasco nos permiten poner en relación el tamaño del comercio (según superficie total) y el número de empleados/as.

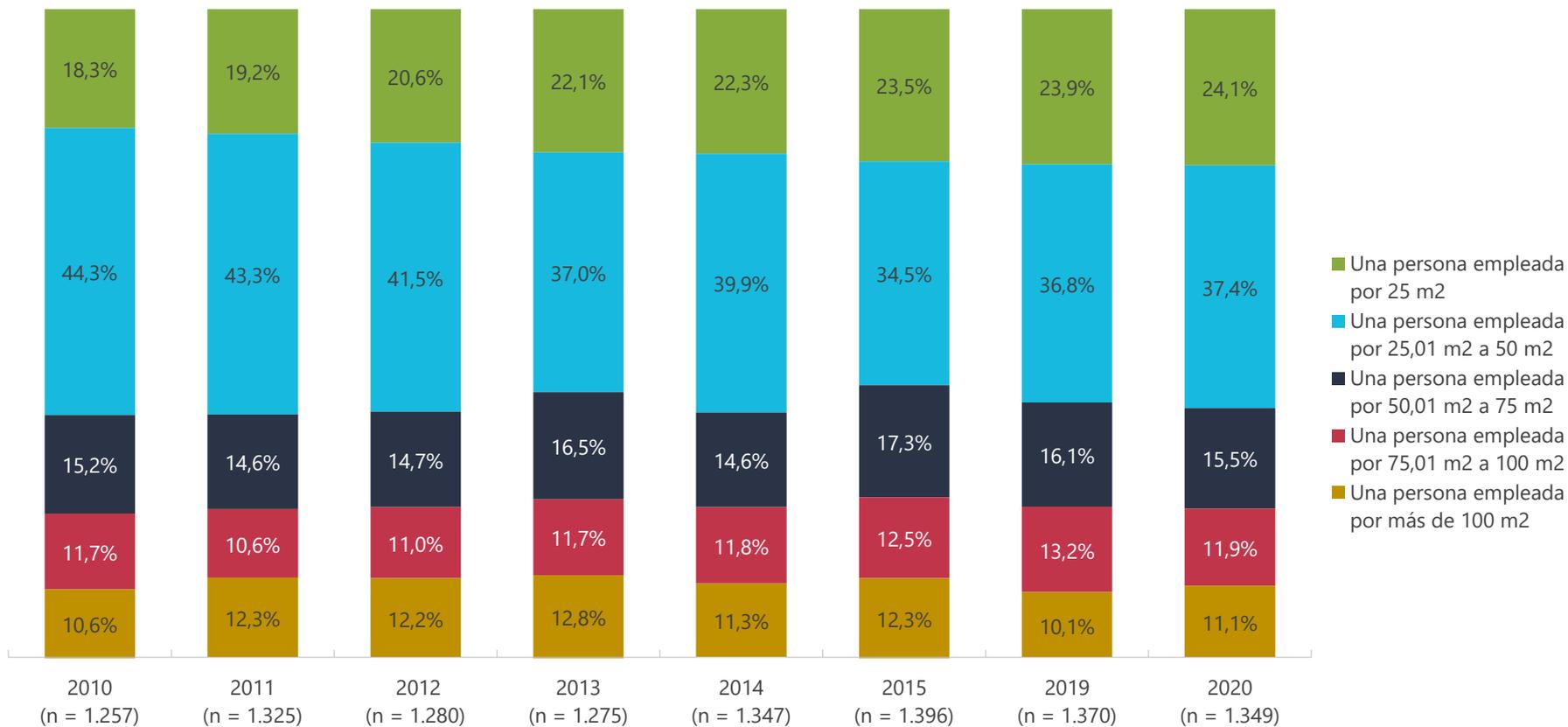
Este ratio genera una puntuación que permite segmentar y clasificar a los comercios vascos en cinco niveles. La categorización de estos niveles es la siguiente:

- Una persona empleada por 25 m² o menos
- Una persona empleada por 25,01 m² a 50 m²
- Una persona empleada por 50,01 m² a 75 m²
- Una persona empleada por 75,01 m² a 100 m²
- Una persona empleada por más de 100 m²

El 37,4% de los comercios minoristas vascos presenta una densidad de persona empleada por 25,01 m² a 50 m². La media de densidad del conjunto de comercios minoristas vascos es de una persona empleada por 61,9 m², siendo el valor más repetido nuevamente, el de una persona empleada por cada 50 m².

Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados/as

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados/as, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio histórico			
			
	Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
Una persona empleada por 25 m ² o menos	23,6%	24,8%	23,1%
Una persona empleada por 25,01 m ² a 50 m ²	33,7%	38,5%	37,2%
Una persona empleada por 50,01 m ² a 75 m ²	15,1%	17,0%	13,3%
Una persona empleada por 75,01 m ² a 100 m ²	13,4%	11,9%	11,4%
Una persona empleada por más de 100 m ²	14,2%	7,9%	15,0%
MEDIA (persona empleada/m²)	88,1	54,3	64,3

Ratio de superficie total del comercio minorista según número de empleados/as, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Una persona empleada por 25 m ² o menos	27,5%	13,3%	29,7%	20,1%	28,6%	19,9%
Una persona empleada por 25,01 m ² a 50 m ²	35,1%	30,0%	38,0%	38,8%	40,1%	35,5%
Una persona empleada por 50,01 m ² a 75 m ²	15,1%	15,1%	17,5%	16,5%	9,0%	15,7%
Una persona empleada por 75,01 m ² a 100 m ²	12,5%	15,8%	10,0%	13,7%	11,3%	11,5%
Una persona empleada por más de 100 m ²	9,7%	25,8%	4,8%	10,8%	10,9%	17,4%
MEDIA (persona empleada/m²)	55,4	171,9	48,2	60,2	55,1	69,6

2.2. Antigüedad y renovación del comercio minorista vasco

Antigüedad y renovación del comercio

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. En esta ocasión, la antigüedad se cifra en 31 años de media.

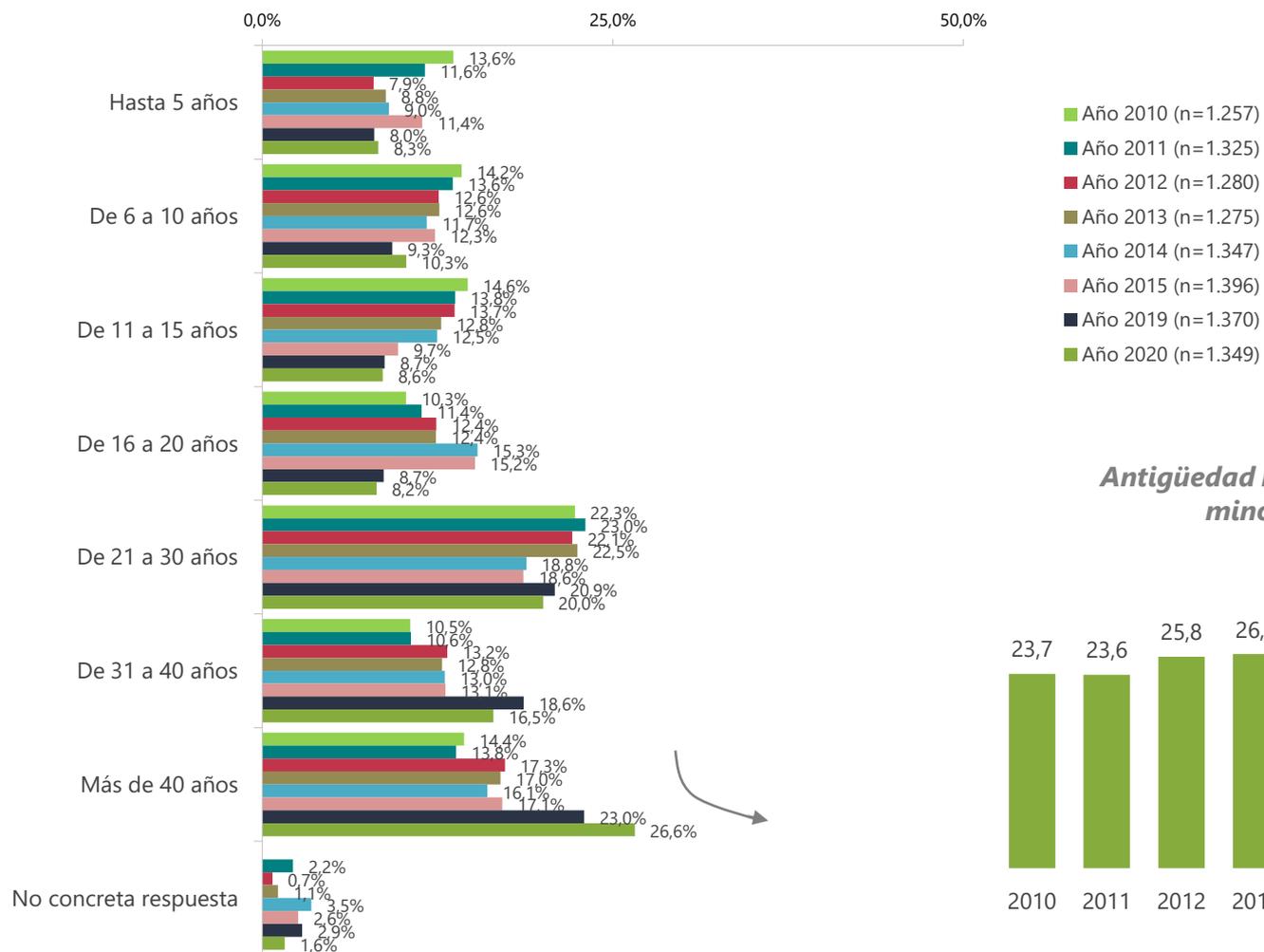
Más en concreto, un 26,6% de los establecimientos tiene más de 40 años de andadura, habiendo crecido este grupo en más de tres puntos porcentuales desde el Barómetro de 2019. También el 16,5% tiene entre 31 y 40 años de antigüedad y el 20,0%, entre 21 y 30 años.

La antigüedad del comercio es más elevada entre los representantes del territorio histórico de Gipuzkoa y en concreto, Donostia la capital, que alberga un comercio con una media de antigüedad de 39 años.

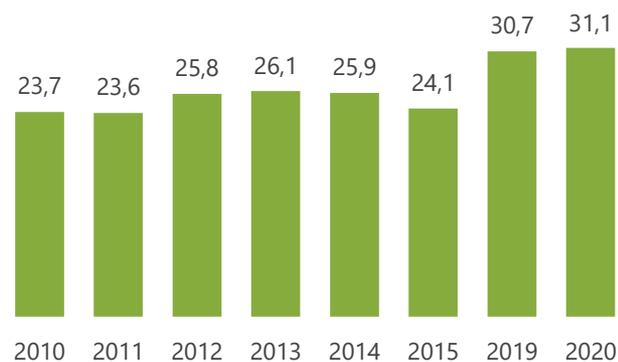
En cuanto a los sectores de actividad, la antigüedad media es mayor en el caso de los establecimientos dedicados a la venta de artículos y bienes de Salud y Belleza, así como Alimentación.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



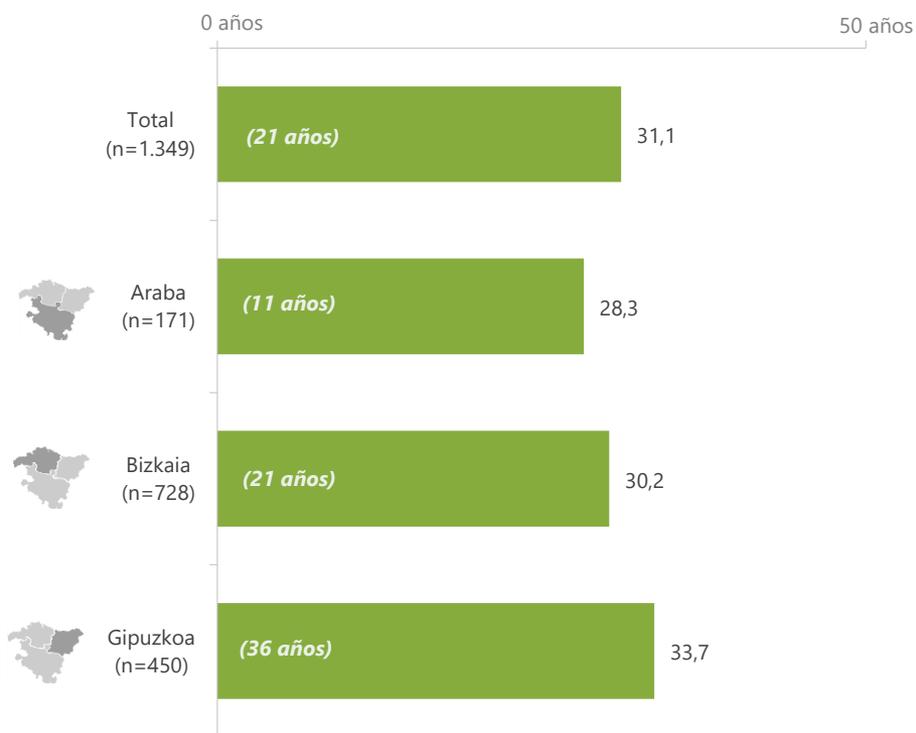
Antigüedad media del comercio minorista vasco



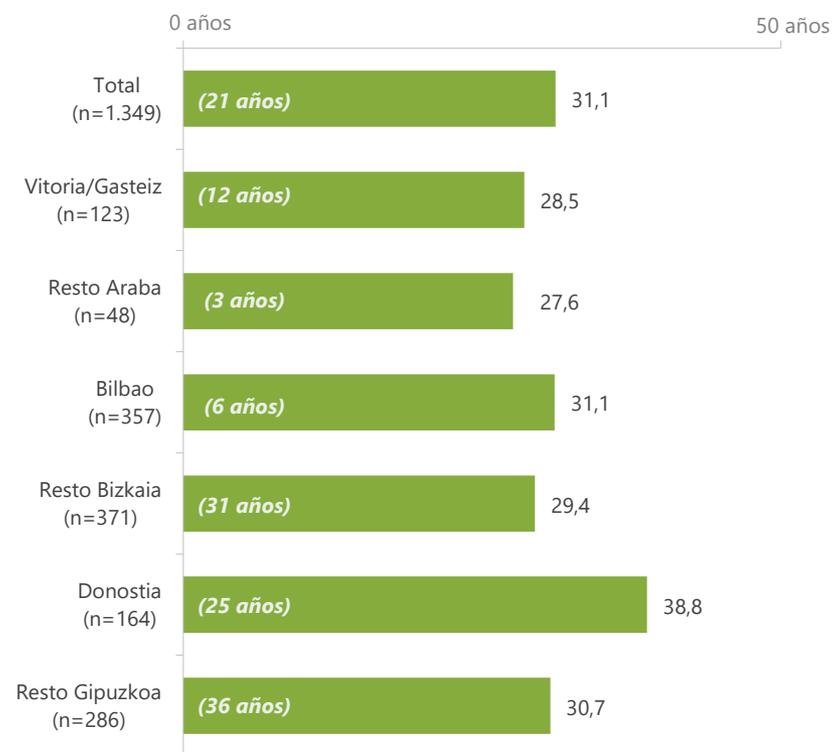
P.30: Antigüedad según año de apertura del comercio minorista, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Territorio histórico



Capitales /Resto del Territorio Histórico

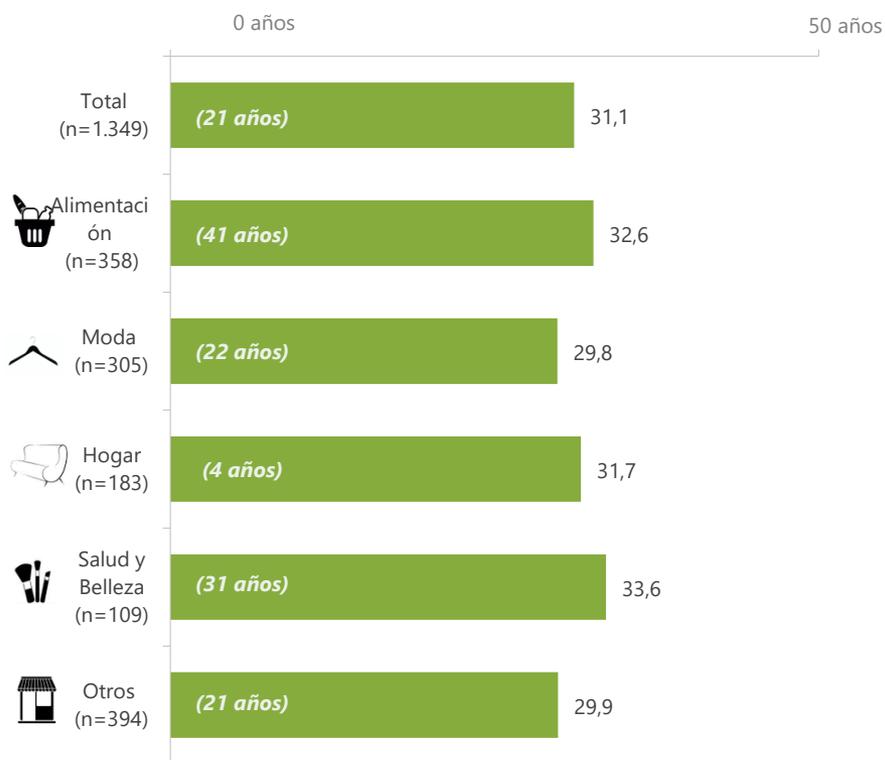


* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente que se haya repetido.

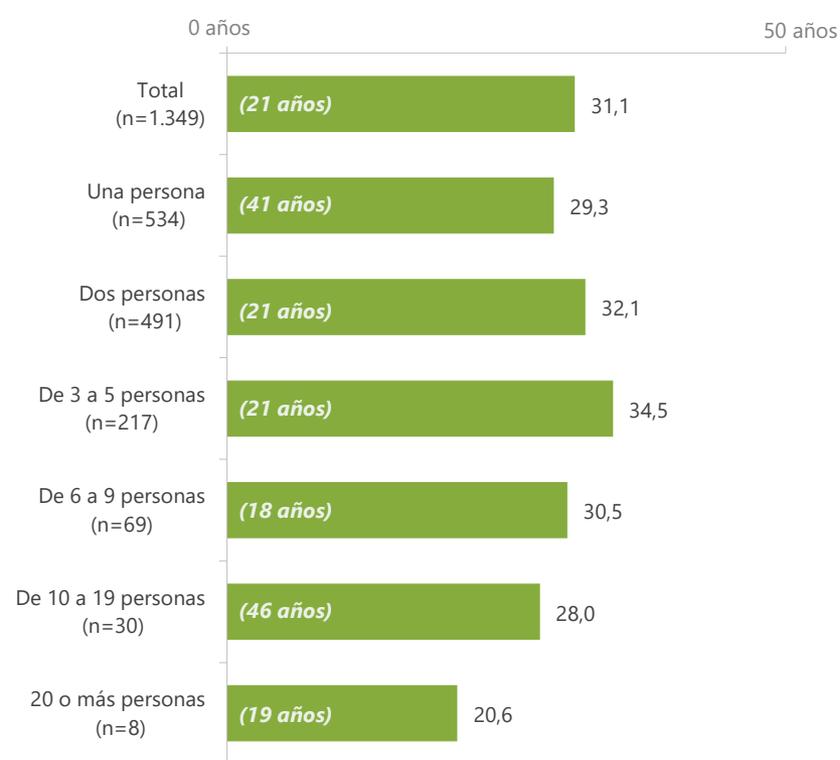
P.30: Antigüedad según año de apertura del comercio minorista, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Grandes grupos de actividad



Tamaño de empresa



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

Dada la antigüedad media del comercio, la renovación de la imagen de los establecimientos en sus diferentes facetas, adquiere un papel relevante. En este sentido, el comercio minorista vasco ha abordado de forma mayoritaria acciones de renovación como pintar o cambiar la iluminación, como citan el 64,8% y el 52,0% del comercio, respectivamente. Unas acciones que se han llevado a cabo hace una media de cuatro años.

Otro tipo de iniciativas con afán de renovación de la imagen afectan a menor número de establecimientos, entre ellas:

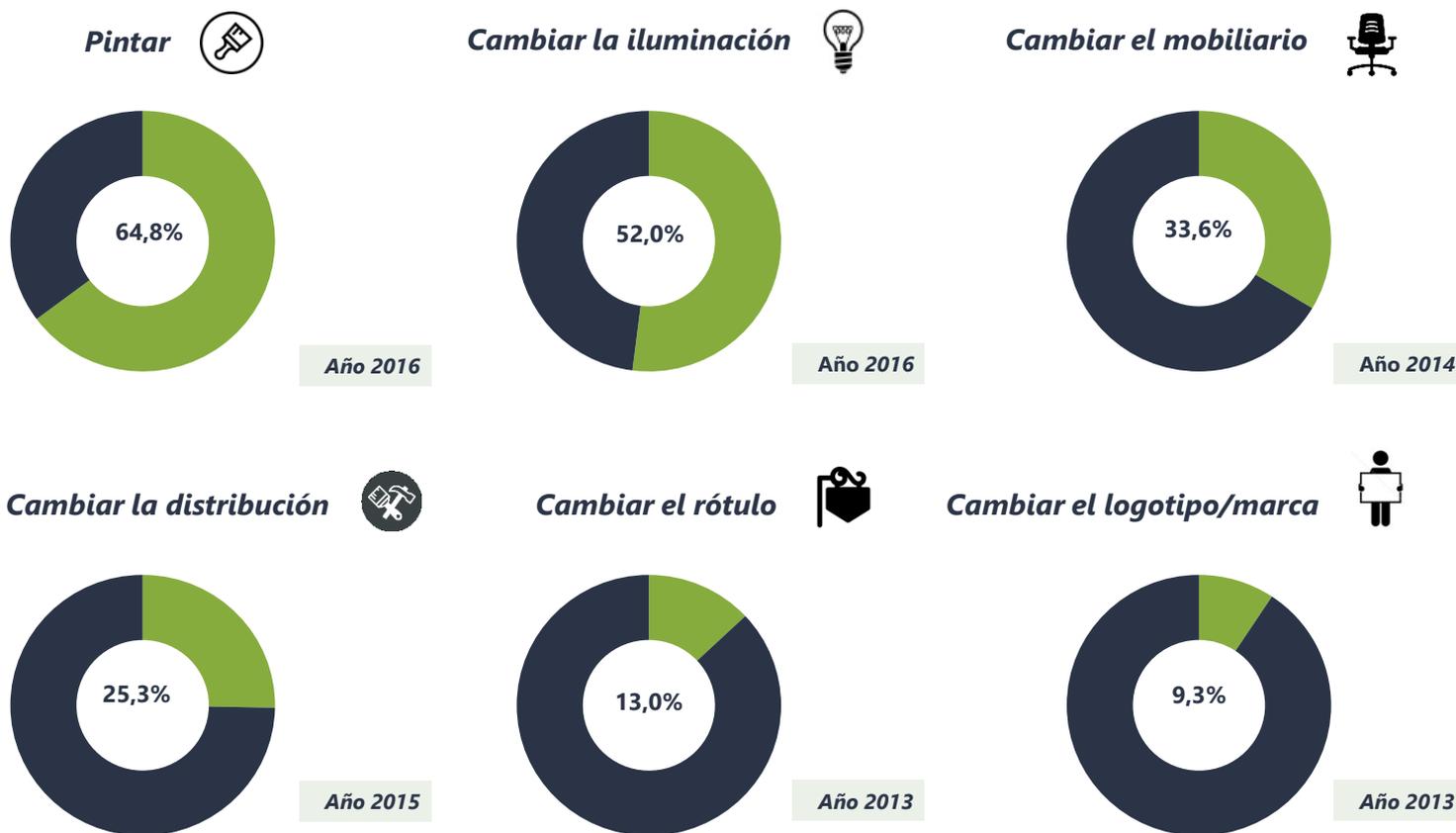
- Cambiar el mobiliario; 33,6%
- Cambiar la distribución; 25,3%

Por otro lado, son menos los establecimientos que han abordado un *restyling* de su imagen de marca en aspectos como el rótulo comercial (13,0%) o el logotipo o marca (9,3%).

P.32: De las reformas, cambios que le cito a continuación, ¿me podría decir el año de la última realización de cada una de ellas? (2020)

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Tasa de comercios minoristas vascos que han acometido cada acción y año medio de la última reforma



2.3. Forma jurídica y régimen de tenencia del comercio minorista vasco

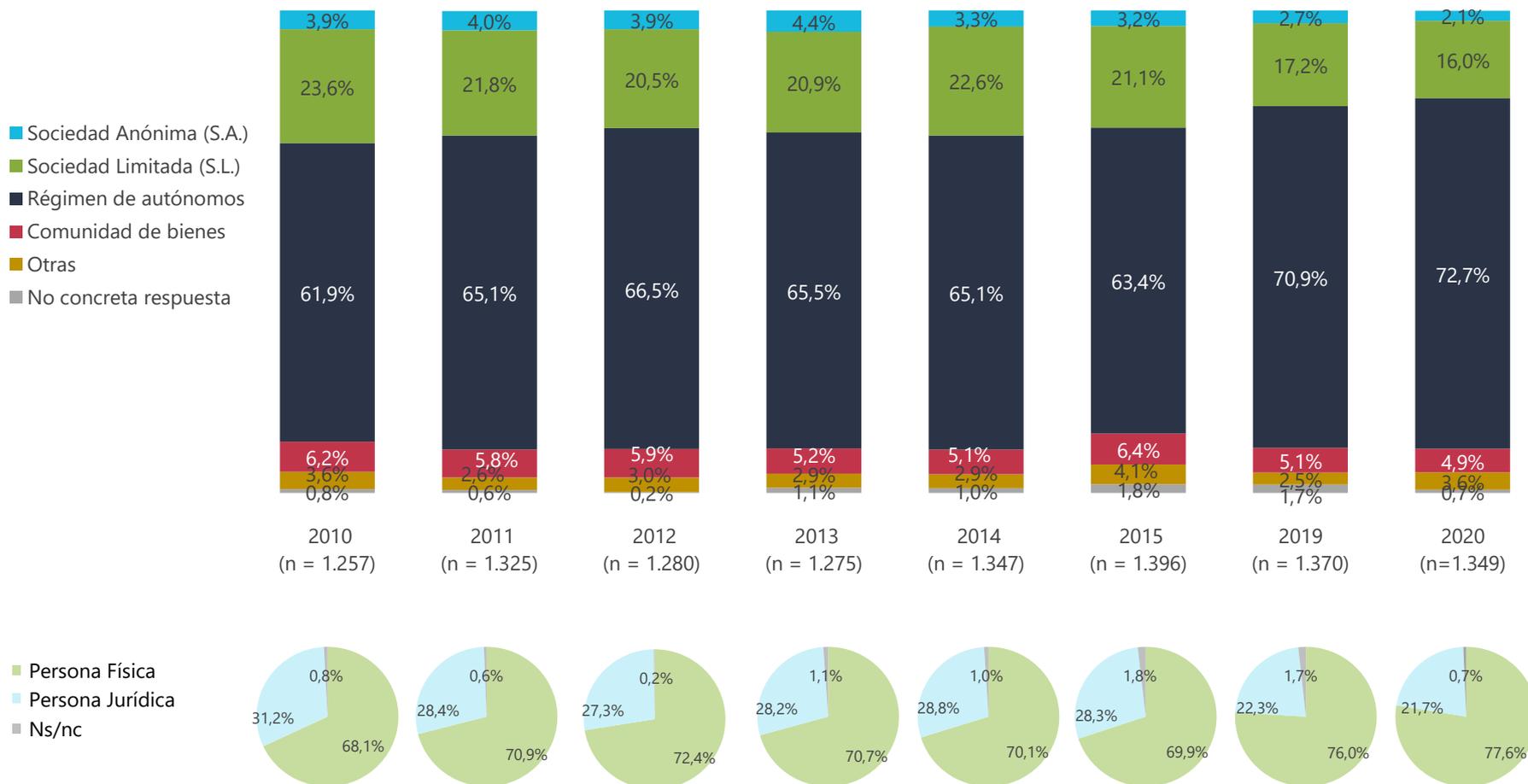
Forma jurídica del comercio

La forma de organización jurídica más generalizada, teniendo en cuenta la dimensión del comercio minorista vasco según número de personas empleadas, continúa siendo la de persona física, que sigue su tendencia al alza en términos comparativos con la serie histórica de Barómetros realizados. Actualmente el 77,6% de los establecimientos comerciales vascos adopta la forma jurídica de persona física, 1,6 puntos porcentuales más que el pasado año.

Nuevamente puede apreciarse como a medida que el tamaño del comercio minorista es mayor en número de empleados, especialmente a partir de seis personas, la forma de organización adoptada mayoritariamente pasa a ser la de persona jurídica.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	 Araba (n = 171)	 Bizkaia (n = 728)	 Gipuzkoa (n = 450)
Persona Física	68,8%	80,5%	76,3%
Persona Jurídica	31,2%	18,6%	23,2%
No concreta respuesta	--	1,0%	0,4%

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Persona Física	70,9%	63,2%	78,7%	82,1%	70,4%	79,7%
Persona Jurídica	29,1%	36,8%	19,6%	17,6%	28,4%	20,3%
No concreta respuesta	--	--	1,7%	0,3%	1,2%	--

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco, 2020

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)
Persona Física	82,8%	83,1%	71,1%	86,8%	69,1%
Persona Jurídica	15,7%	16,7%	28,9%	12,2%	30,5%
No concreta respuesta	1,6%	0,3%	--	1,0%	0,4%

D.5: Forma jurídica del comercio minorista vasco, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Según número de personas empleadas					
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Persona Física	93,7%	78,4%	62,0%	28,8%	24,0%	--
Persona Jurídica	6,3%	20,2%	37,0%	71,2%	76,0%	100,0%
No concreta respuesta	--	1,4%	1,1%	--	--	--

Régimen del comercio

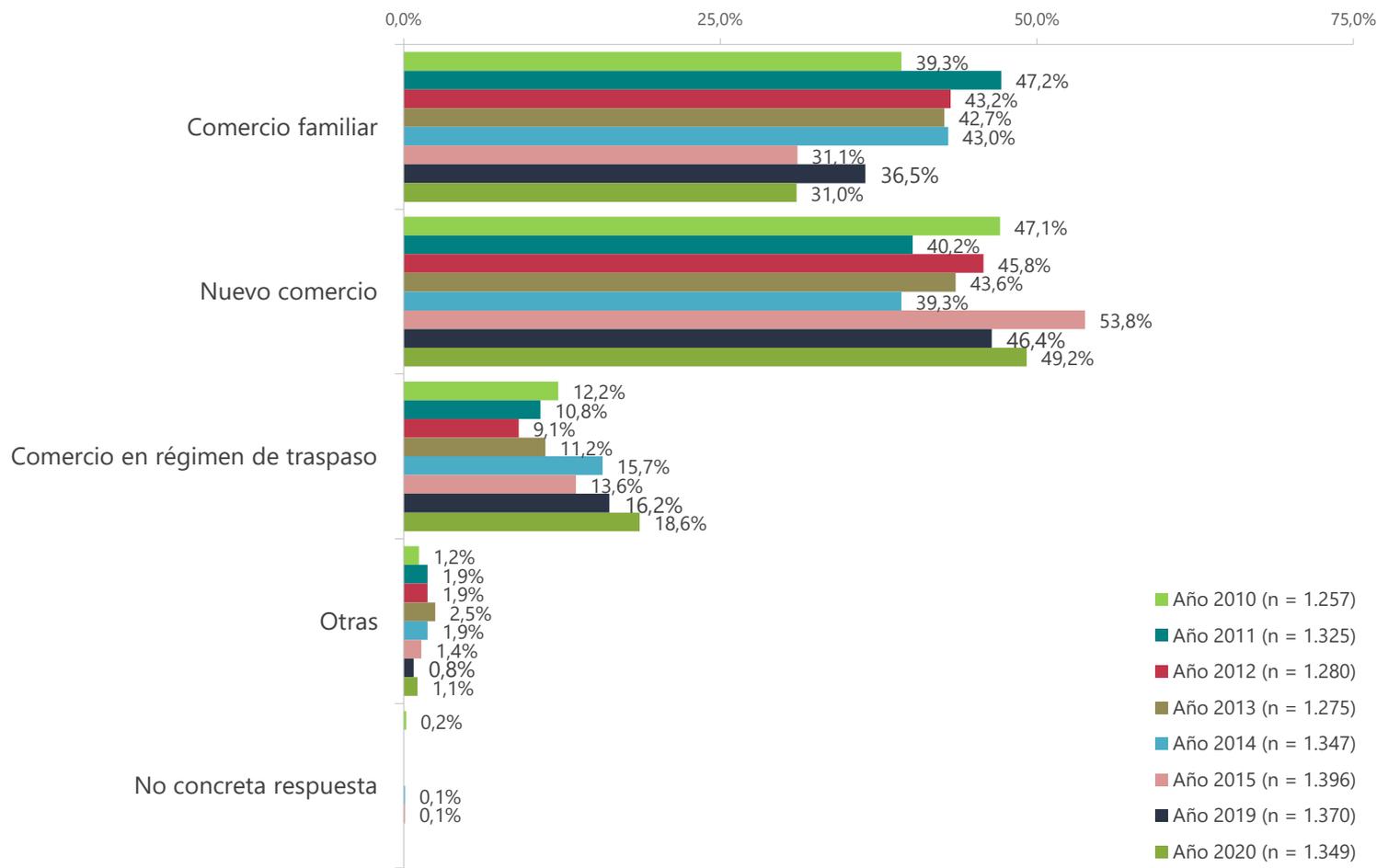
Casi uno de cada dos comercios minoristas, el 49,2%, son comercios de nueva creación, en tanto que el 31,0% proviene de tradición familiar y el 18,6%, ha accedido a través de un traspaso.

De forma comparativa con la serie histórica, la tasa de comercio familiar sigue estable tras la reducción observada en el Barómetro de 2015. Igualmente desde esta fecha van creciendo ligeramente los comercios en régimen de traspaso.

Asimismo, se detecta mayor tasa de comercio familiar en los sectores de actividad de Hogar y Alimentación.

P.31.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica su comercio, negocio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.

P.31.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica su comercio, negocio?, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	 Araba (n = 171)	 Bizkaia (n = 728)	 Gipuzkoa (n = 450)
Comercio familiar	25,5%	31,2%	32,8%
Comercio en régimen de traspaso	20,2%	18,5%	18,2%
Nuevo comercio	52,3%	49,2%	48,1%
Otras	1,9%	1,1%	0,9%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.

P.31.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica su comercio, negocio?, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Comercio familiar	24,9%	27,0%	29,9%	32,5%	33,9%	32,2%
Comercio en régimen de traspaso	21,7%	16,3%	20,8%	16,4%	13,0%	21,2%
Nuevo comercio	50,7%	56,6%	48,2%	50,1%	52,3%	45,7%
Otras	2,7%	0,0%	1,1%	1,0%	0,8%	0,9%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.

P.31.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica su comercio, negocio?, 2020

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)
Comercio familiar	33,2%	26,9%	38,1%	27,7%	29,9%
Comercio en régimen de traspaso	28,3%	13,5%	14,3%	24,8%	14,2%
Nuevo comercio	36,5%	59,1%	47,1%	45,6%	55,1%
Otras	2,0%	0,4%	0,5%	1,9%	0,9%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.

P.31.: ¿Con cuál de las siguientes situaciones se identifica su comercio, negocio?, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Según número de personas empleadas						
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Comercio familiar	28,9%	30,1%	41,1%	28,3%	23,2%	6,7%
Comercio en régimen de traspaso	20,7%	19,0%	15,8%	12,1%	12,9%	13,5%
Nuevo comercio	49,6%	50,4%	41,3%	54,8%	59,3%	79,9%
Otras	0,8%	0,4%	1,8%	4,7%	4,6%	0,0%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.

2.4. Horarios comerciales

Horarios comerciales

Cerca de nueve de cada diez comercios minoristas vascos ofrece un horario de atención al público partido, como señala el 86,2% de los panelistas consultados. Quienes ofrecen un horario de atención continua representan en esta ocasión el 13,8% del total del sector.

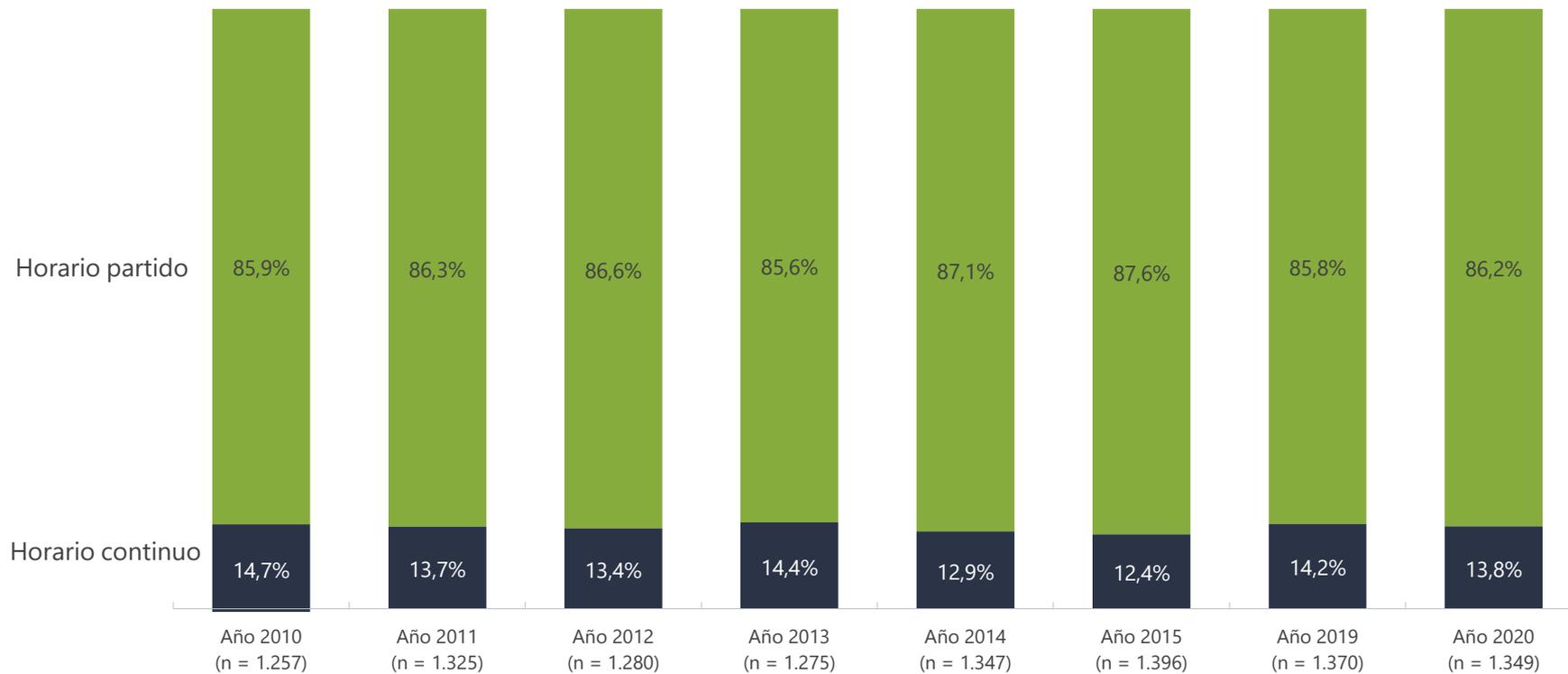
A través de la serie histórica podemos apreciar como la tasa de comercios que no cierra al mediodía se mantiene estable con variaciones de uno o dos puntos porcentuales al alza o a la baja. En esta ocasión, cae ligeramente respecto al dato obtenido en 2019.

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).

Asimismo el horario continuo esta más presente en los sectores de actividad de Alimentación y de Salud y Belleza.

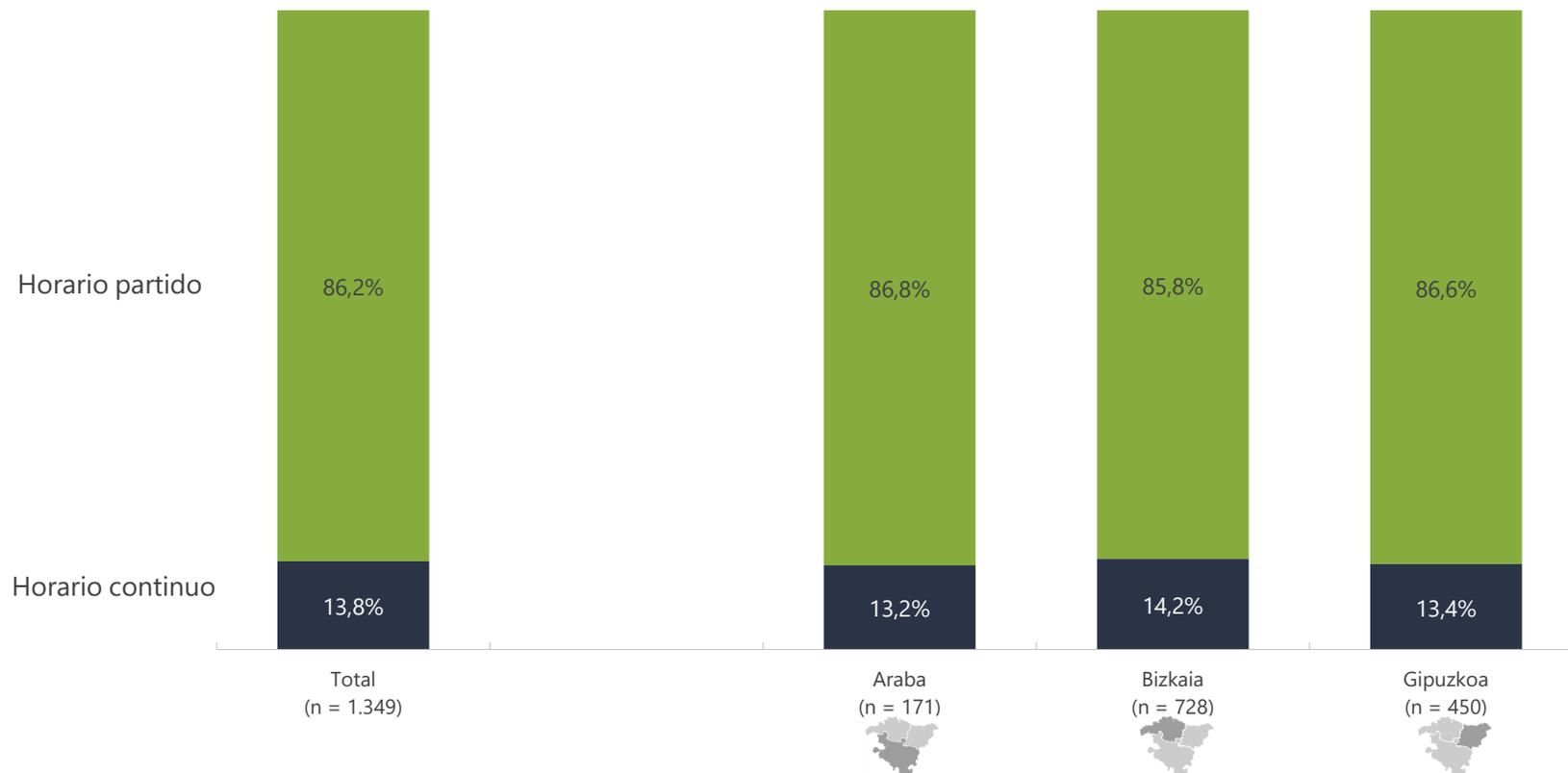
P. 1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



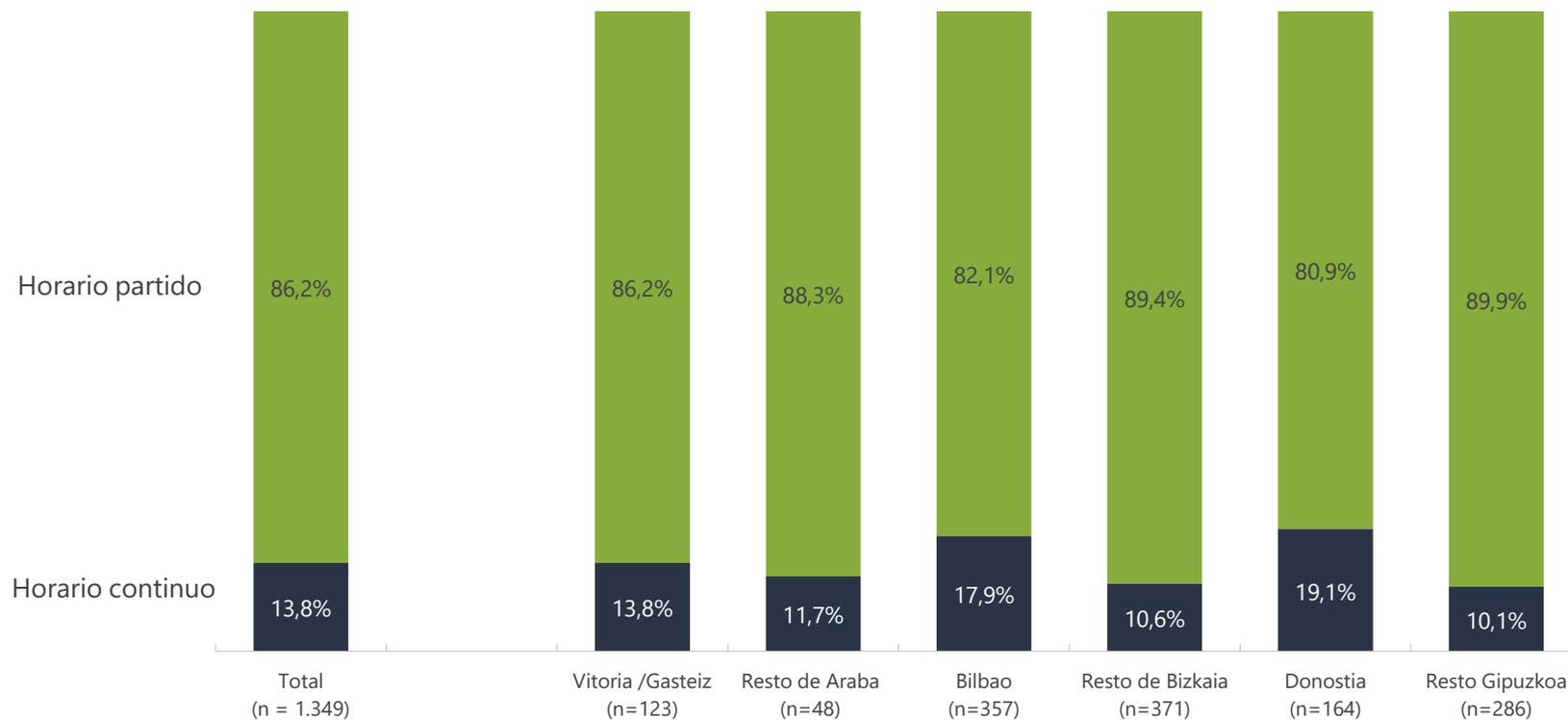
P.1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



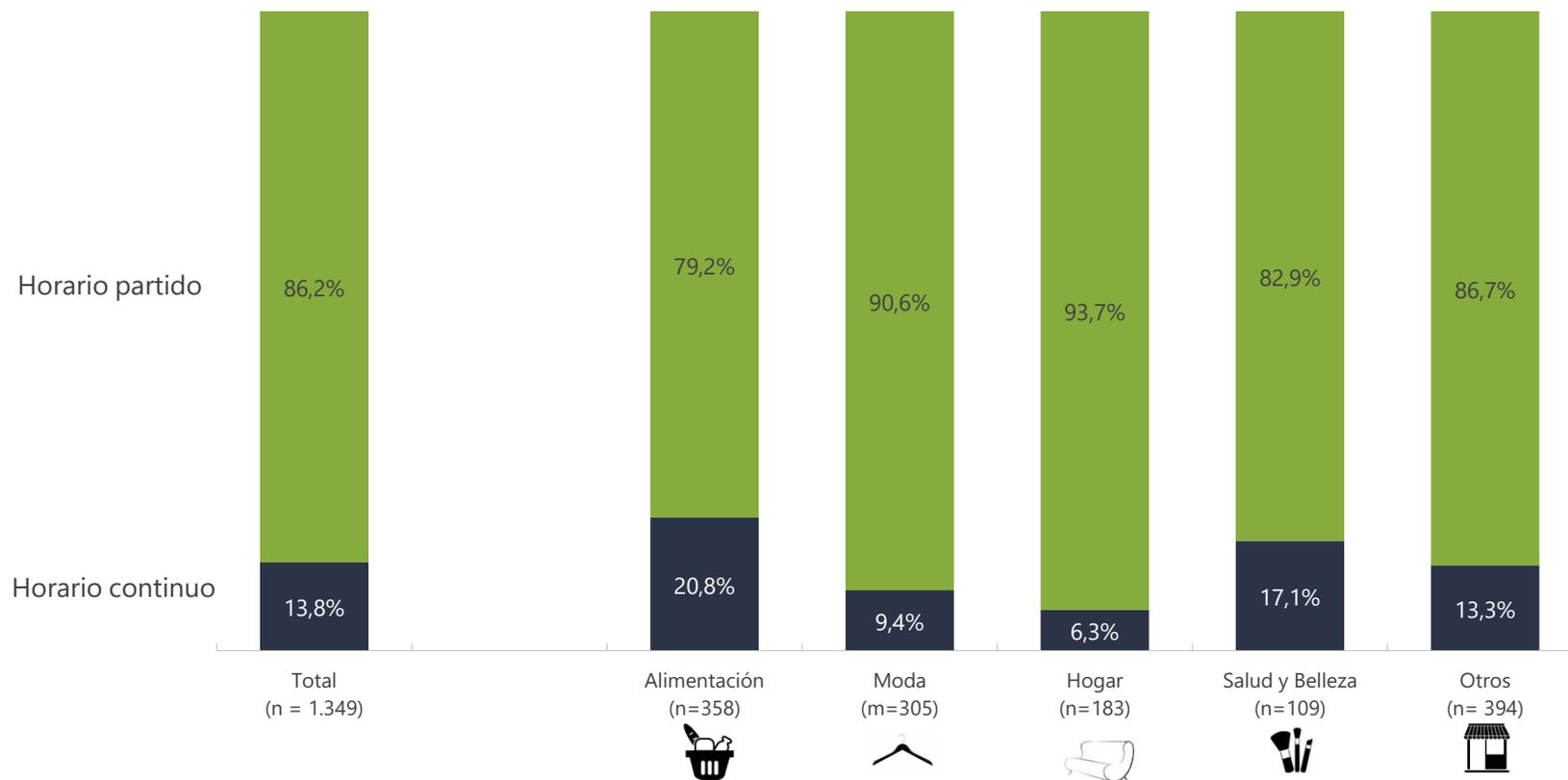
P.1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



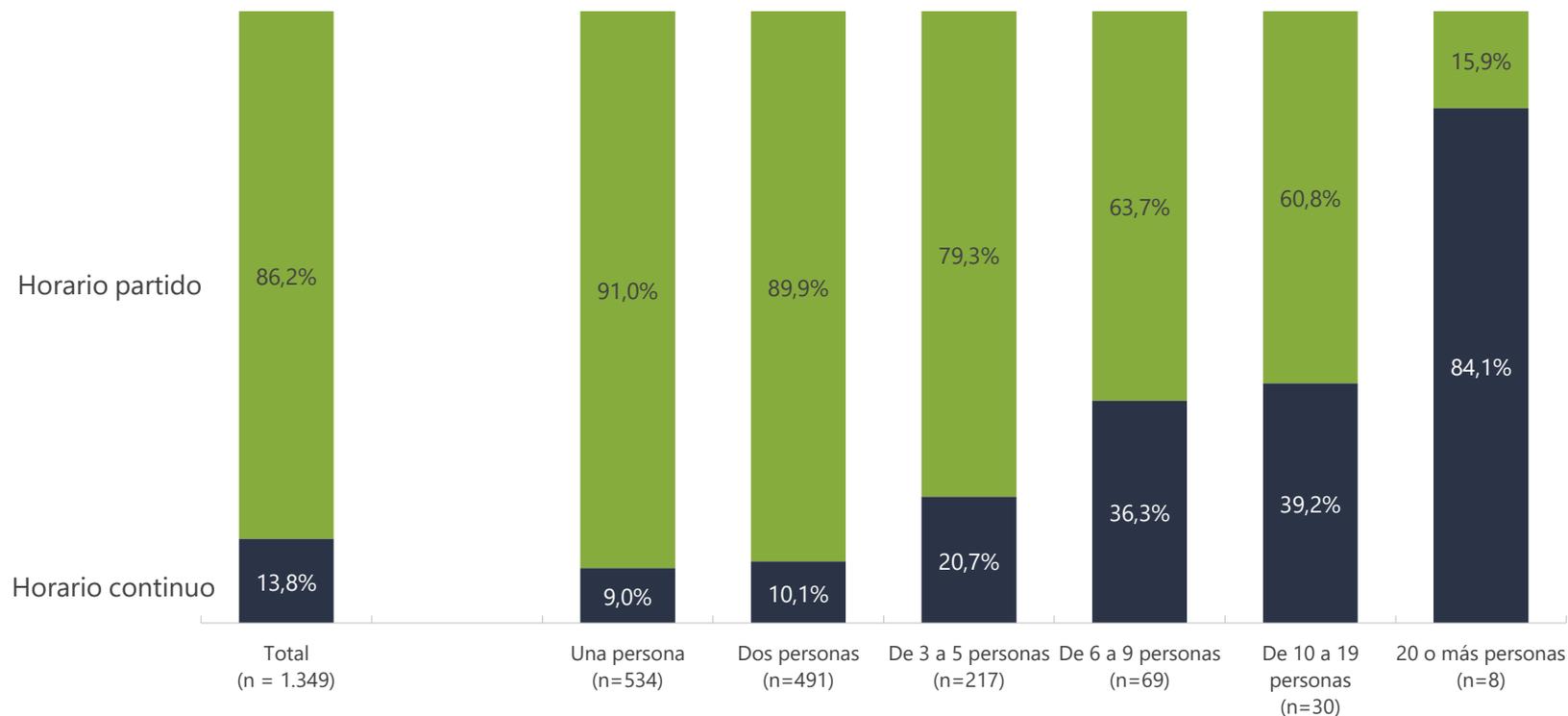
P.1.: En estos momentos ¿Su comercio tiene un horario de atención al público partido o un horario continuo?

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



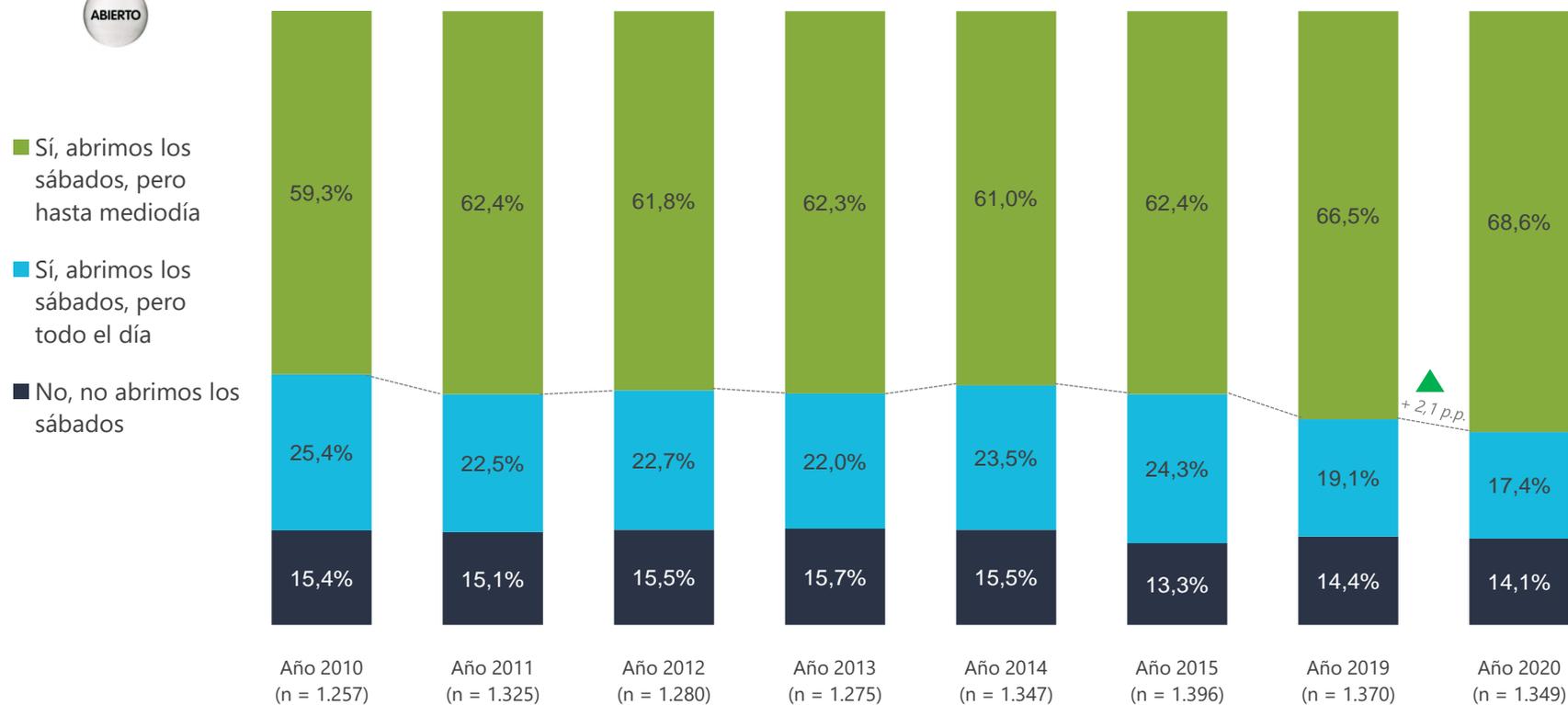
En lo que respecta al sábado, la mayoría del sector, el 68,6%, permanece abierto al público solo medio día. Respecto al Barómetro de 2019, los establecimientos comerciales que abren solo hasta mediodía se han incrementado 2,1 puntos porcentuales, manteniendo estable el porcentaje de quienes no abren en sábado (14,1%). De este modo, las restricciones derivadas de la crisis sanitaria por el coronavirus, el contexto de pandemia en definitiva parece haber tenido incidencia en una menor tasa de apertura el sábado en horario completo.

En el sector de Moda, de equipamiento de la persona, la tasa de comercios que abre el sábado durante todo el día sigue siendo la más elevada, pero es en este grupo donde parece apreciarse esa reducción del horario de apertura en sábado por la tarde que ha pasado del 40,0% en el Barómetro de 2019, al 34,1% en este año de pandemia (menos 5,9 puntos porcentuales).

En sentido contrario, la pandemia también parece haber modificado los horarios en sábado de otros sectores de actividad como el de Hogar donde se aprecia una mayor tasa de apertura, así como en Alimentación.

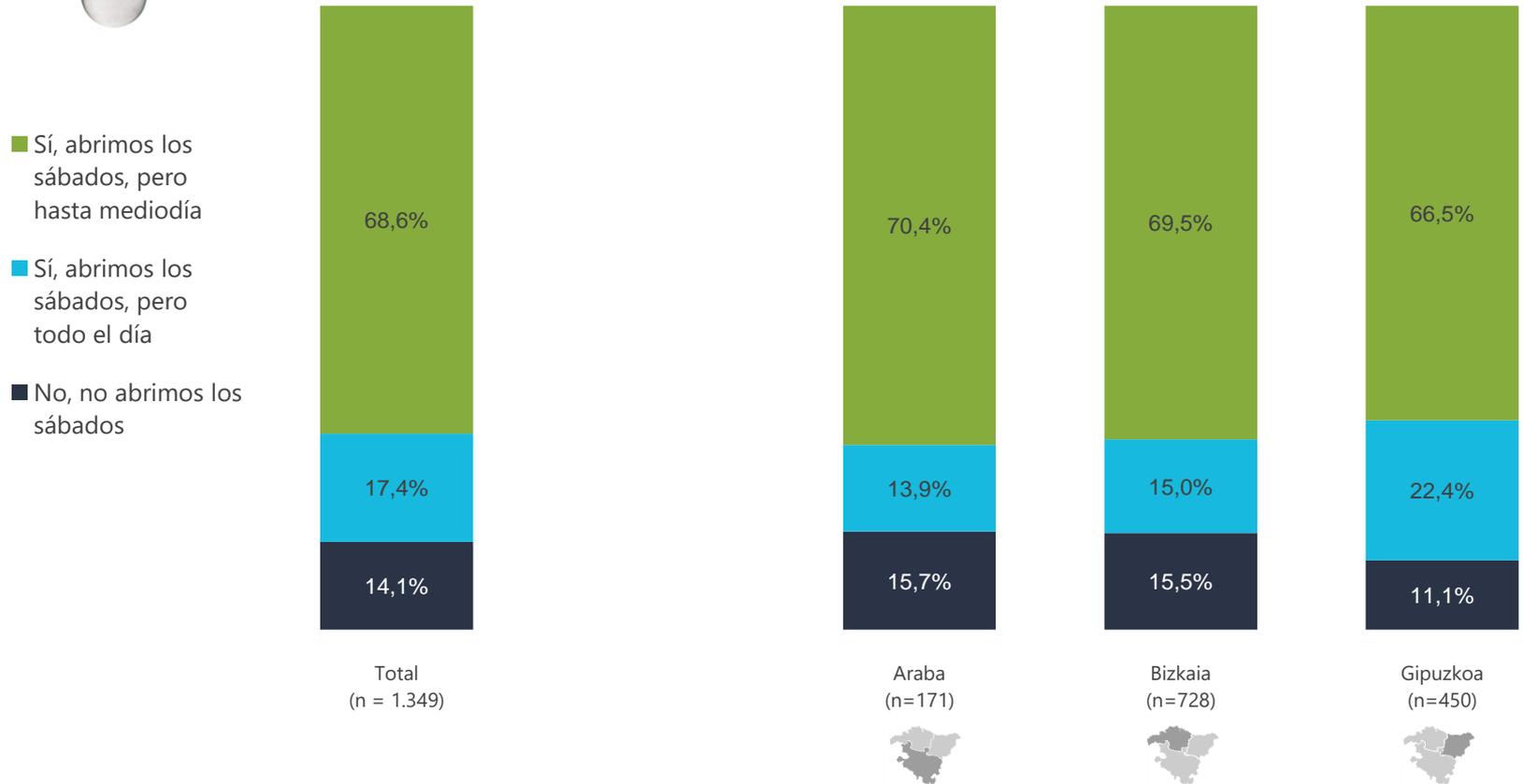
P.2.: Actualmente, su comercio, negocio ¿Abre los sábados?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



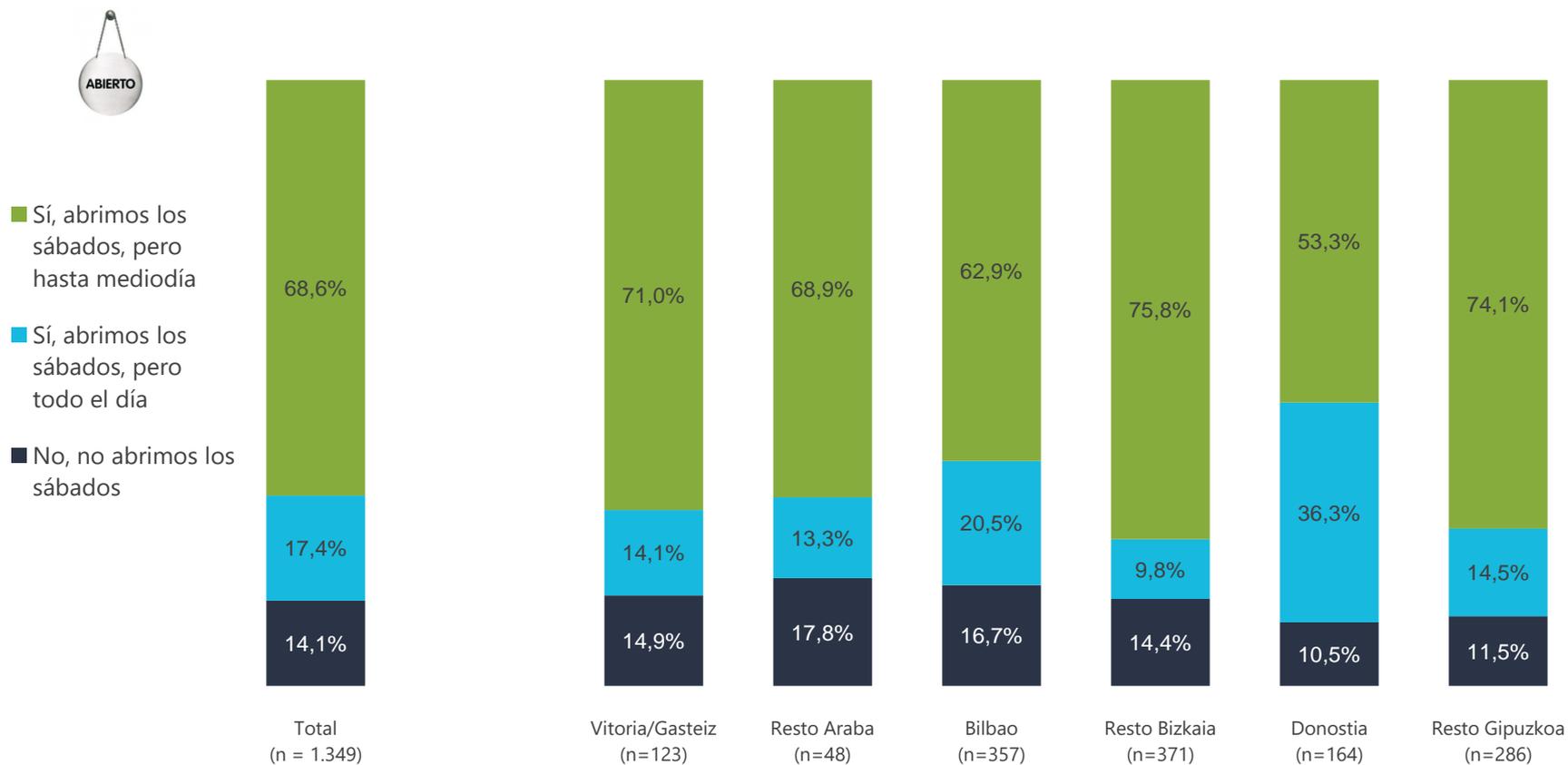
P.2.: Actualmente, su comercio, negocio ¿Abre los sábados?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



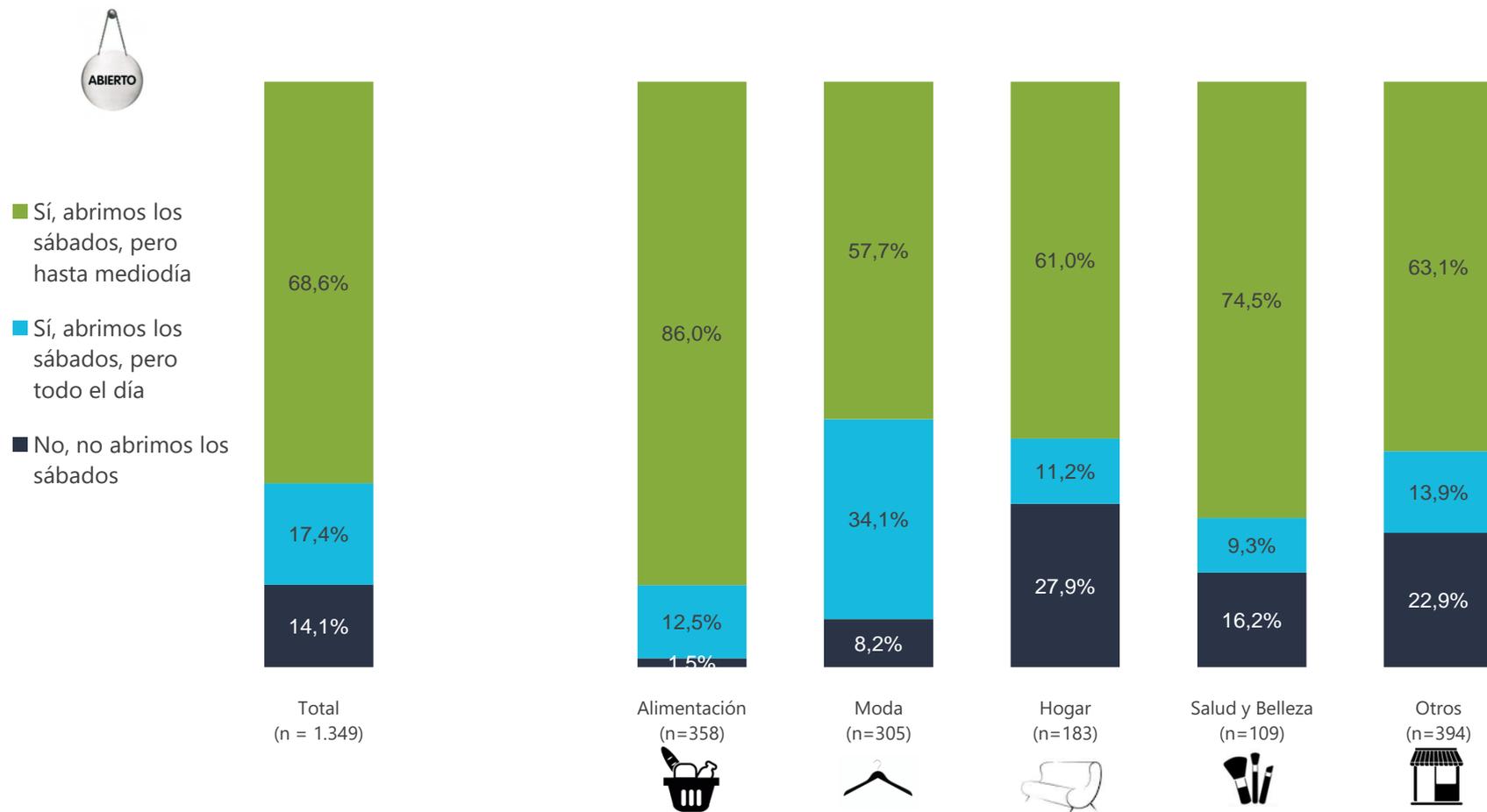
P.2.: Actualmente, su comercio, negocio ¿Abre los sábados?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



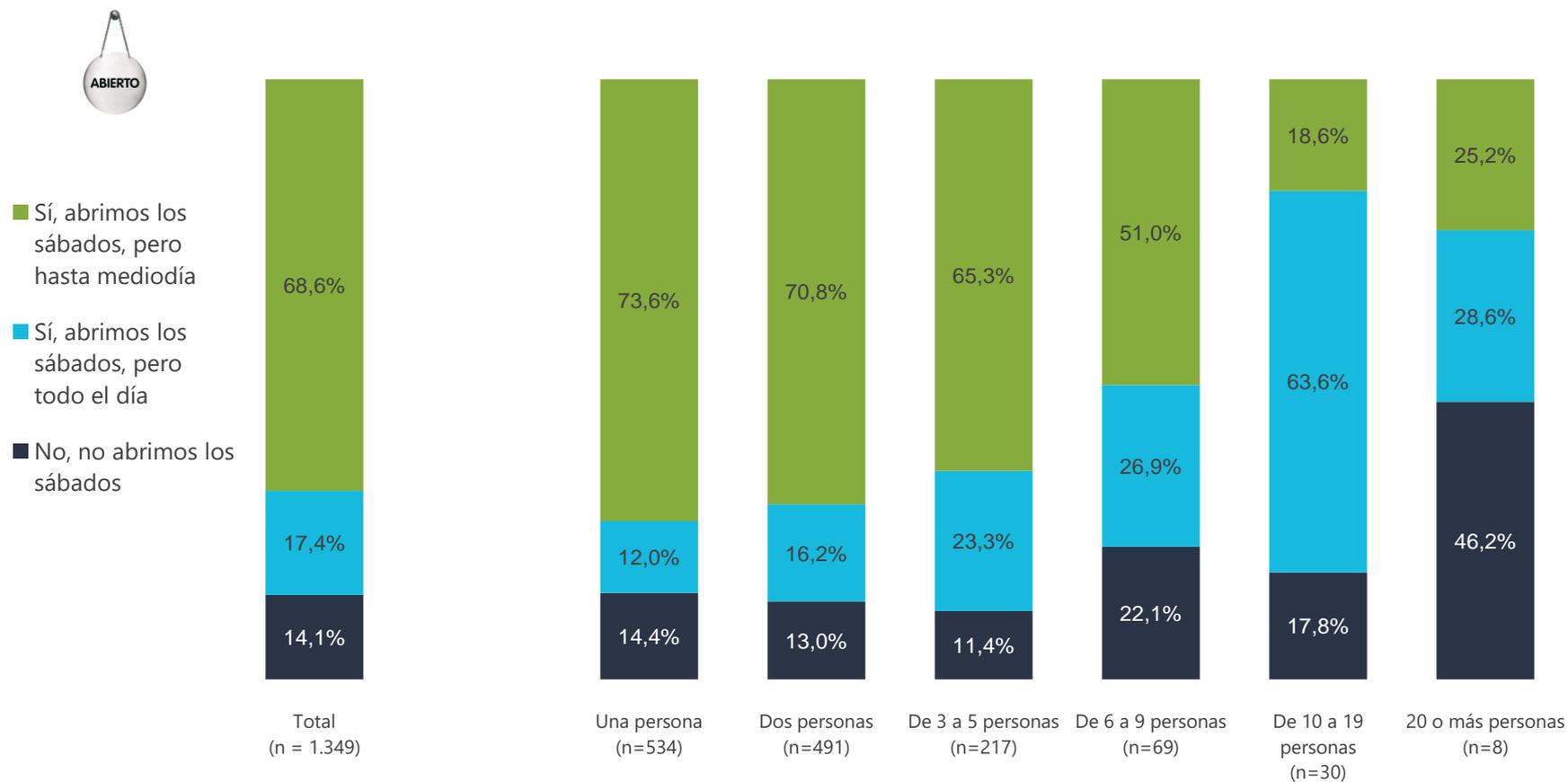
P.2.: Actualmente, su comercio, negocio ¿Abre los sábados?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



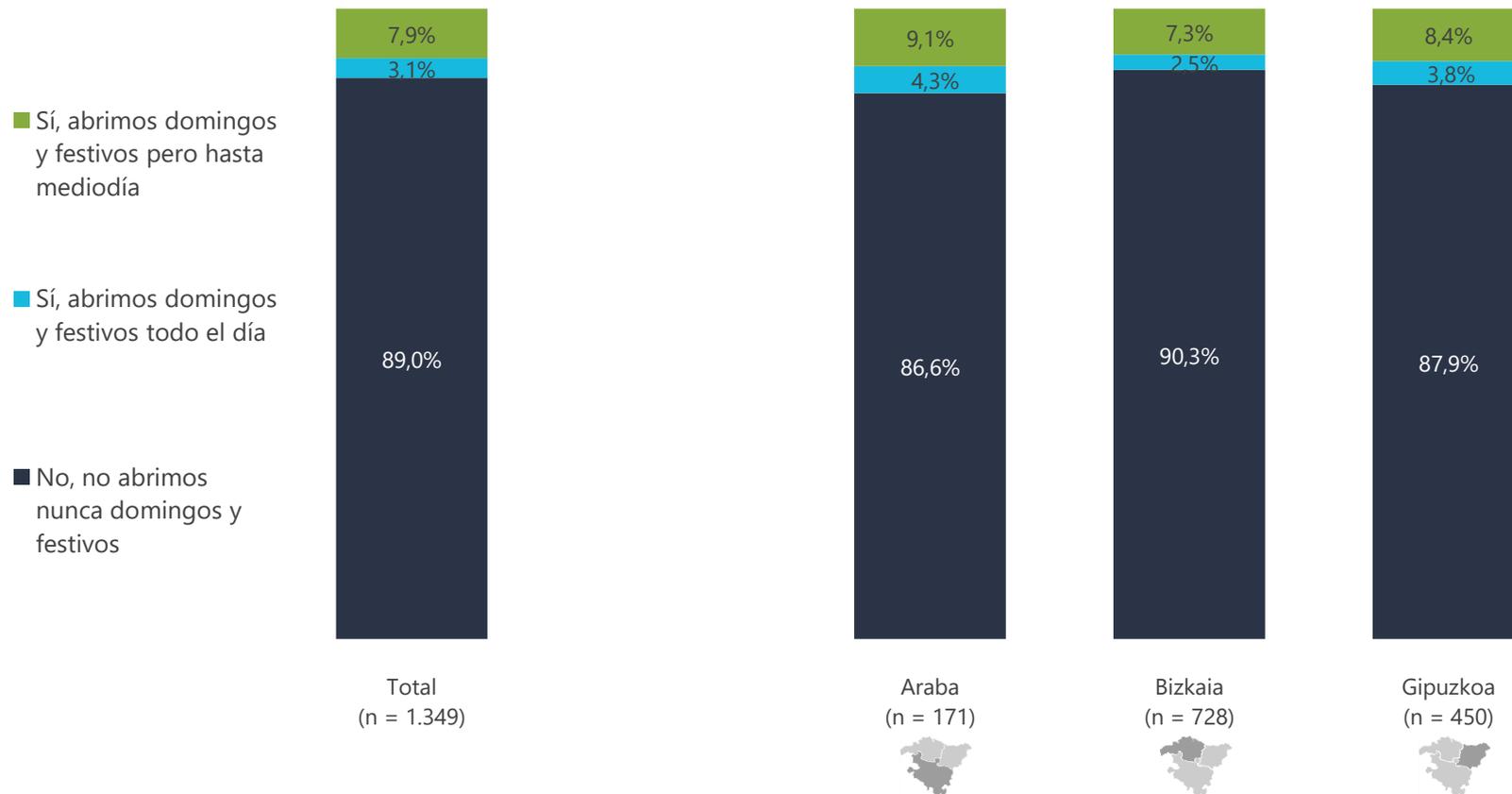
La apertura en domingo o festivo es algo muy anecdótico en el sector comercial minorista vasco como indican nueve de cada diez establecimientos (el 89,0%), no encontrando variación en términos generales respecto a años anteriores. Sólo se detecta una mayor disponibilidad en los establecimientos dedicados a la venta de artículos de alimentación, donde uno de cada cuatro abre preferentemente, solo hasta mediodía.

Respecto al Barómetro de 2019, se ha incrementado en 2,3 puntos porcentuales la tasa de comercios de alimentación que abre domingos o festivos en alguno de los horarios, correspondiendo actualmente al 25,2% cuando en 2019 eran el 22,9%.

Como es habitual, la gran mayoría de profesionales no se muestra partidario de la apertura en domingos y festivos bajo ninguna circunstancia. Solo un porcentaje más reducido hace mención a la celebración de eventos o acontecimientos especiales que conciten mayor público del habitual o a la demanda de sus clientes como potenciales momentos para plantearse la apertura en domingo o festivo.

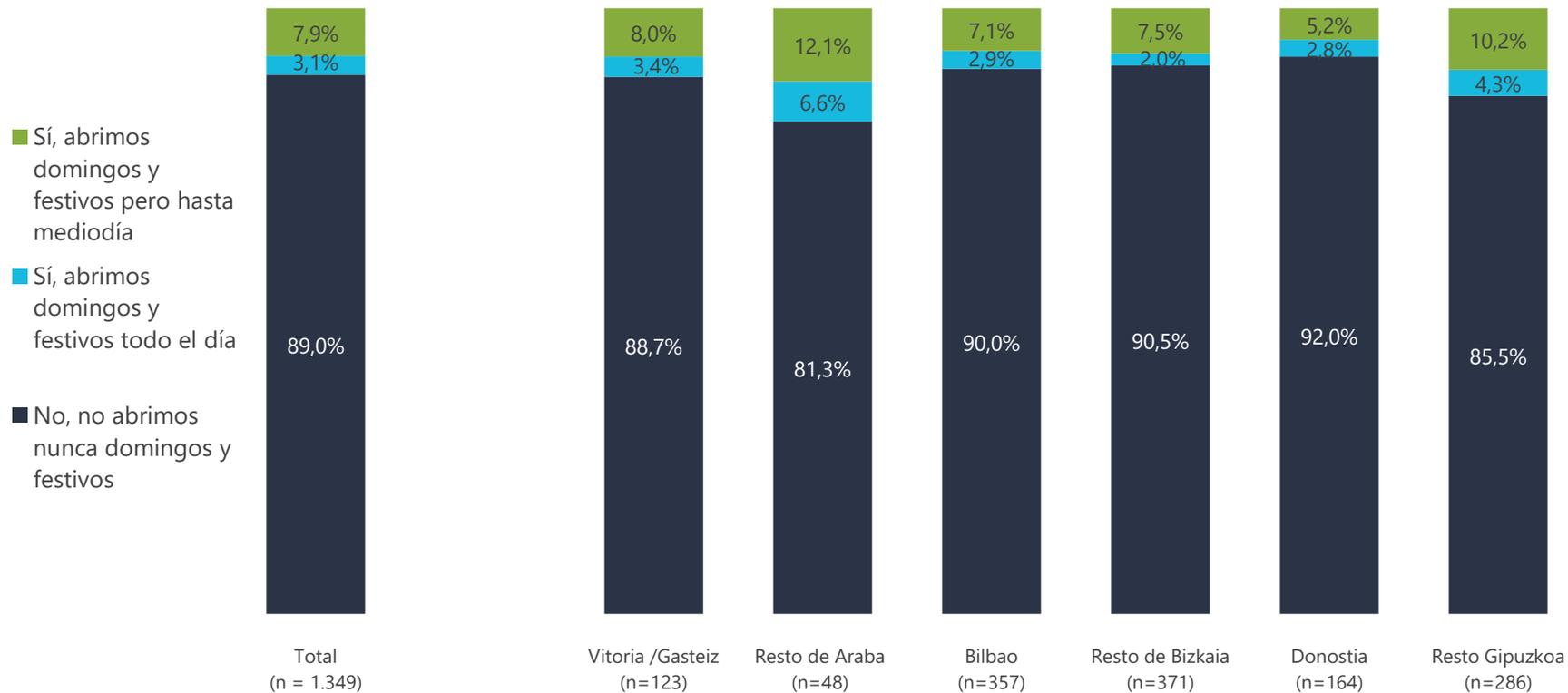
P.2.A.: ¿Su establecimiento abre los domingos y festivos?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



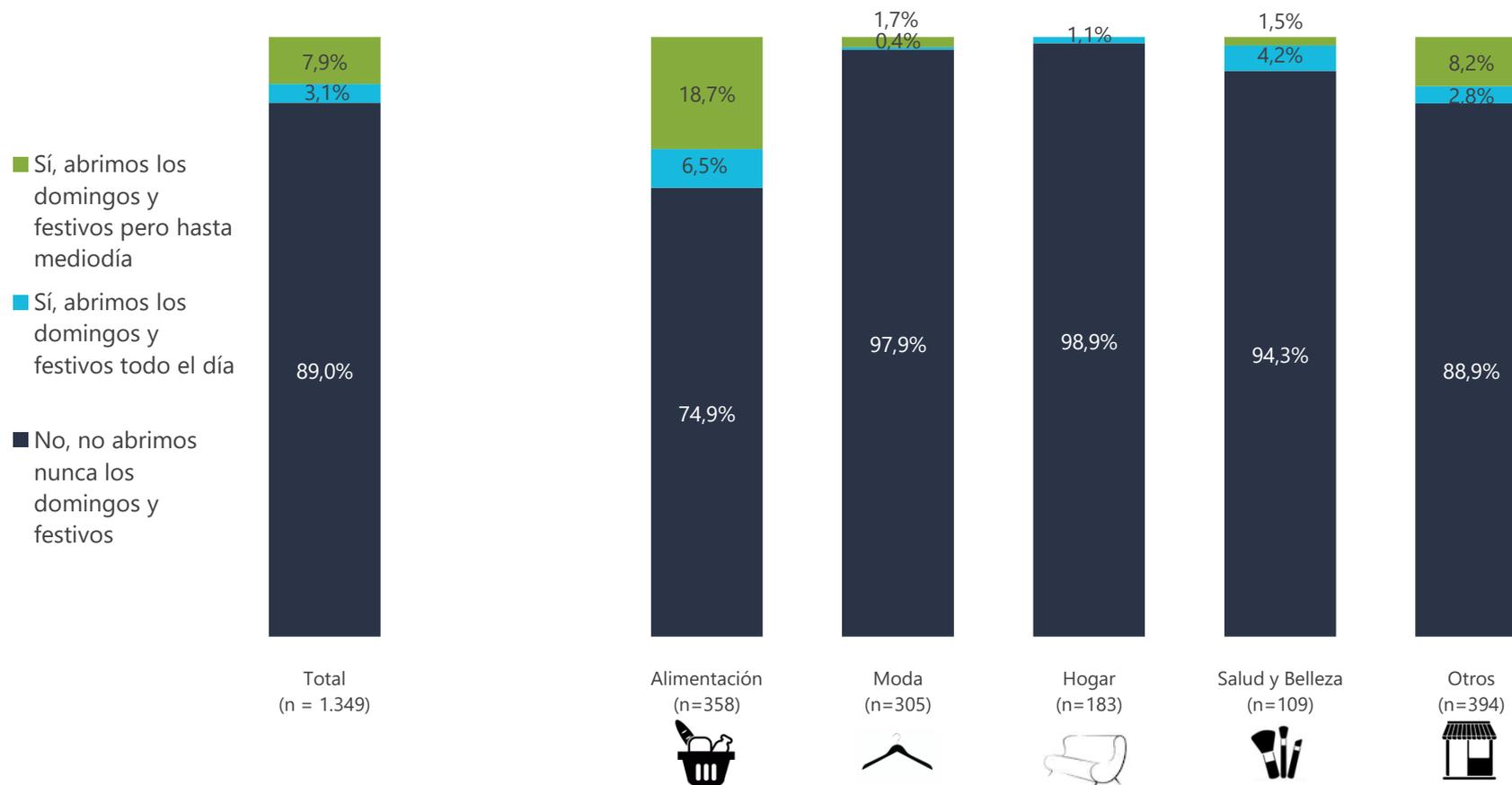
P.2.A.: ¿Su establecimiento abre los domingos y festivos?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



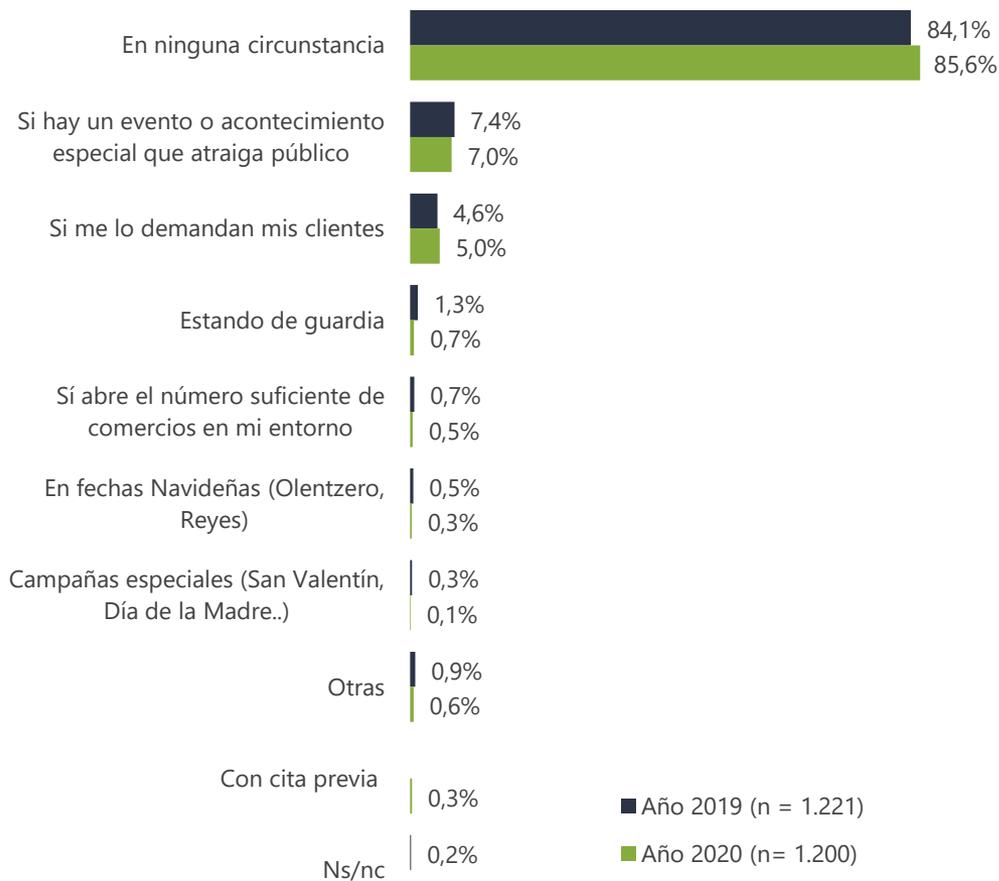
P.2.A.: ¿Su establecimiento abre los domingos y festivos?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

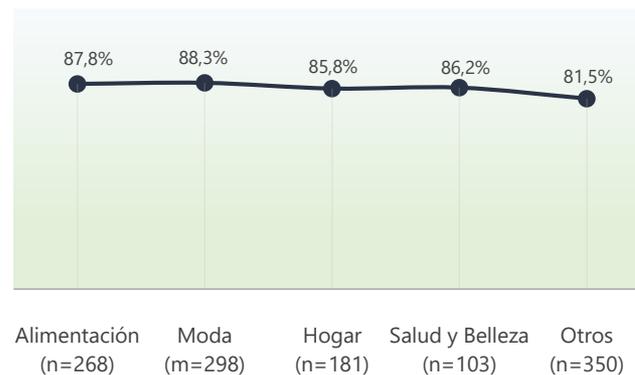


P.2.B.: ¿En qué circunstancias estaría dispuesto a abrir el establecimiento en domingo o festivo??

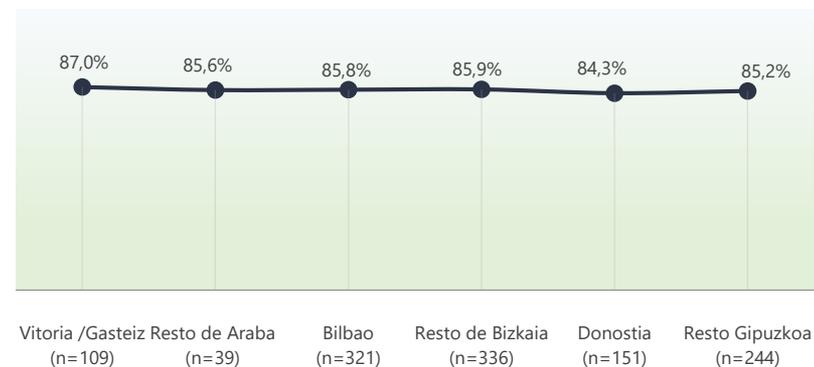
Base: Total de comercios minoristas entrevistados que no abre nunca en domingos y festivos



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



2.5. Grado de tecnologización del comercio minorista vasco

Presencia de TIC's en el comercio minorista vasco

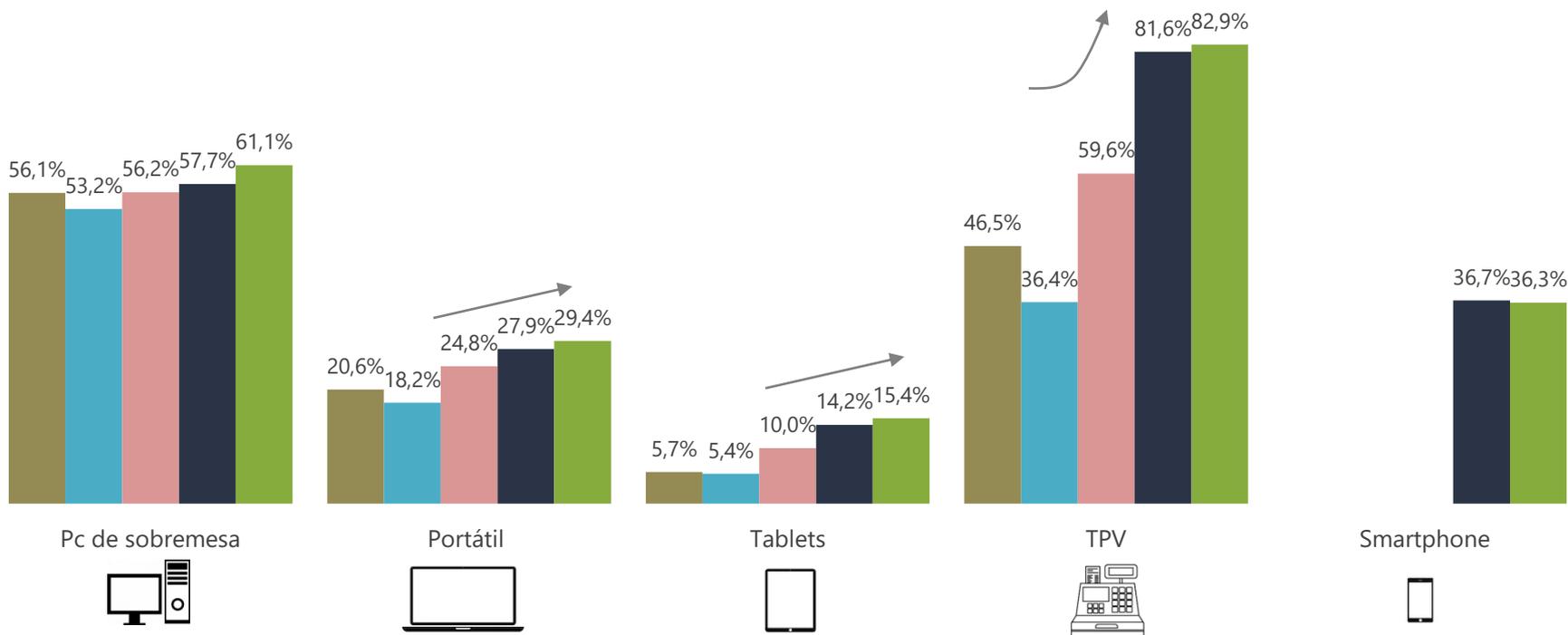
Podemos afirmar, a la luz de los datos que se muestran a continuación, que el grado de tecnologización de comercio minorista vasco continua su tendencia al alza, ya observada el pasado año. De todos los soportes TIC's, destaca la presencia de TPV's (entendido como CPU, pantalla y/o caja registradora) del que disponen ocho de cada diez establecimientos (el 82,9%).

Asimismo, tanto los ordenadores portátiles como la opción con CPU o las tablets continúan incrementado su presencia en el sector minorista. El smartphone como herramienta de trabajo, supera ya a tablets y portátiles.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

		Territorio histórico		
				
		Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
PC de sobremesa		67,8%	58,3%	63,0%
Portátil		30,9%	28,9%	29,6%
Tablet		14,9%	14,6%	16,9%
TPV		80,7%	83,9%	82,2%
Smartphone		41,9%	37,0%	33,1%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

		Capitales / Resto de Territorio histórico					
		Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
PC de sobremesa		68,7%	65,5%	58,2%	58,4%	71,5%	58,1%
Portátil		34,1%	22,6%	29,0%	28,7%	27,3%	31,0%
Tablet		15,5%	13,5%	14,7%	14,5%	20,1%	15,1%
TPV		83,9%	72,5%	83,3%	84,4%	85,4%	80,4%
Smartphone		39,5%	47,9%	35,0%	38,9%	34,5%	32,2%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

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

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)
PC de sobremesa		41,5%	55,1%	76,9%	67,9%	74,3%
Portátil		18,0%	21,4%	35,4%	33,9%	41,8%
Tablet		7,4%	10,4%	21,6%	20,2%	22,4%
TPV		83,1%	88,8%	71,2%	84,7%	83,2%
Smartphone		28,3%	35,1%	43,4%	37,4%	40,8%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

		Según número de personas empleadas					
		Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
PC de sobremesa		48,9%	63,6%	72,4%	82,2%	94,7%	100,0%
Portátil		25,5%	26,1%	32,1%	55,6%	57,6%	82,8%
Tablet		11,4%	13,2%	20,7%	32,3%	33,7%	61,8%
TPV		82,5%	84,5%	83,5%	79,4%	79,5%	45,8%
Smartphone		36,1%	33,2%	37,1%	41,7%	54,1%	100,0%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

Conexión a internet y red wifi

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.

La disposición de conexión a internet sin embargo, está menos presente en los establecimientos dedicados al ramo de Alimentación y los que tienen menor número de empleados.

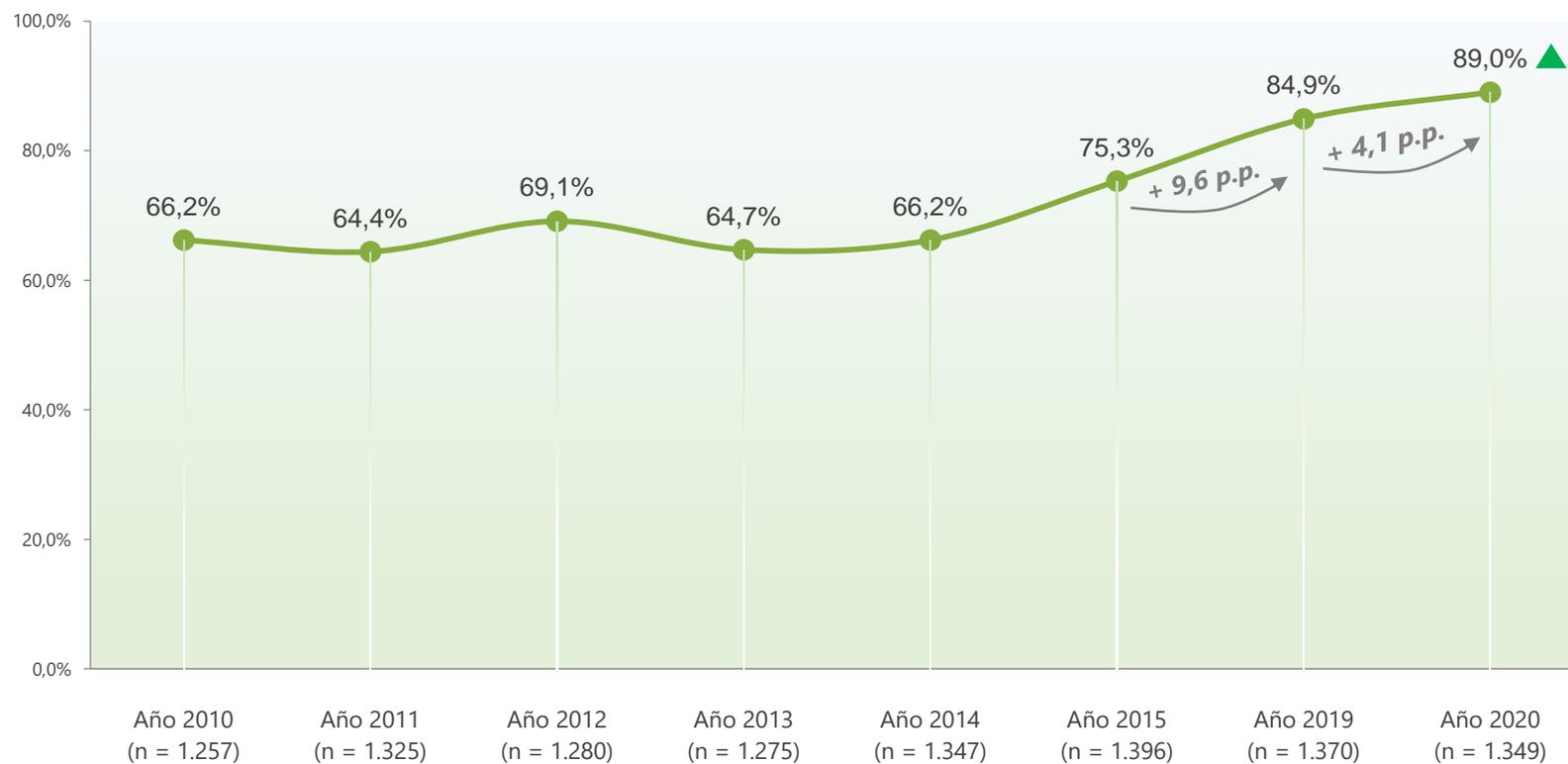
Por otra parte, la práctica totalidad de los comercios que disponen de conexión a internet tiene red wifi. Un dato algo más bajo que en 2019; el 90,9%. Ahora bien, dicha red wifi está destinada para uso exclusivo del establecimiento, no estando disponible para los clientes salvo en contadas excepciones, como señala un 16,6% de los comercios que cuenta con red wifi.

D.7: ¿Tiene conexión a internet?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



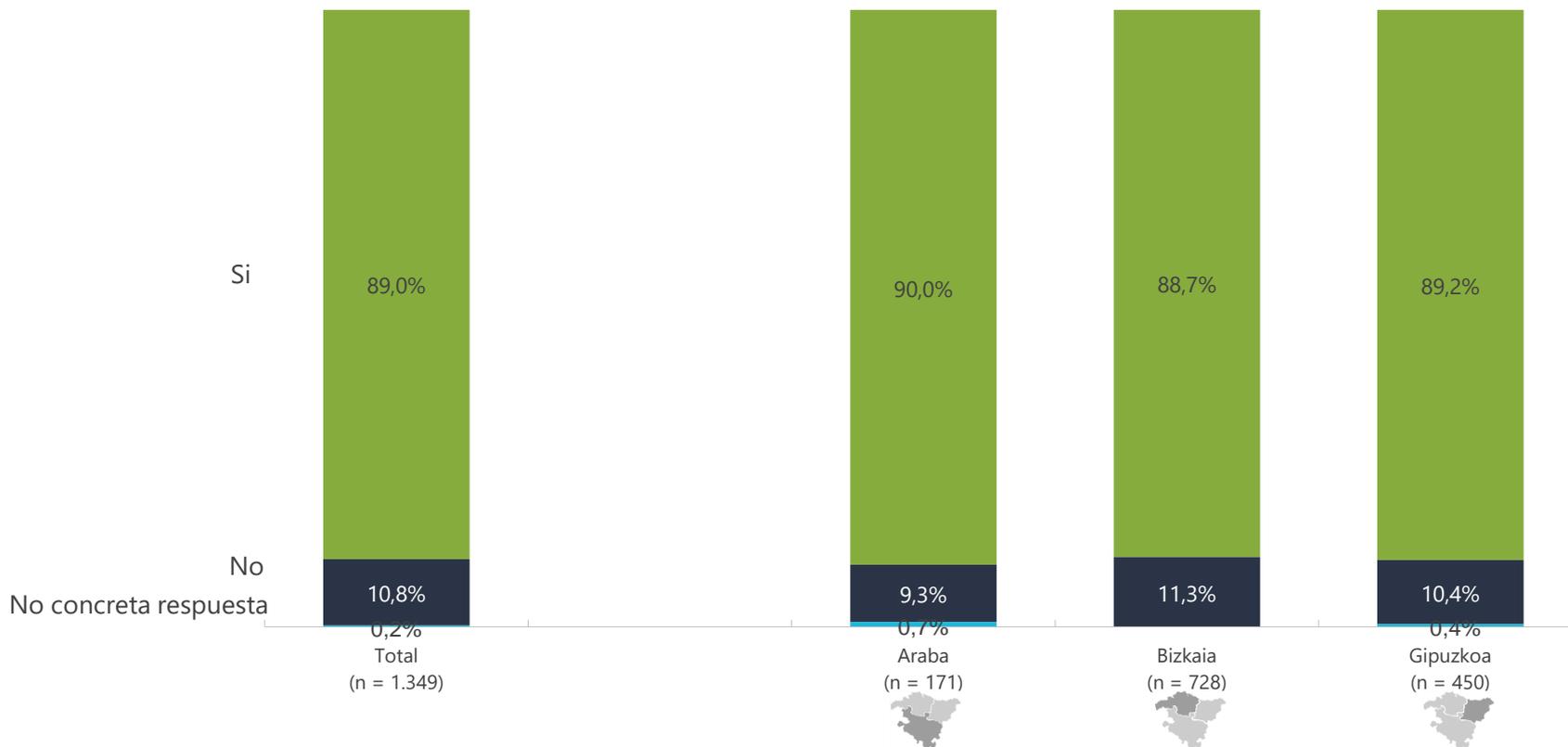
Evolución de la tasa de comercio minorista con conexión a internet



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

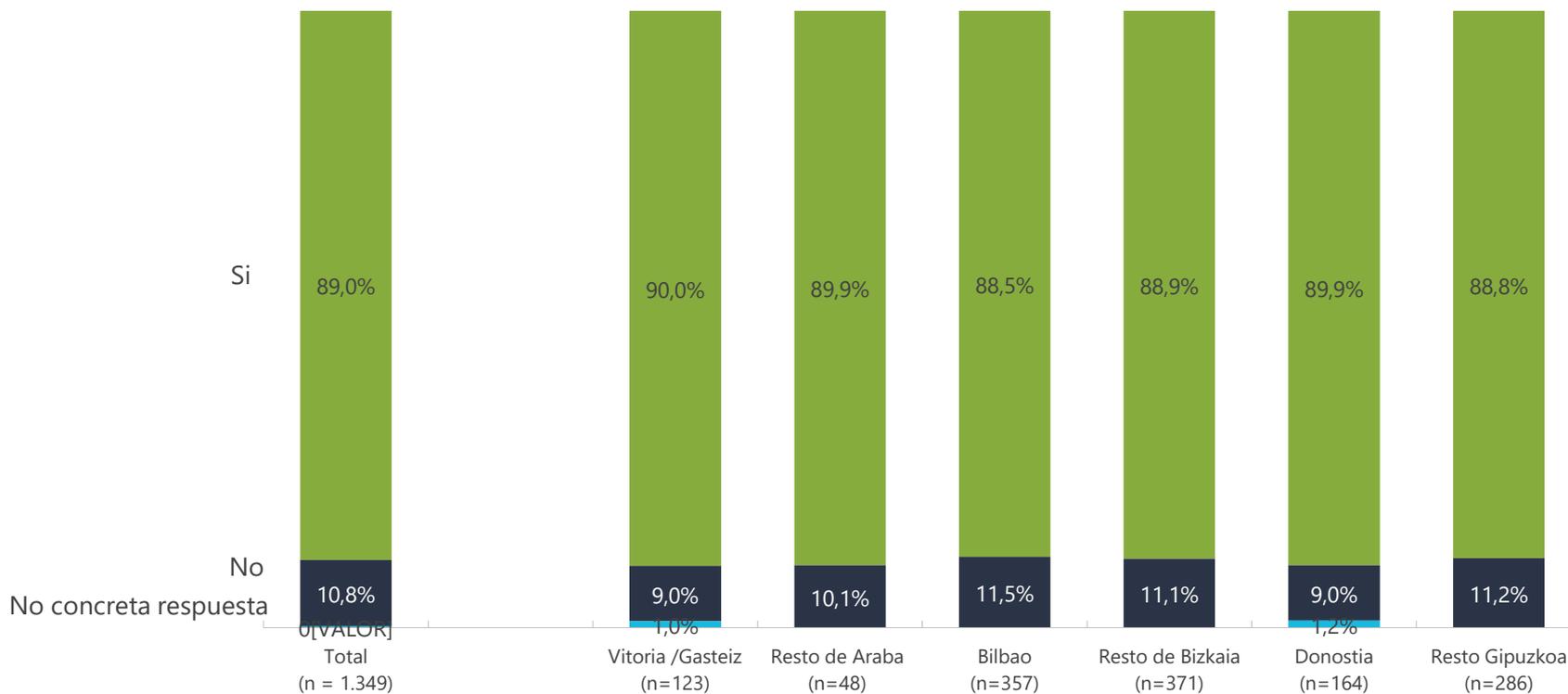
D.7: ¿Tiene conexión a internet?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



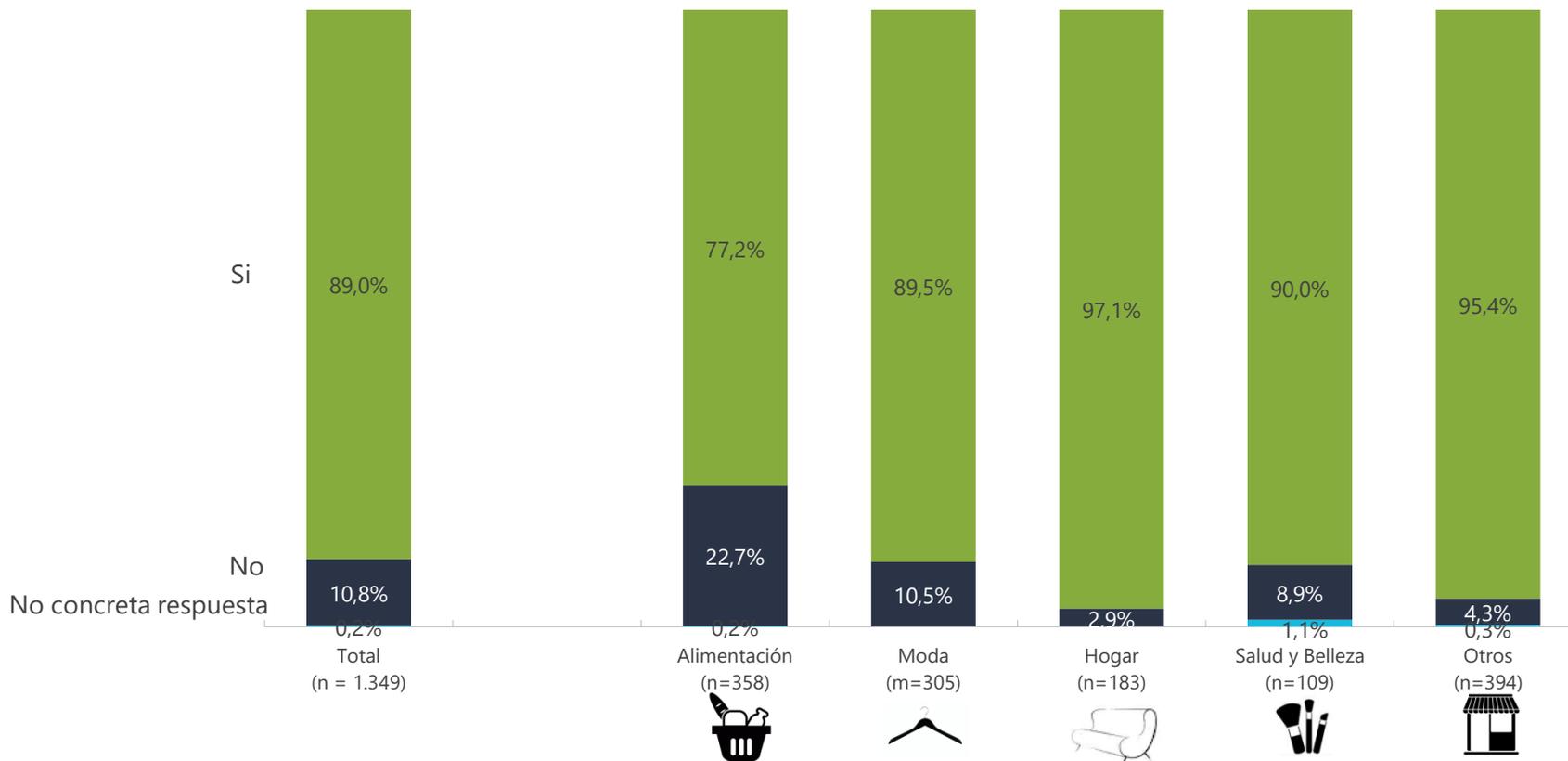
D.7: ¿Tiene conexión a internet?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



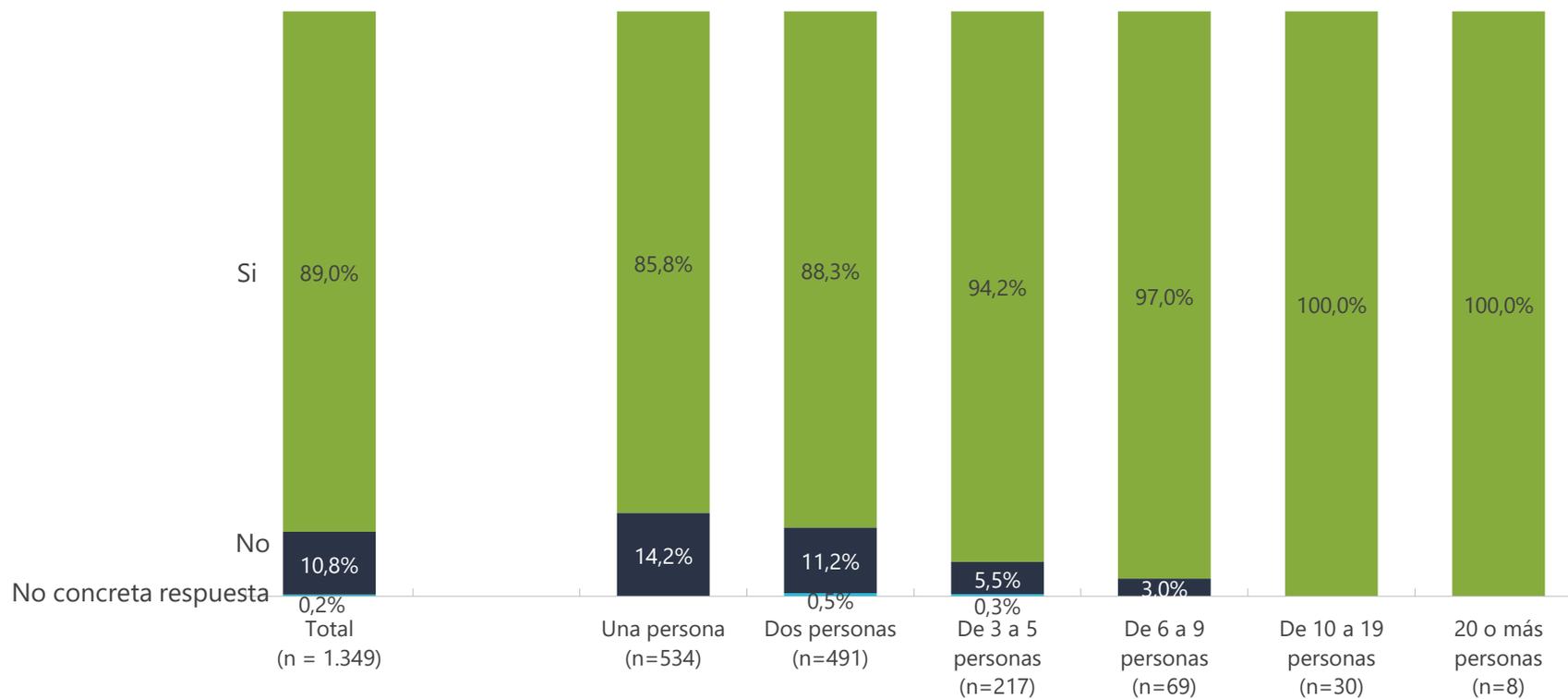
D.7: ¿Tiene conexión a internet?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



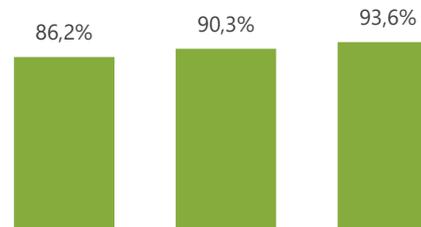
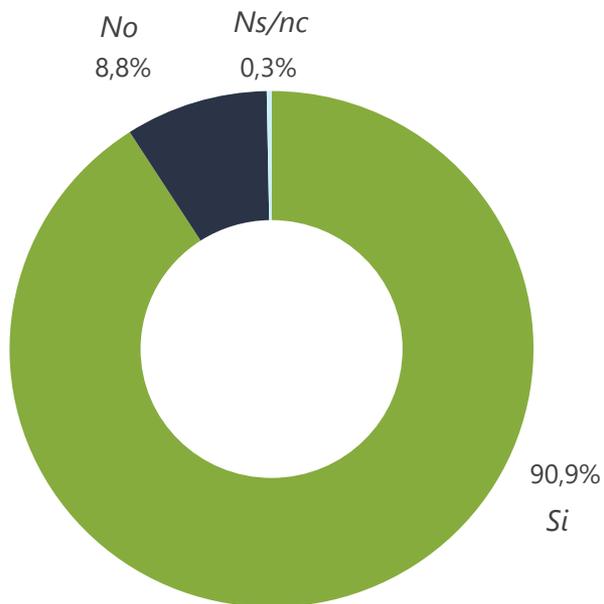
D.7: ¿Tiene conexión a internet?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



D.7B.: ¿Tiene red wi-fi?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que tiene conexión a internet (n=1.200)



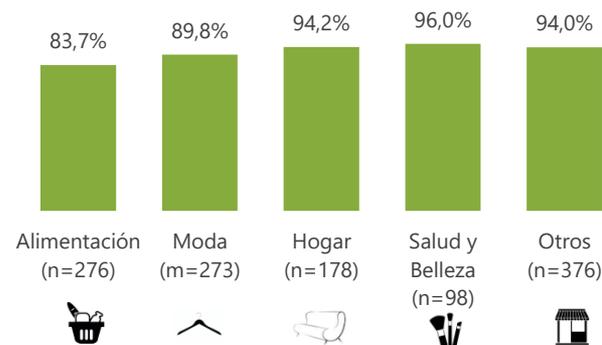
Araba
(n=154)



Bizkaia
(n=646)



Gipuzkoa
(n=401)



Alimentación
(n=276)



Moda
(n=273)



Hogar
(n=178)



Salud y Belleza
(n=98)



Otros
(n=376)

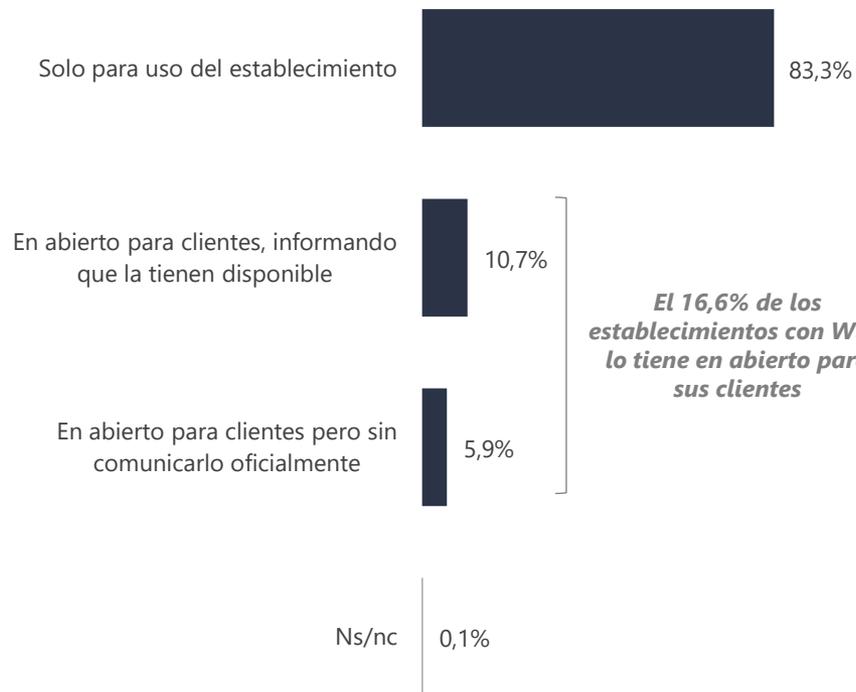
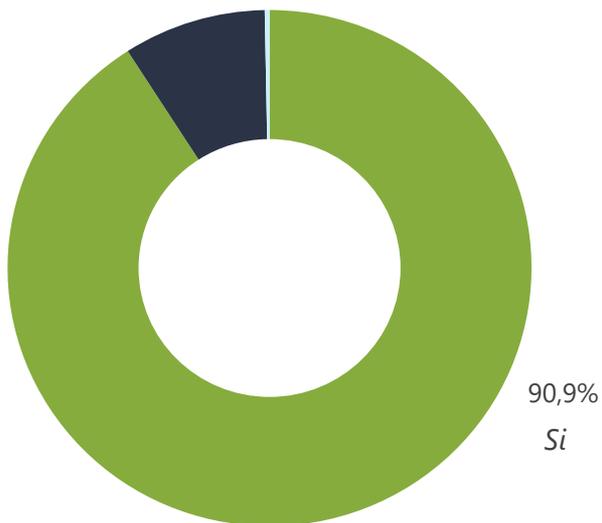


D.7C.: ¿Y esta red wifi la tiene abierta, es accesible para los clientes de alguna forma o es solo para uso del establecimiento?*

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%



Disponibilidad de programas de gestión

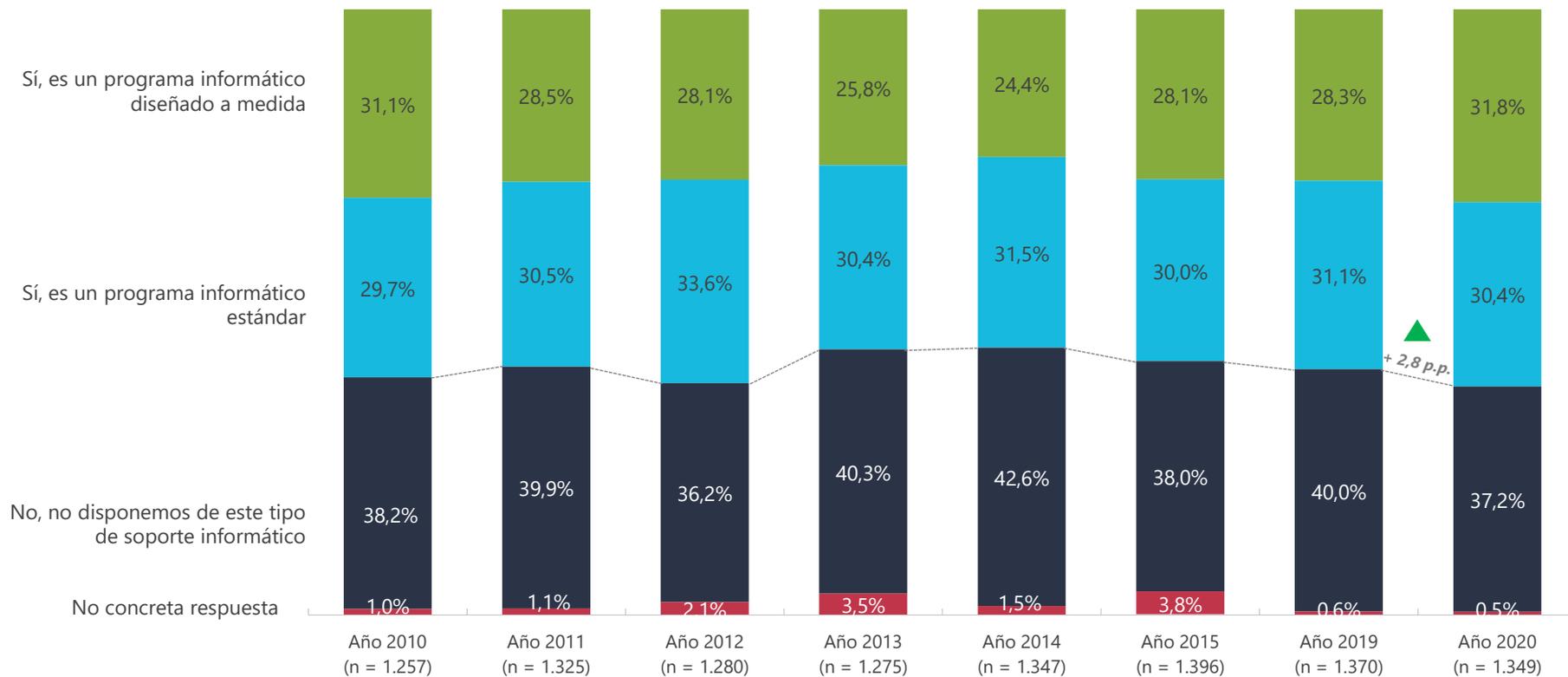
El 62,2% de los comercios minoristas vascos cuenta con un programa informático orientado a la gestión de la actividad comercial. El 31,8% hace uso de un programa diseñado a su medida y el 30,4% utiliza uno estándar. Desde el Barómetro de 2019 la presencia de programas de gestión se ha incrementado en 2,8 puntos porcentuales en el comercio minorista vasco.

La presencia de soportes informáticos en la gestión de la actividad comercial realizados a medida continúa siendo más perceptible en las siguientes tipologías:

- Los comercios con tres o más personas empleadas.
- Los comercios dedicados a la actividad de Salud y Belleza.
- Y, los radicados en la capital de Gipuzkoa, Donostia

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.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	 Araba (n = 171)	 Bizkaia (n = 728)	 Gipuzkoa (n = 450)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	34,9%	29,5%	34,5%
Sí, es un programa informático estándar	30,3%	32,1%	27,8%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	33,8%	37,9%	37,3%
No concreta respuesta	1,0%	0,5%	0,4%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	34,8%	35,0%	30,3%	28,7%	42,6%	29,8%
Sí, es un programa informático estándar	30,5%	29,9%	33,8%	30,4%	27,1%	28,2%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	33,3%	35,1%	35,3%	40,5%	29,1%	42,0%
No concreta respuesta	1,5%	--	0,6%	0,4%	1,2%	--

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

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

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)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	27,3%	24,6%	35,1%	43,8%	36,7%
Sí, es un programa informático estándar	23,1%	32,8%	34,0%	24,7%	35,2%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	49,4%	41,9%	30,6%	30,0%	27,5%
No concreta respuesta	0,2%	0,7%	0,3%	1,6%	0,5%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Según número de personas empleadas					
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Sí, es un programa informático diseñado a medida	20,2%	33,2%	42,3%	54,5%	78,4%	69,3%
Sí, es un programa informático estándar	29,9%	30,7%	31,2%	34,0%	20,9%	30,7%
No, no disponemos de este tipo de soporte informático	49,5%	35,5%	25,6%	10,2%	0,7%	--
No concreta respuesta	0,4%	0,5%	0,8%	1,3%	--	--

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

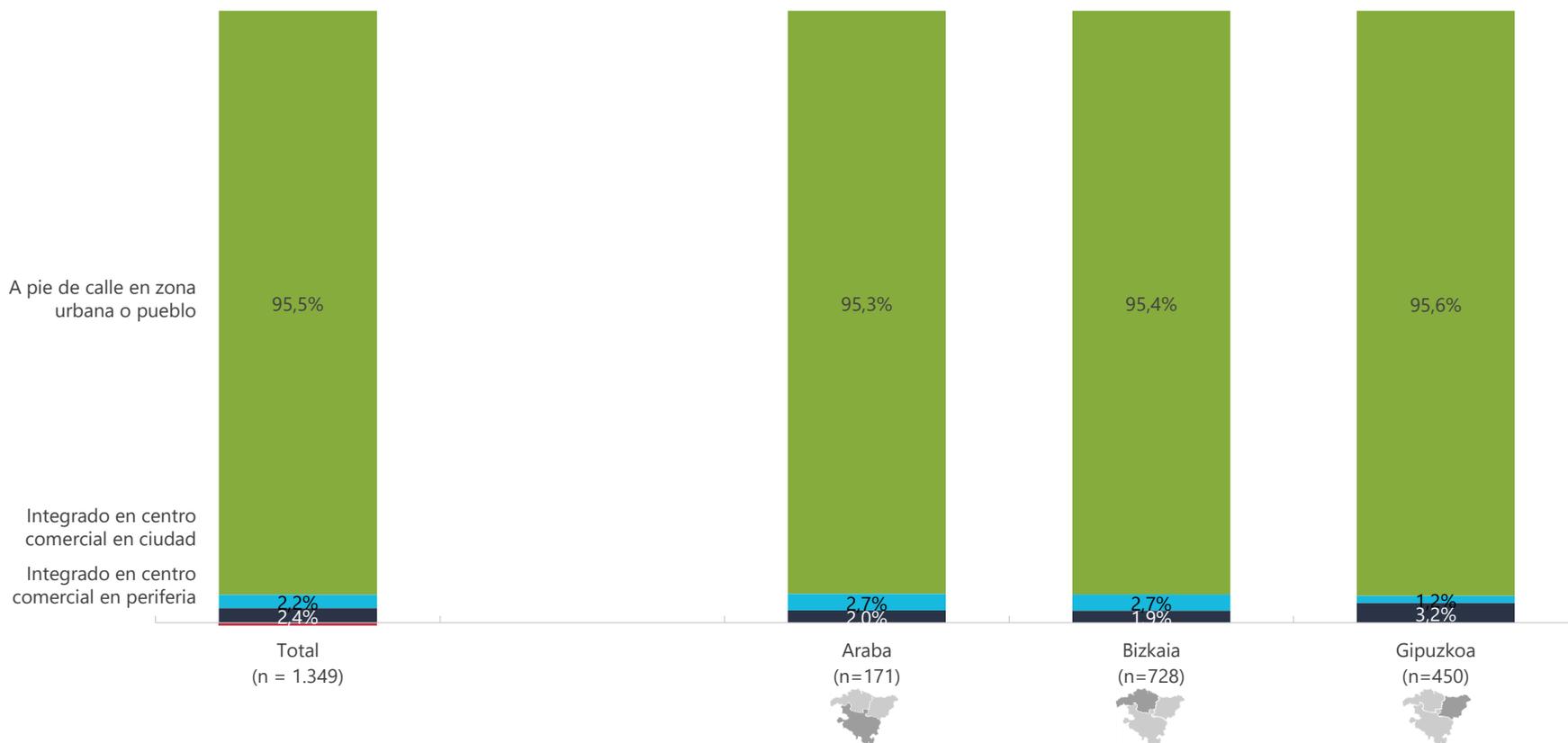
2.6. Emplazamiento del comercio

La gran mayoría de los comercios minoristas vascos dispone de su establecimiento a pie de calle, un 95,5%, bien en zona urbana o pueblo. Por otra parte, el 2,2% esta integrado en algún centro comercial urbano y el 2,4% pertenece a un centro comercial situado en periferia.

Los comercios dedicados a la venta de artículos de alimentación que están integrados en un centro comercial son mayor número, refiriéndose fundamentalmente a centros comerciales de carácter urbano. Por el contrario en el de venta de Otros artículos y Hogar, la tasa de establecimientos situados en centro comercial alude preferentemente a los situados en periferia.

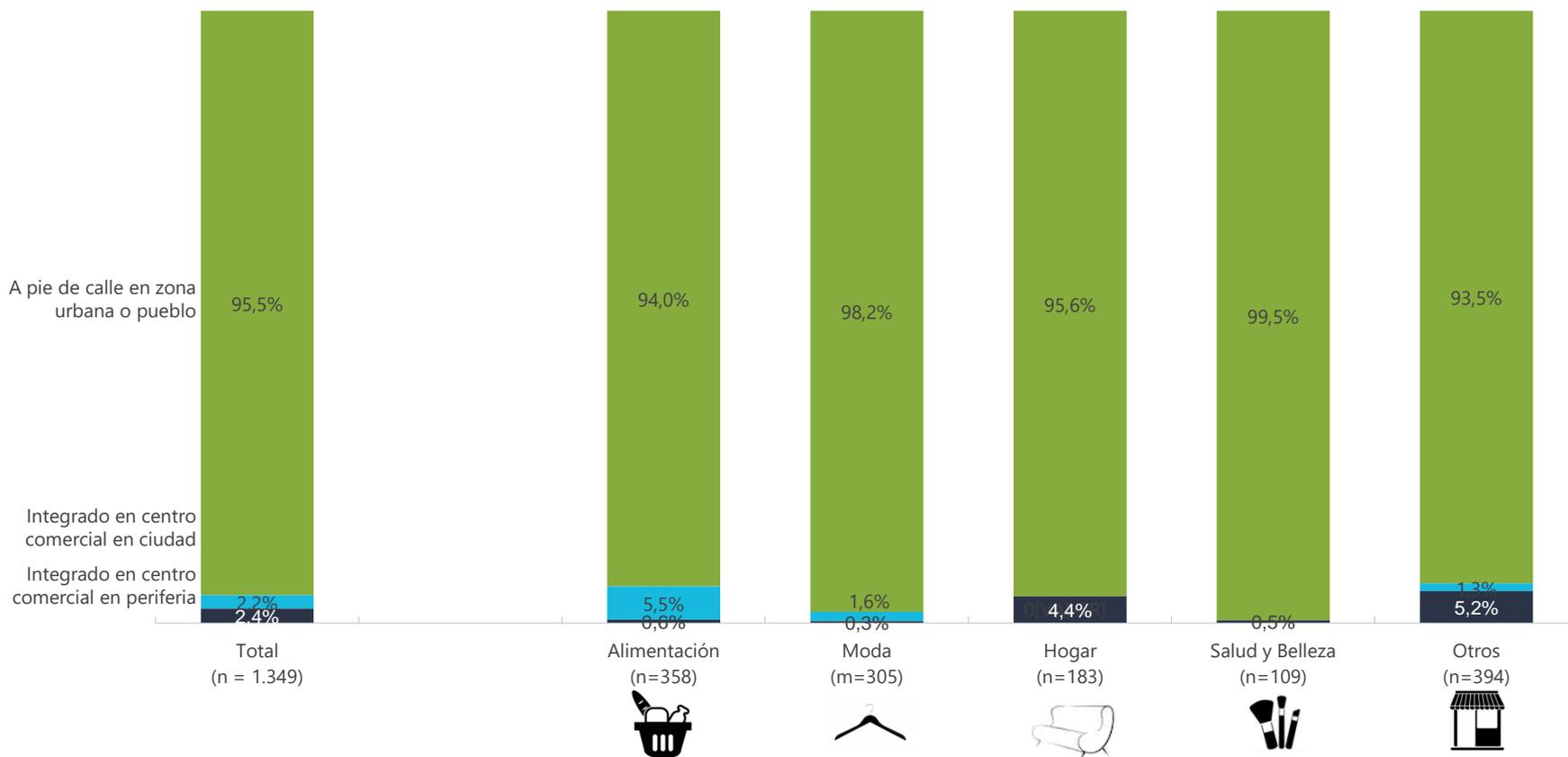
D.8B. ¿Podría decirme si su establecimiento se ubica en...?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



D.8B. ¿Podría decirme si su establecimiento se ubica en...?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



2.7. Perfil del responsable del comercio

Edad de las personas que gestionan el comercio minorista

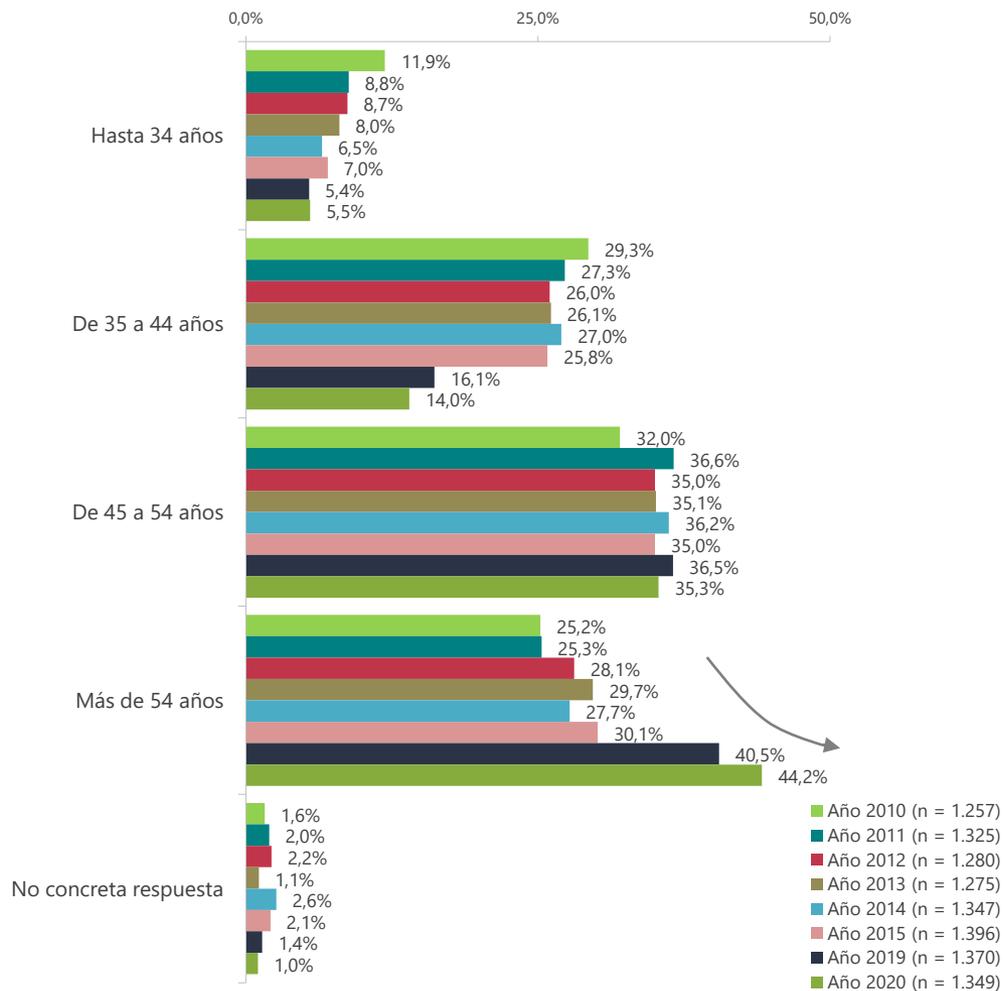
La media de edad de las personas que gestionan el sector comercial minorista vasco se sitúa en los 52 años. Son el 44,2% de los establecimientos los que están gestionados por una persona de más de 54 años.

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.

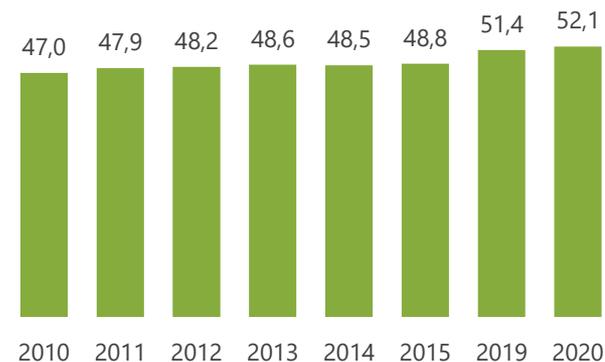
La única variable explicativa que parece romper esta tendencia del conjunto es la del número de empleados, de forma que a mayor tamaño del comercio, menor es la media de edad del gestor.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



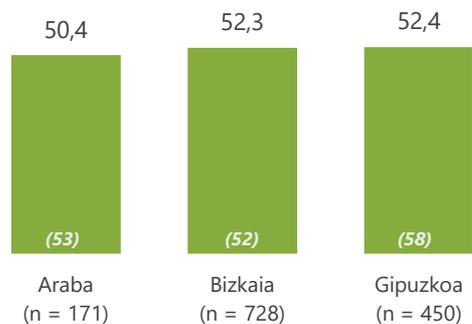
Edad media de la persona responsable en el comercio minorista vasco



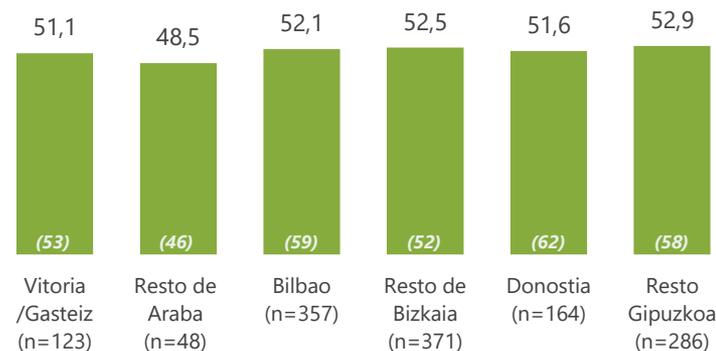
D.1: Edad de las personas que gestionan el comercio minorista vasco según variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

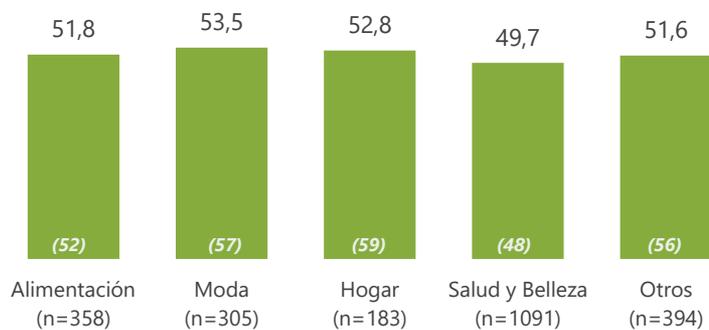
Territorio histórico



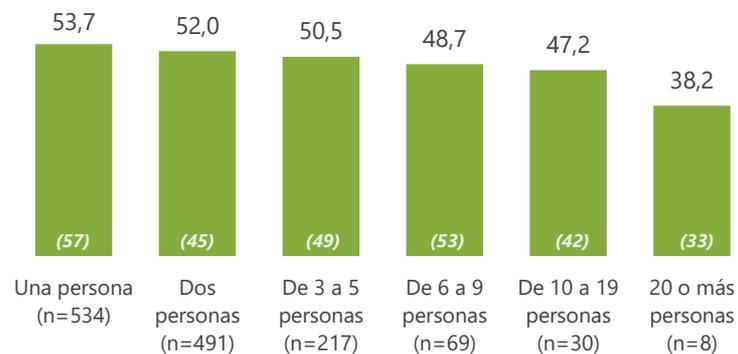
Capital / Resto del Territorio histórico



Grupo de actividad



Número de personas empleadas



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

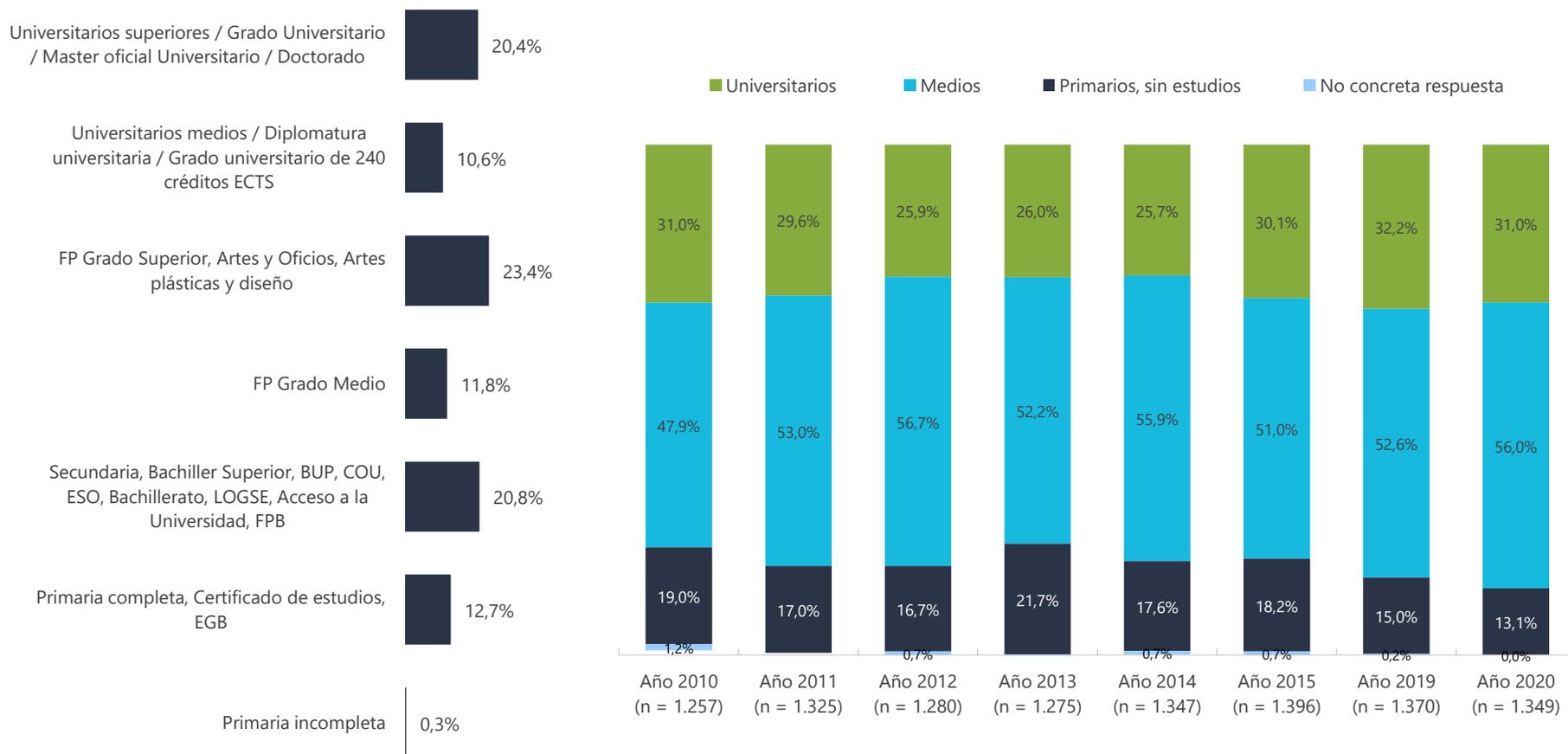
Nivel formativo de las personas que gestionan el comercio minorista

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 mayor nivel formativo es más perceptible en los comercios del sector de Salud y Belleza, así como entre el comercio con mayor número de personas empleadas.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
Universitarios	29,1%	31,3%	31,1%
Medios	58,2%	55,1%	56,6%
Primarios, sin estudios	12,7%	13,6%	12,3%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Universitarios	27,5%	33,3%	33,4%	29,4%	38,8%	26,6%
Medios	58,1%	58,5%	56,0%	54,2%	50,2%	60,3%
Primarios, sin estudios	14,5%	8,2%	10,7%	16,4%	11,0%	13,1%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

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

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)
Universitarios	17,5%	26,2%	31,4%	55,8%	39,8%
Medios	61,7%	60,5%	58,1%	35,1%	52,1%
Primarios, sin estudios	20,9%	13,3%	10,5%	9,1%	8,1%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Según número de personas empleadas					
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Universitarios	27,0%	29,5%	38,2%	41,1%	44,0%	54,1%
Medios	56,4%	58,1%	51,5%	55,3%	50,7%	45,9%
Primarios, sin estudios	16,6%	12,5%	10,3%	3,6%	5,3%	--

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

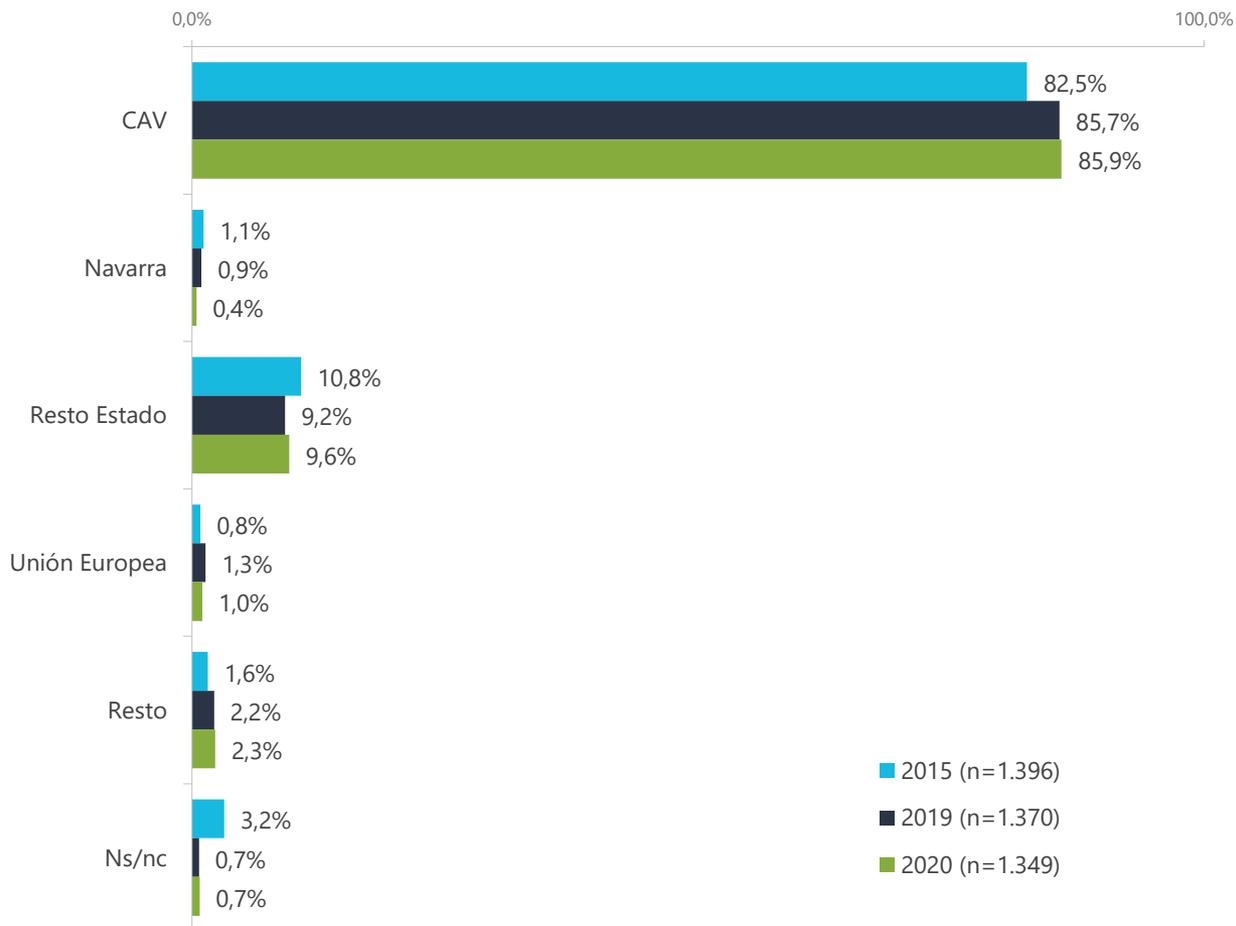
Lugar de nacimiento

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.15: Lugar de nacimiento del dueño del negocio

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

	Territorio histórico		
	Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
CAV	80,3%	85,7%	88,4%
Navarra	1,4%	--	0,8%
Resto del Estado	12,5%	10,4%	7,3%
Resto de la Unión Europea	0,8%	1,3%	0,6%
Resto del mundo	5,2%	1,6%	2,3%
No concreta respuesta	--	1,0%	0,7%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

D.15: Lugar de nacimiento del dueño del negocio

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales / Resto de Territorio histórico						
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
CAV	77,2%	88,2%	82,4%	88,9%	88,6%	88,3%
Navarra	1,5%	1,1%	--	--	0,4%	0,9%
Resto del Estado	14,9%	6,1%	12,9%	8,0%	7,2%	7,4%
Resto de la Unión Europea	1,1%	--	1,0%	1,7%	0,7%	0,5%
Resto del mundo	5,4%	4,6%	2,4%	0,9%	3,1%	1,9%
No concreta respuesta	--	--	1,4%	0,6%	--	1,1%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

D.15: Lugar de nacimiento del dueño del negocio

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)
CAV	84,6%	82,8%	85,9%	90,0%	88,4%
Navarra	0,7%	0,5%	--	0,5%	0,3%
Resto del Estado	9,4%	12,2%	11,7%	6,1%	7,8%
Resto de la Unión Europea	0,6%	1,4%	1,7%	--	1,1%
Resto del mundo	3,2%	2,4%	0,4%	2,4%	2,2%
No concreta respuesta	1,5%	0,7%	0,3%	1,0%	0,3%

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

D.15: Lugar de nacimiento del dueño del negocio

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Según número de personas empleadas

	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
CAV	87,4%	84,8%	85,9%	85,6%	81,8%	74,9%
Navarra	0,3%	0,4%	0,7%	--	2,3%	--
Resto del Estado	8,7%	10,2%	9,6%	9,6%	15,9%	9,2%
Resto de la Unión Europea	0,7%	1,3%	1,0%	1,3%	--	9,2%
Resto del mundo	2,1%	2,8%	2,2%	0,7%	--	6,7%
No concreta respuesta	0,9%	0,4%	0,6%	2,8%	--	--

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

Estilos de actividad comercial

Los Barómetros del comercio vasco han tratado de profundizar en la actitud comercial de los gestores del sector, conociendo los “estilos” de la praxis comercial a través de un ratio que permitiera segmentar a los comercios minoristas vascos. Este indicador pretende conocer que tasa de gestores apuesta por una practica comercial más en línea con la volatilidad del mundo que nos rodea y los cambios que se suceden a gran velocidad o bien una práctica comercial más estática y tradicional.

El ratio de estilos de actividad comercial se calcula a partir de los ítems de las preguntas P.42, P.43 y P.12A del cuestionario. Así, partimos de dos grandes estilos de actividad comercial: “Estilo de comercios 1.0”, más tradicional y estático y, “Estilo de comercios 2.0” más volcado a los cambios que se producen en el sector y en los hábitos del consumidor.

Estilo de comercios 1.0

- Mantener una clientela fiel (P.42)
- Conocer bien el producto (P.42)
- Tener una historia, prestigio por años en la actividad comercial (P.43)
- Tener una atención diferenciada (P.43)

Estilo de comercios 2.0

- Asumir riesgos, no tener miedo a fracasar (P.42)
- Escuchar más a mis clientes (P.42)
- Estar en red, conectados con otros comercios, incluso en redes o comunidades virtuales (P.43)
- Disponer de venta Online (P.12A)

El cálculo de este ratio de estilos comerciales se ha implementado como se hacía en Barómetros anteriores con la idea de que sean en la medida de lo posible comparativos:

- Se ha proporcionado una puntuación de 1, por pregunta, si ha elegido los dos ítems de comercios 1.0
- Se ha computado con una puntuación de 2, por pregunta, si ha elegido un ítem de comercios 1.0 y otro ítem de comercios 2.0
- Se ha computado una puntuación de 3, por pregunta, si ha elegido los ítems de comercios 2.0

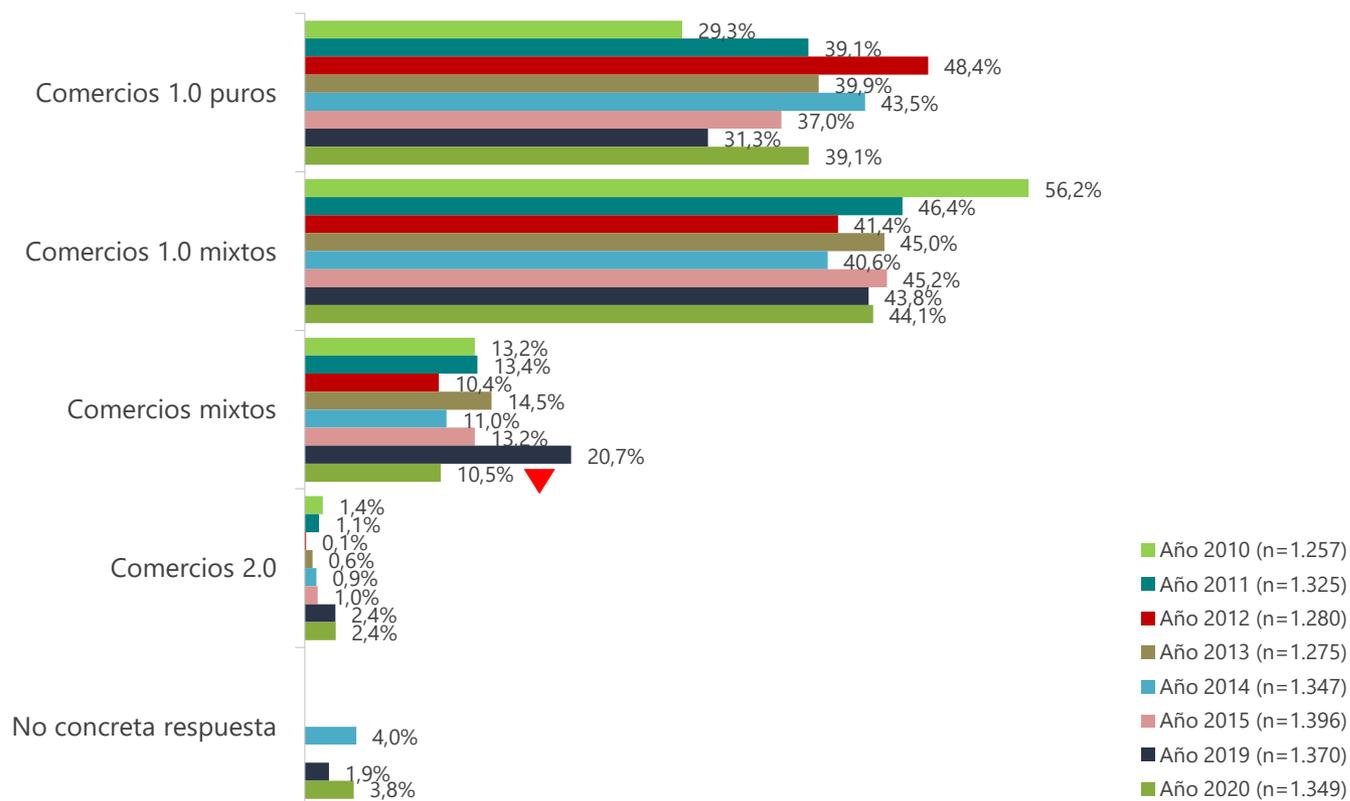
El rango de este ratio se moverá entre un mínimo de 2 y un máximo de 6. El índice de los valores de los comerciantes minoristas vascos, nos permite establecer la siguiente segmentación:

- Comercios 1.0 puntos. En P.42, P.43 y P.12A elige los ítems de estilos comerciales 1.0 (*Puntuación de 2*).
- Comercios 1.0 mixtos. Elección en una pregunta de ítems de estilos comerciales 1.0 y en otra de ítems mixtos (*Puntuación de 3*).
- Comercios mixtos (*Puntuación de 4*)
- Comercios 2.0, o bien en P.42, P.43 y P.12A elige los ítems de estilos comerciales 2.0 (*puntuación de 6*), o bien en una pregunta elige ítems de estilos comerciales 2.0 y en otro ítems mixtos (*puntuación de 5*).

Algo más de uno de cada diez comercios minoristas vascos – el 12,9%- se acerca más a la lógica de la praxis comercial de escucha al mercado, de “relación” con su entorno. De éstos, un 10,5% serían comercios mixtos y el 2,4%, representativos de un estilo 2.0. Por el contrario, el 39,1% se mueve en una lógica de atención más tradicional apostando por el prestigio, el conocimiento del producto y la atención diferenciada.

P.42/P.43.: Estilos de actividad comercial*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

P.42/P.43.: Estilos de actividad comercial, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	 Araba (n = 171)	 Bizkaia (n = 728)	 Gipuzkoa (n = 450)
Comercios 1.0 puros	44,2%	38,5%	38,2%
Comercios 1.0 mixtos	38,8%	45,8%	43,4%
Mixtos	11,3%	9,5%	11,9%
Comercios 2.0	4,7%	2,1%	2,0%
No concreta respuesta	0,9%	4,1%	4,5%

P.42/P.43.: Estilos de actividad comercial, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales / Resto de Territorio histórico

	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Comercios 1.0 puros	43,1%	47,1%	38,1%	38,9%	40,8%	36,8%
Comercios 1.0 mixtos	39,9%	36,0%	45,3%	46,3%	38,0%	46,5%
Mixtos	12,4%	8,7%	11,0%	8,0%	13,5%	11,0%
Comercios 2.0	4,2%	6,1%	2,4%	1,9%	4,4%	0,6%
No concreta respuesta	0,4%	2,1%	3,2%	4,9%	3,3%	5,1%

P.42/P.43.: Estilos de actividad comercial, 2020

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)
Comercios 1.0 puros	48,2%	32,5%	40,1%	34,4%	36,9%
Comercios 1.0 mixtos	41,1%	46,6%	44,4%	54,6%	42,0%
Mixtos	6,2%	16,1%	9,6%	4,8%	12,2%
Comercios 2.0	0,6%	3,2%	0,4%	1,6%	4,5%
No concreta respuesta	3,9%	1,6%	5,5%	4,6%	4,4%

P.42/P.43.: Estilos de actividad comercial, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

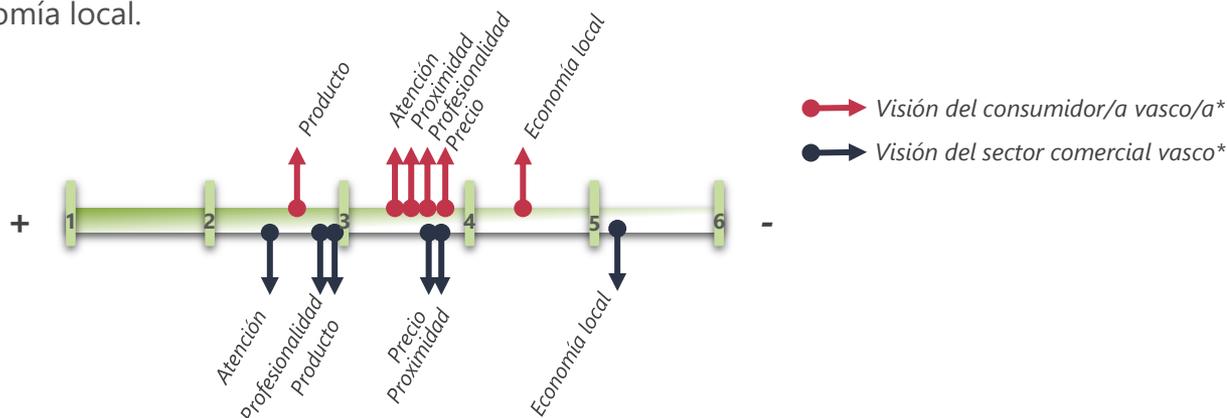
	Según número de personas empleadas					
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Comercios 1.0 puros	42,8%	38,4%	35,2%	35,6%	23,4%	40,4%
Comercios 1.0 mixtos	41,3%	47,8%	45,3%	33,2%	55,6%	23,6%
Mixtos	9,9%	8,6%	13,2%	20,4%	10,9%	13,5%
Comercios 2.0	2,1%	2,2%	2,3%	3,2%	5,6%	13,3%
No concreta respuesta	3,9%	2,9%	4,0%	7,6%	4,6%	9,2%

Valoración de la importancia atribuida por los clientes a diferentes factores

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.

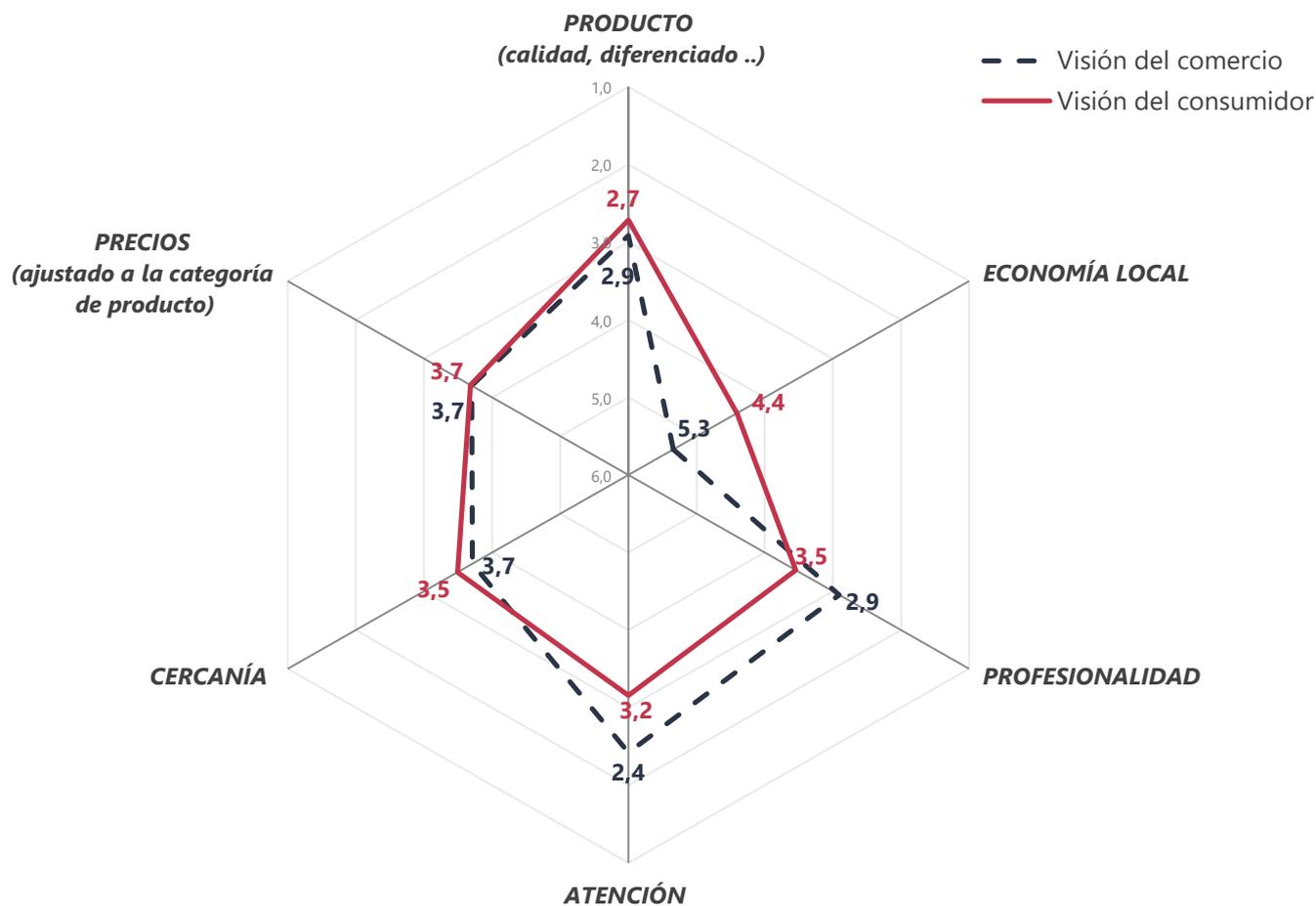
El sector comercial minorista vasco considera en su conjunto que sus clientes valoran por encima de todo en la elección del establecimiento de compra la *atención personal*, seguido de la *profesionalidad*. El sector sitúa en tercer plano la importancia que sus clientes conceden al *producto en sí mismo* 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

	Territorio histórico		
	Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
La atención	2,41	2,44	2,40
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	3,00	2,94	2,82
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	3,09	2,82	3,01
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,63	3,69	3,74
La cercanía / proximidad	3,62	3,77	3,66
Ser comercio local / economía local	5,24	5,34	5,37

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

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 364)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
La atención	2,48	2,22	2,42	2,46	2,51	2,34
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	2,97	3,08	2,95	2,94	2,81	2,82
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	2,90	3,59	2,80	2,84	3,04	2,99
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,70	3,45	3,76	3,63	3,61	3,82
La cercanía / proximidad	3,69	3,44	3,76	3,77	3,73	3,62
Ser comercio local / economía local	5,26	5,21	5,33	5,36	5,30	5,41

■ 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

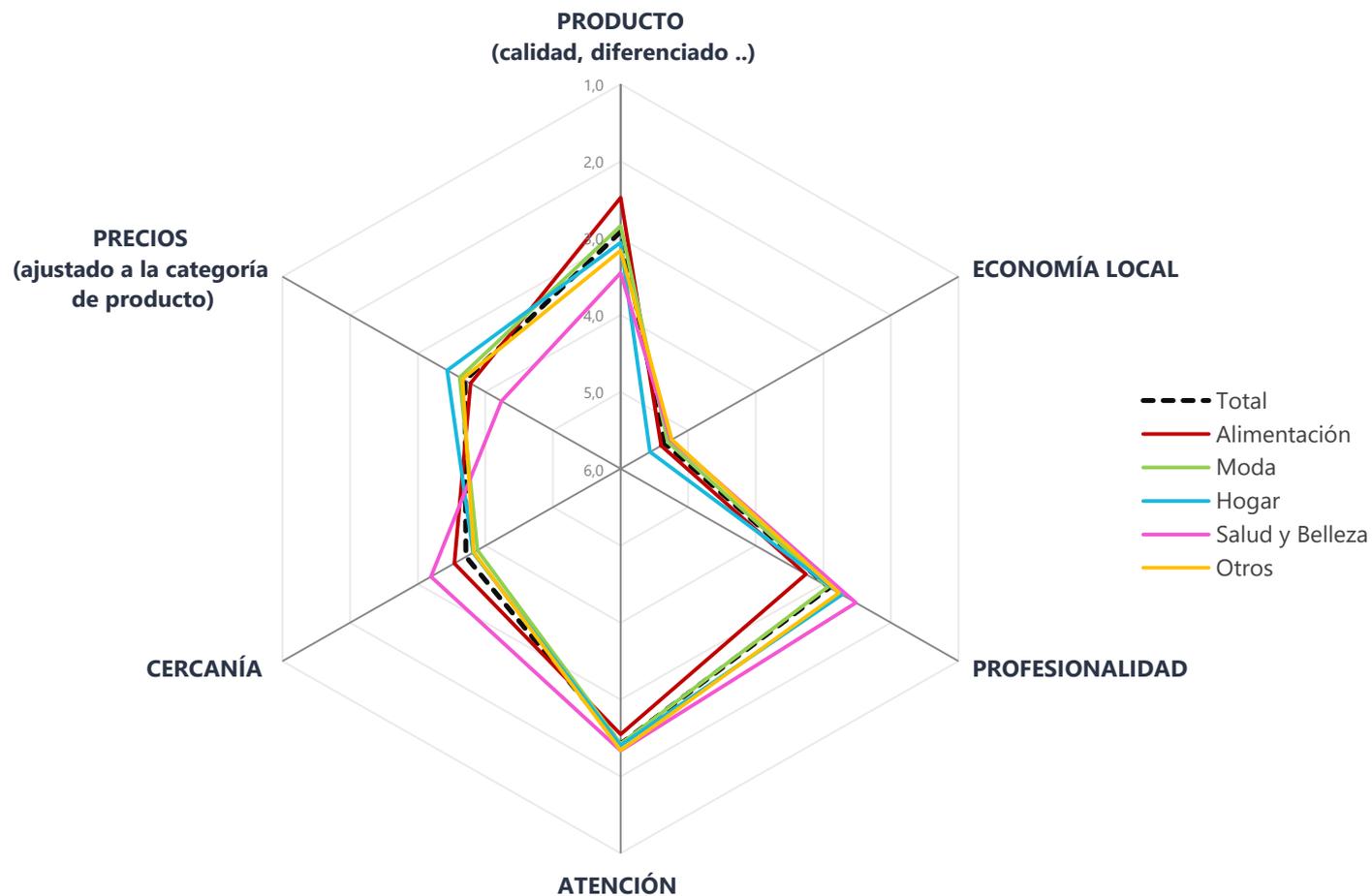
	Grandes grupos de actividad				
	 Alimentación (n = 358)	 Moda (n = 305)	 Hogar (n = 183)	 Salud y Belleza (n = 109)	 Otros (n = 394)
La atención	2,55	2,42	2,40	2,34	2,34
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	3,26	2,93	2,73	2,52	2,77
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	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

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

	Según número de personas empleadas					
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
La atención	2,45	2,38	2,35	2,56	2,67	2,42
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	2,91	2,87	2,98	3,17	2,48	2,22
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	2,94	2,93	2,92	2,75	2,62	2,56
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,69	3,79	3,64	3,45	3,49	3,35
La cercanía / proximidad	3,66	3,72	3,76	3,51	4,27	4,82
Ser comercio local / economía local	5,34	5,30	5,34	5,57	5,47	5,63

 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

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

3.1. Inversiones realizadas en los establecimientos minoristas

El año 2020 ha sido un año muy complejo para todos y para el sector comercial, especialmente. El Decreto del Estado de Alarma como consecuencia de la pandemia por la Covid-19, acarreó el cierre obligatorio de la actividad, salvo para los considerados servicios esenciales. Posteriormente, la vuelta a la actividad ha requerido de una constante adaptación a la situación sanitaria, a las restricciones y al cambio de hábitos que se ha producido en el consumidor.

No es de extrañar que nueve de cada diez comercios minoristas consultados haya 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%). Estas inversiones acometidas han afectado a todos los sectores, si bien el dedicado a la venta de artículos de Moda supera en cerca de tres puntos porcentuales la media del conjunto.

Por el contrario, es en los comercios que dan empleo solo a una persona donde se percibe una menor capacidad para abordar estas inversiones, si bien la práctica totalidad se ha sumado igualmente (el 89,0%).

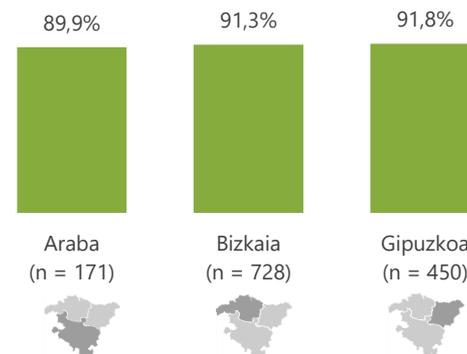
Entre las inversiones más nombradas, los dispensadores de gel hidroalcohólico (97,7%) y los materiales específicos para desinfección y limpieza (57,3%) que son mayoritarios en el comercio minoristas vasco. También elementos como las pantallas de metacrilato o semejantes, las necesarias señalizaciones de flujos para los visitantes en sala de venta y las mascarillas, han tenido gran incidencia.

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?

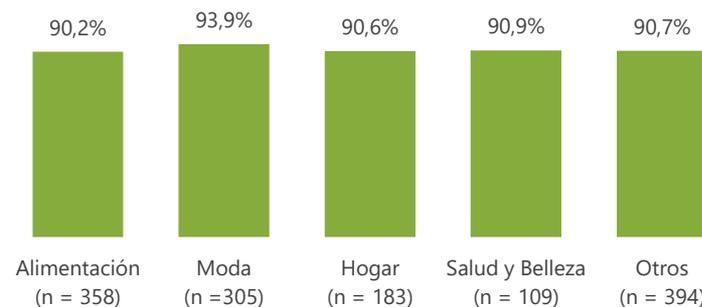
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

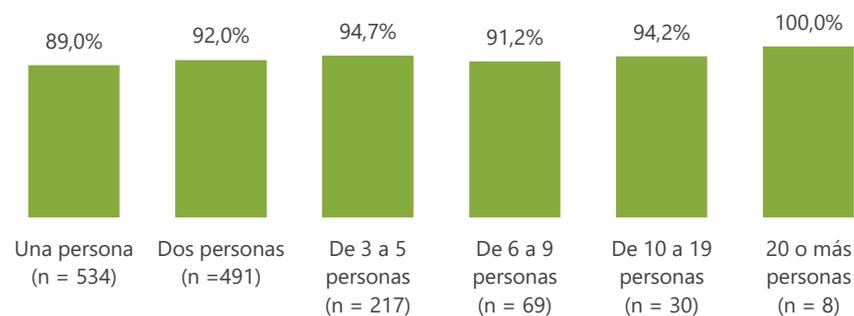


P.23B: ¿A consecuencia de la pandemia por la Covid 19 ha realizado algún tipo de inversión extraordinaria durante el año 2020 para preparar su establecimiento o servicio ante esta situación?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

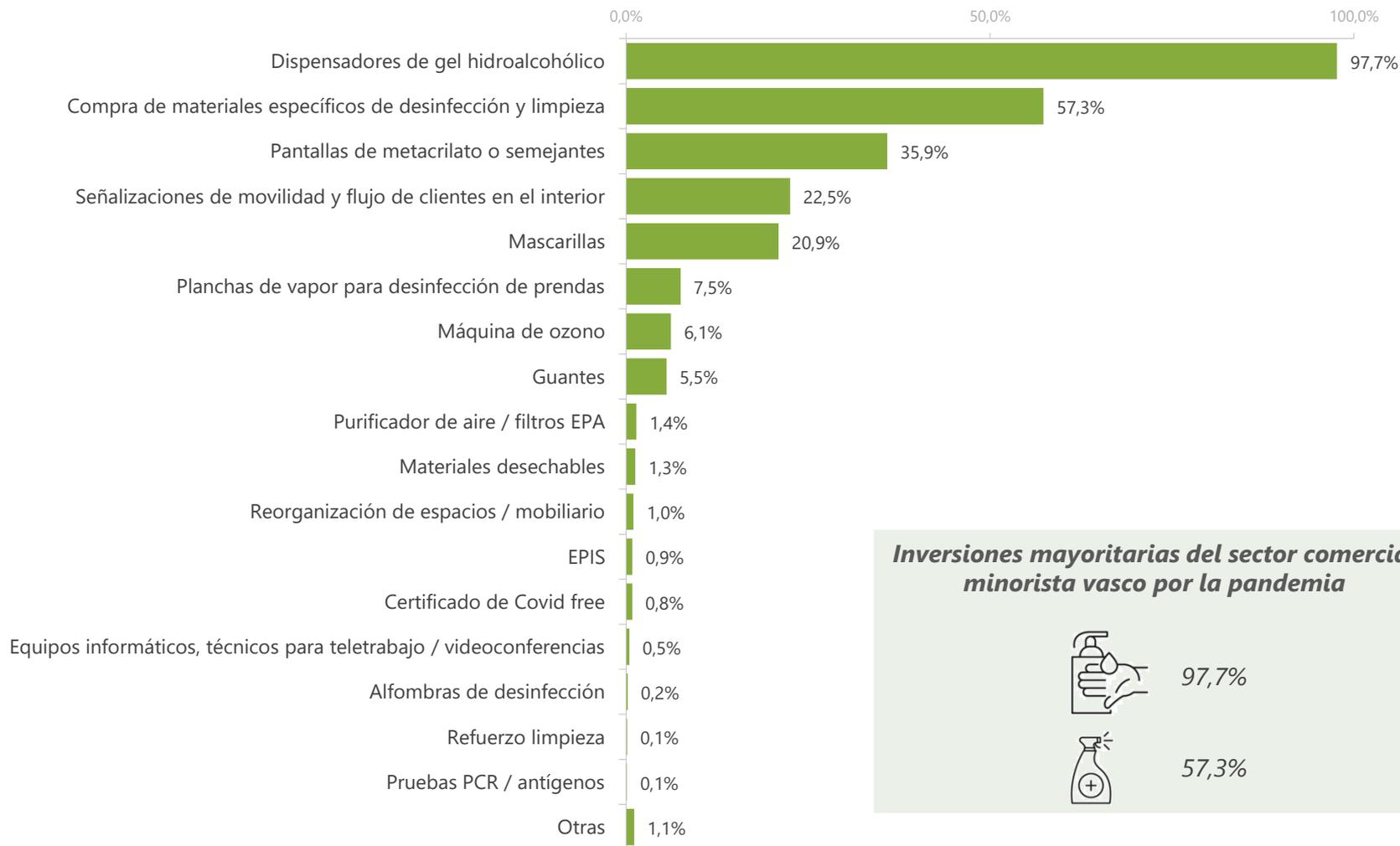


Tasa de comercio minorista que ha realizado inversiones extraordinarias por la pandemia según tamaño de empleo



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.

3.2. Nuevos servicios desarrollados para los clientes

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.

El desarrollo de nuevos servicios se ha tangibilizado en mayor grado en los sectores de Otras actividades, Salud y Belleza, así como Alimentación.

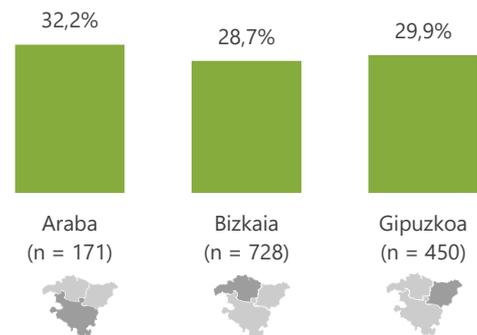
De todos, el servicio adicional desarrollado más nombrado es el envío a domicilio, pero también la compra o reserva a través de diferentes canales como el teléfono, la web o WhatsApp, con el objeto de facilitar la compra. También han crecido los nuevos sistemas de pago como Bizum o pago con el móvil.

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

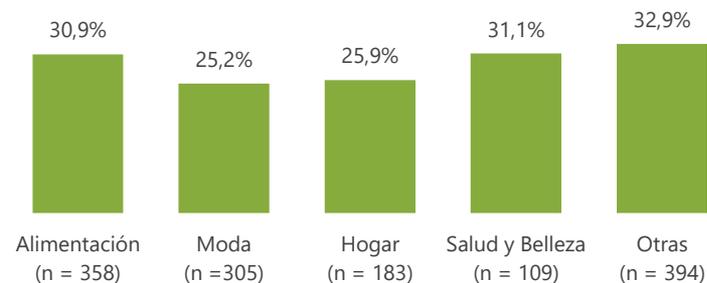
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



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

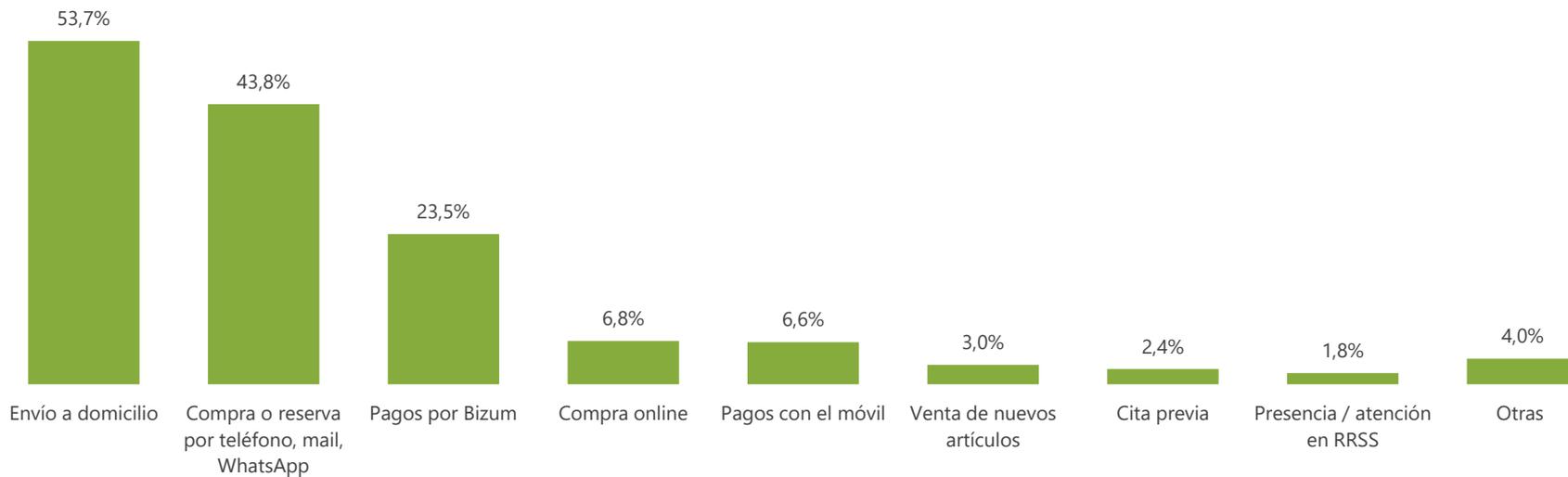


Tasa de comercio minorista que ha desarrollado nuevos servicios por la pandemia según sector



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

3.3. Acceso a ayudas dirigidas al sector comercial

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.

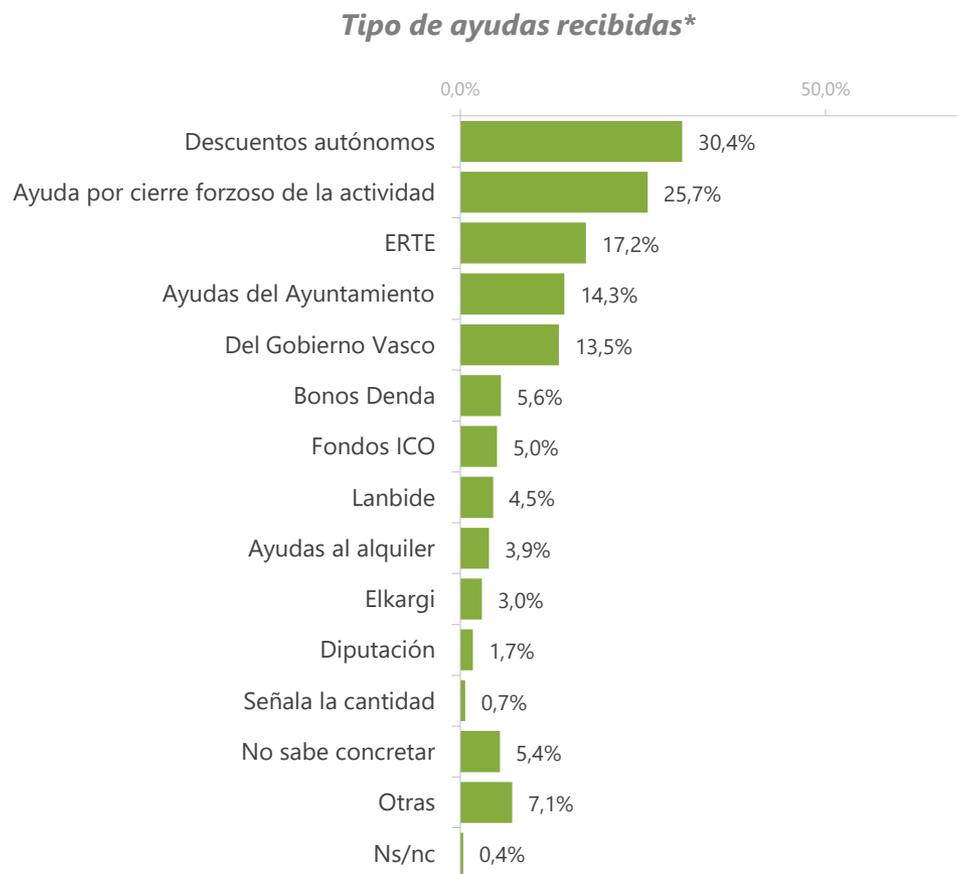
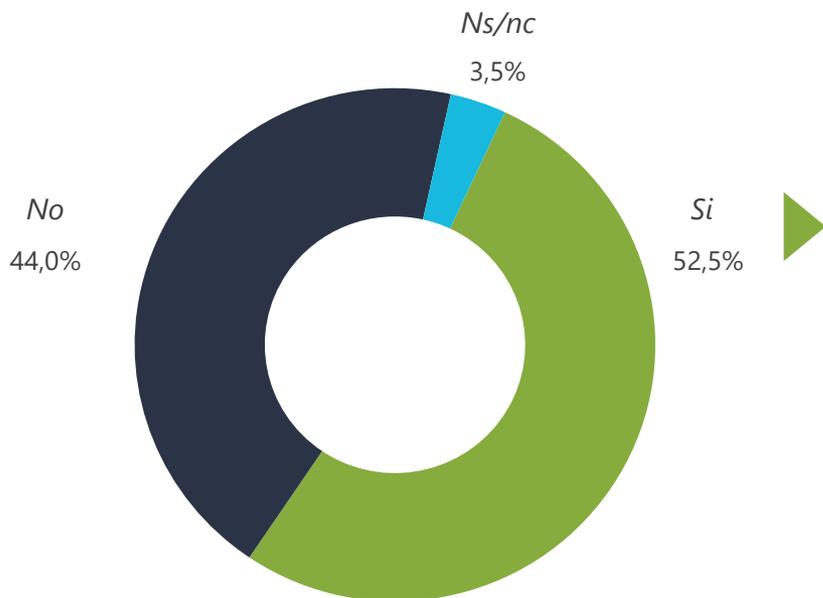
Las ayudas a las que han accedido son fundamentalmente de dos tipos, las otorgadas a los autónomos en los descuentos fiscales y exenciones a la Seguridad Social y las de la administración por el cierre forzoso de la actividad durante el Estado de Alarma.

En menor medida también se han citado los ERTE's, así como las ayudas en genérico procedentes del Ayuntamiento o del Gobierno Vasco. Por otra parte un 5,0% ha accedido a fondos ICO.

La percepción de ayudas ha sido especialmente relevante entre los comercios del ramo de Moda, Hogar y Otras actividades.

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

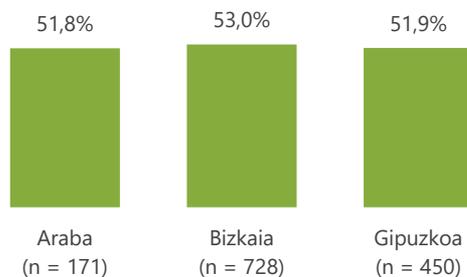


* Respuesta abierta.

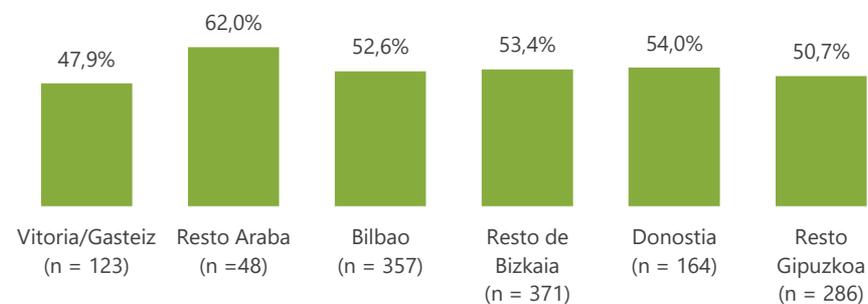
P.40: Tasa de establecimientos que se han acogido durante el año 2020 a algún tipo de ayuda o prestación otorgada por las administraciones públicas

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

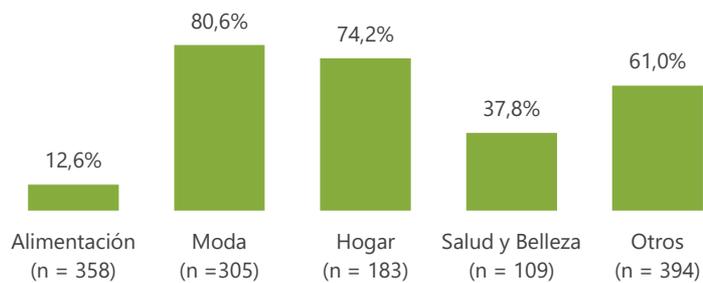
Territorio histórico



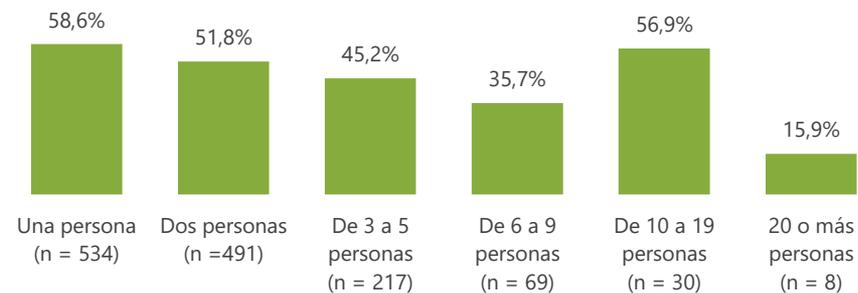
Capital / Resto del Territorio histórico



Grupo de actividad



Número de personas empleadas



4. LA AFLUENCIA DE CLIENTES Y VISITANTES

4.1. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de un día

Como ya se ha visto en Barómetros anteriores, existe una relación manifiesta entre la afluencia de visitantes al establecimiento o comercio y las ventas, de forma que el comportamiento de ambos aspectos ha sido coincidente en los Barómetros del Comercio Vasco, tanto a lo largo de los días de la semana, como en tramos horarios.

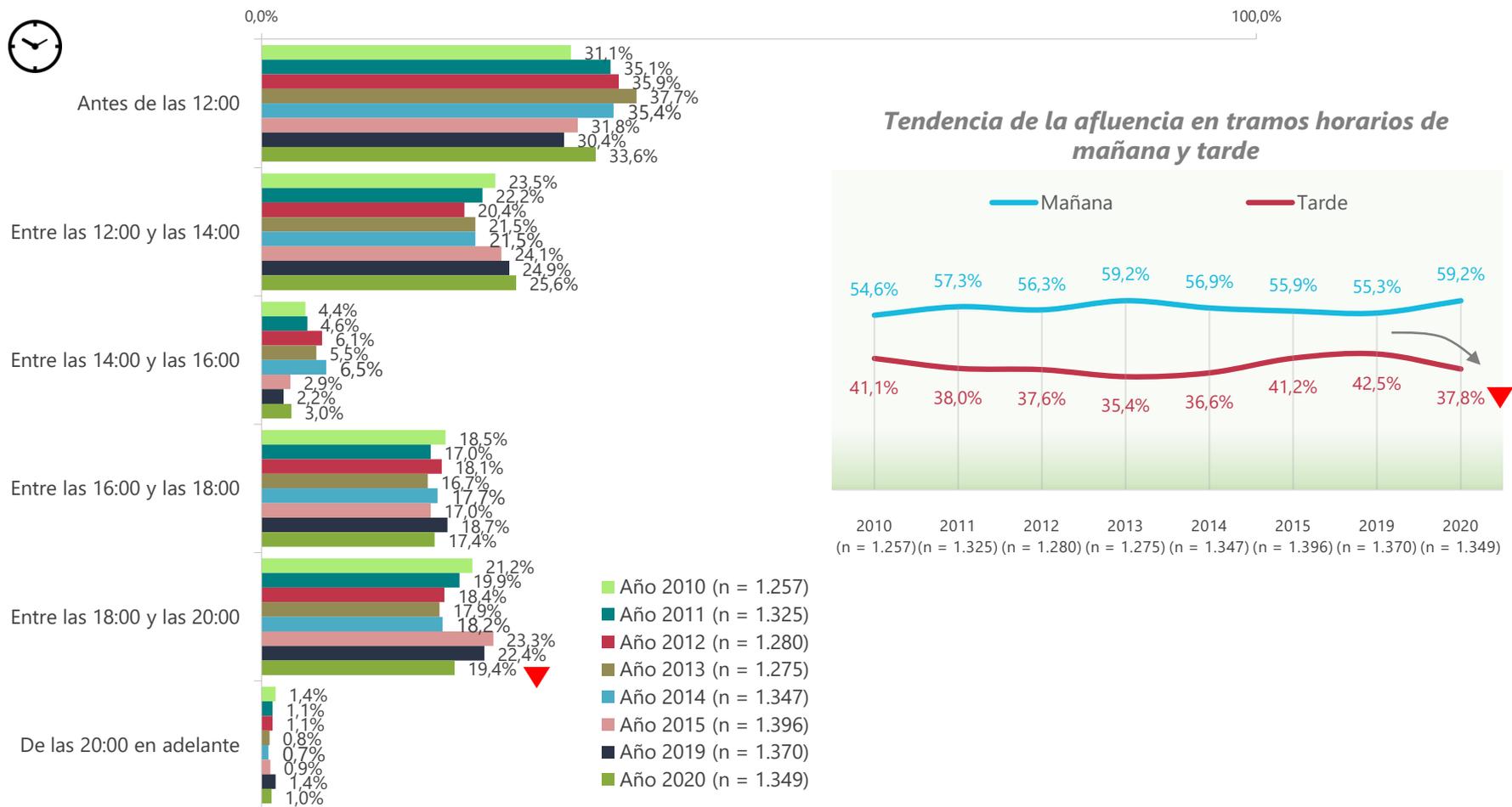
En esta ocasión, el Barómetro de 2020 pone de manifiesto como el comportamiento de la afluencia, es decir, de los visitantes y clientes se ha reducido manifiestamente en horario de tarde en términos generales, lo que puede estar en relación con el toque de queda y las restricciones de movilidad que han 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 definitiva, en el año de estallido de la pandemia por la Covid-19 ha habido dos momentos clave en afluencia de visitantes al comercio minorista vasco que corresponden a horario de mañana, como son:

- Antes de las 12 horas (el 33,6% de la afluencia acude en este tramo horario)
- Y entre las 12 y las 14 horas (el 25,6% de la afluencia acude en este tramo horario)

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

* Se sugirieron las opciones de respuesta

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
Antes de las 10:00	7,3%	8,7%	8,8%
Entre las 10:00 y las 12:00	24,9%	25,1%	25,1%
Entre las 12:00 y las 14:00	24,7%	26,3%	24,8%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,6%	3,1%	3,0%
Entre las 16:00 y las 18:00	17,9%	16,9%	17,9%
Entre las 18:00 y las 20:00	21,0%	19,1%	19,4%
De las 20:00 en adelante	1,6%	0,8%	1,1%
<i>Mañana</i>	56,9%	60,1%	58,7%
<i>Tarde</i>	40,5%	36,8%	38,4%

* Se sugirieron las opciones de respuesta

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Antes de las 10:00	7,0%	8,2%	7,6%	9,7%	7,0%	9,8%
Entre las 10:00 y las 12:00	23,7%	28,1%	24,5%	25,8%	24,2%	25,6%
Entre las 12:00 y las 14:00	26,1%	21,3%	27,0%	25,6%	27,1%	23,5%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,1%	3,9%	3,4%	2,8%	2,8%	3,1%
Entre las 16:00 y las 18:00	17,9%	18,0%	17,0%	16,8%	17,3%	18,3%
Entre las 18:00 y las 20:00	21,4%	19,7%	19,7%	18,5%	20,4%	18,7%
De las 20:00 en adelante	1,9%	0,8%	0,8%	0,9%	1,2%	1,0%
Mañana	56,8%	57,6%	59,1%	61,1%	58,3%	58,9%
Tarde	41,2%	38,5%	37,5%	36,2%	38,9%	38,0%

* Se sugirieron las opciones de respuesta

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

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)
Antes de las 10:00	13,1%	4,3%	6,5%	8,0%	8,9%
Entre las 10:00 y las 12:00	27,3%	25,3%	23,4%	25,2%	23,7%
Entre las 12:00 y las 14:00	26,6%	27,1%	23,9%	26,7%	24,1%
Entre las 14:00 y las 16:00	3,2%	2,4%	2,4%	3,1%	3,4%
Entre las 16:00 y las 18:00	13,1%	19,1%	20,5%	17,1%	18,5%
Entre las 18:00 y las 20:00	15,7%	21,3%	22,6%	18,8%	20,0%
De las 20:00 en adelante	1,0%	1,1%	0,5%	0,6%	1,2%
Mañana	67,0%	56,7%	53,8%	59,9%	56,7%
Tarde	29,8%	41,5%	43,6%	36,5%	39,7%

* Se sugirieron las opciones de respuesta

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

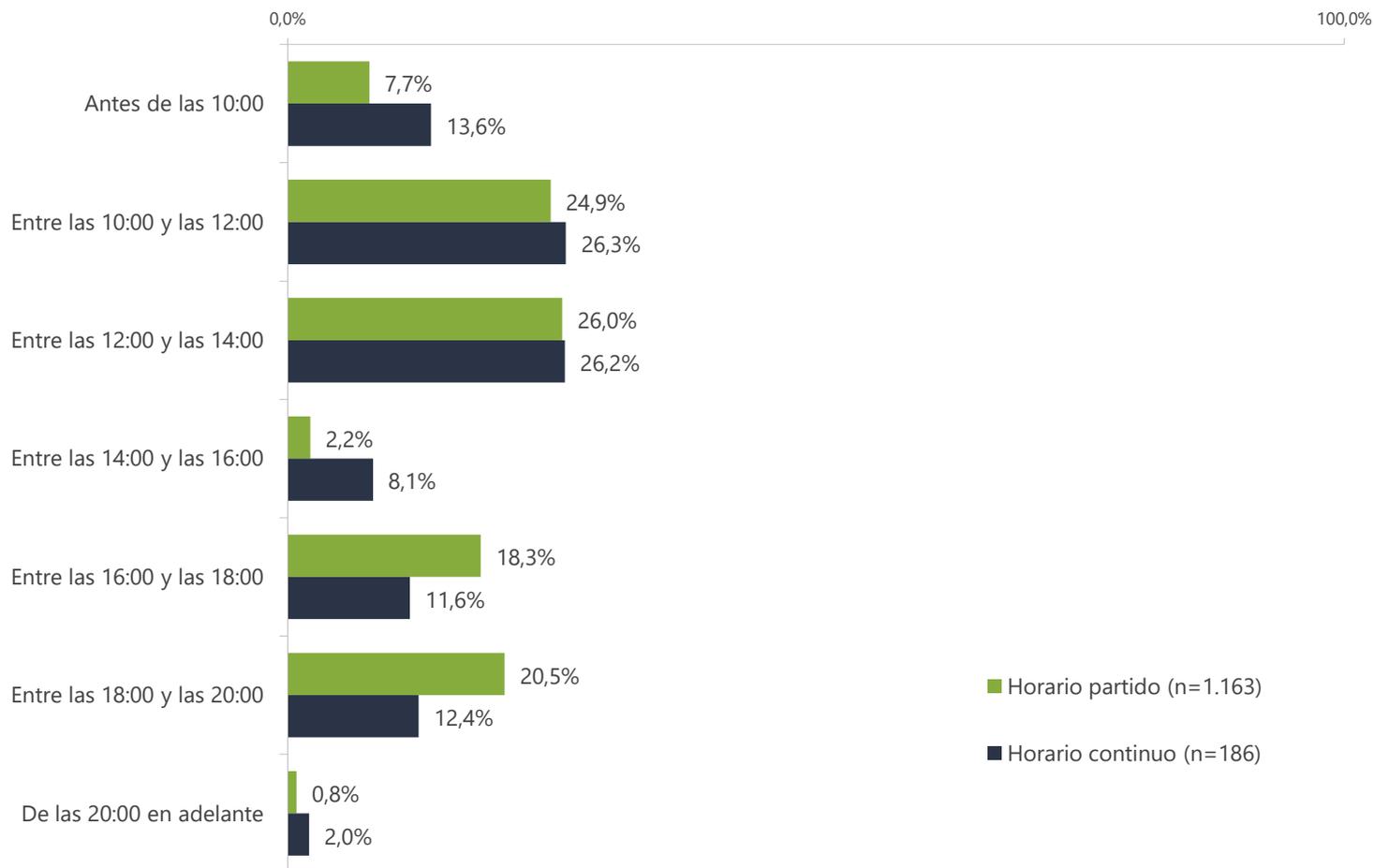
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	<i>Según número de personas empleadas</i>					
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Antes de las 10:00	7,3%	8,5%	9,4%	14,6%	9,9%	11,9%
Entre las 10:00 y las 12:00	25,9%	25,5%	23,5%	21,8%	25,9%	19,8%
Entre las 12:00 y las 14:00	26,1%	25,6%	25,8%	22,2%	26,1%	18,5%
Entre las 14:00 y las 16:00	2,3%	2,7%	4,1%	4,6%	3,9%	13,0%
Entre las 16:00 y las 18:00	17,7%	17,3%	17,2%	16,3%	14,9%	17,7%
Entre las 18:00 y las 20:00	19,8%	19,5%	19,2%	18,3%	15,9%	15,9%
De las 20:00 en adelante	0,9%	0,8%	0,9%	2,3%	3,4%	3,3%
Mañana	59,3%	59,6%	58,7%	58,6%	61,9%	50,2%
Tarde	38,4%	37,6%	37,3%	36,9%	34,2%	36,9%

* Se sugirieron las opciones de respuesta

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se sugirieron las opciones de respuesta

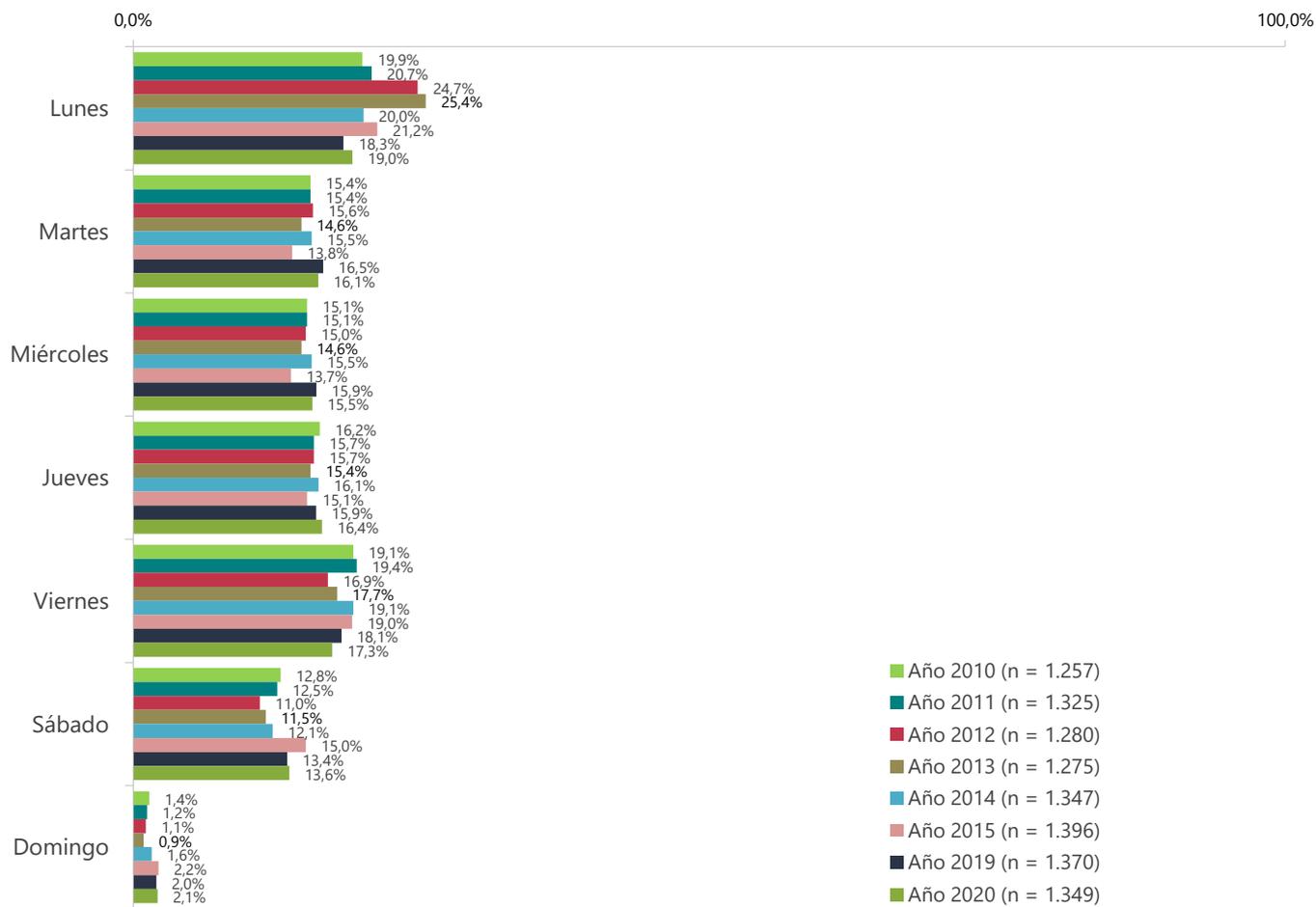
4.2. La afluencia de clientes y visitantes a lo largo de la semana

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. El resto de días de la semana tienen un comportamiento en cierto modo, uniforme.

Las visitas en sábado se mantienen estables al Barómetro de 2019 donde ya sufrieron un retroceso.

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. 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

Territorio histórico			
			
	Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
Lunes	17,9%	19,3%	19,0%
Martes	16,4%	15,9%	16,2%
Miércoles	15,7%	15,5%	15,6%
Jueves	16,2%	16,6%	16,1%
Viernes	17,4%	17,8%	16,4%
Sábado	14,0%	13,1%	14,2%
Domingo	2,4%	1,8%	2,6%

* 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

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Lunes	18,6%	16,1%	19,9%	18,8%	19,0%	19,0%
Martes	16,0%	17,4%	15,7%	16,2%	16,7%	15,8%
Miércoles	15,9%	15,3%	15,3%	15,6%	16,0%	15,4%
Jueves	16,0%	16,8%	16,1%	17,2%	16,5%	15,9%
Viernes	16,9%	18,6%	18,1%	17,4%	14,4%	17,6%
Sábado	14,7%	12,1%	12,9%	13,2%	15,6%	13,4%
Domingo	1,9%	3,7%	2,0%	1,5%	1,8%	3,0%

* 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

	Grandes grupos de actividad				
	 Alimentación (n = 358)	 Moda (n = 305)	 Hogar (n = 183)	 Salud y Belleza (n = 109)	 Otros (n = 394)
Lunes	16,3%	18,2%	21,2%	20,7%	20,7%
Martes	12,8%	16,8%	18,4%	18,6%	16,7%
Miércoles	12,6%	17,1%	17,8%	15,3%	16,1%
Jueves	13,7%	16,9%	18,2%	18,8%	16,9%
Viernes	22,2%	16,0%	14,4%	15,1%	15,7%
Sábado	17,5%	14,6%	9,7%	10,5%	11,9%
Domingo	4,9%	0,4%	0,3%	1,1%	2,1%

* 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

	Según número de personas empleadas					
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Lunes	18,5%	19,9%	18,8%	19,6%	16,8%	14,8%
Martes	16,8%	15,9%	15,6%	14,9%	12,4%	14,4%
Miércoles	16,5%	15,1%	14,8%	14,6%	12,2%	19,0%
Jueves	17,1%	16,1%	15,8%	15,5%	15,9%	14,5%
Viernes	16,8%	17,1%	18,6%	19,2%	15,4%	16,0%
Sábado	12,6%	13,9%	14,5%	13,3%	17,2%	12,3%
Domingo	1,6%	2,0%	2,0%	2,8%	10,1%	8,9%

* Se sugirieron las opciones de respuesta

4.3. Evolución de la afluencia de clientes y visitantes

El Barómetro da muestra de la percepción del sector comercial minorista respecto al comportamiento y evolución de los visitantes y clientes en el año 2020 comparado con el anterior.

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.

Por otra parte, vuelve a romperse la tendencia al alza que veníamos observando en lo que concierne a visitas a los establecimientos en un año tan complejo como el 2020. En este caso, son cuatro de cada diez, el 40,2%, los establecimientos que han recibido menos visitas. Un dato que ha crecido en más de 30 puntos porcentuales respecto al Barómetro de 2019 y que nos devuelve a escenarios más próximos a los de la crisis financiera de 2012.

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 ya que el 36,0% de los comercios ha incrementado las ventas. Una pauta que no sigue la misma tendencia en lo que respecta a las visitas.

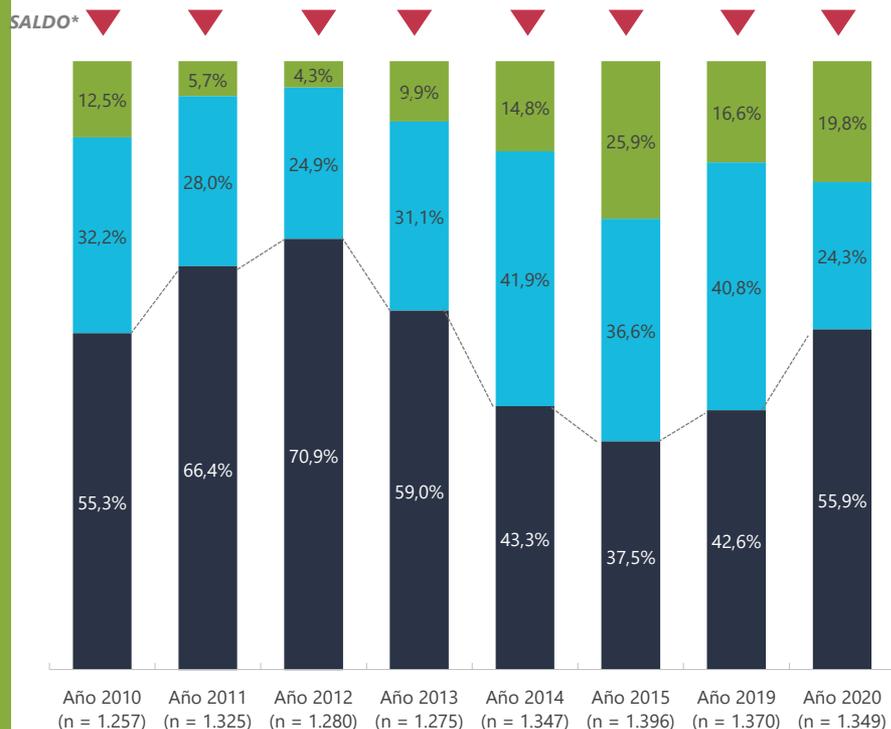
En el otro extremo, el comercio del sector de equipamiento de la persona o moda, que ha frenado sus ventas en ocho de cada diez casos, seguido del grupo de Otro comercio al por menor.

Los establecimientos que durante 2020 han visto reducidas sus ventas estiman un descenso medio del 32,5%, respecto a las ventas alcanzadas en 2019.

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?*

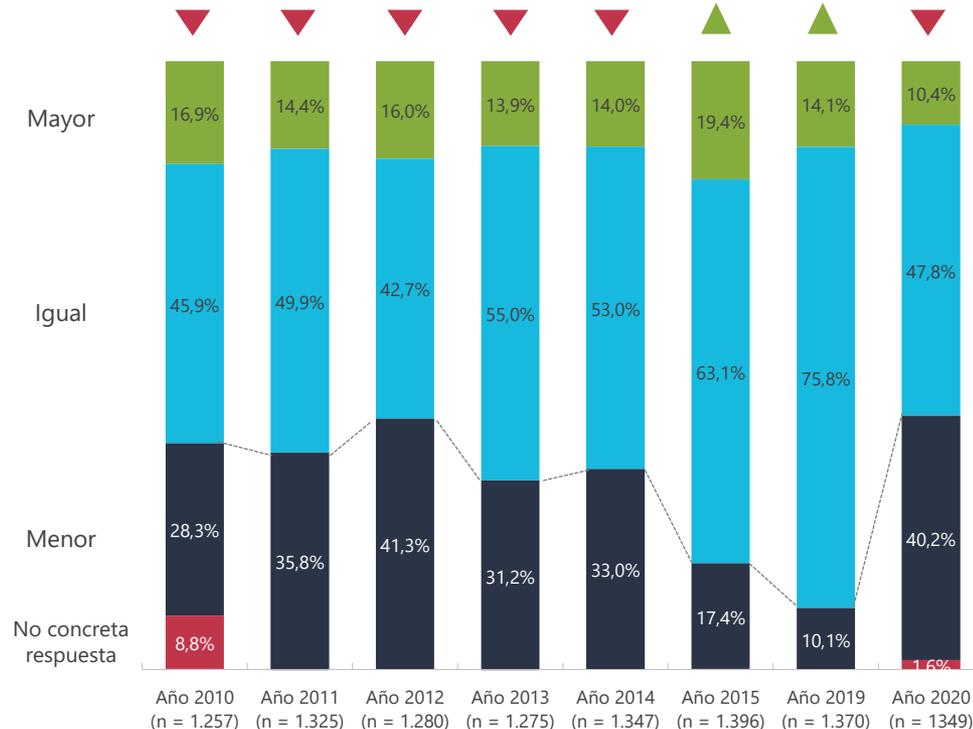
Base: Total de comercios minoristas entrevistados

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

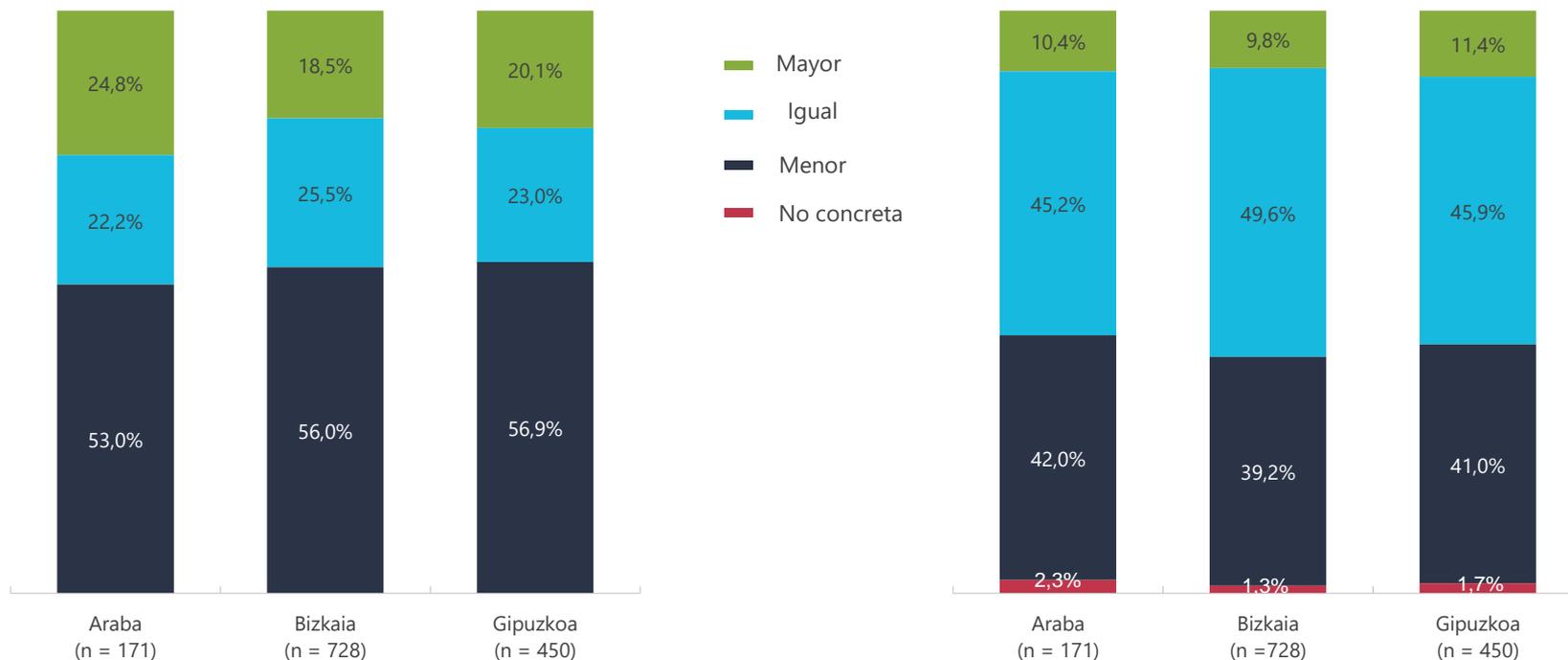
* Saldo de variación entre el % Mayor - % Menor. Tendencia crecimiento ▲ . Tendencia de contracción ▼

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*

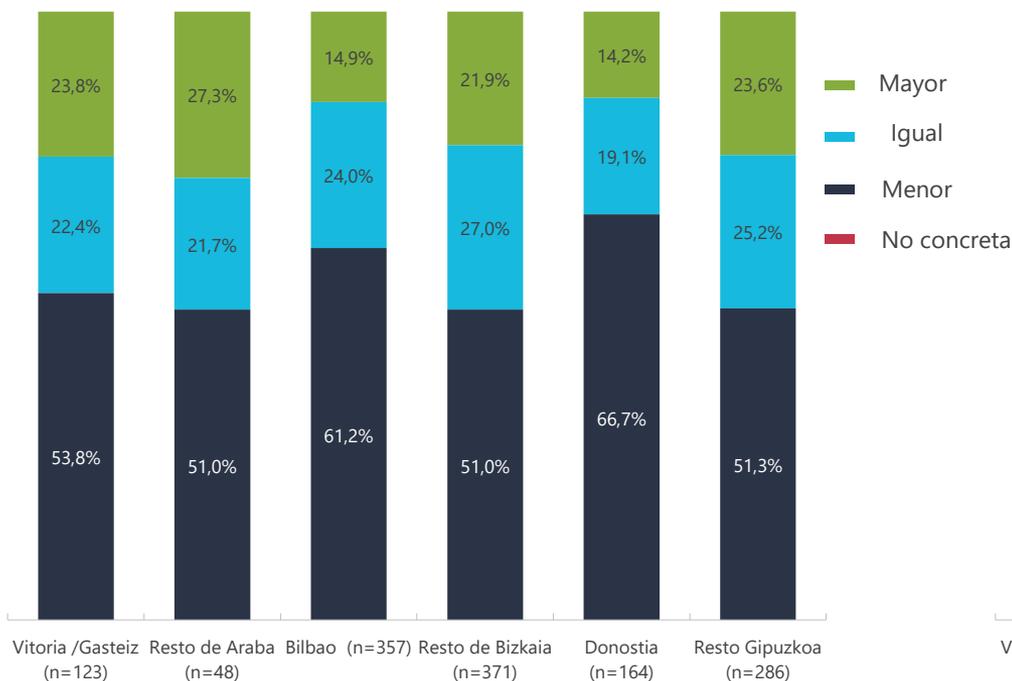


* Saldo de variación entre el % Mayor - % Menor. Tendencia crecimiento ▲ . Tendencia de contracción ▼

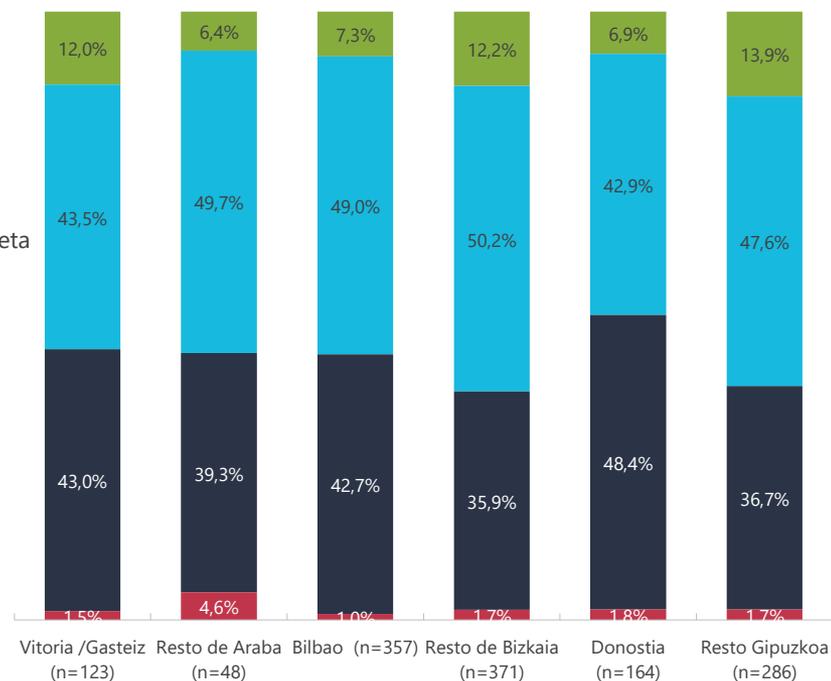
P. 14/P. 16.: ¿Diría usted que la afluencia de clientes (ventas) y visitantes a su comercio durante el año 2020 ha sido mayor, igual o menor, que el año anterior?*

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Cientes, personas que han realizado algún gasto



Visitantes, personas que no han realizado gasto



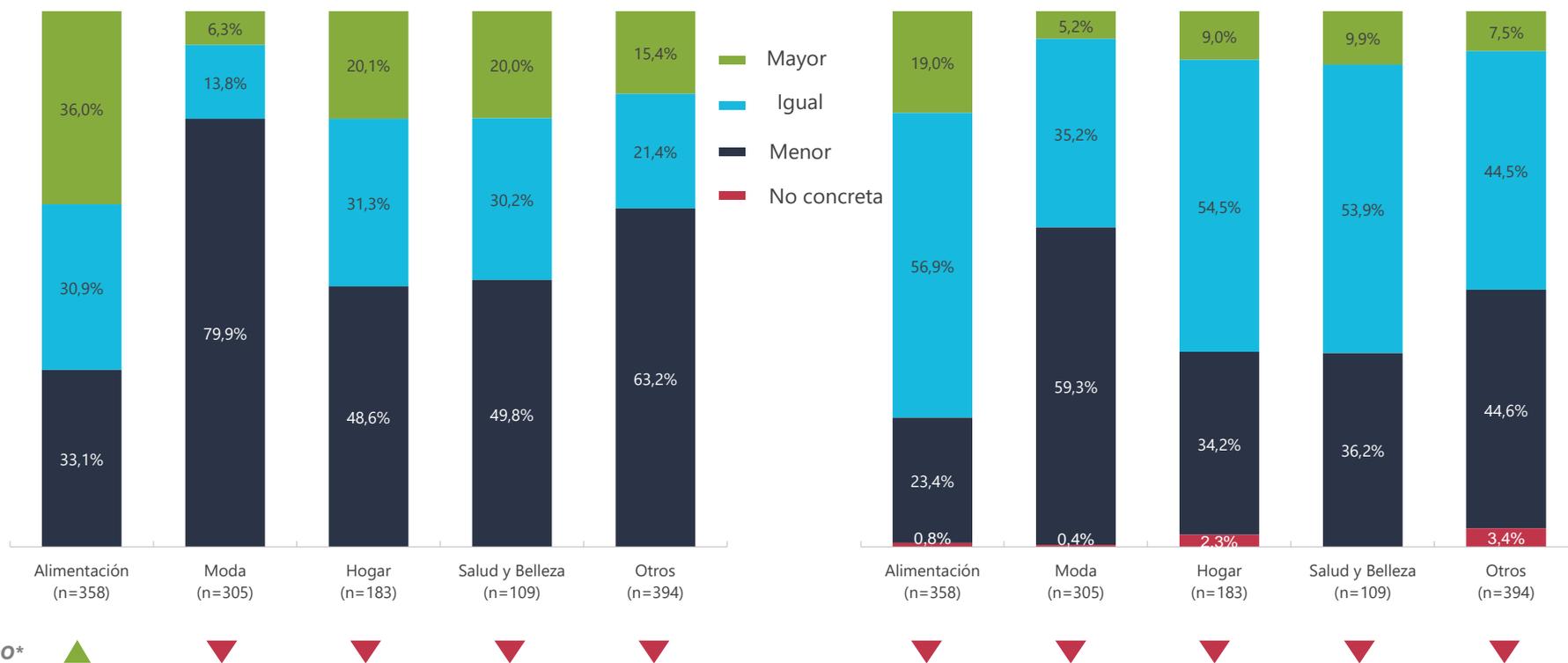
SALDO* ▼ . Tendencia crecimiento ▲ . Tendencia de contracción ▼

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



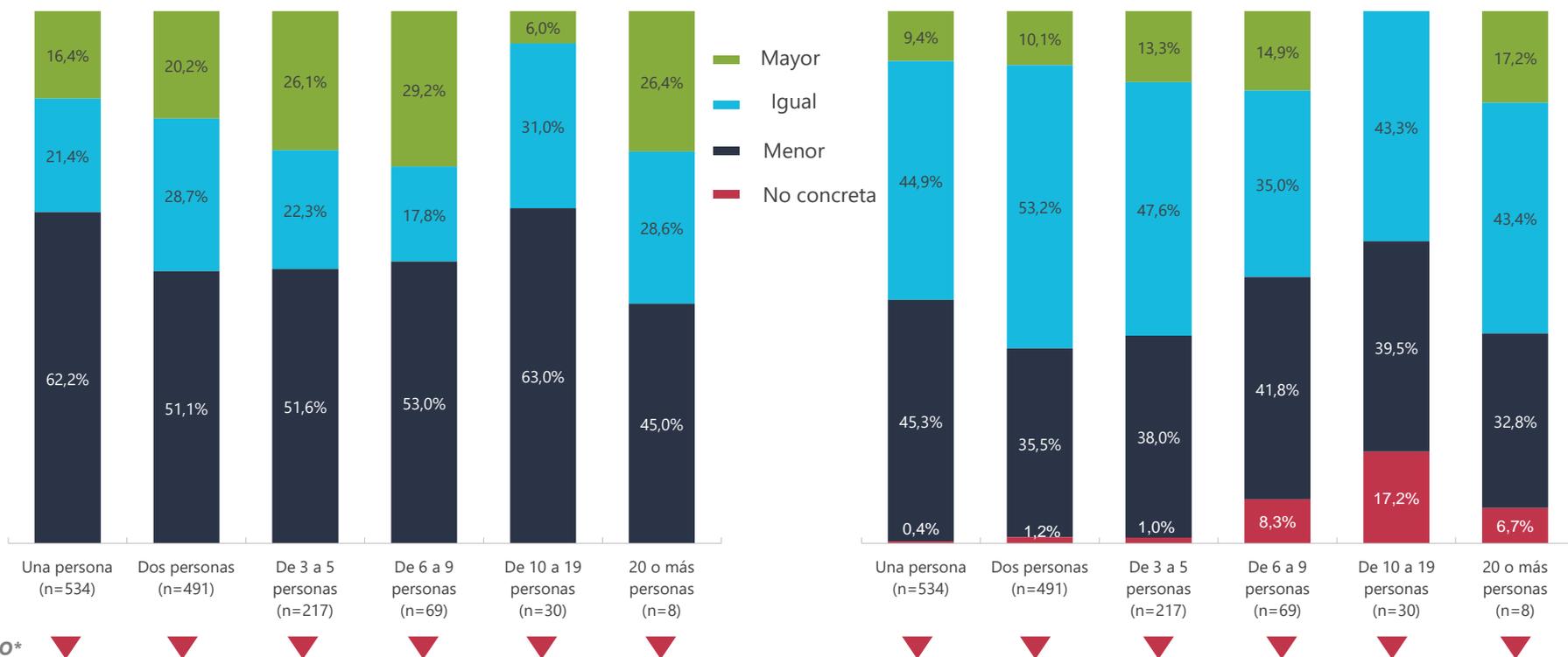
* Saldo de variación entre el % Mayor - % Menor. Tendencia crecimiento ▲ . Tendencia de contracción ▼

P.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

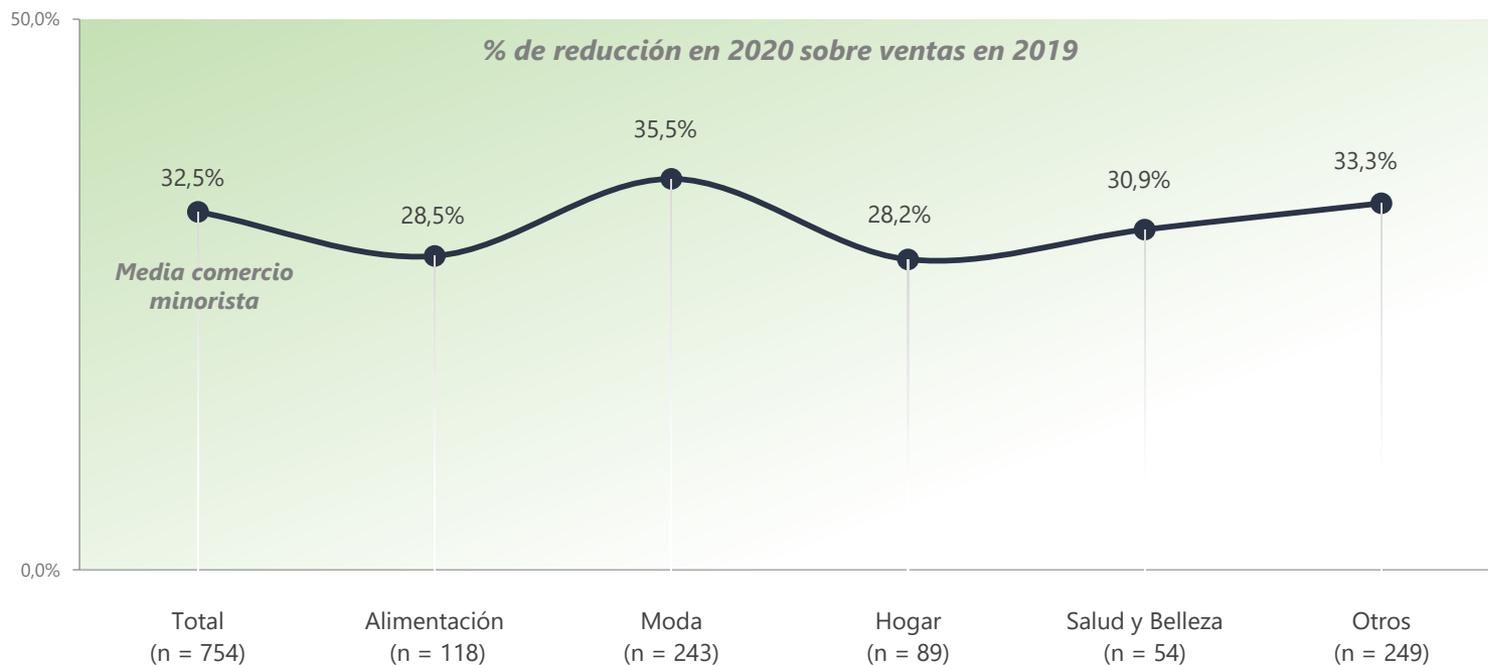
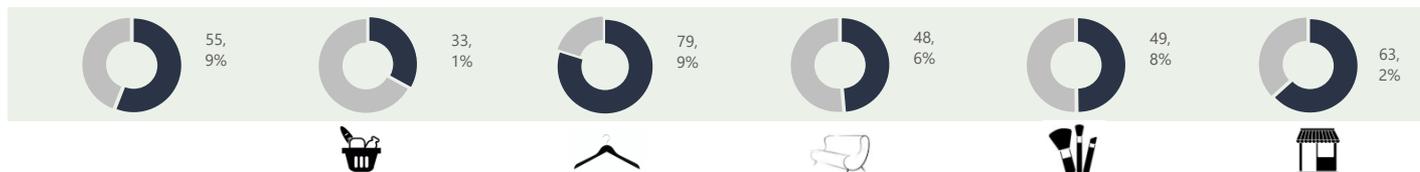


* Saldo de variación entre el % Mayor - % Menor. Tendencia crecimiento ▲ . Tendencia de contracción ▼

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



4.4. Distribución de las ventas según medios de pago

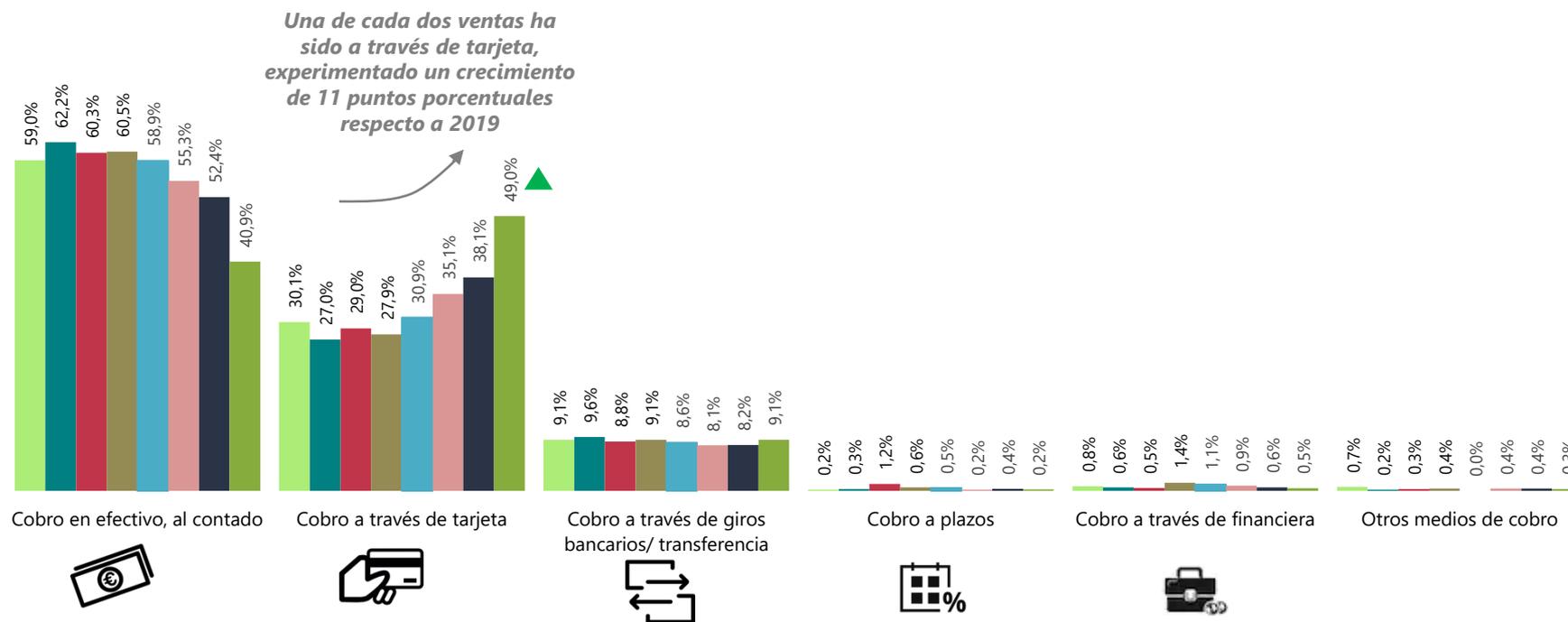
Otro de los aspectos que se han consolidado en el contexto de pandemia es el mayor uso de las tarjetas de crédito como medio de pago. Prueba de ello es que en el año 2020, el 49,0% de las operaciones de venta del sector se han realizado a través de datafono, cuando en el Barómetro de 2019 eran el 38,1%. Por el contrario, el uso del efectivo cae a mínimos históricos en la serie de datos del Barómetro del Comercio.

El salto acaecido en la incorporación de la tarjeta como medio de pago en algunos sectores de actividad donde tradicionalmente no era aceptada queda patente en el caso del comercio de Alimentación. En este sector, el 39,0% de las operaciones de venta realizadas en 2020 han sido a través de tarjeta cuando el pasado año eran el 22,7%.

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

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

		Territorio histórico		
				
		Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
Efectivo, al contado		37,8%	41,6%	40,9%
Tarjeta		51,5%	48,5%	48,9%
A través de giros/transferencias		9,6%	9,0%	9,1%
A plazos		0,1%	0,3%	0,2%
A través de financiera		0,9%	0,3%	0,5%
Otros medios de pago		0,1%	0,4%	0,3%

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

		Capitales / Resto de Territorio histórico					
		Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Efectivo, al contado		36,7%	40,6%	40,9%	42,2%	35,3%	44,2%
Tarjeta		53,0%	47,7%	50,4%	46,7%	57,4%	44,0%
A través de giros/transferencias		9,7%	9,1%	8,2%	9,7%	6,2%	10,8%
A plazos		0,1%	0,0%	0,1%	0,4%	0,4%	0,1%
A través de financiera		0,2%	2,6%	0,2%	0,5%	0,1%	0,7%
Otros medios de pago		0,2%	0,0%	0,2%	0,5%	0,6%	0,2%

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

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)
Efectivo, al contado		59,4%	31,9%	27,6%	41,7%	37,0%
Tarjeta		39,0%	64,2%	38,1%	55,1%	49,7%
A través de giros/transferencias		1,0%	3,6%	31,0%	3,0%	12,1%
A plazos		0,1%	0,2%	0,7%	0,0%	0,2%
A través de financiera		0,1%	0,0%	1,7%	0,1%	0,6%
Otros medios de pago		0,3%	0,0%	0,8%	0,0%	0,4%

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

		Según número de personas empleadas					
		Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Efectivo, al contado		45,5%	39,9%	38,0%	30,8%	25,6%	18,1%
Tarjeta		47,1%	51,3%	51,9%	46,2%	38,6%	26,4%
A través de giros/transferencias		6,3%	8,3%	9,2%	21,0%	31,1%	54,2%
A plazos		0,3%	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,7%
A través de financiera		0,6%	0,1%	0,5%	1,0%	3,3%	0,7%
Otros medios de pago		0,3%	0,2%	0,1%	1,0%	1,4%	0,0%

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

5.1. Tasa de comercio minorista que vende 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), previsiblemente empujado por el contexto de pandemia y las limitaciones a la apertura comercial.

La incorporación del canal Online está más presente este año en:

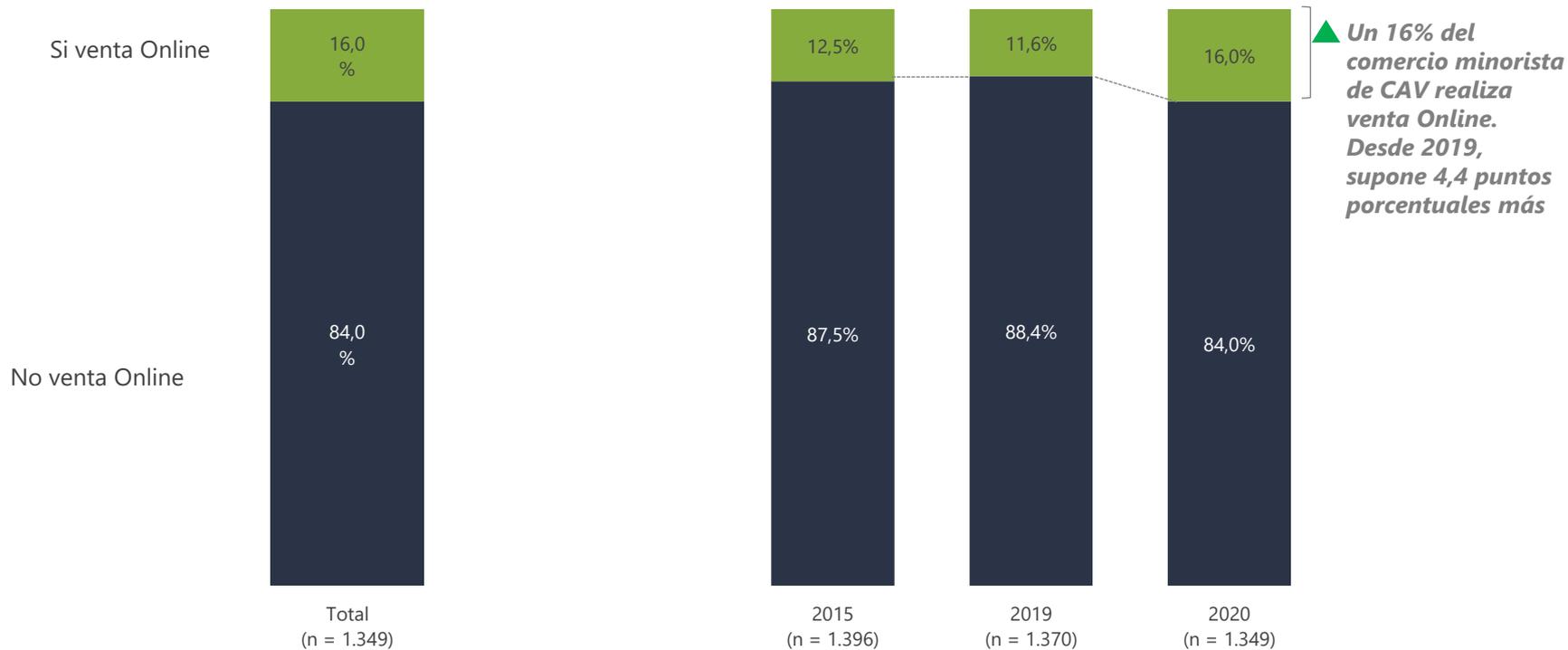
- Comercios de las capitales vascas especialmente, en Donostia.
- Establecimientos de dedicados a la venta de artículos de Equipamiento de la Persona y Otras actividades.
- Comercios con más de tres personas empleadas.

En cuanto a los soportes a través de los cuales se proporciona el servicio de Venta Online, 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.

P. 12.A: ¿Realiza usted venta Online?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

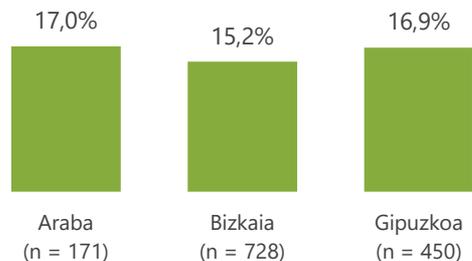
Evolución



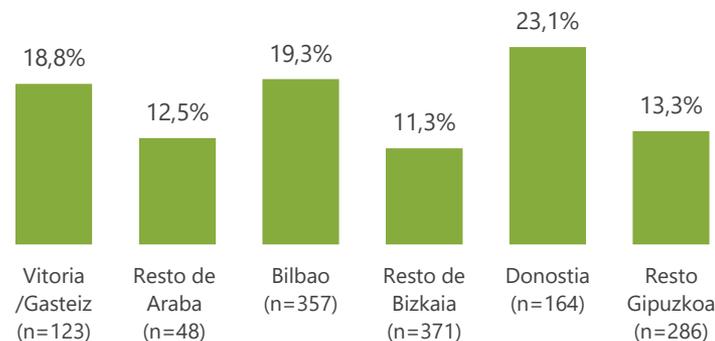
P. 12.A: Tasa de comercio minorista que realiza venta Online según variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

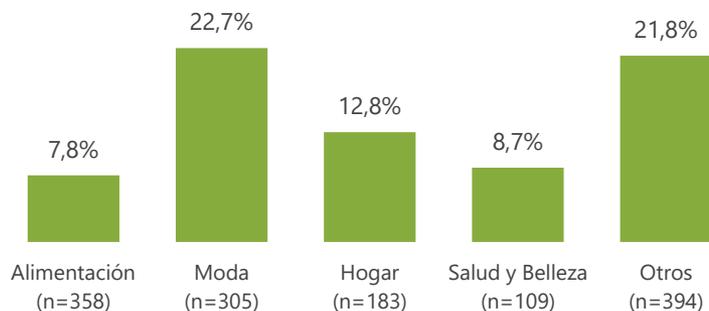
Territorio histórico



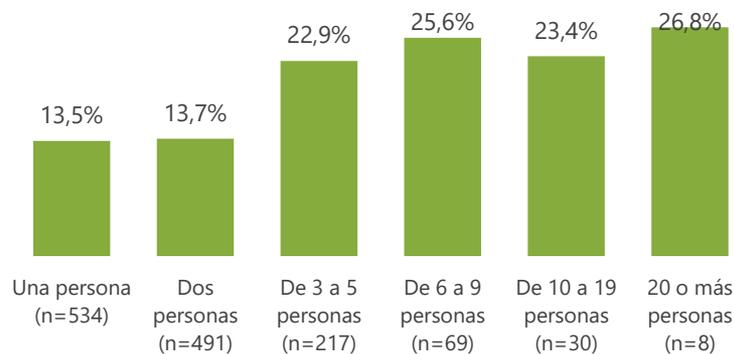
Capital / Resto del Territorio histórico



Grupo de actividad

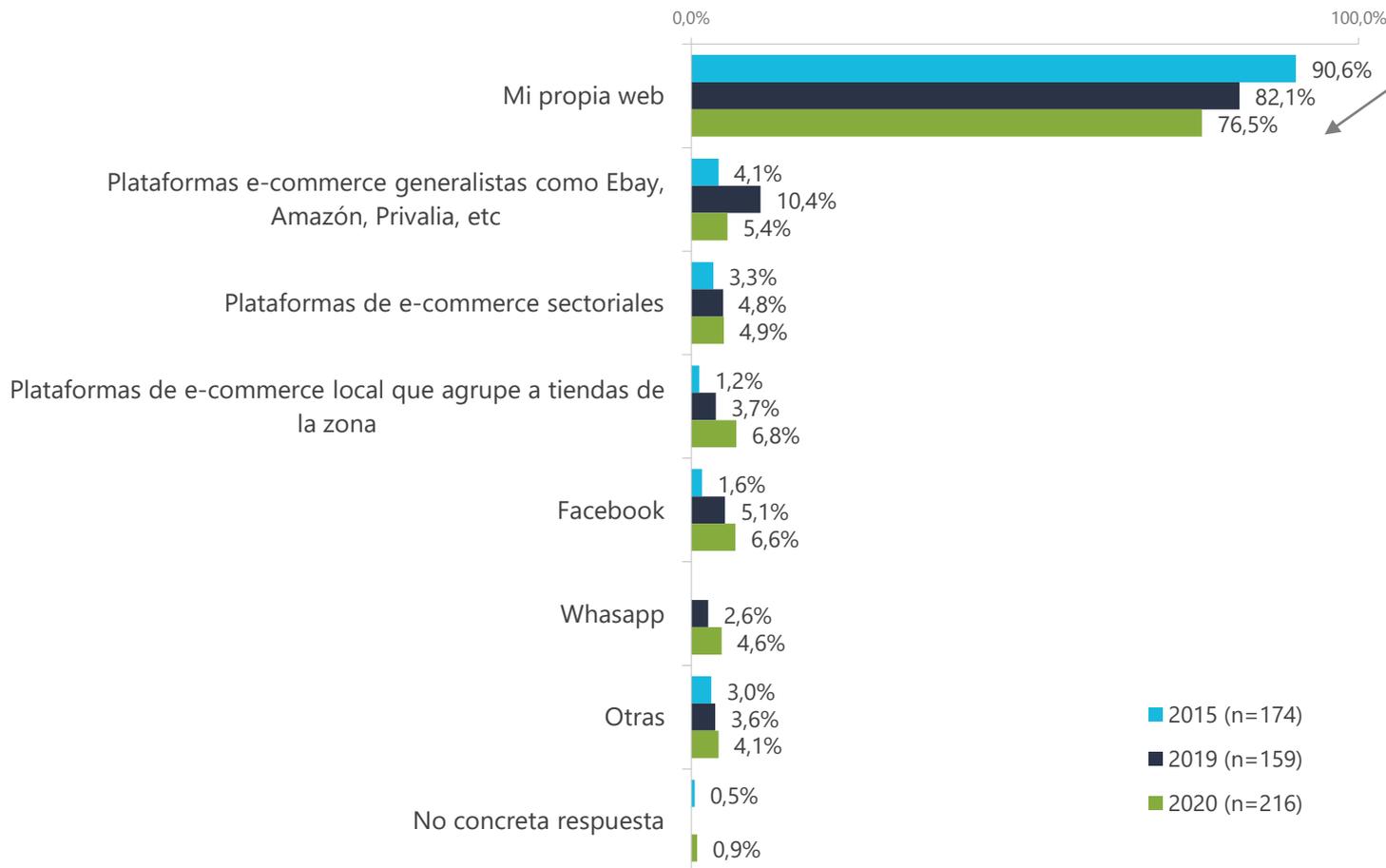


Número de personas empleadas



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.

5.2. Evolución de las ventas en el canal Online

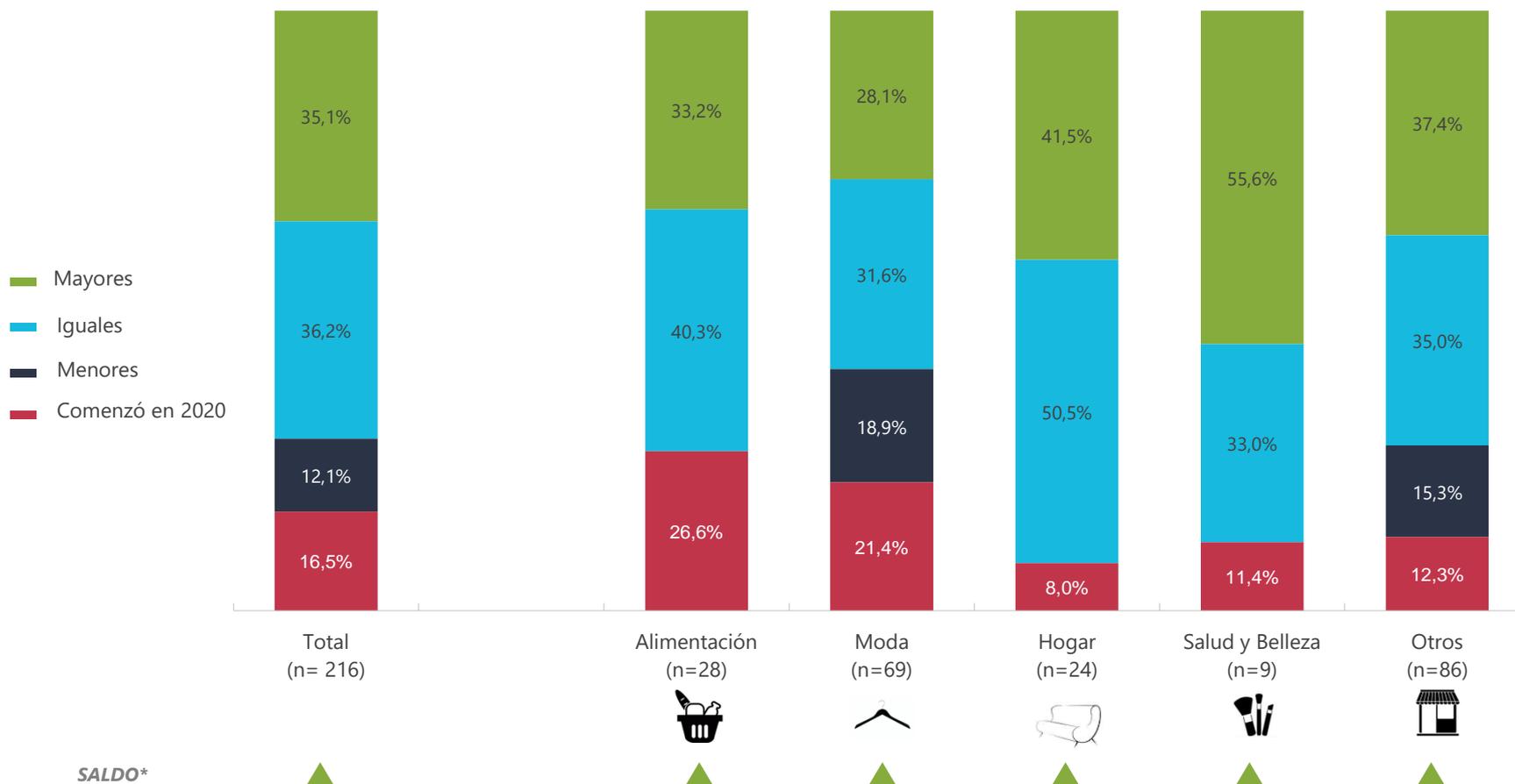
Algo más de uno de cada tres comercios -el 35,1%- que realiza venta Online, dice haber visto como se incrementaban sus ventas en el año 2020 respecto al anterior. Un 36,2% considera que se han mantenido estables y un 12,1%, las califica como menores. Por otro lado, el 16,5% restante ha comenzado su andadura en el canal Online este mismo año, no pudiendo establecer comparativa alguna.

Estos datos permiten apreciar como el saldo de la ventas en el canal Online ha arrojado un balance positivo para el comercio minorista vasco, siendo más los establecimientos que han visto crecer sus ventas por internet respecto a los que no.

Asimismo, si en el Barómetro de 2019 las ventas a través del canal Online representaban de media un 9,3% del total de ventas realizadas por los comercios físicos que hacen venta online, este año alcanza el 12,2% sobre el total de sus ventas, otro indicador de que han sufrido un gran impulso.

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?*

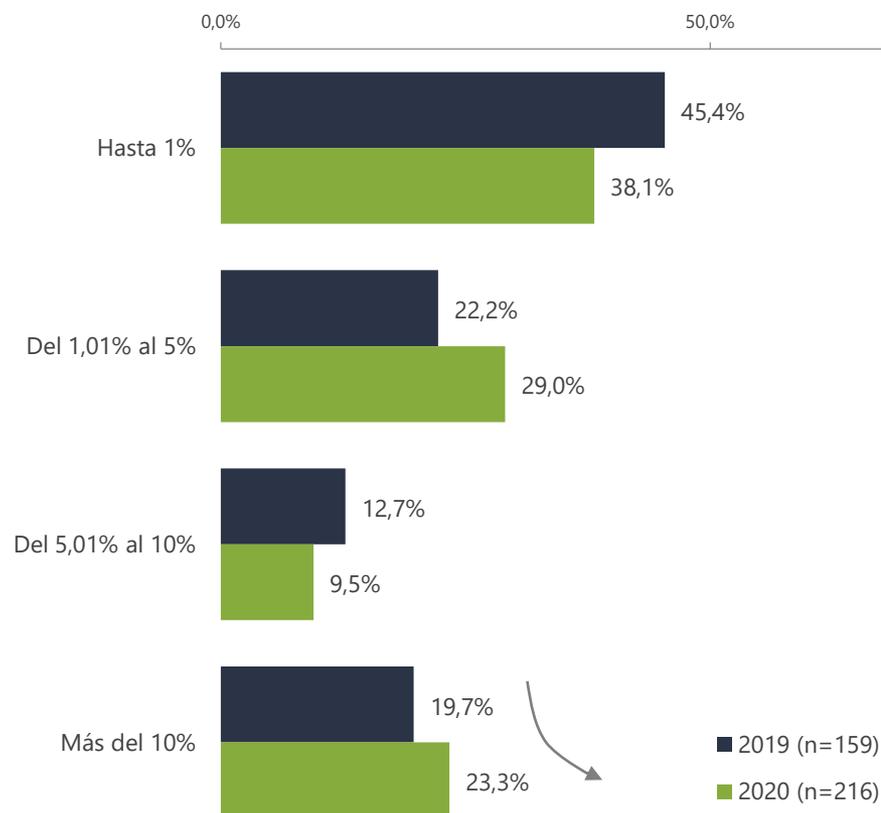
Base: Total de comercios minoristas que realizan venta Online



* 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



 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

5.3. Inversiones acometidas en el canal Online

Uno de cada tres establecimientos que realiza venta por internet afirma haber desarrollado en el 2020 o haber puesto en marcha 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%).

También un 16,2% ha invertido en publicidad en términos genéricos y el 14,2% ha hecho mejoras en la pasarela de pagos, en tanto que un 5,9% señala mejoras en la descripción, etiquetado e incluso gama de los productos a la venta.

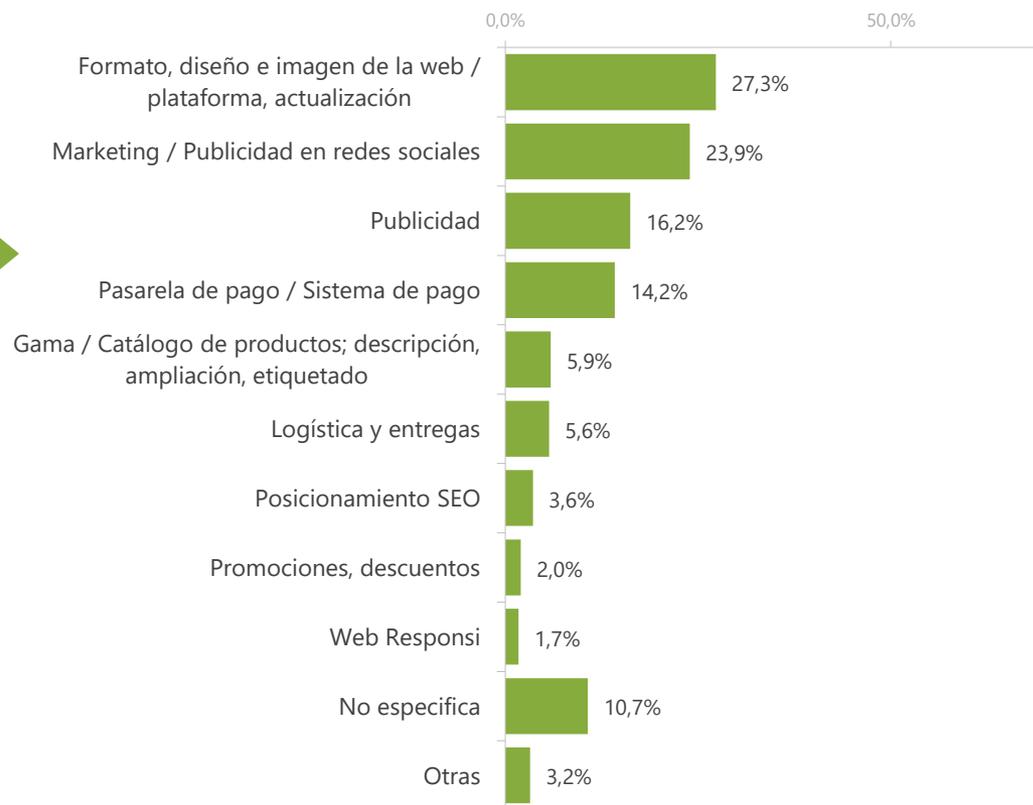
Por último, la mayoría de los comercios que opta por la venta multicanal sigue sin disponer de un sistema de gestión de almacén de modo que las ventas que se realicen en la tienda física se restaigan del número de unidades disponibles Online, como señala el 76,4%. Respecto al Barómetro de 2019, la tasa de comercios que no tiene articulado este sistema de gestión se ha incrementado en el último año, lo que evidencia un salto al canal Online sin contar con la planificación y los mimbres adecuados, en gran parte de los casos.

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



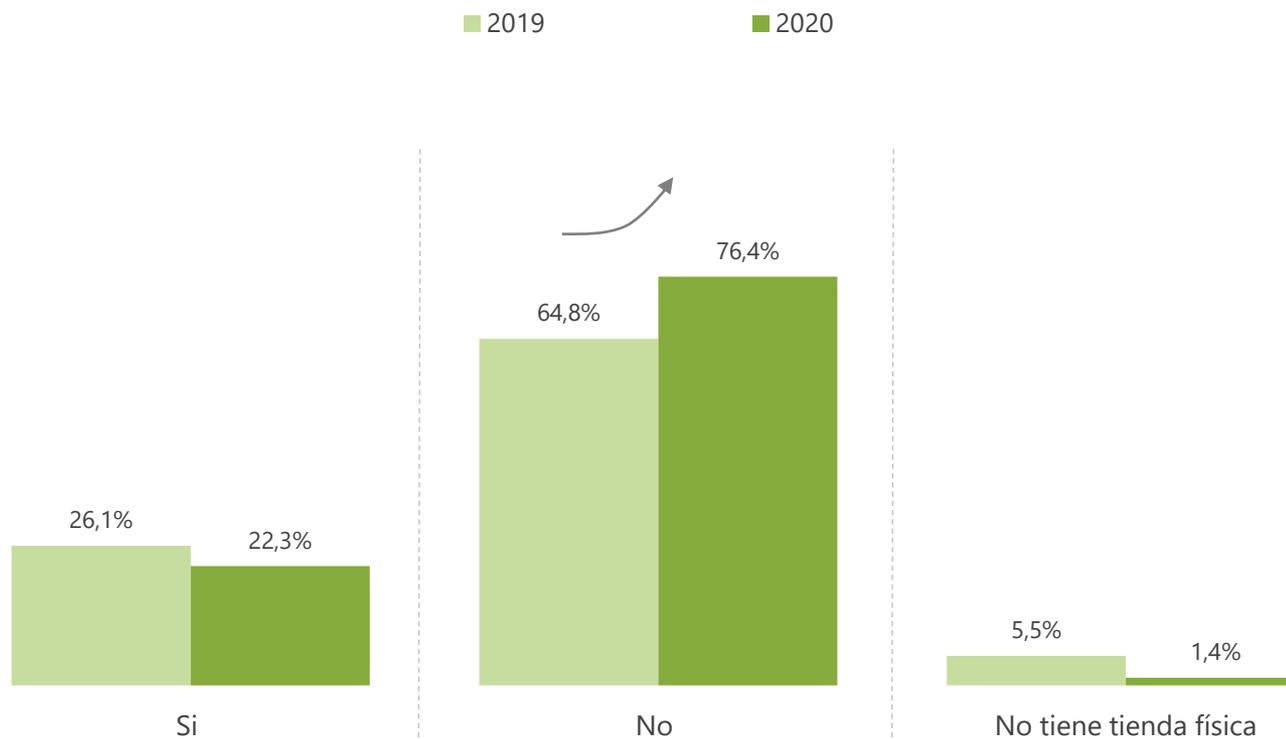
Tipo de mejoras realizadas*
(n=73)



* 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.

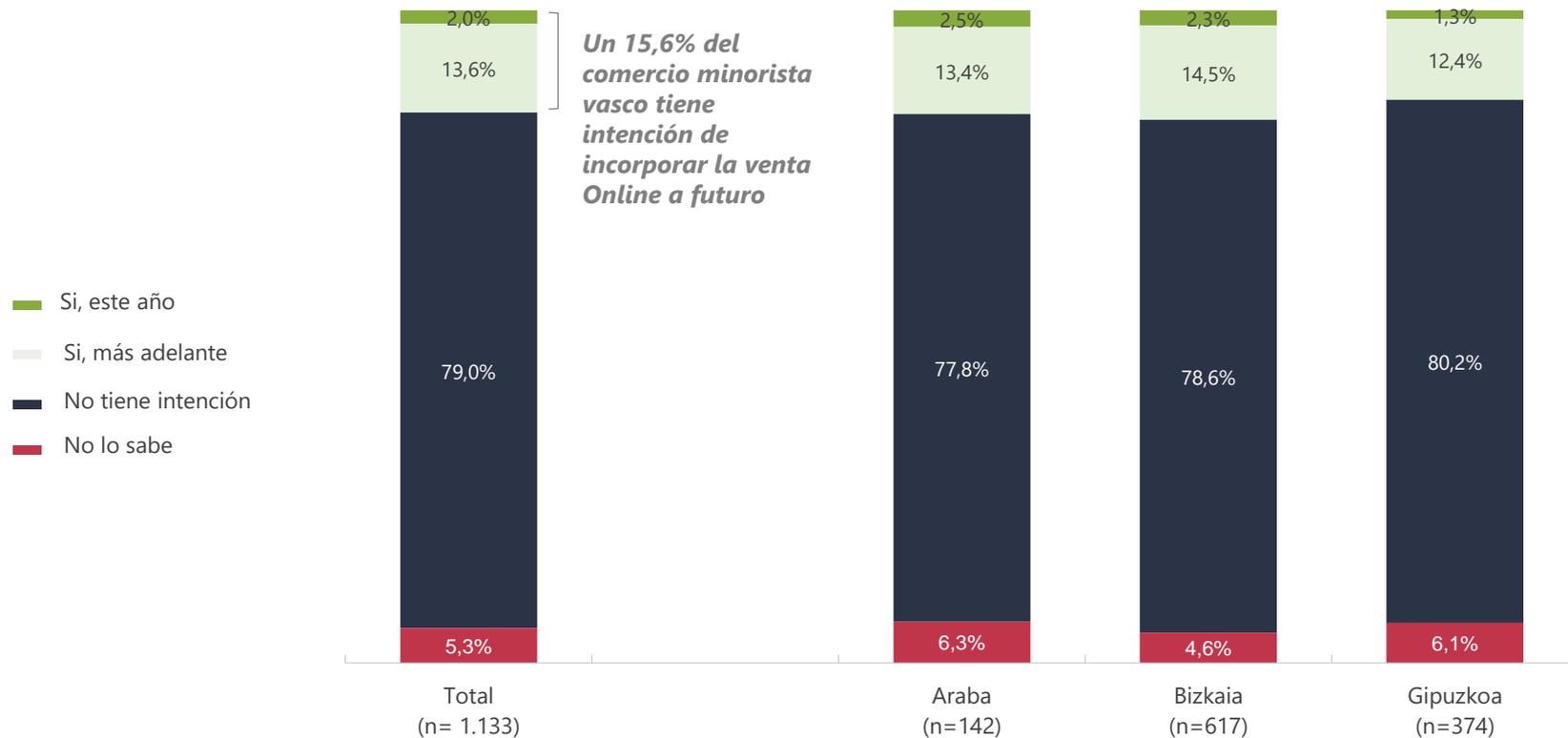
5.4. El futuro del canal Online

Del conjunto de establecimientos comerciales minoristas de la CAE que no se han sumado a la venta multicanal, el 79% señala que no tiene intención de abordar esta posibilidad en el futuro.

Por el contrario, un 15,6% muestra su interés para afrontar el proceso de digitalización de la venta a medio plazo, preferentemente. Esta intención es más patente entre el comercio de Bilbao y del subsector de Moda y Otras actividades.

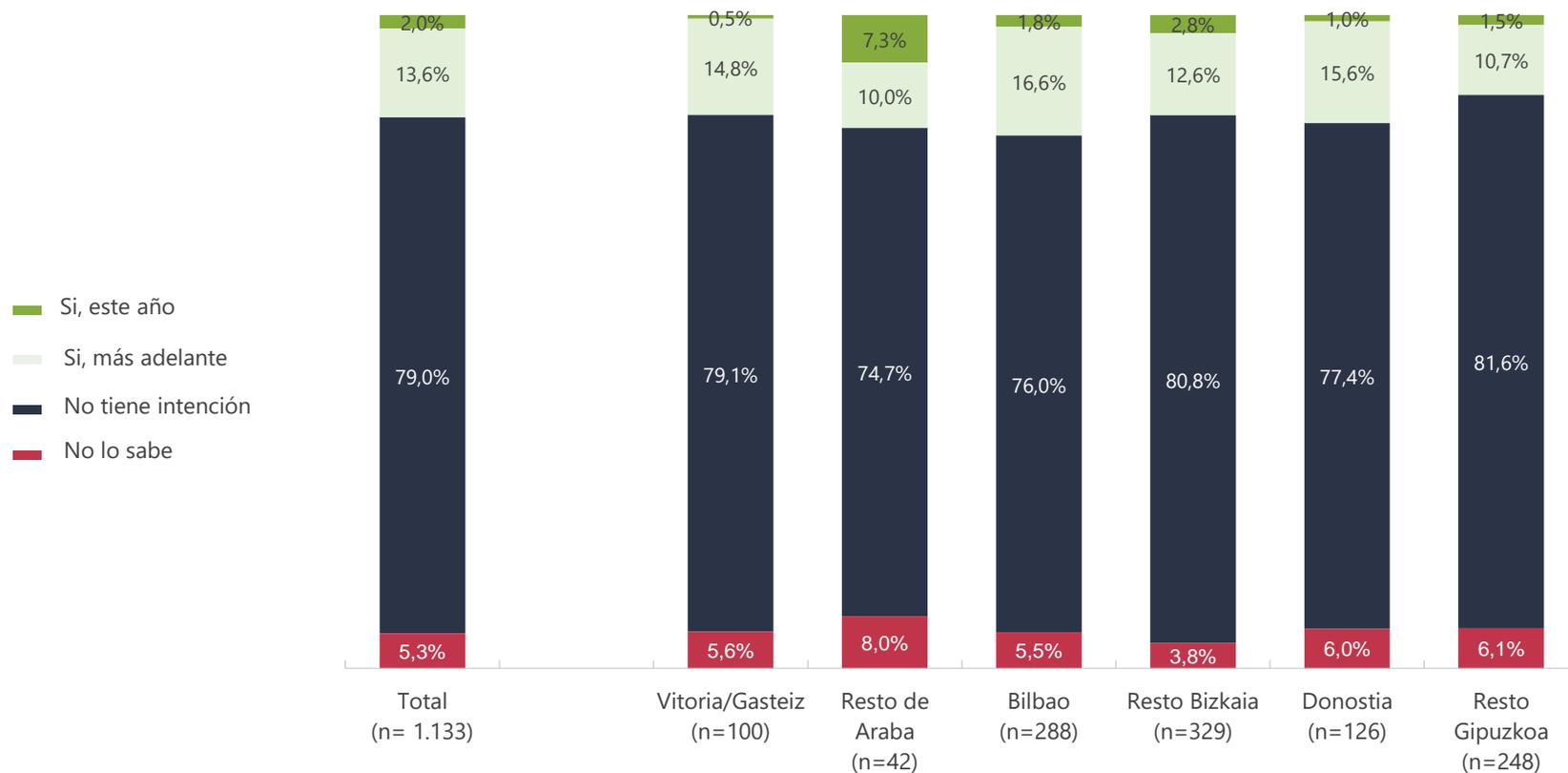
P. 12E: ¿Se ha planteado incorporar la venta Online como un canal más de ventas en su establecimiento, a futuro?

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



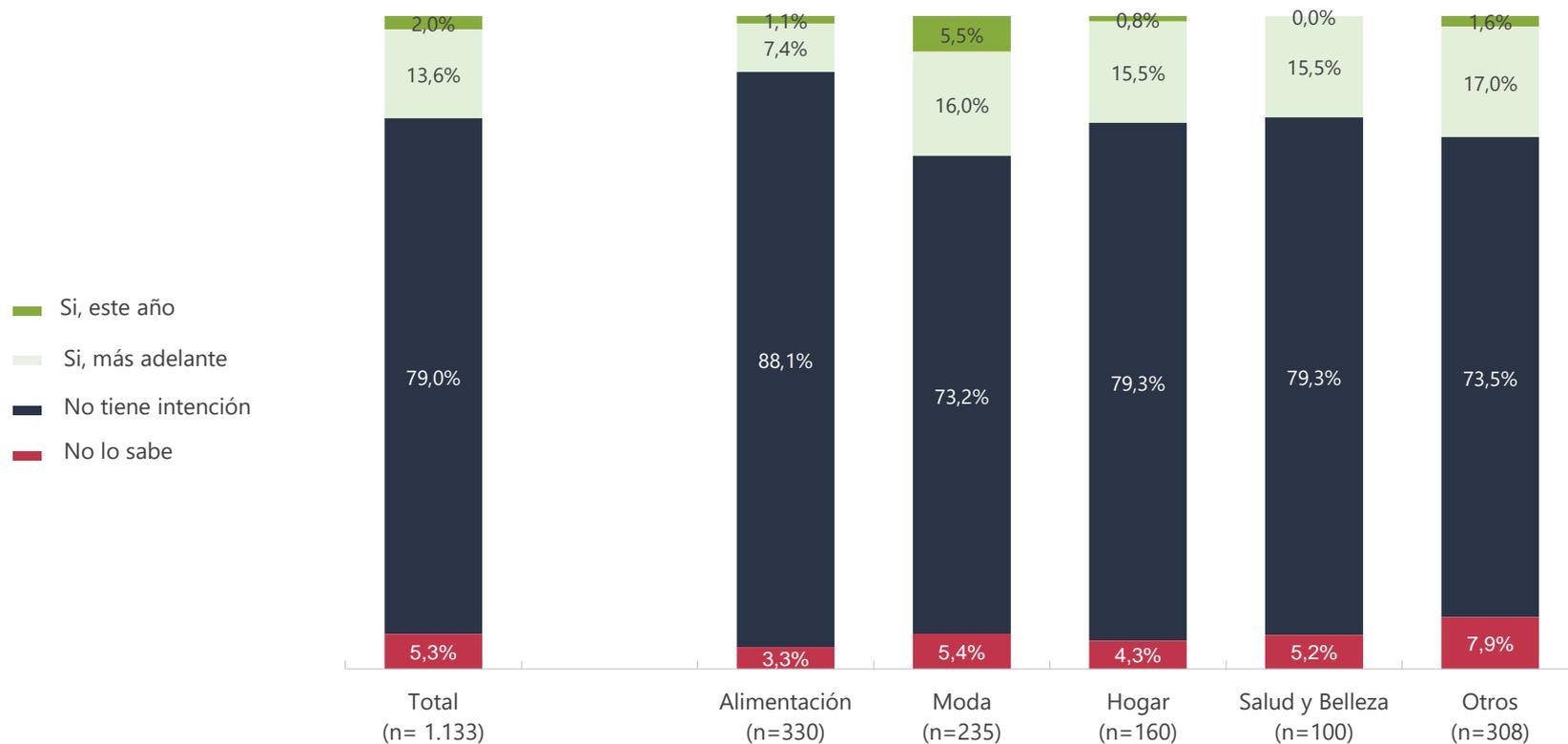
P. 12E: ¿Se ha planteado incorporar la venta Online como un canal más de ventas en su establecimiento, a futuro?

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



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)



6. EL PESO DEL TURISMO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO

6.1. La afluencia de turistas

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).

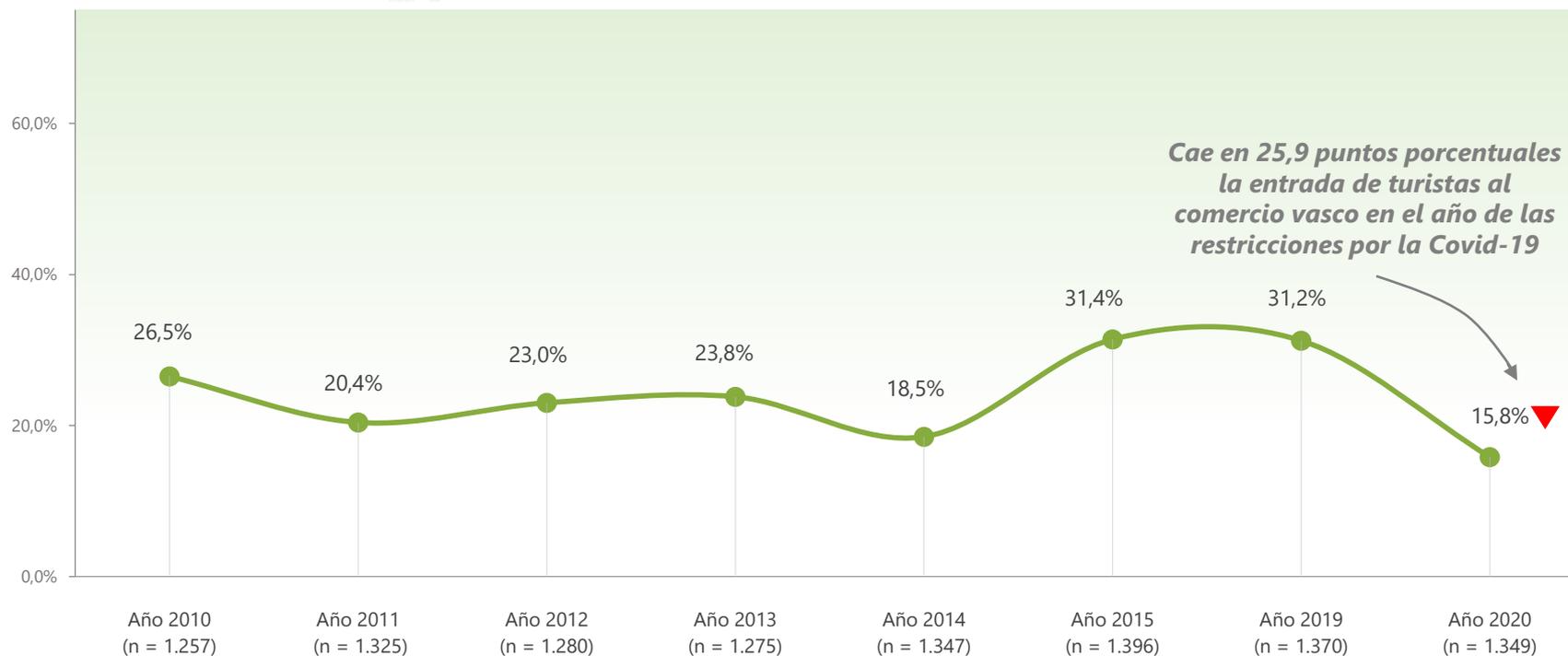
Asimismo, en el caso de acceder turistas durante el año 2020, el perfil ha cambiado, contando con mayor presencia de visitantes o turistas procedentes de otras Comunidades Autónomas o Territorios Históricos y reduciéndose el de los que proceden de algún país extranjero.

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

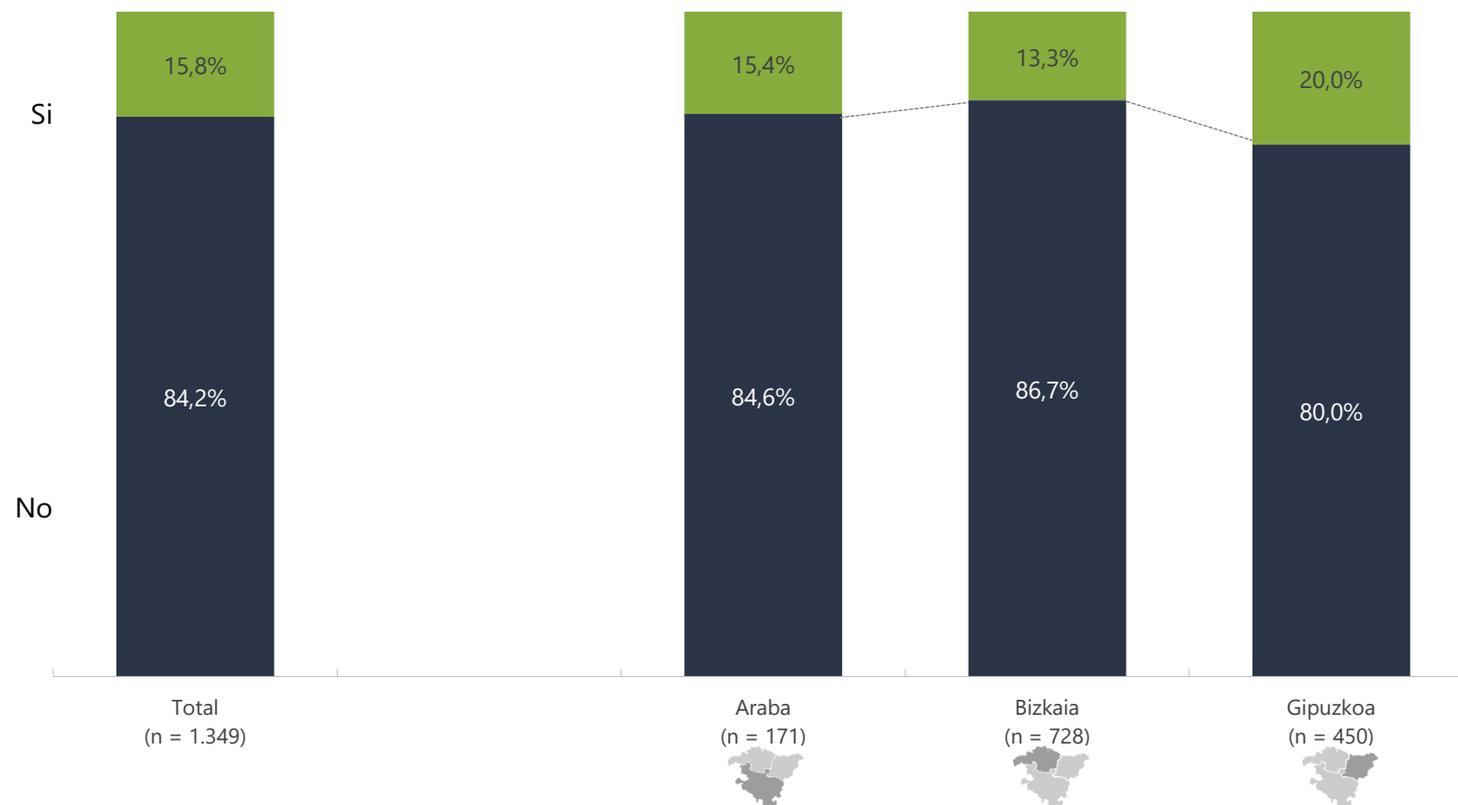
* Turista entendido como cualquier visitante procedente de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

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



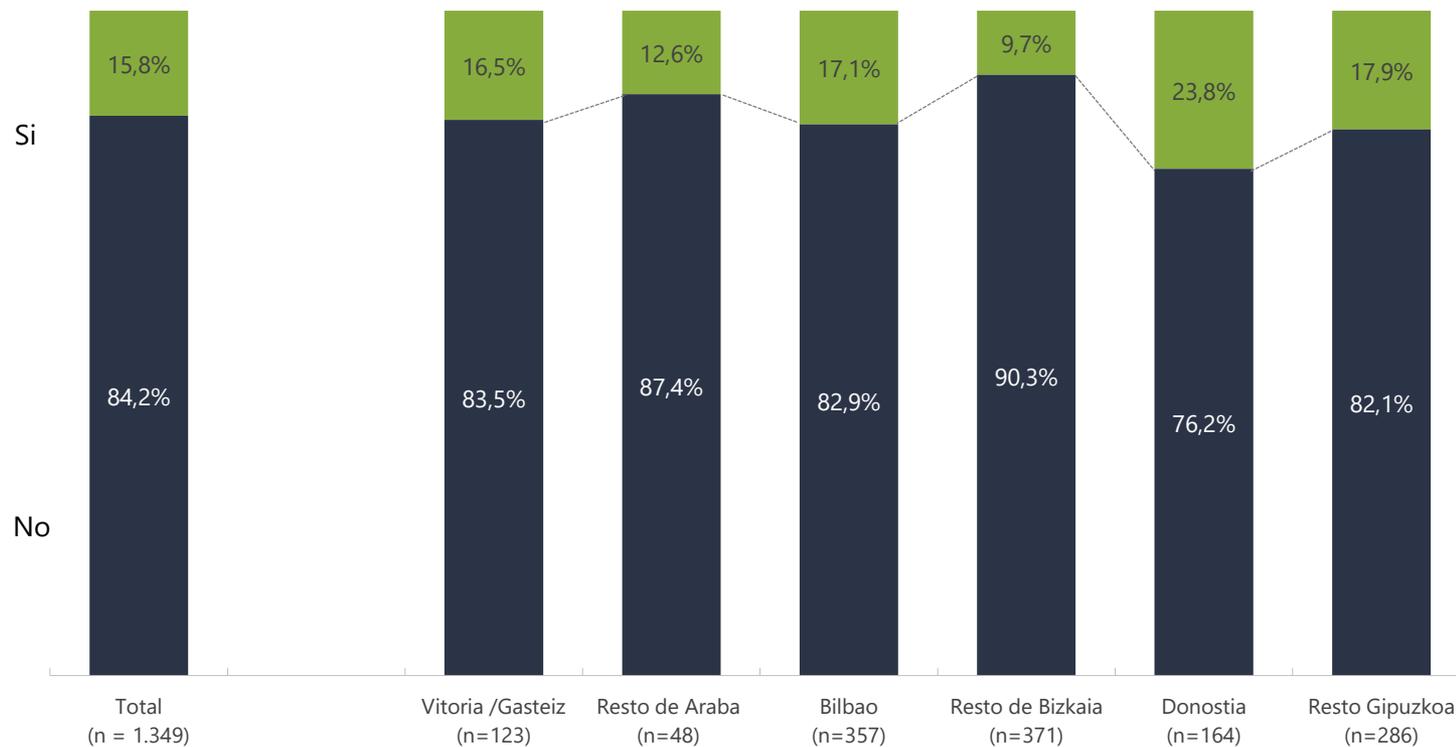
* Turista entendido como cualquier visitante procedente de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

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



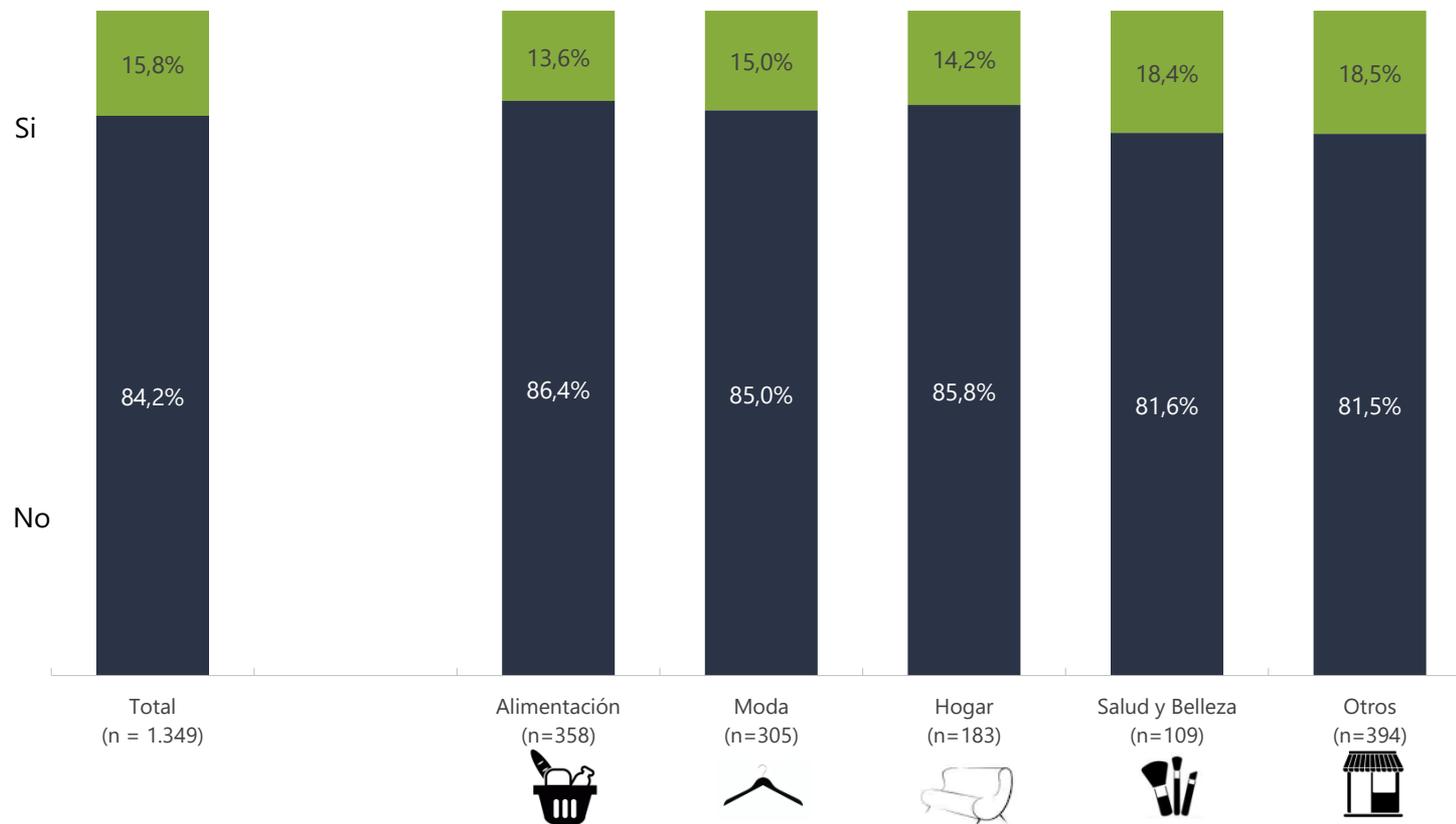
* Turista entendido como cualquier visitante procedente de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tasa de comercio minorista al que acceden turistas



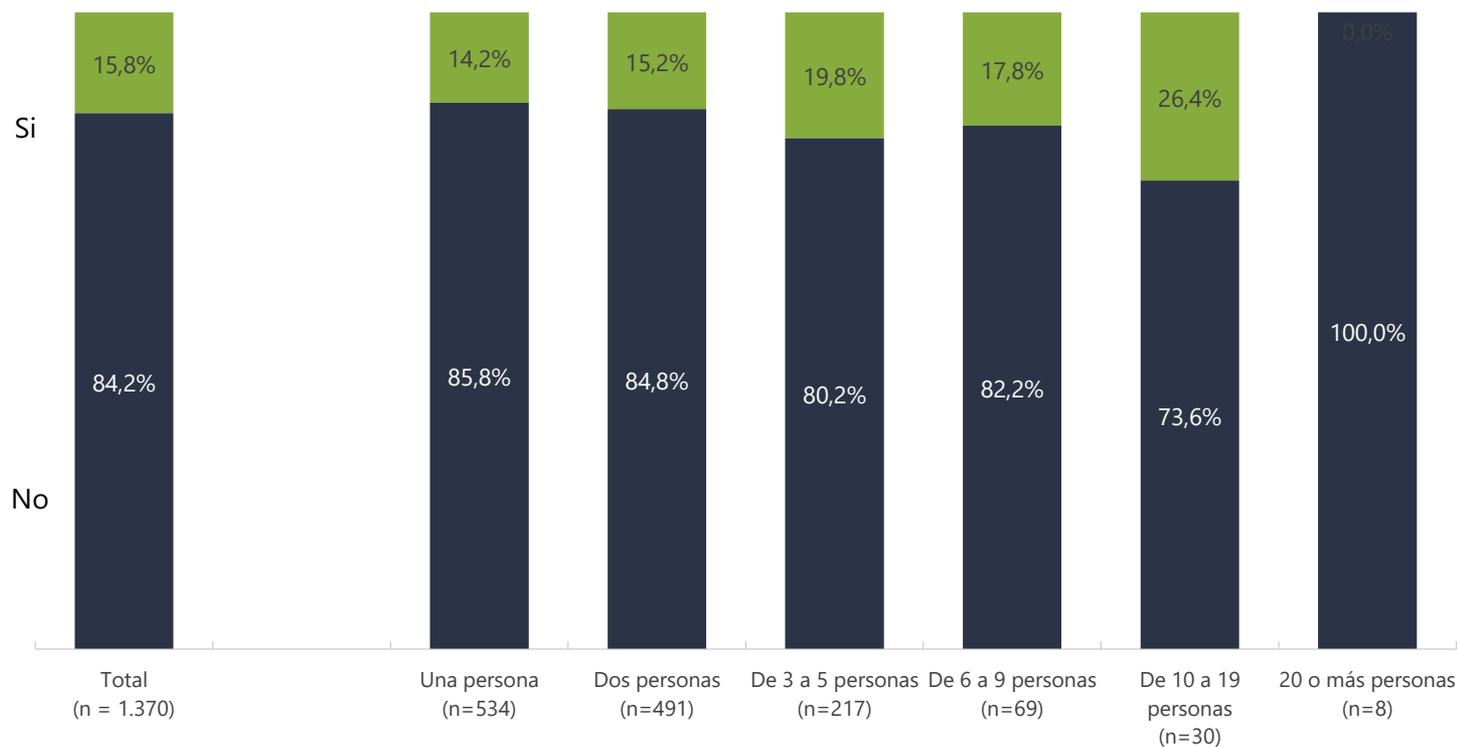
* Turista entendido como cualquier visitante procedente de otro Territorio Histórico, de otra Comunidad Autónoma u otro País.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



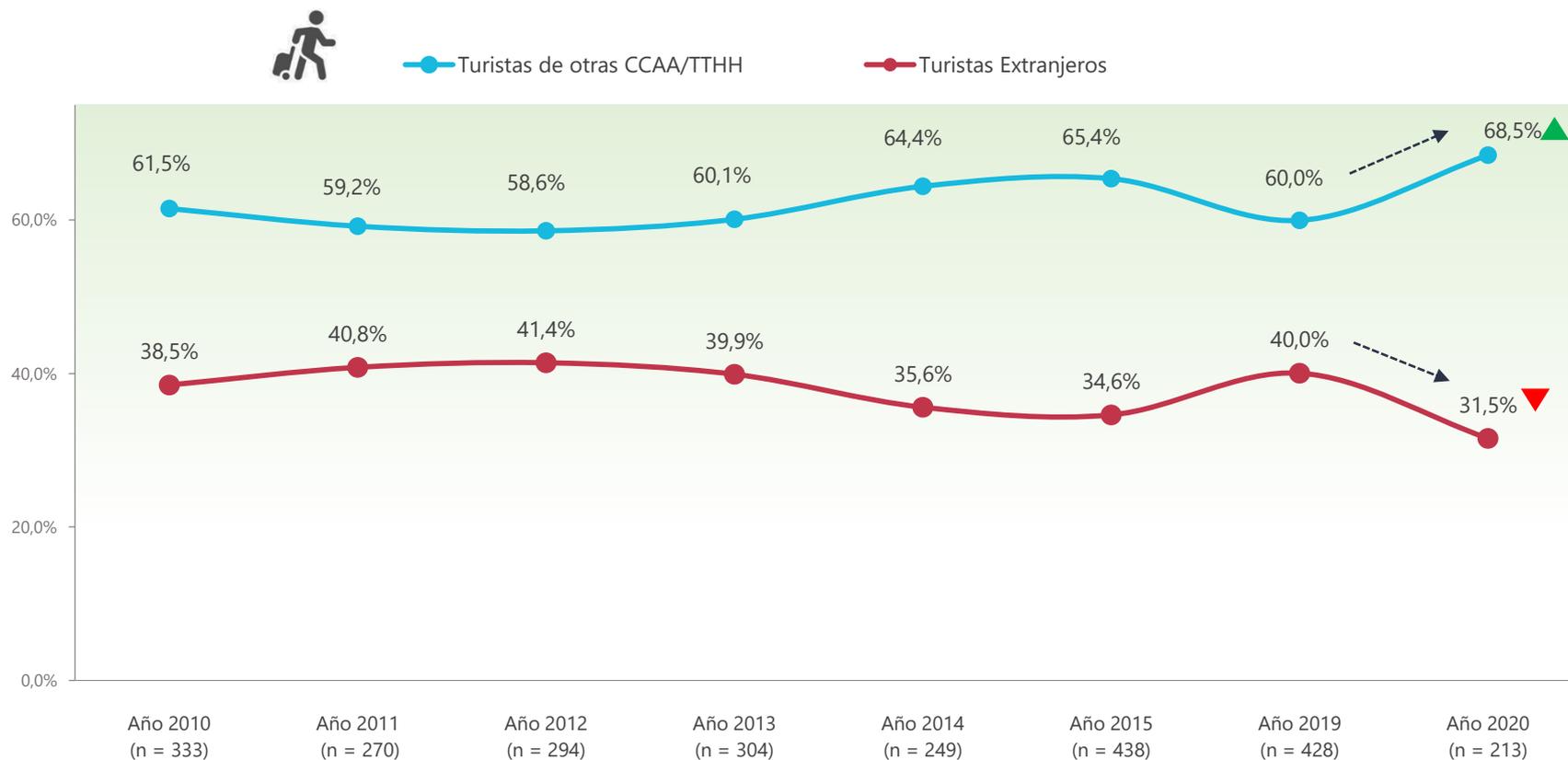
Tasa de comercio minorista al que acceden turistas



* 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.

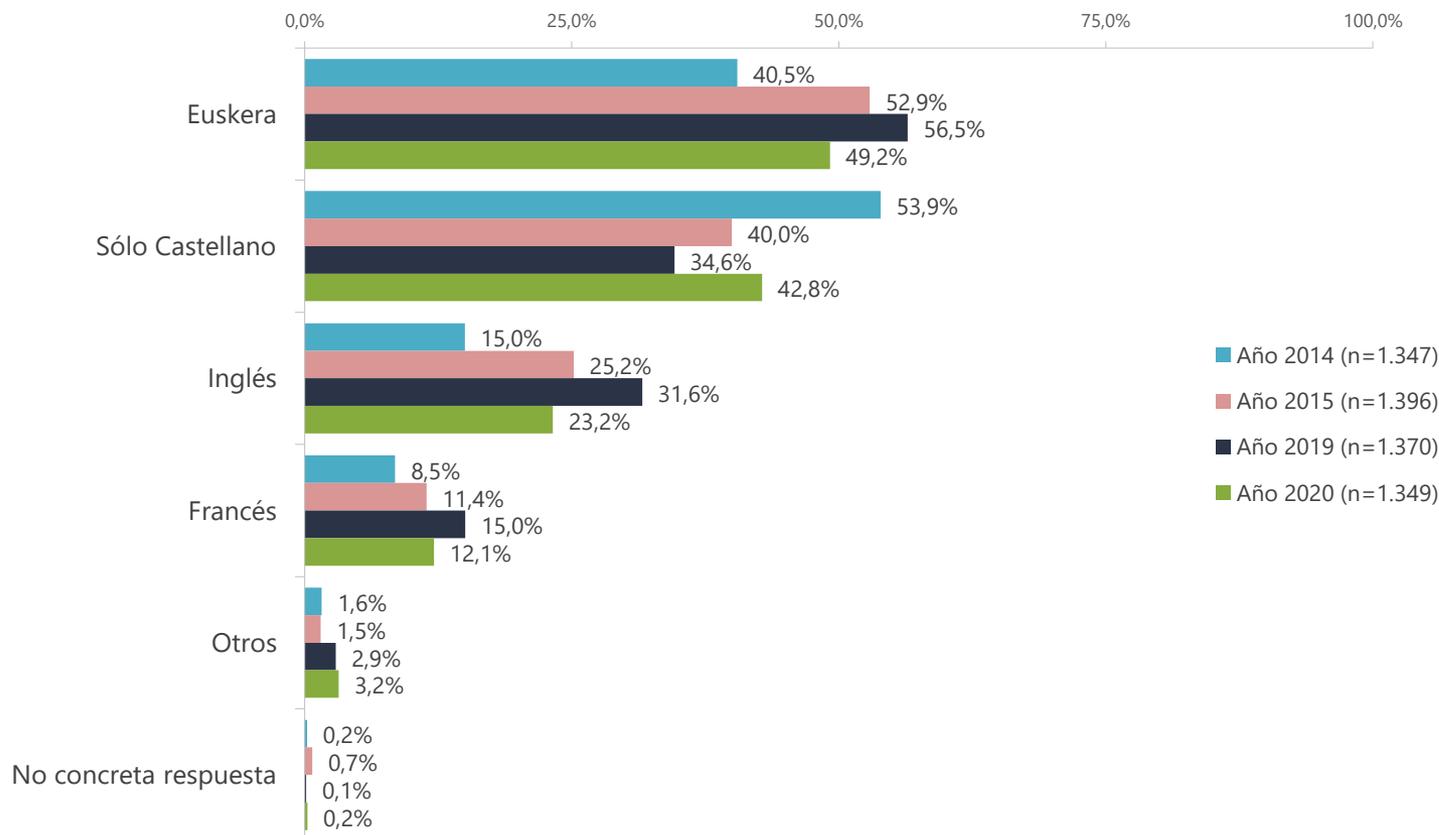
6.2. Capacidad para atender en idiomas

En lo que respecta al conjunto del comercio minorista vasco, la capacidad para atender en diferentes idiomas parece resentirse este año. En concreto, el manejo del inglés como potencial lengua vehicular en la interacción de venta se reduce respecto a los dos últimos barómetros.

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.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.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	 Araba (n = 171)	 Bizkaia (n = 728)	 Gipuzkoa (n = 450)
Euskera	39,1%	38,6%	70,1%
Solo Castellano	54,9%	53,1%	21,5%
Inglés	22,4%	22,8%	24,2%
Francés	7,3%	6,4%	23,1%
Otros	3,4%	2,9%	3,5%
No concreta respuesta	0,2%	0,3%	0,2%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Capitales / Resto de Territorio histórico					
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Euskera	37,0%	44,6%	34,5%	42,6%	66,4%	72,2%
Solo Castellano	55,0%	54,6%	54,0%	52,3%	21,8%	21,3%
Inglés	25,2%	15,0%	27,9%	18,0%	37,2%	16,8%
Francés	9,2%	2,6%	8,5%	4,5%	33,0%	17,4%
Otros	3,6%	2,6%	4,0%	1,9%	7,2%	1,5%
No concreta respuesta	---	0,8%	---	0,5%	---	0,3%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

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

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)
Euskera	46,4%	50,6%	41,9%	50,4%	53,6%
Solo Castellano	47,9%	39,3%	50,5%	42,5%	37,4%
Inglés	17,5%	25,2%	13,6%	34,8%	28,3%
Francés	8,3%	14,6%	7,2%	14,1%	15,3%
Otros	2,6%	4,2%	1,5%	4,2%	3,4%
No concreta respuesta	0,1%	0,6%	0,2%	---	0,1%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Según número de personas empleadas						
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Euskera	39,8%	50,6%	60,1%	70,5%	64,4%	49,2%
Solo Castellano	52,1%	41,7%	31,2%	20,1%	29,8%	50,8%
Inglés	14,9%	21,1%	37,2%	47,9%	49,1%	25,6%
Francés	9,1%	9,6%	20,2%	21,6%	28,8%	---
Otros	2,4%	2,1%	5,7%	6,9%	8,8%	---
No concreta respuesta	0,2%	0,2%	0,4%	0,7%	---	---

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.

7. LAS PERSONAS EMPLEADAS EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO

7.1. El empleo en el comercio minorista vasco desde la perspectiva de género

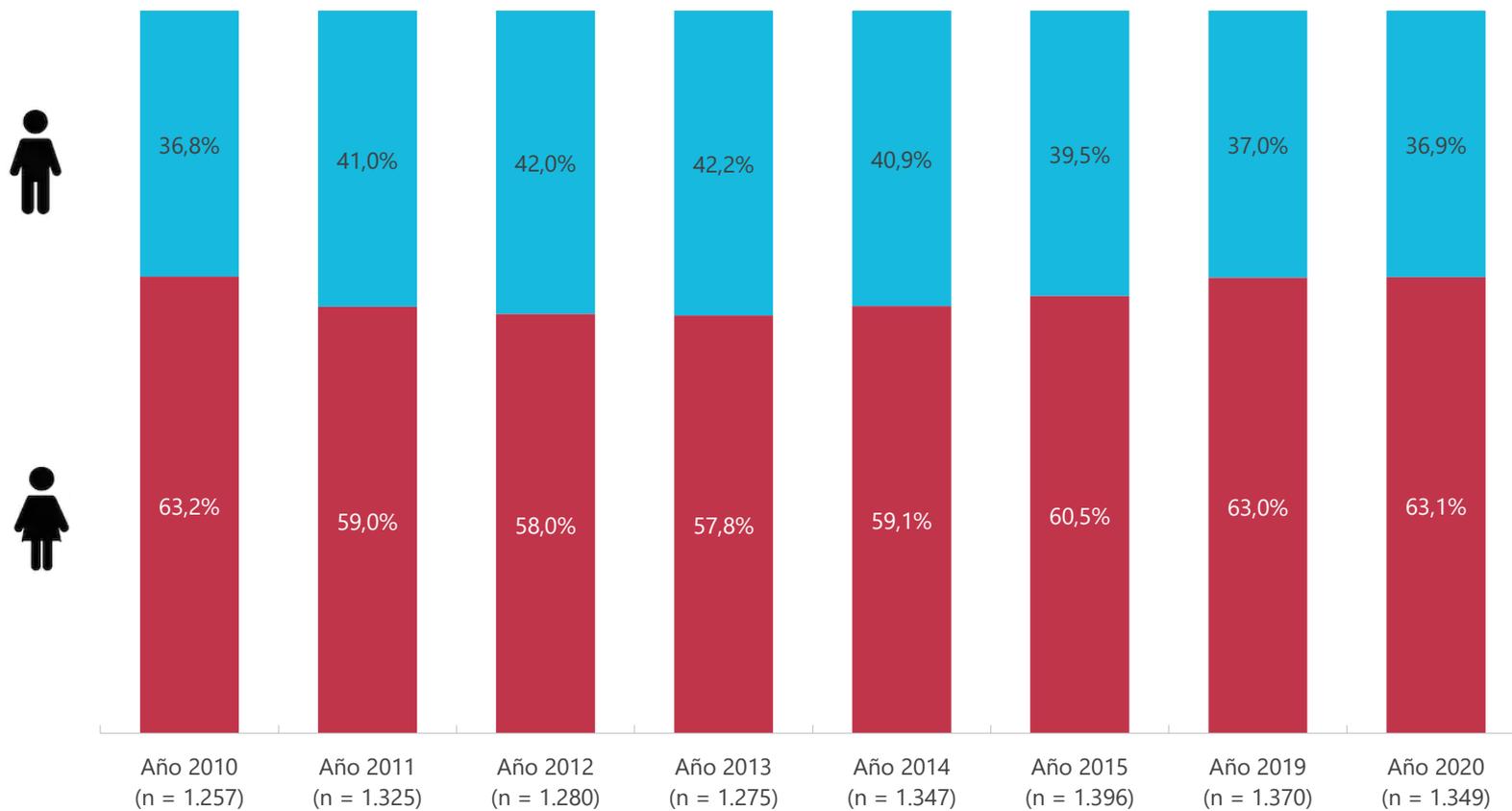
En el comercio minorista vasco seis de cada diez personas empleadas siguen siendo mujeres. Respecto a Barómetros anteriores, la feminización del empleo en el sector se ha mantenido estable al dato recabado en 2019 donde se alcanzó el segundo mínimo en tasa de empleo masculino tras 2010.

En esta ocasión, la mayor presencia del colectivo femenino en el empleo del sector comercial vasco está relacionada con la especialidad de la actividad, ya que subsectores como Moda o Salud y Belleza muestran un escenario en el que la presencia de empleadas es mayoría, representando ocho de cada diez empleos.

Nuevamente en caso de existir la figura del “responsable de tienda”, se aprecia un mayor equilibrio en cuestión de género. El 42,3% de los puestos de responsabilidad en el sector comercial minorista están ocupados por hombres y el 49,2%, por mujeres.

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

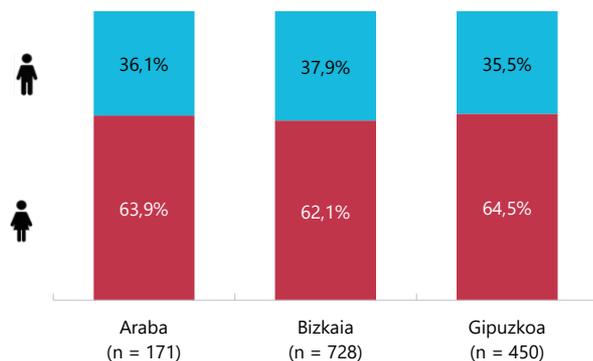
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



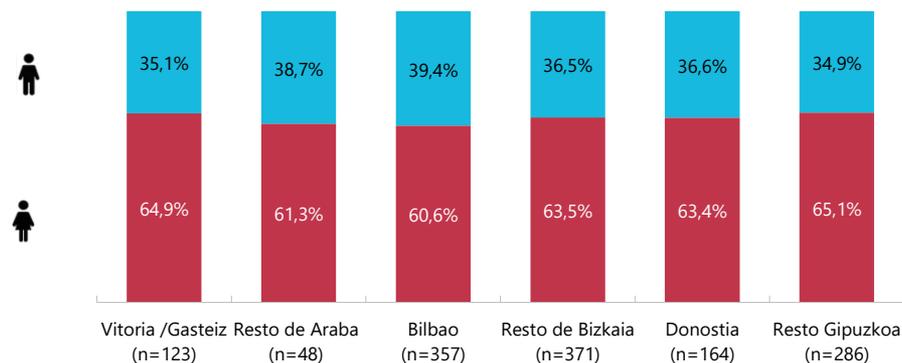
P.5: Tasa de personas empleadas según género y variables en el comercio minorista vasco, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

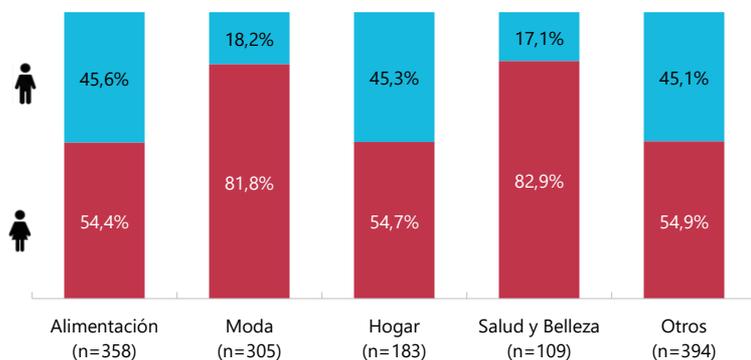
Territorio histórico



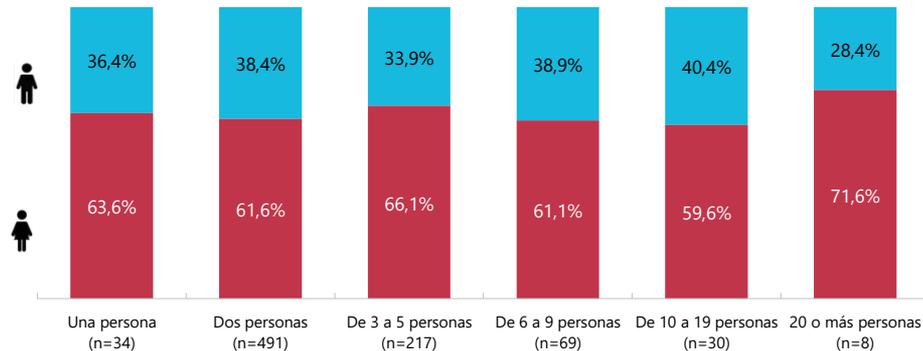
Capital / Resto del Territorio histórico



Grupo de actividad

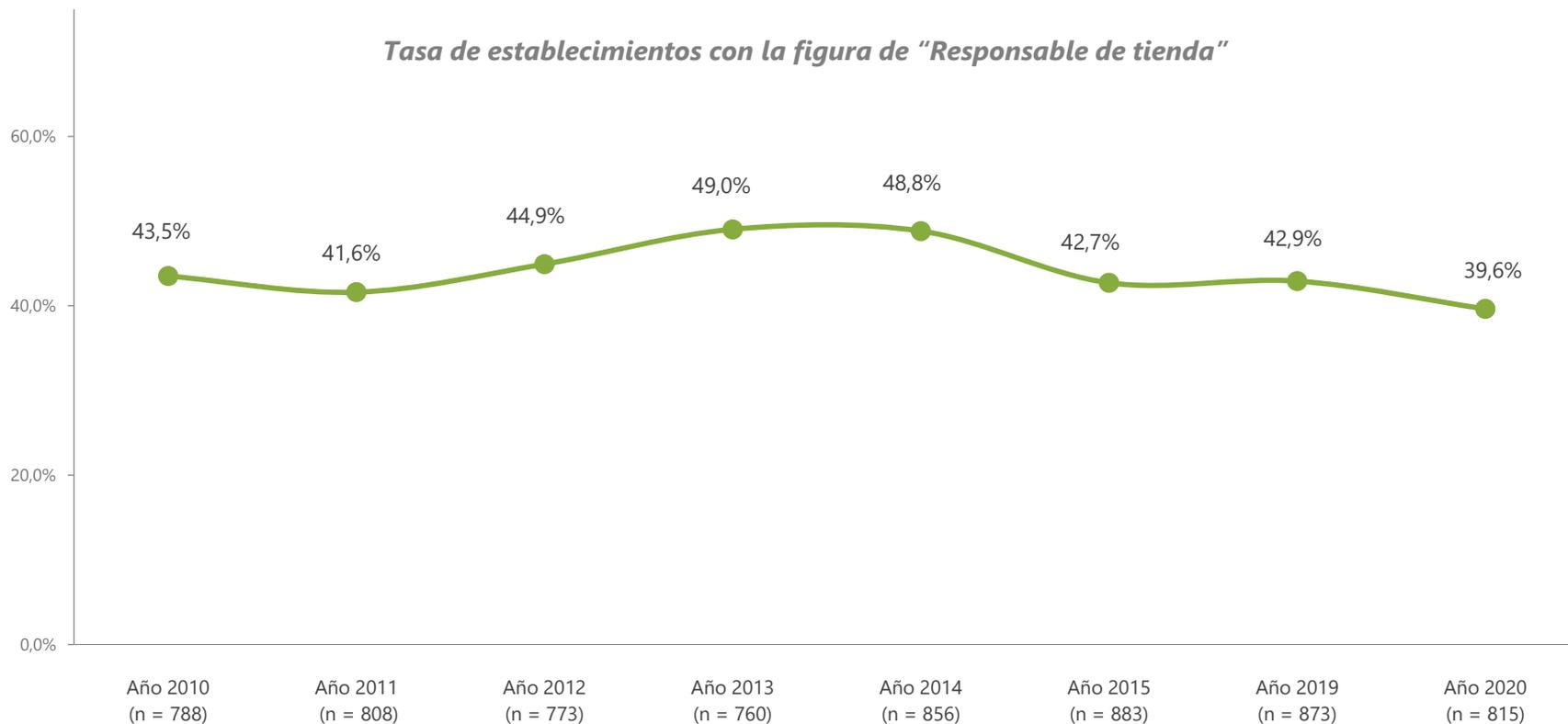


Número de personas empleadas



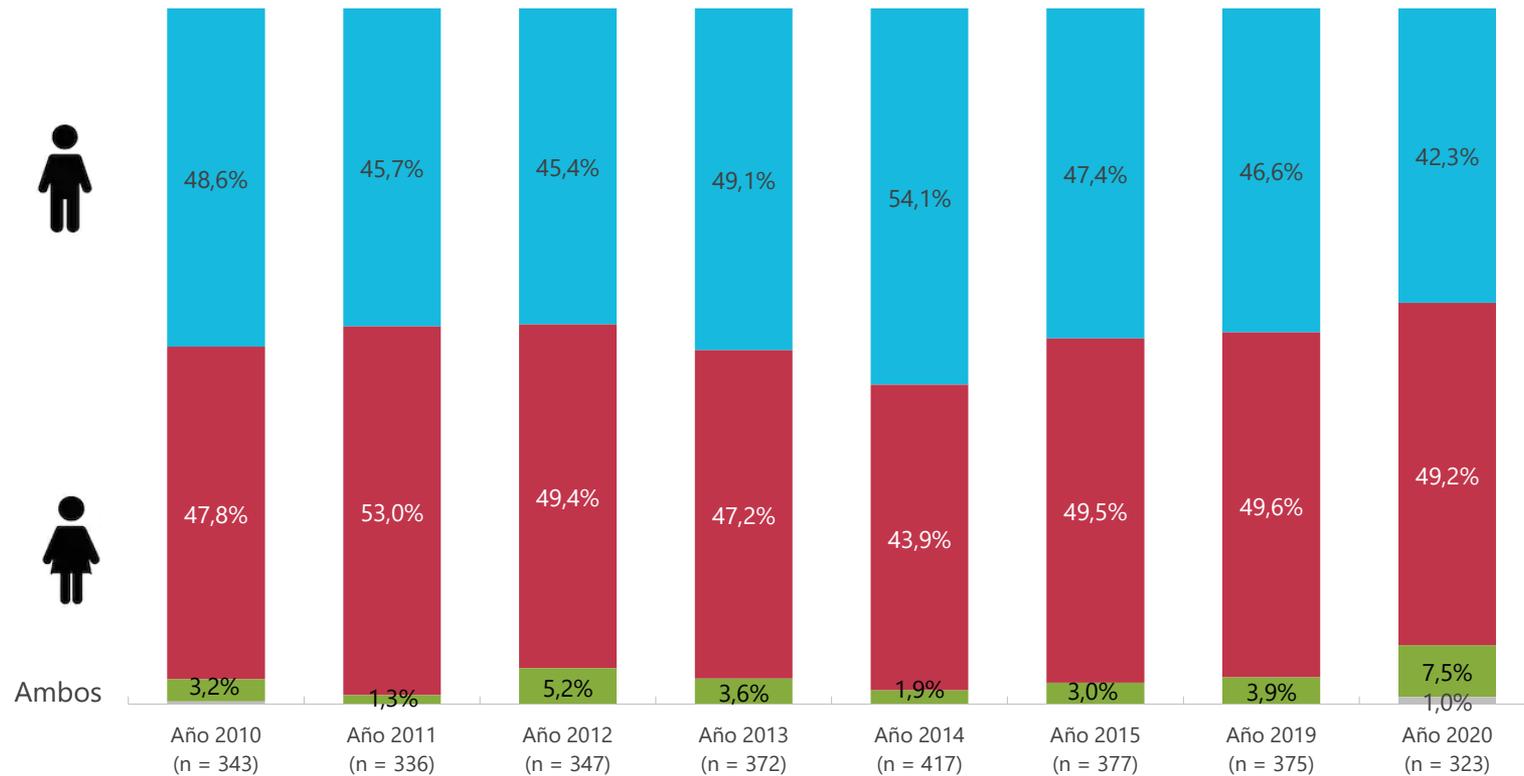
P.6: Excluyéndose usted, ¿ hay algún empleado/a en plantilla que ejerce las funciones, cargo, etc., de responsable de tienda?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que tienen algún empleado



P.7: Este responsable de tienda, establecimiento ¿Es un hombre o una mujer?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que tiene la figura de responsable de tienda



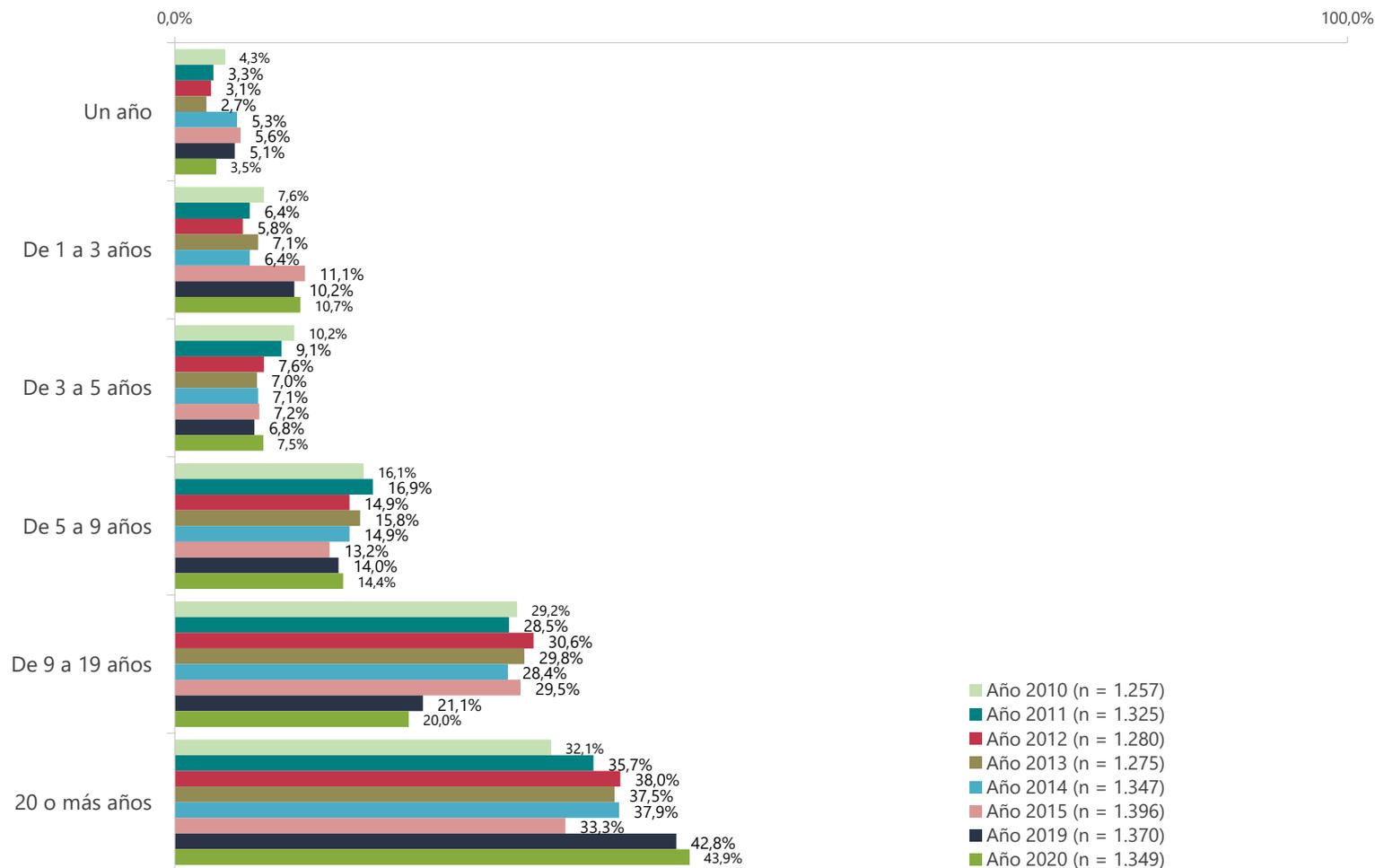
7.2. Antigüedad del personal

En cuanto a la antigüedad, la incorporación de personal reciente sufre un retroceso en el año 2020 en el sector comercial minorista. Actualmente, un 3,5% de los empleados tiene una antigüedad de menos de un año y el 10,7%, de entre 1 y 3 años.

Al igual que el pasado año, el 43,9% del empleo con una antigüedad superior a 20 años, dato que además se ha incrementado respecto a anteriores Barómetros.

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
Un año	5,8%	2,9%	3,7%
De 1 a 3 años	13,4%	10,4%	10,2%
De 3 a 5 años	9,2%	8,1%	6,1%
De 5 a 9 años	12,0%	15,6%	13,2%
De 9 a 19 años	26,7%	19,6%	18,0%
20 años o más	32,9%	43,4%	48,9%

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales / Resto de Territorio histórico						
	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Un año	7,6%	1,2%	3,8%	2,0%	4,3%	3,3%
De 1 a 3 años	12,6%	15,5%	12,1%	8,7%	11,8%	9,2%
De 3 a 5 años	8,9%	9,8%	8,0%	8,2%	6,4%	5,9%
De 5 a 9 años	12,3%	11,2%	16,5%	14,8%	11,6%	14,1%
De 9 a 19 años	25,7%	29,1%	15,6%	23,4%	20,0%	16,9%
20 años o más	32,8%	33,2%	43,9%	42,9%	46,0%	50,5%

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen?

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)
Un año	4,9%	2,4%	2,3%	4,3%	4,9%
De 1 a 3 años	12,8%	10,9%	10,8%	12,6%	12,8%
De 3 a 5 años	6,4%	7,5%	9,2%	8,0%	6,4%
De 5 a 9 años	15,3%	12,7%	11,8%	18,5%	15,3%
De 9 a 19 años	15,9%	22,2%	20,9%	19,2%	15,9%
20 años o más	44,7%	44,4%	45,0%	37,4%	44,7%

P.8: Estas personas que trabajan en el comercio, ¿qué antigüedad tienen?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Según número de personas empleadas

	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Un año	2,0%	4,3%	4,4%	6,0%	3,9%	15,4%
De 1 a 3 años	8,2%	10,5%	14,5%	15,9%	15,2%	28,8%
De 3 a 5 años	7,6%	5,9%	9,3%	12,3%	9,2%	13,1%
De 5 a 9 años	13,4%	14,0%	14,3%	18,1%	27,3%	20,5%
De 9 a 19 años	17,4%	19,6%	25,5%	27,2%	15,4%	18,1%
20 años o más	51,5%	45,8%	32,0%	20,5%	28,9%	4,1%

7.3. Nivel formativo del personal

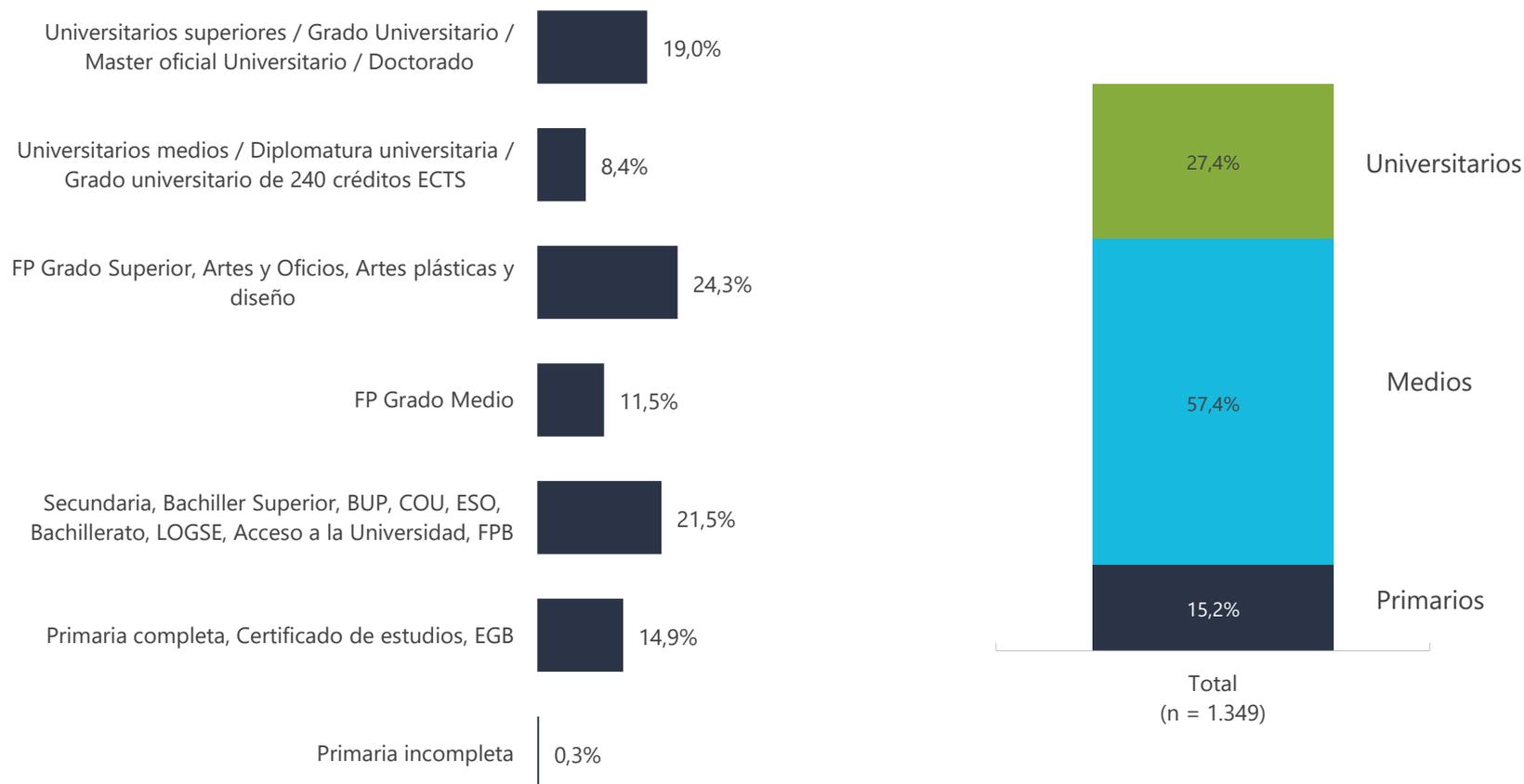
La presencia de personas empleadas en el comercio vasco con estudios universitarios, ya sean superiores o medios, alcanza la proporción de algo más de uno de cada cuatro (el 27,4%).

El colectivo más numeroso es el del personal con estudios medios, representando al 57,4% de las personas empleadas.

Por otro último, un 15,2% dispone de un nivel formativo primario o carece de estudios.

P.9: Distribución del nivel de estudios entre las personas empleadas

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple. Cálculo de media por categoría

P.9: Distribución del nivel de estudios entre las personas empleadas

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Territorio histórico		
	Araba (n = 171)	Bizkaia (n = 728)	Gipuzkoa (n = 450)
Universitarios superiores / Grado Universitario / Master oficial universitario / Doctorado	20,6%	19,0%	18,4%
Universitarios medios / Diplomatura universitaria / Grado universitario 240 créditos ECTS	5,3%	10,1%	6,9%
FP Grado Superior, Artes y Oficios, Artes plásticas y diseño	27,8%	22,1%	26,6%
FP Grado Medio	14,6%	10,7%	11,8%
Secundaria, Bachiller Superior, BUP, COU, ESO, Bachillerato, LOGSE, Acceso a la Universidad, Formación Profesional Básica	18,3%	22,5%	21,1%
Primaria completa, Certificado de estudios, EGB	13,3%	15,6%	14,3%
Primaria Incompleta	0,0%	--	0,9%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple. Cálculo de media por categoría

P.9: Distribución del nivel de estudios entre las personas empleadas

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

Capitales / Resto de Territorio histórico

	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 48)	Bilbao (n = 357)	Resto de Bizkaia (n = 371)	Donostia (n = 164)	Resto Gipuzkoa (n = 286)
Universitarios superiores / Grado Universitario / Master oficial universitario / Doctorado	17,9%	27,7%	21,9%	16,2%	24,2%	14,9%
Universitarios medios / Diplomatura universitaria / Grado universitario 240 créditos ECTS	6,3%	2,8%	7,8%	12,2%	8,7%	5,9%
FP Grado Superior, Artes y Oficios, Artes plásticas y diseño	24,9%	35,2%	21,1%	23,1%	23,1%	28,7%
FP Grado Medio	17,9%	5,8%	12,1%	9,4%	5,6%	15,5%
Secundaria, Bachiller Superior, BUP, COU, ESO, Bachillerato, LOGSE, Acceso a la Universidad, Formación Profesional Básica	19,1%	16,4%	23,5%	21,6%	26,9%	17,6%
Primaria completa, Certificado de estudios, EGB	13,9%	11,9%	13,6%	17,5%	11,1%	16,2%
Primaria Incompleta	0,0%	0,1%	--	--	0,4%	1,1%

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple. Cálculo de media por categoría

P.9: Distribución del nivel de estudios entre las personas empleadas

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)
Universitarios superiores / Grado Universitario / Master oficial universitario / Doctorado	10,0%	15,6%	16,4%	39,1%	25,5%
Universitarios medios / Diplomatura universitaria / Grado universitario 240 créditos ECTS	6,1%	6,3%	11,7%	8,4%	10,5%
FP Grado Superior, Artes y Oficios, Artes plásticas y diseño	23,2%	25,3%	29,9%	22,6%	22,4%
FP Grado Medio	11,6%	13,7%	11,2%	6,3%	11,4%
Secundaria, Bachiller Superior, BUP, COU, ESO, Bachillerato, LOGSE, Acceso a la Universidad, Formación Profesional Básica	25,3%	24,7%	17,8%	12,5%	19,9%
Primaria completa, Certificado de estudios, EGB	22,8%	14,0%	13,0%	11,2%	10,3%
Primaria Incompleta	0,9%	0,2%	--	--	--

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple. Cálculo de media por categoría

P.9: Distribución del nivel de estudios entre las personas empleadas

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

	Según número de personas empleadas					
	Una persona (n = 534)	Dos personas (n = 491)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 69)	De 10 a 19 personas (n = 30)	20 o más personas (n = 8)
Universitarios superiores / Grado Universitario / Master oficial universitario / Doctorado	17,1%	17,0%	26,0%	26,7%	19,6%	14,4%
Universitarios medios / Diplomatura universitaria / Grado universitario 240 créditos ECTS	9,2%	9,9%	4,7%	3,2%	9,7%	0,8%
FP Grado Superior, Artes y Oficios, Artes plásticas y diseño	20,6%	26,0%	26,0%	33,0%	26,3%	44,5%
FP Grado Medio	12,7%	11,2%	10,1%	12,1%	7,0%	11,6%
Secundaria, Bachiller Superior, BUP, COU, ESO, Bachillerato, LOGSE, Acceso a la Universidad, Formación Profesional Básica	22,6%	22,5%	18,9%	14,5%	21,8%	17,2%
Primaria completa, Certificado de estudios, EGB	17,4%	13,1%	14,2%	10,5%	15,6%	11,5%
Primaria Incompleta	0,5%	0,2%	0,1%	0,1%	--	--

* Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple. Cálculo de media por categoría

7.4. Personal afectado por los ERTE

Durante el 2020 uno de cada cuatro comercios minoristas de la CAV ha tenido a alguna persona en ERTE; el 25,9% del total. Es en los sectores de Moda, Hogar y Otras actividades minoristas donde mayor tasa de comercios con personal en ERTE se ha obtenido.

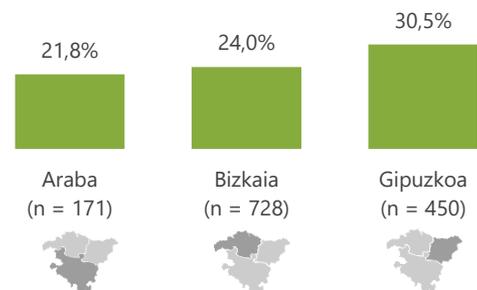
La media de personas afectadas por ERTE en el comercio minorista ha sido de 0,7 por establecimiento, dada la elevada presencia de comercios que dan empleo unipersonal. Ahora bien, el Barómetro realizado deja otro dato a tener en cuenta, como es impacto de los ERTE en el comercio minorista que ha accedido a esta figura. En este caso, los ERTES han afectado de media al 69% de la plantilla de los establecimientos que se ha acogido a esta situación extraordinaria.

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

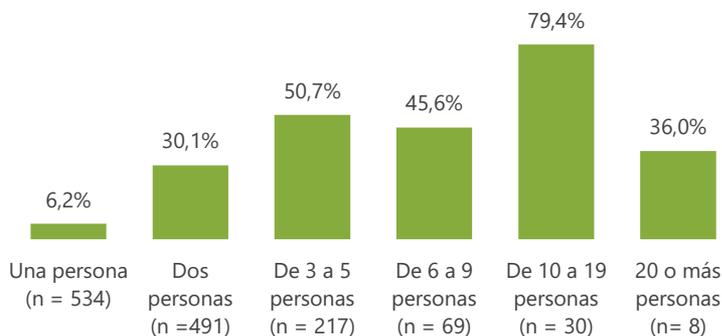
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



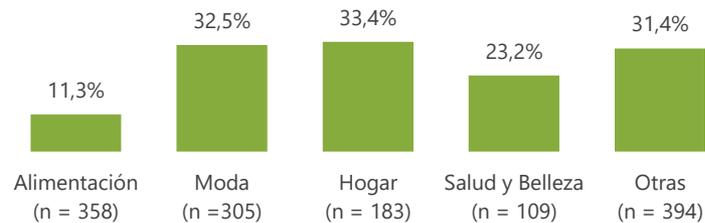
Tasa de comercio minorista que ha tenido alguna persona afectada por ERTE según territorio



Tasa de comercio minorista que ha tenido alguna persona afectada por ERTE según tamaño

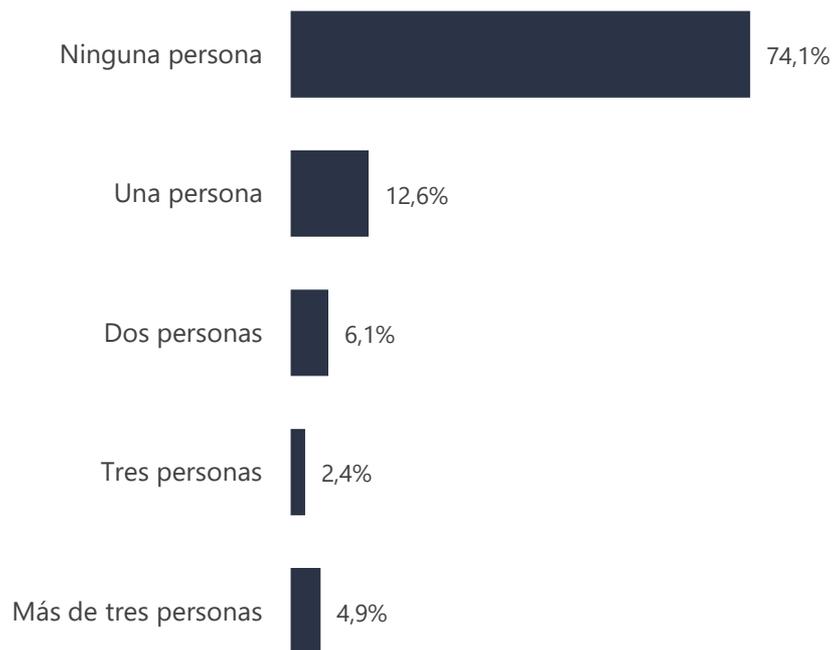


Tasa de comercio minorista que ha tenido alguna persona afectada por ERTE según sector



N.11: ¿Cuántas personas han estado en algún momento o están actualmente en situación de ERTE durante el tiempo de pandemia por el Coronavirus?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

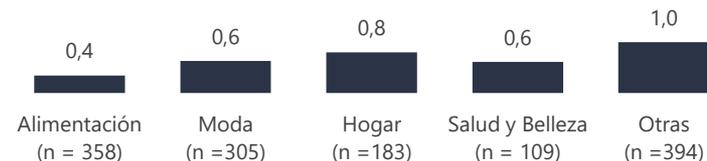


Media de personas afectadas por ERTE en el comercio minoristas vasco

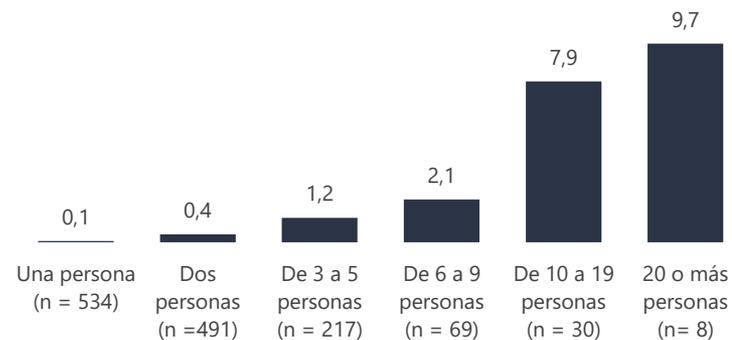


0,7

Media de personas afectadas por ERTE según sector de actividad



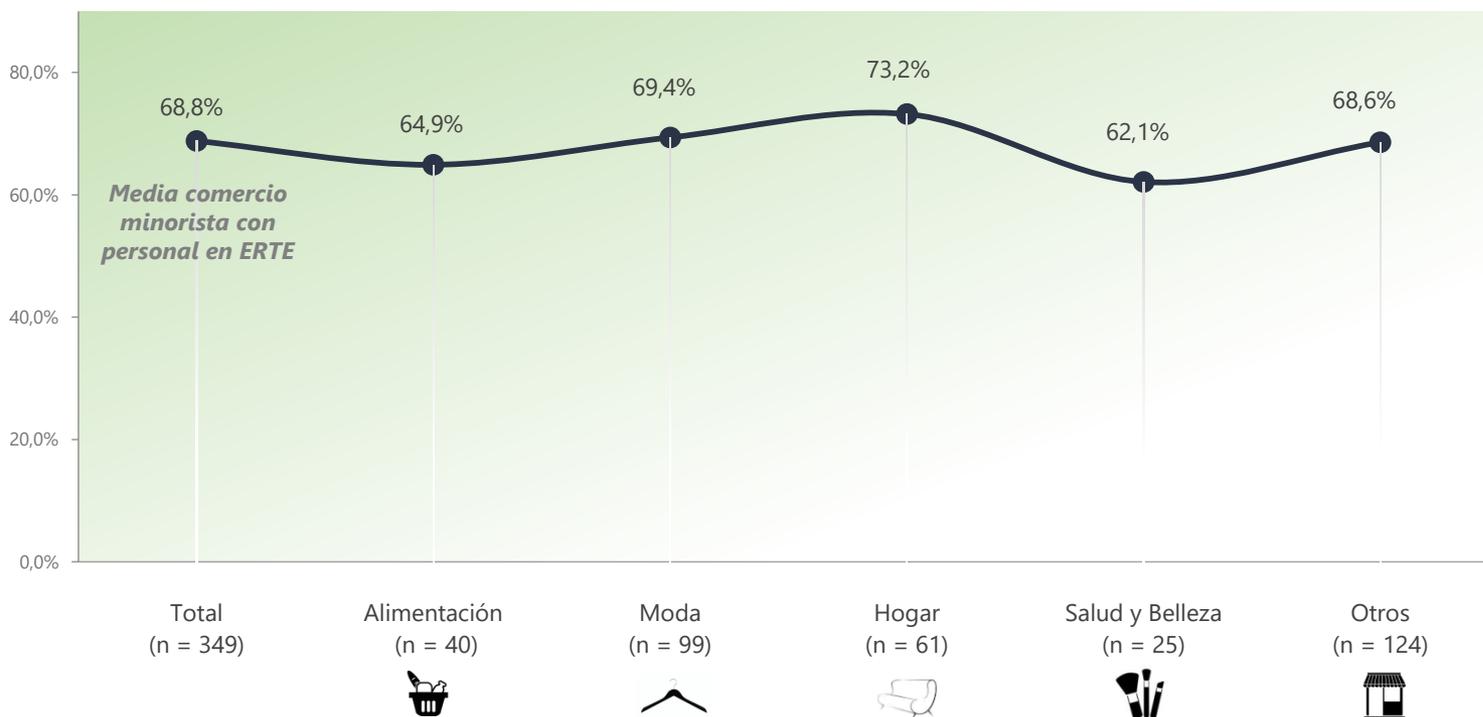
Media de personas afectadas por ERTE según sector tamaño de empleo



N.11: Porcentaje que representan los trabajadores en ERTE sobre el total de la plantilla del comercio

Base: Total de comercios minoristas entrevistados que han tenido o tienen personas afectadas por ERTE (n=349)

Tasa de plantilla afectada por el ERTE sobre el total de comercios con personal acogido a esta figura



8. 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. La tasa de comercios con el local en régimen de alquiler crece ligeramente respecto al último Barómetro de 2019 en 2,6 puntos porcentuales.

La presencia de comercios con el local en alquiler se observa preferentemente en:

- En las capitales vascas frente al resto de territorios, destacando su peso en la ciudad de Bilbao. También se aprecia una mayor presencia de alquiler en Bizkaia en general.
- A mayor número de personas empleadas crece la tasa de comercios con el local en régimen de alquiler.
- En establecimientos dedicados a la venta e artículos de Moda preferentemente, seguido de Hogar.

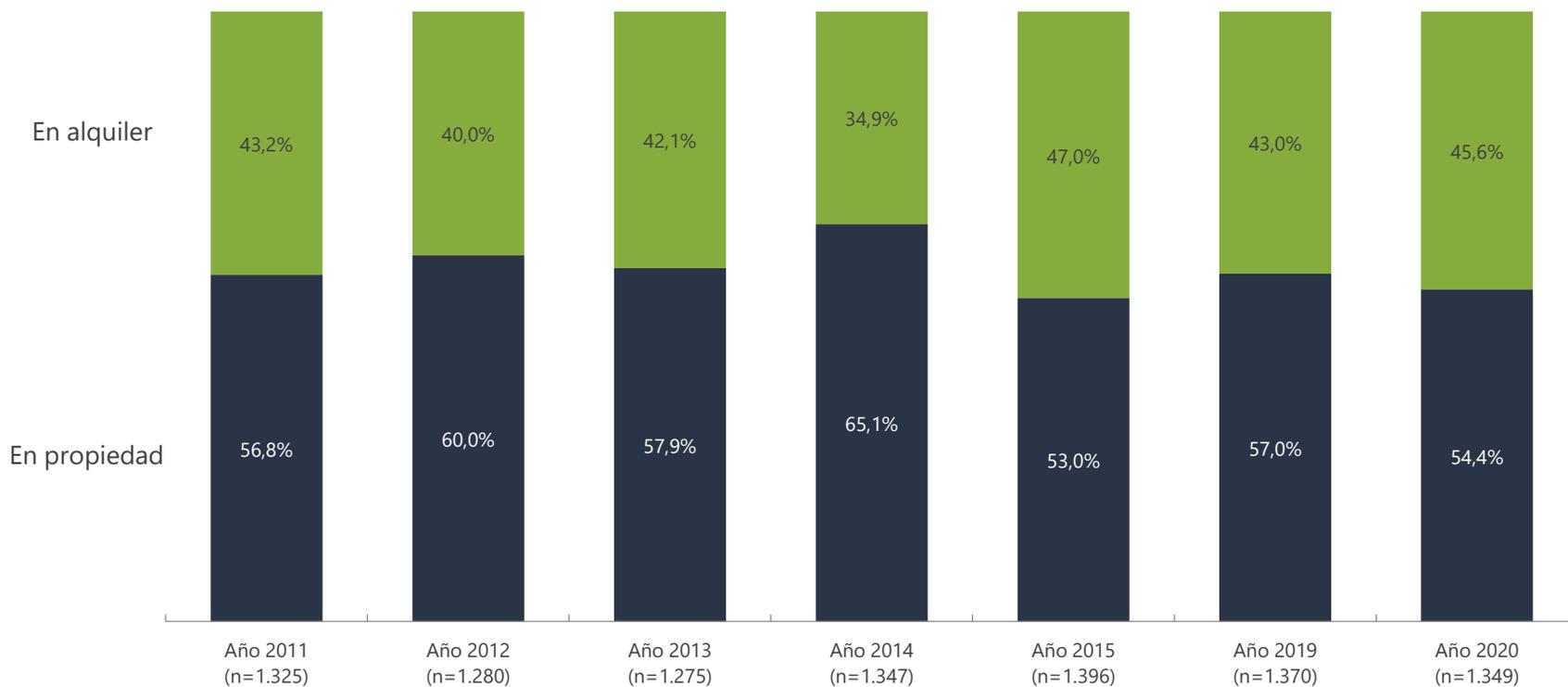
El alquiler medio del sector comercial vasco en el año 2020 se cifra en 1.161€ de media, siendo el valor más repetido, 1.000 € mensuales. Un alquiler medio similar al obtenido en el barómetro de 2019 (1.174,6€). Teniendo en cuenta la cifra media de metros cuadrados disponibles de los comercios en alquiler puede establecerse un valor medio del mercado de 10,1€ por m² en superficie total de locales comerciales.

No obstante, hay grandes diferencias en función del emplazamiento del local. 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.

Las campanas de Gauss o curvas del alquiler muestran como nos encontramos ante unos alquileres que presentan una alta concentración en los valores bajos (asimetría positiva de la curva), así como un elevado grado de concentración alrededor de los valores centrales, dando lugar a una curva leptocúrtica fundamentalmente en el caso de Vitoria/Gasteiz y Bilbao, así como escenario de mayor dispersión en Donostia.

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

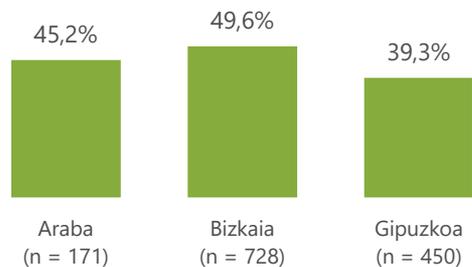
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



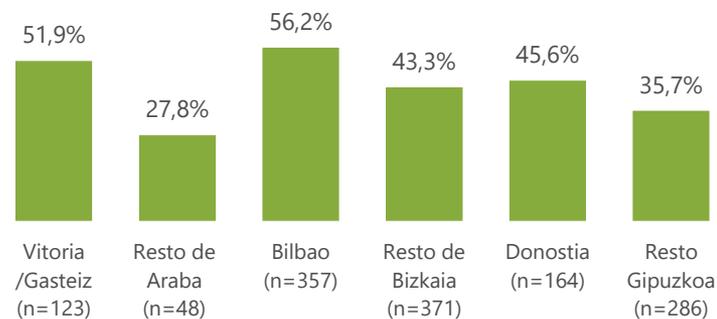
P.33: Tasa de locales comerciales en régimen de alquiler según variables, 2020

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

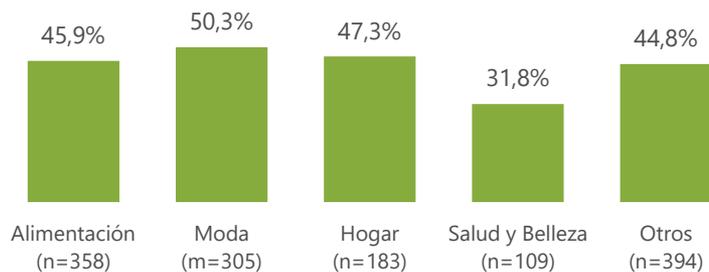
Territorio histórico



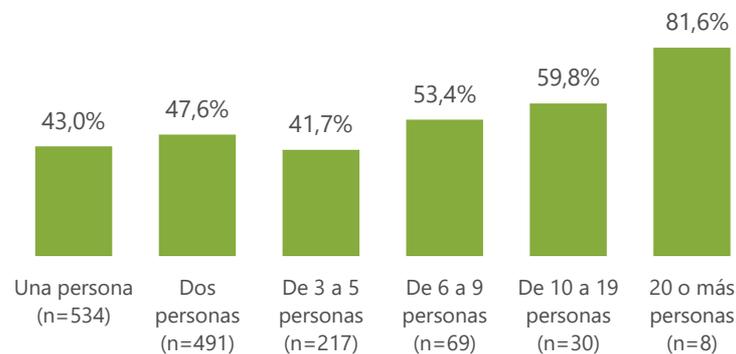
Capital / Resto del Territorio histórico



Grupo de actividad

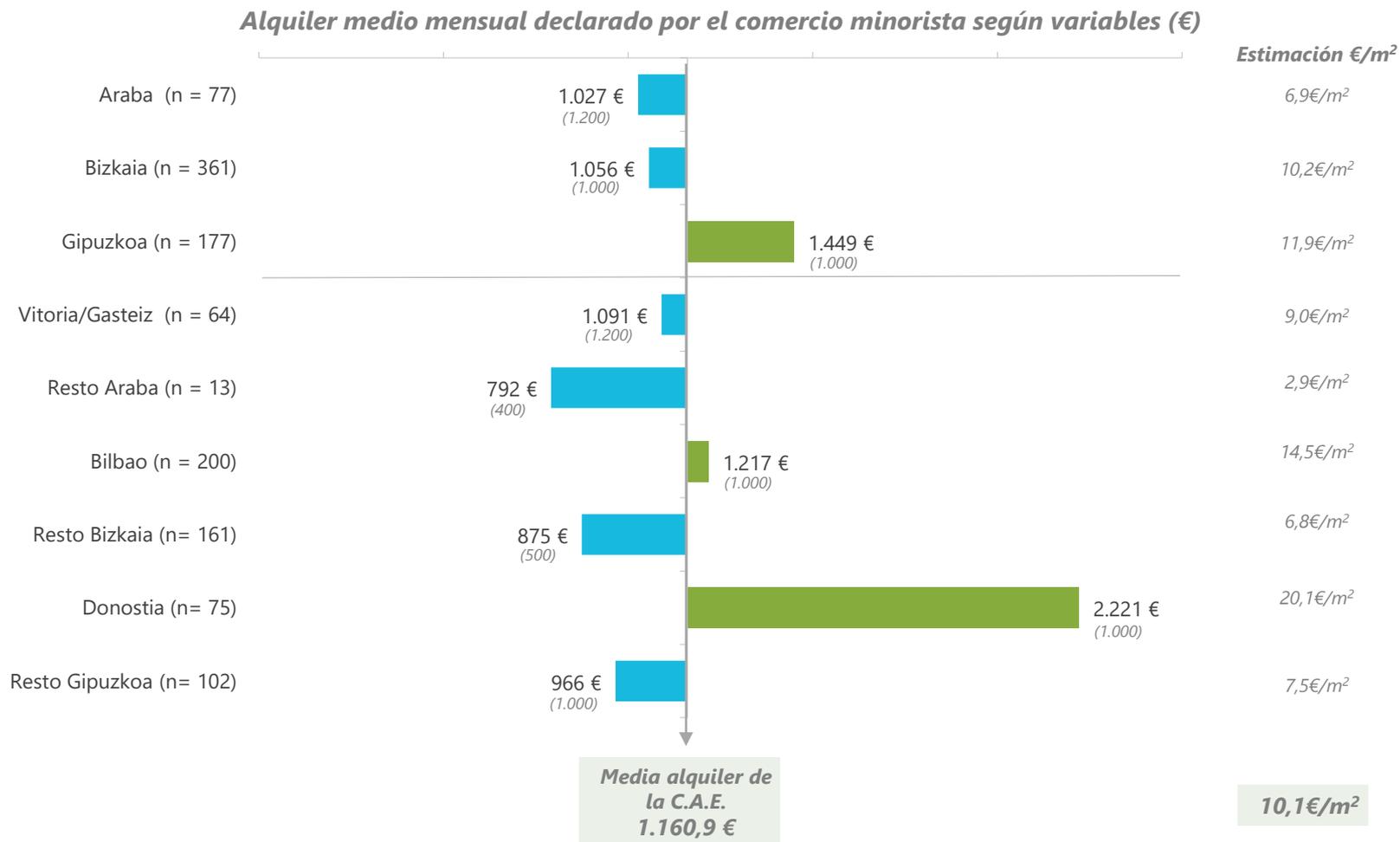


Número de personas empleadas



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)

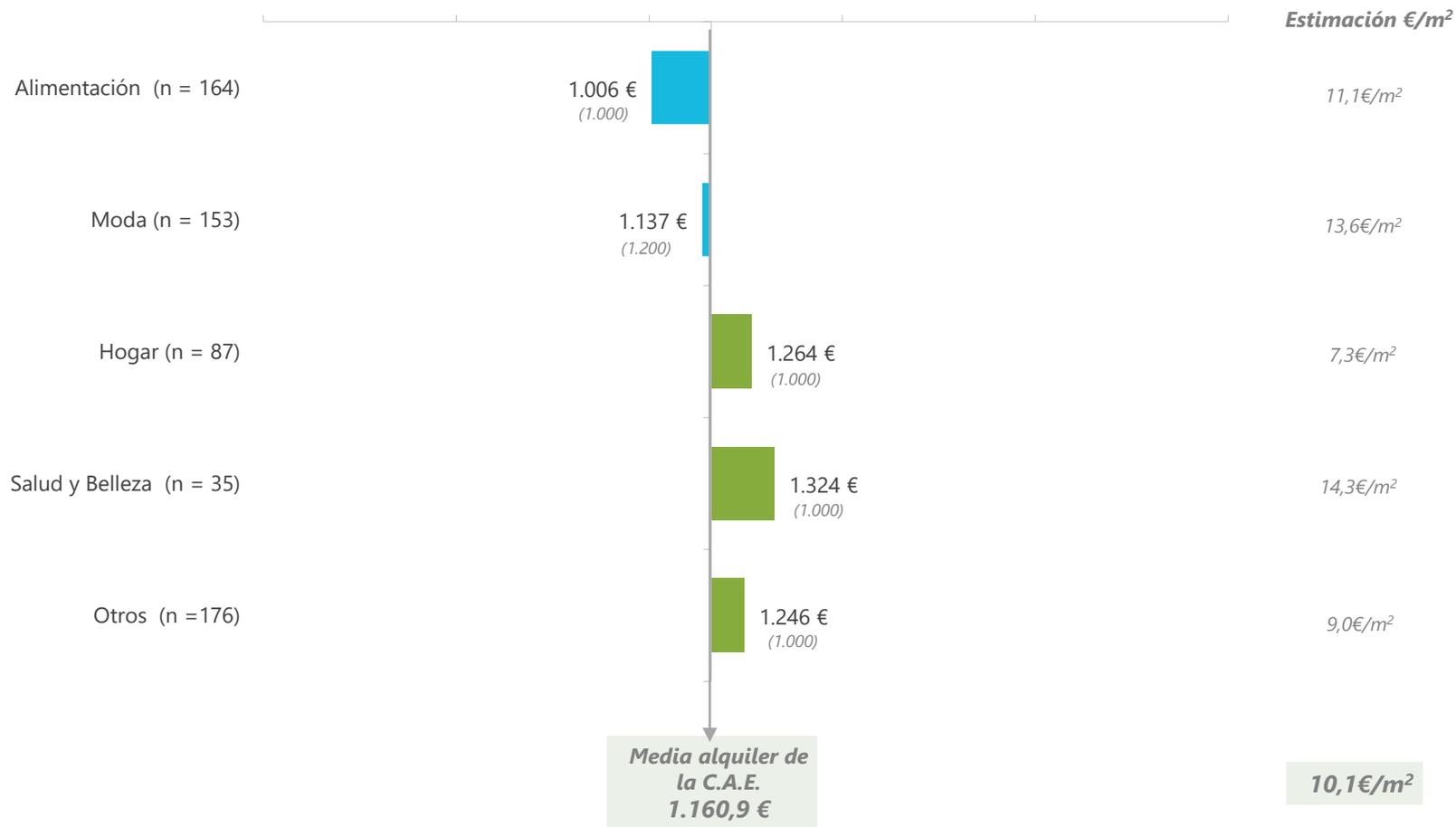


* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente que se haya repetido.

P.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)

Alquiler medio mensual declarado por el comercio minorista según sector (€)



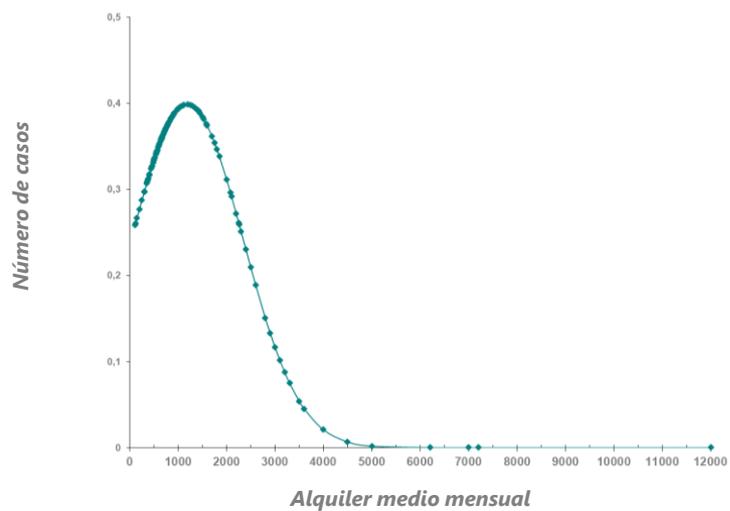
* Entre paréntesis se muestra la moda o valor más frecuente que se haya repetido.

Estadísticos descriptivos de la media de alquiler mensual del comercio minorista vasco

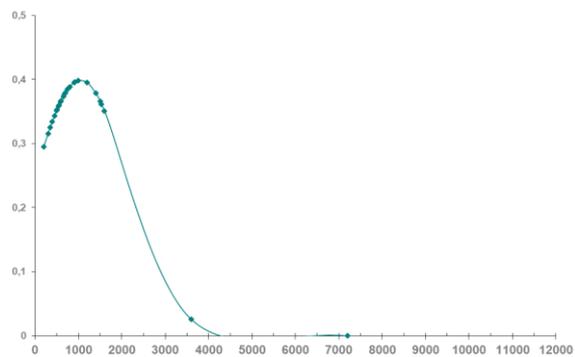
Base: Total de comercios minoristas entrevistados con el local en régimen de alquiler

	Total	Vitoria/ Gasteiz	Bilbao	Donostia
Recuento (sin ponderar)	600	63	193	78
N válido (sin ponderar)	439	45	137	50
Media	1187,0	1046,8	1198,6	2328,9
Mediana	900	778	1000	1600
Percentil 25	600	550	700	1000
Percentil 75	1400	1200	1500	3000
Moda	1000	1200	1000	1000
Máximo	12000	7200	7000	12000
Mínimo	110	200	110	302
Rango	11890	7000	6890	11698
Desviación estándar	1155,7	1089,8	831,2	2400,7
Asimetría	5,140	4,099	3,256	3,028
Curtosis	38,500	18,071	17,206	10,393

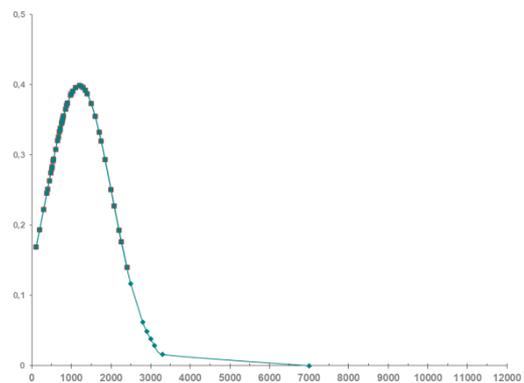
Curva de Gauss: Comercio minoristas CAPV



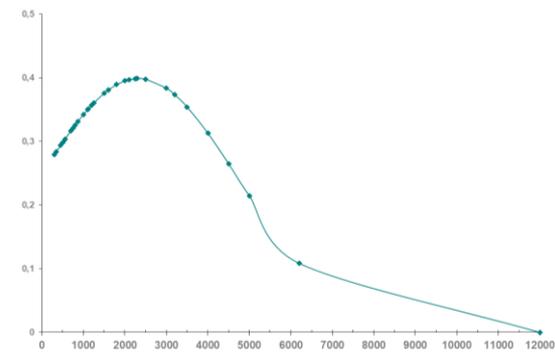
Vitoria - Gasteiz



Bilbao



Donostia



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 gráfico a continuación muestra como se ha incrementado la tasa de comercios que ha optado por renegociar los alquileres, obteniendo 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, ya que un 54,4% de quienes lo han solicitado han podido renegociar. Por otra parte, el descenso logrado se cifra para la media en el 21,6%, nuevamente el valor más alto de la serie histórica.

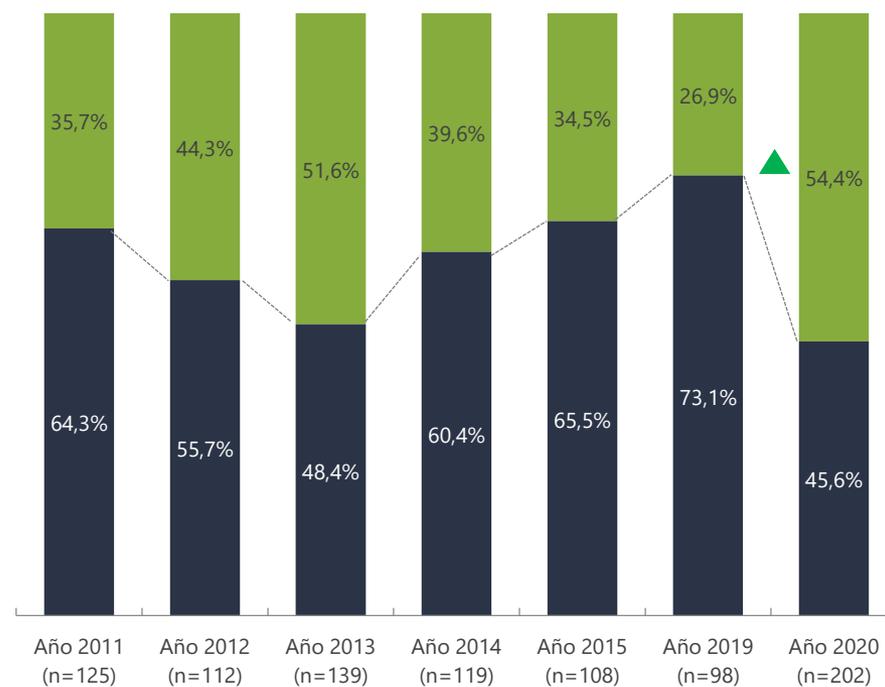
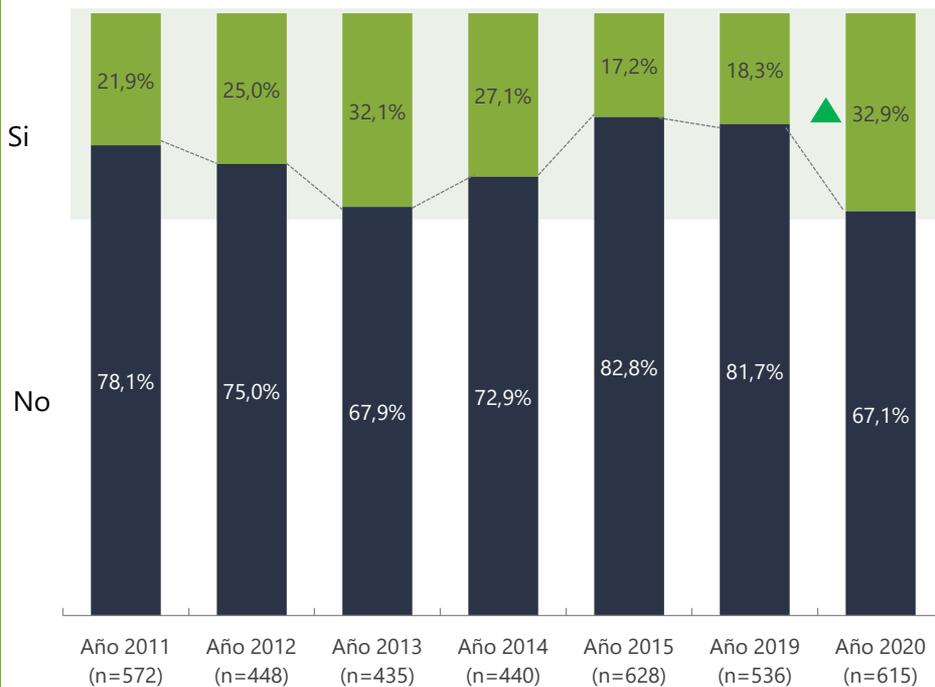
Por otra parte, un 4,1% de los comercios con el local en alquiler dice haber incurrido en algún impago durante el año 2020, siendo el 6,5% en el caso del comercio de Moda.

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

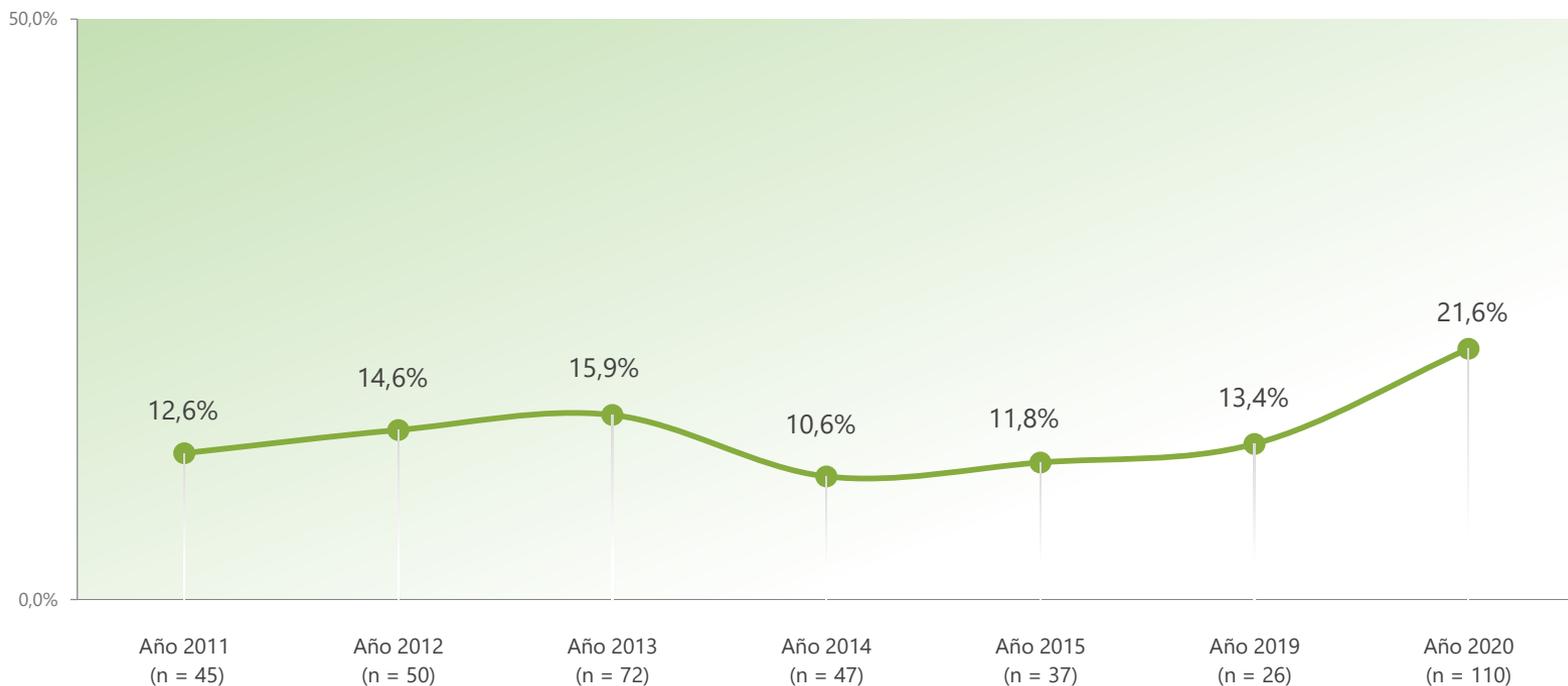
 Tendencia Barómetro 2020 respecto a 2019

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

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

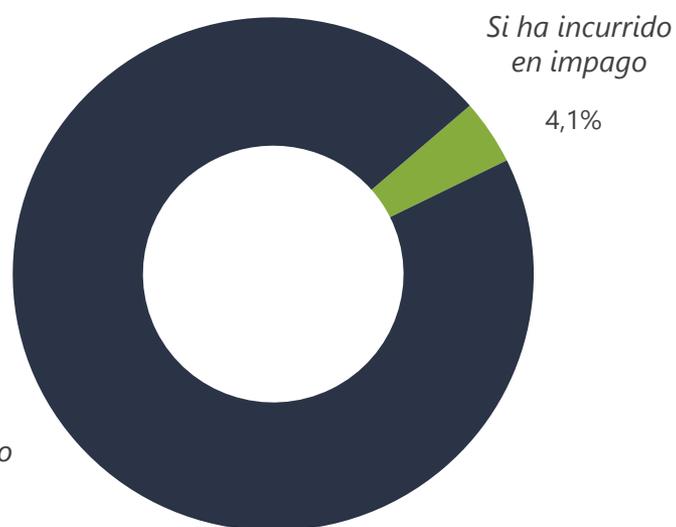


Tasa de reducción del alquiler

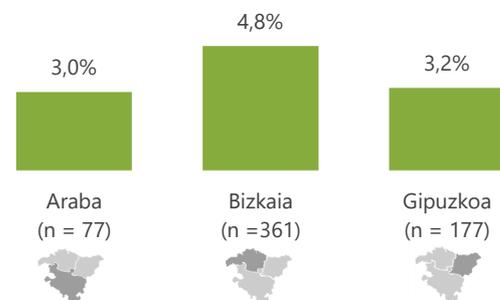


P.39.: Tasa de comercio minorista que ha incurrido en algún impago del alquiler durante el año 2020

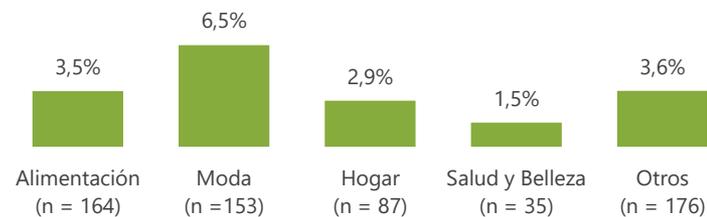
Base: Total de comercios minoristas con el local en régimen de alquiler (n=615)



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

9.1. Acciones previas a la campaña de Navidad

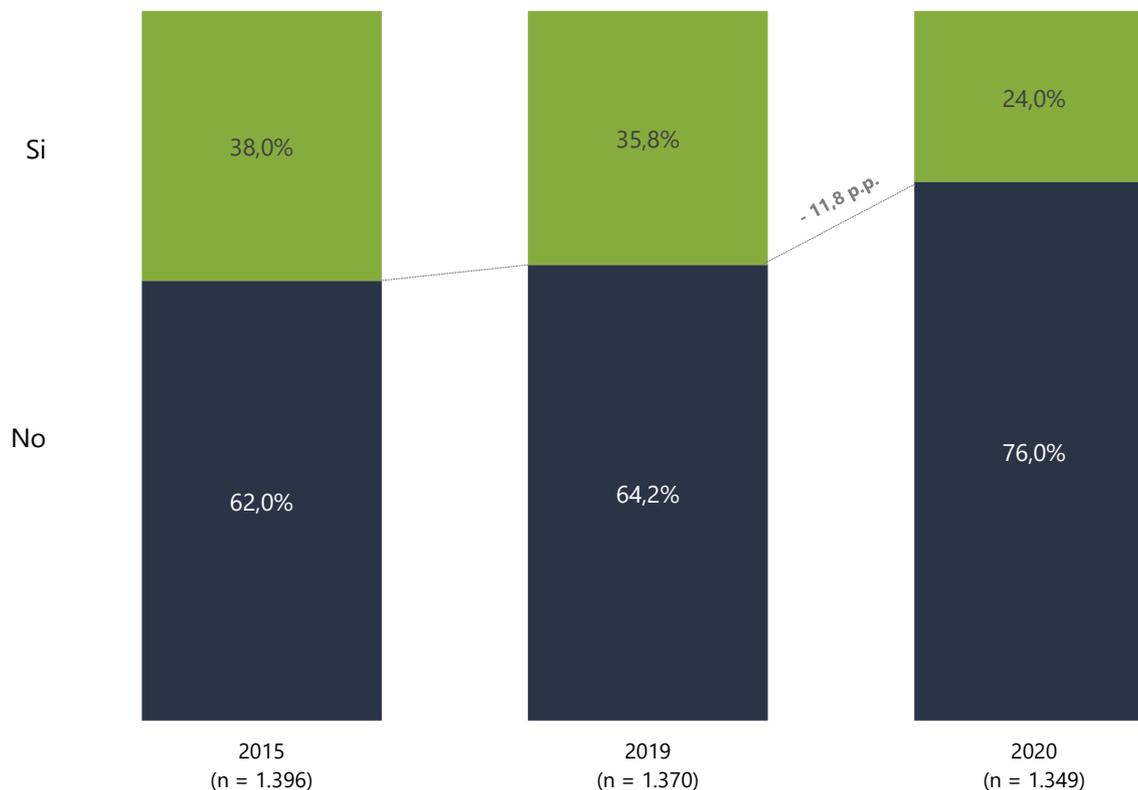
Uno de cada cuatro comercios minoristas vascos ha realizado alguna oferta especial fuera temporada durante el año de inicio de la pandemia. Son el 24,0% de los y las consultadas en el Barómetro, cuando el pasado año la cifra de participación en acciones de promoción era 11,8 puntos porcentuales superior.

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.

Hablamos de descuentos en productos específicos y promociones, pero también se han incrementado las liquidaciones por cambio de exposición o para incentivar la reducción de stockaje ante una temporada poco dinámica. También este año han crecido el uso y participación de los Bonos Denda.

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.

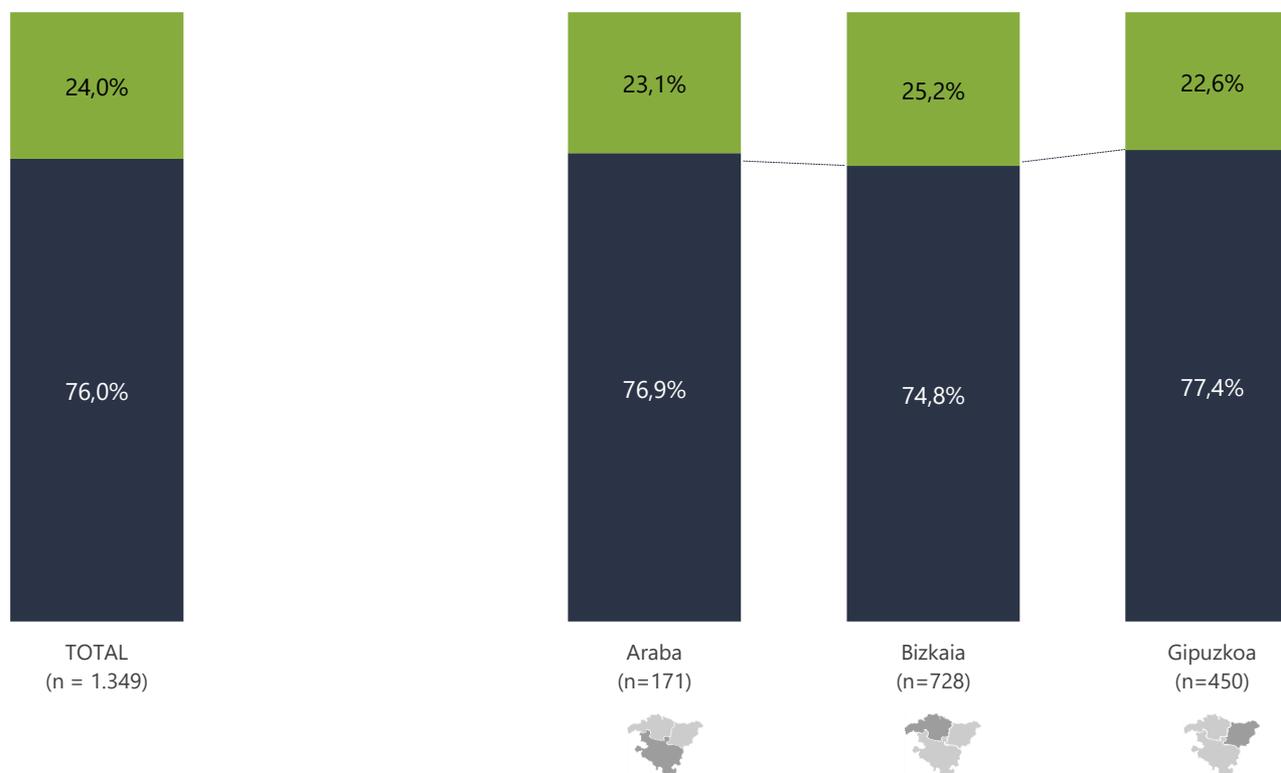



Tendencia promociones 2020 respecto a 2019

* 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?

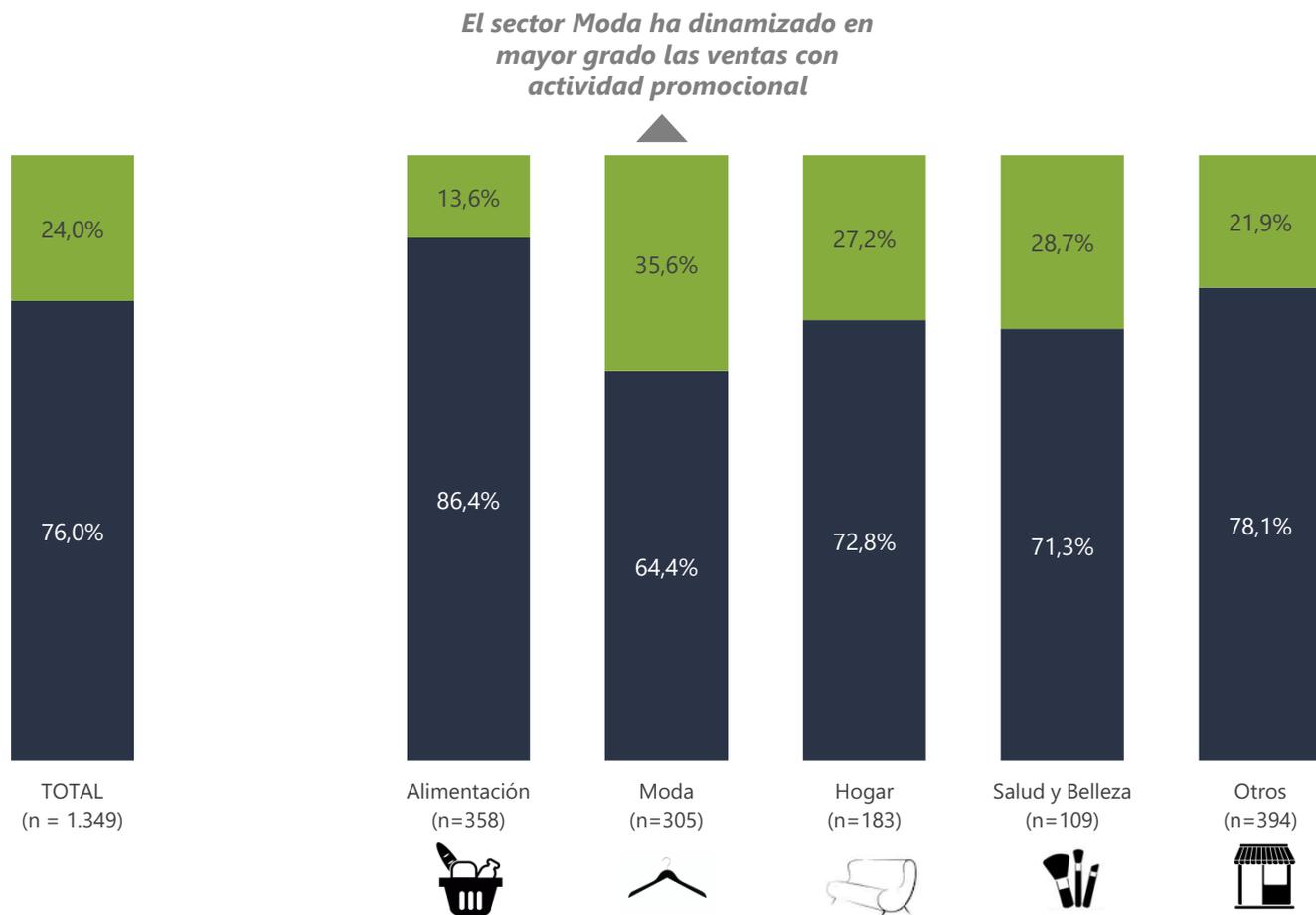
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* 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.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?

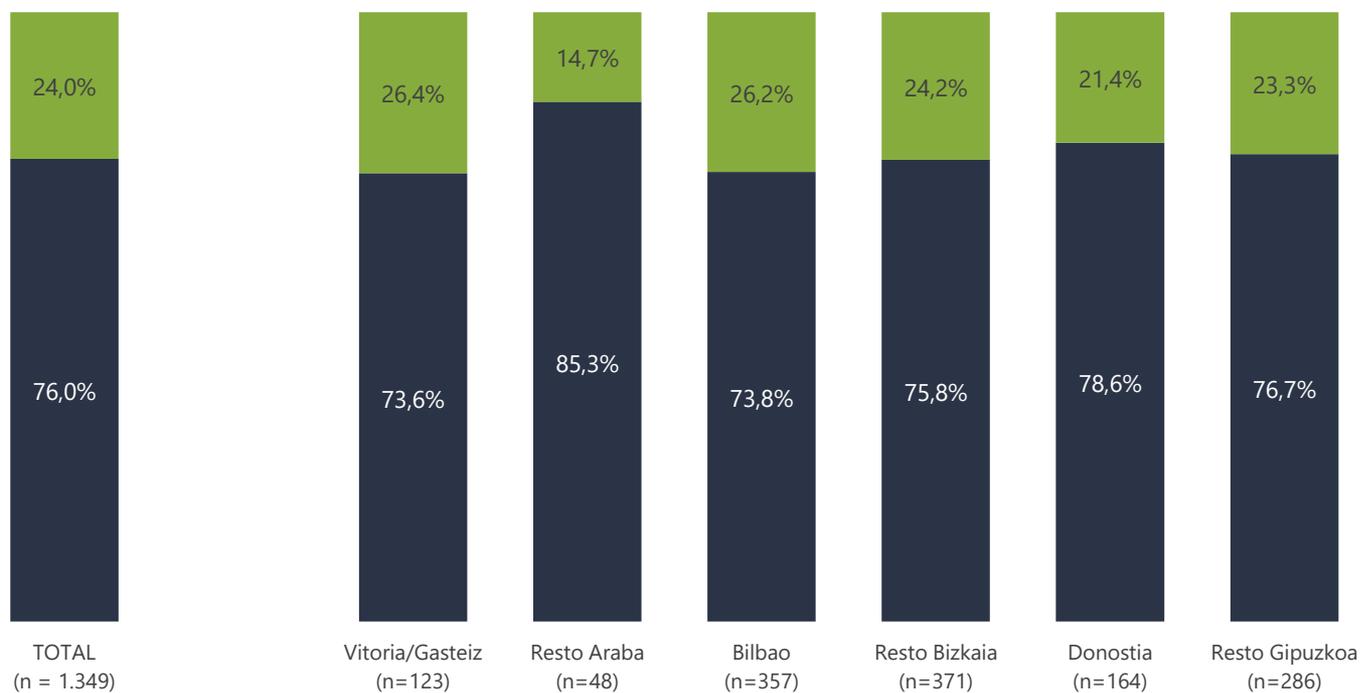
Base: Total de comercios minoristas entrevistados



* 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.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



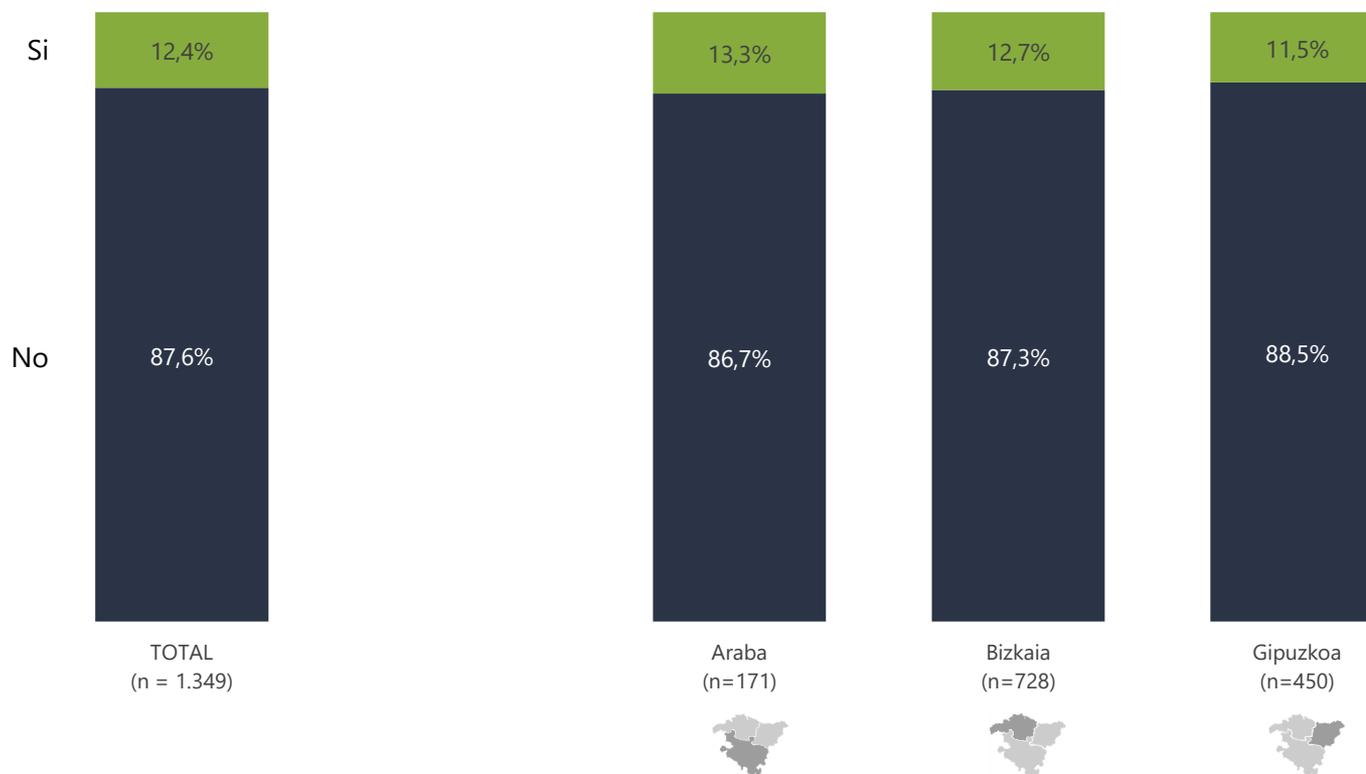
9.2. Incidencia del Black Friday

Desciende igualmente la tasa de participación del comercio vasco en el Black Friday, que en el año del confinamiento y la pandemia por la Covid-19 se sitúa en el 12,4%, 5,8 puntos porcentuales menos que en el Barómetro de 2019.

En el caso del sector de Moda, la incidencia ha sido del 26,3%, cuando el pasado año fue un 37,4%, marcando también un descenso significativo.

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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

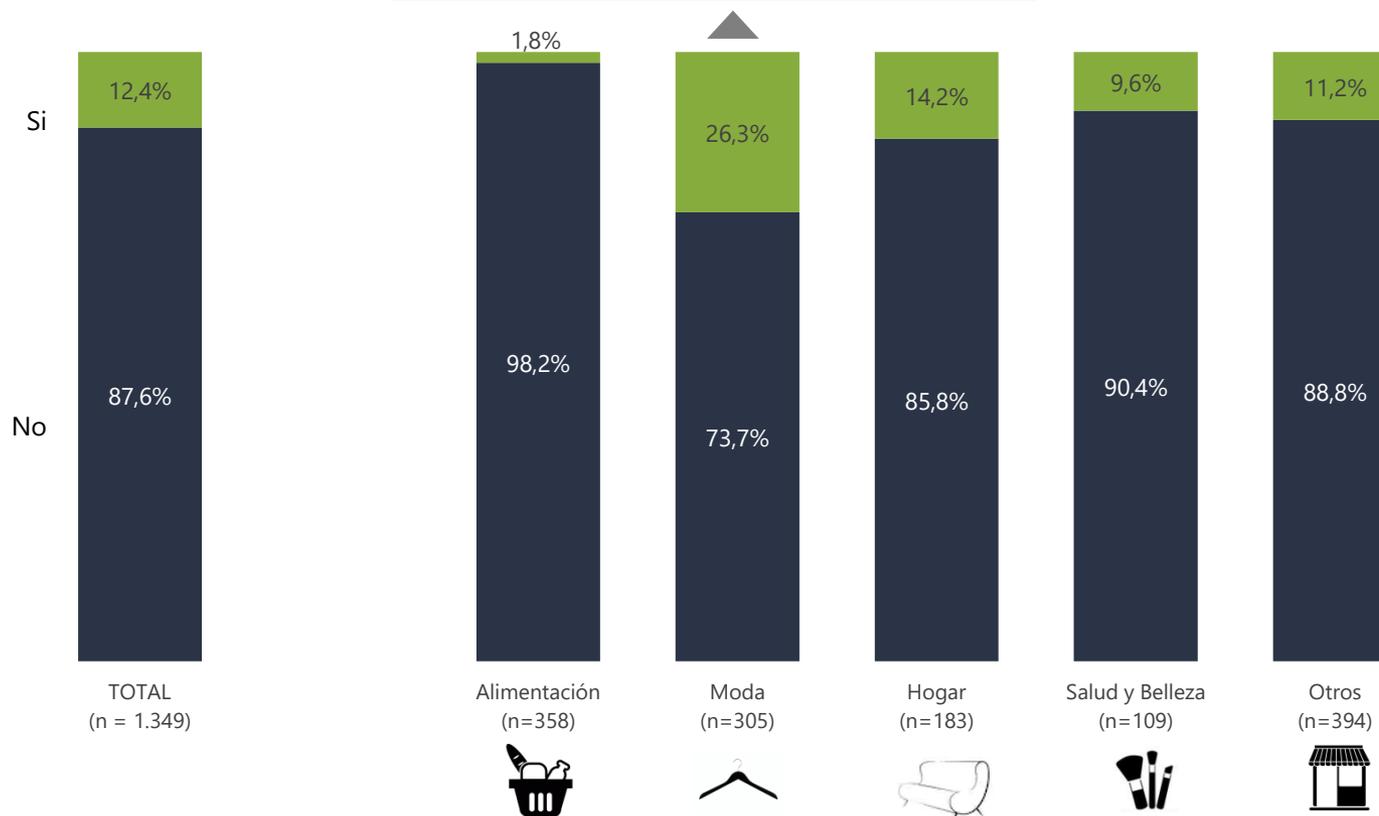


P.24D: ¿Ha realizado alguna oferta especial el pasado Black Friday?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

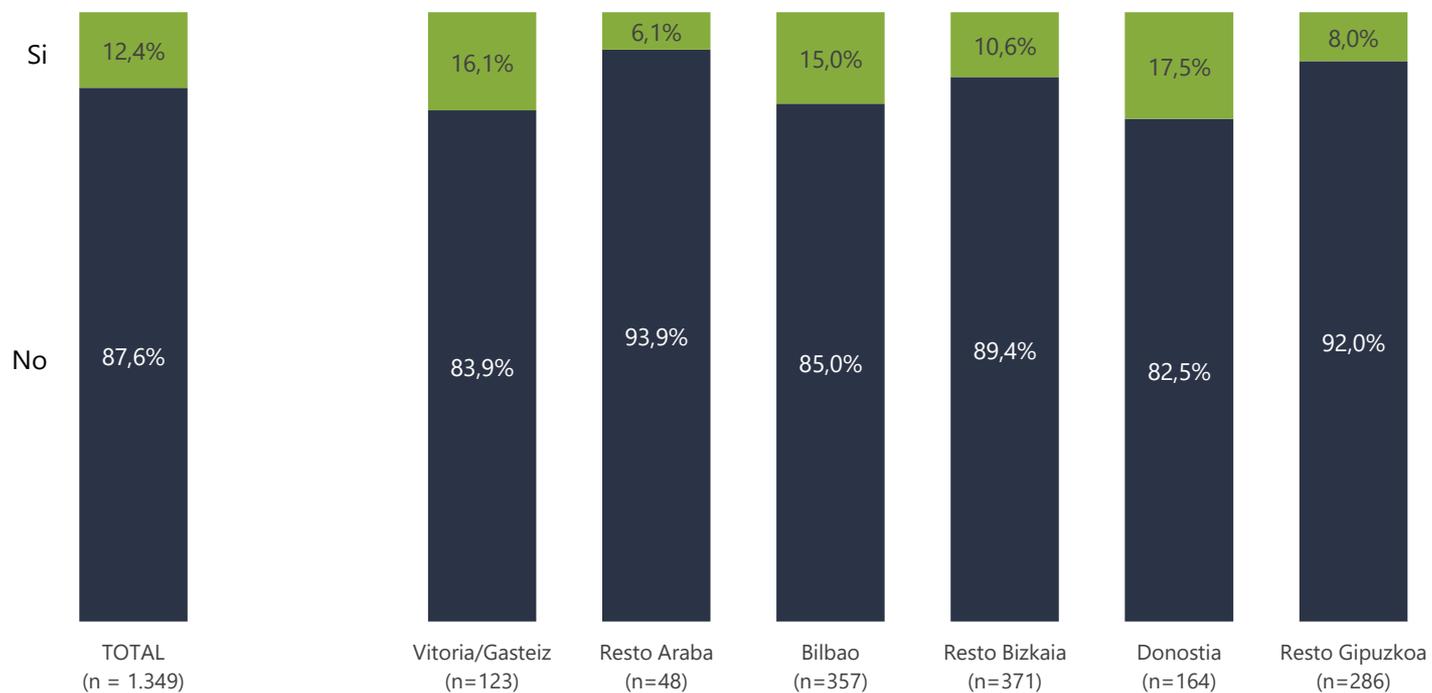


Incidencia en el sector Moda por territorio



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

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

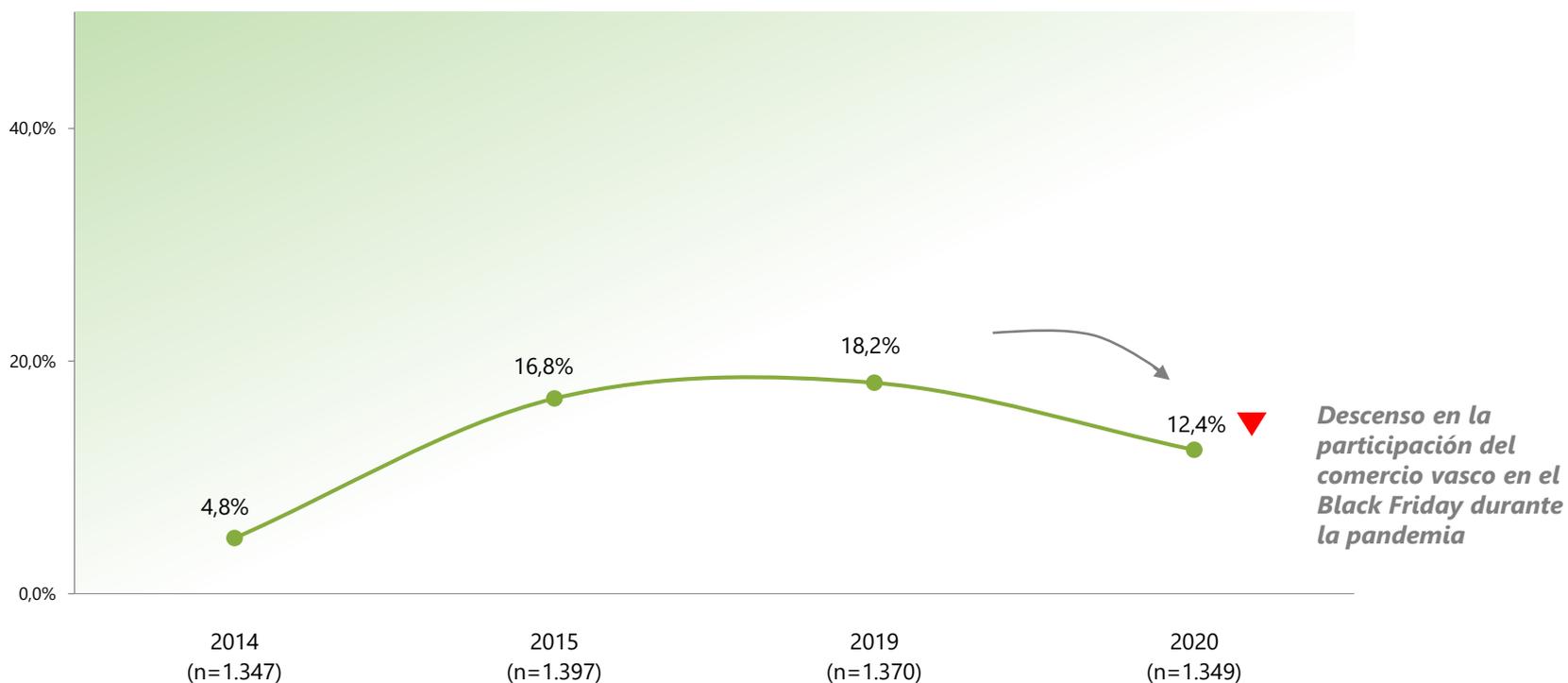


P.24D: Evolución de la incidencia del Black Friday en la CAV

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



Tasa de establecimientos que participan en el Black Friday



▼▲ Tendencia Black Friday 2020 respecto a 2019

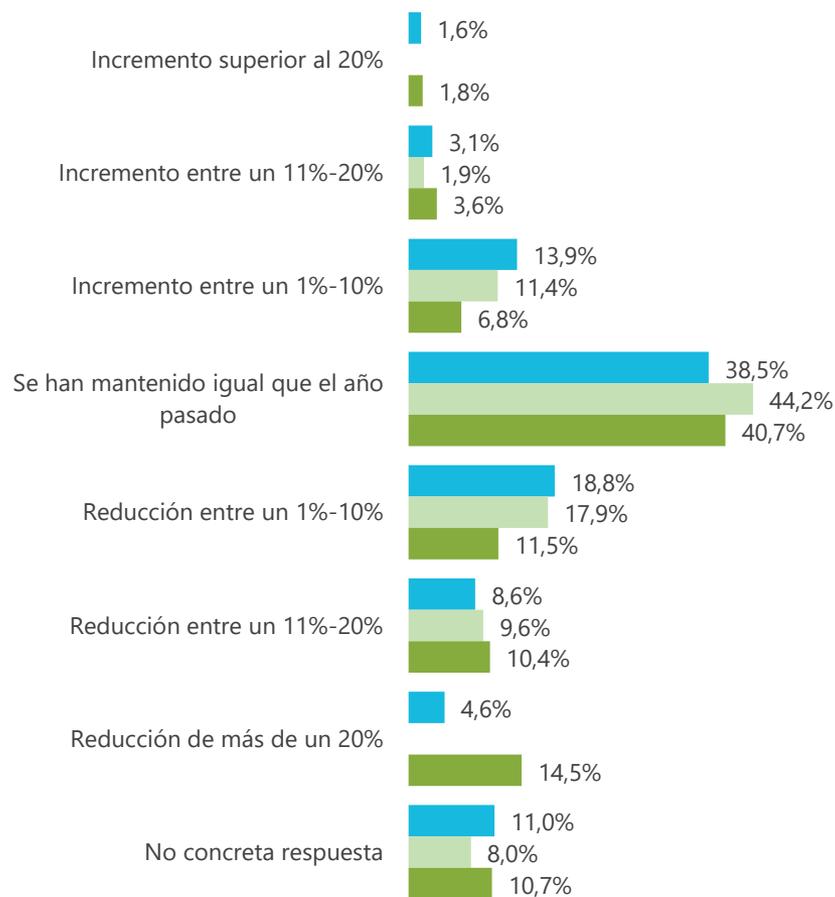
9.3. La campaña de Navidad

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%).

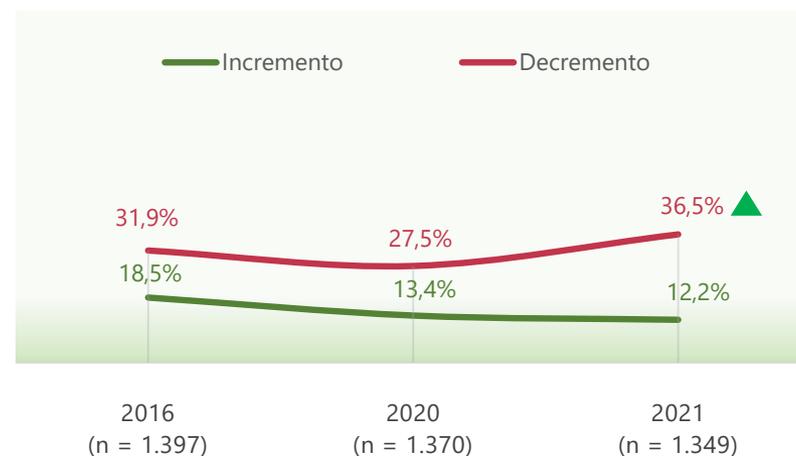
No obstante, un 36,5% vio como sus ventas en la campaña de navidad se reducían respecto a la navidad anterior, no siendo desdeñable el crecimiento de 9 puntos porcentuales de este colectivo.

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

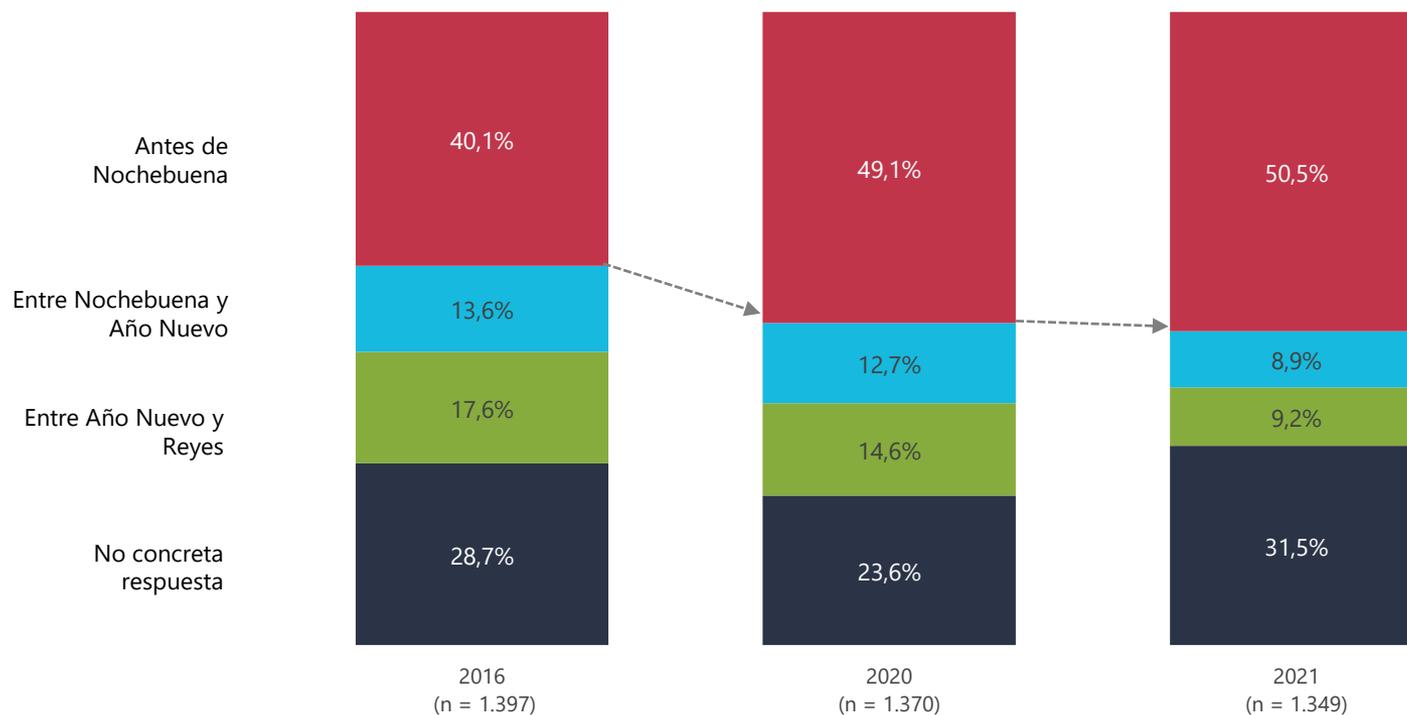


▲ ▼ Tendencia Campaña Navidad 20-21 respecto a Campaña Navidad 19-20

*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

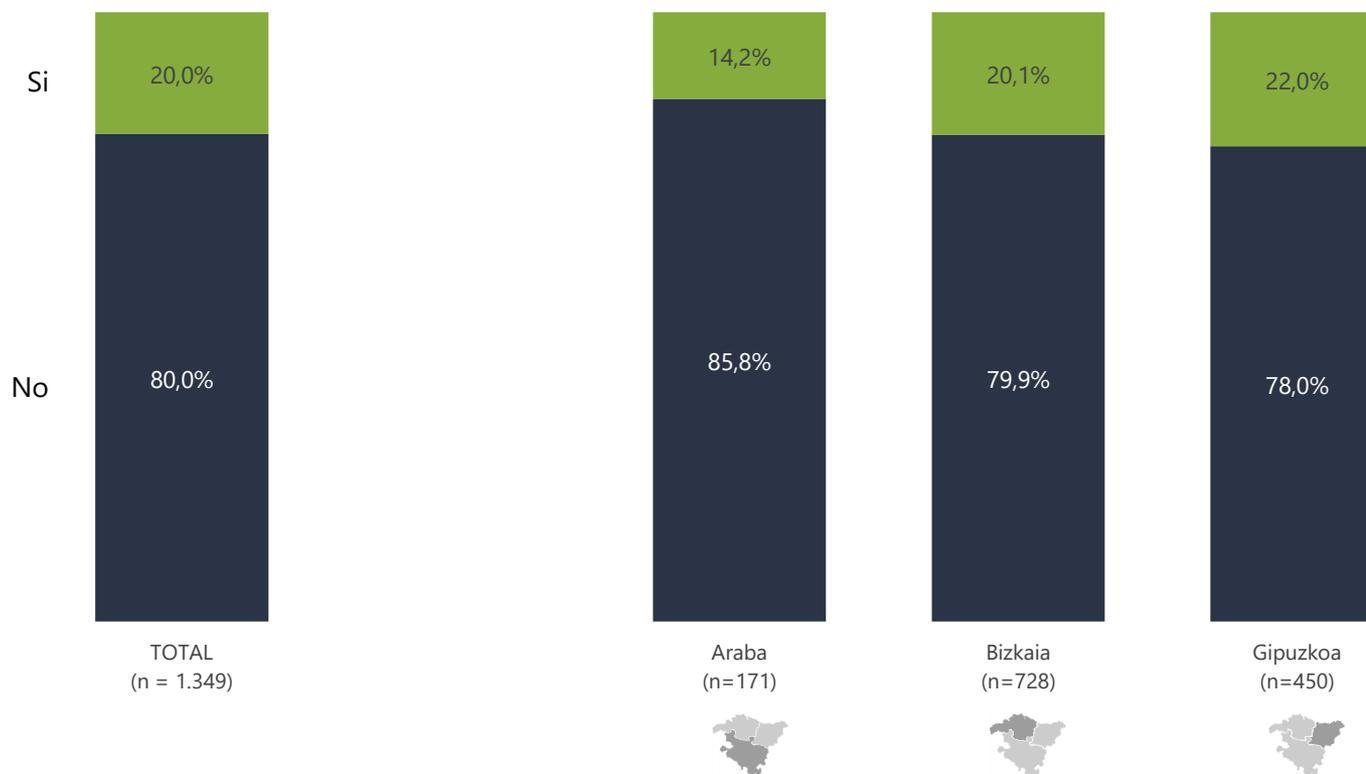
Dos de cada diez establecimientos vascos realiza campaña de rebajas de invierno, algo mayoritario en el sector de moda, calzado y complementos que alcanza al 64,9% del total de comercios.

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. En este sentido, el contexto de pandemia, el incremento de contagios a consecuencia de la recientemente pasada época de navidad, así como los cierres perimetrales municipales, han conformado una campaña de rebajas manifiestamente atípica y nada dinámica.

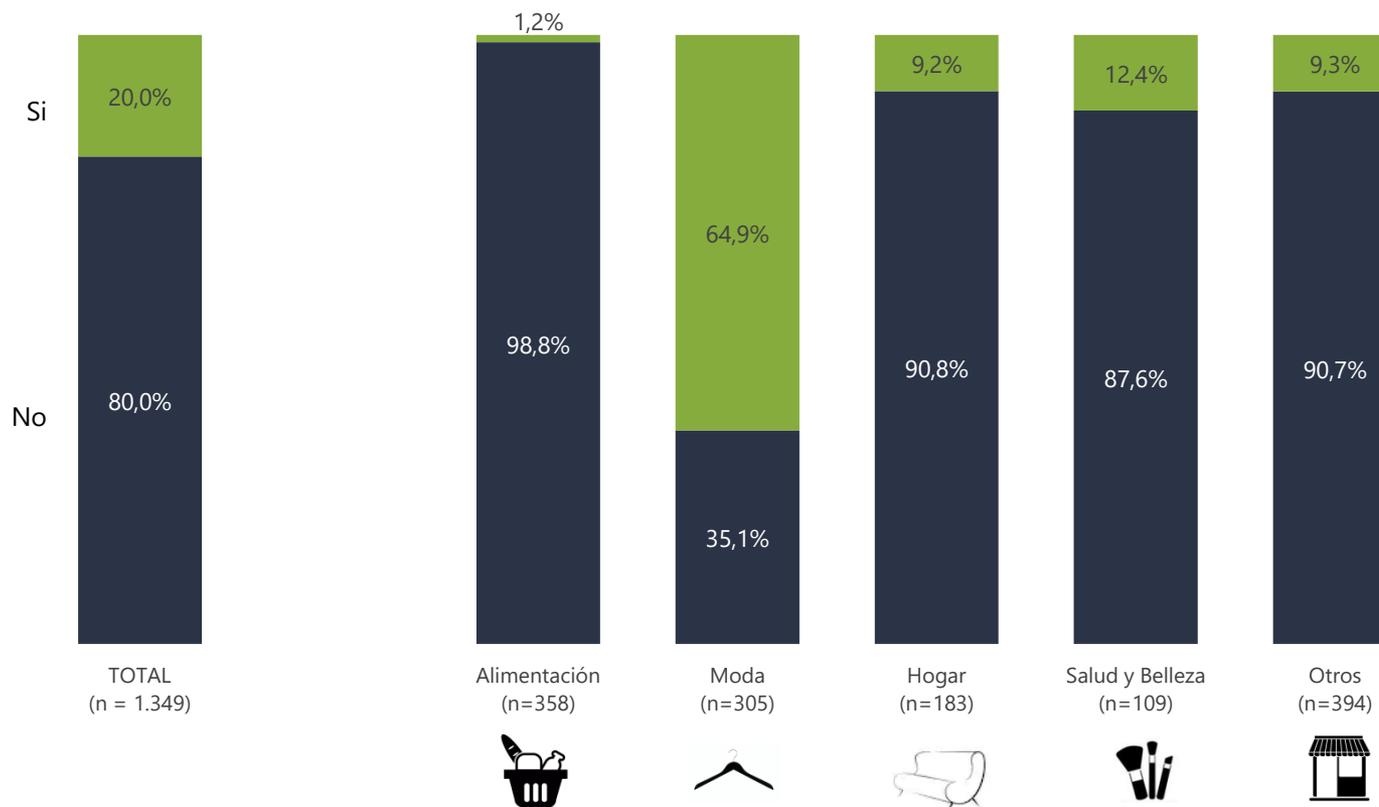
P.27: ¿Hace campaña de Rebajas invierno en su comercio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



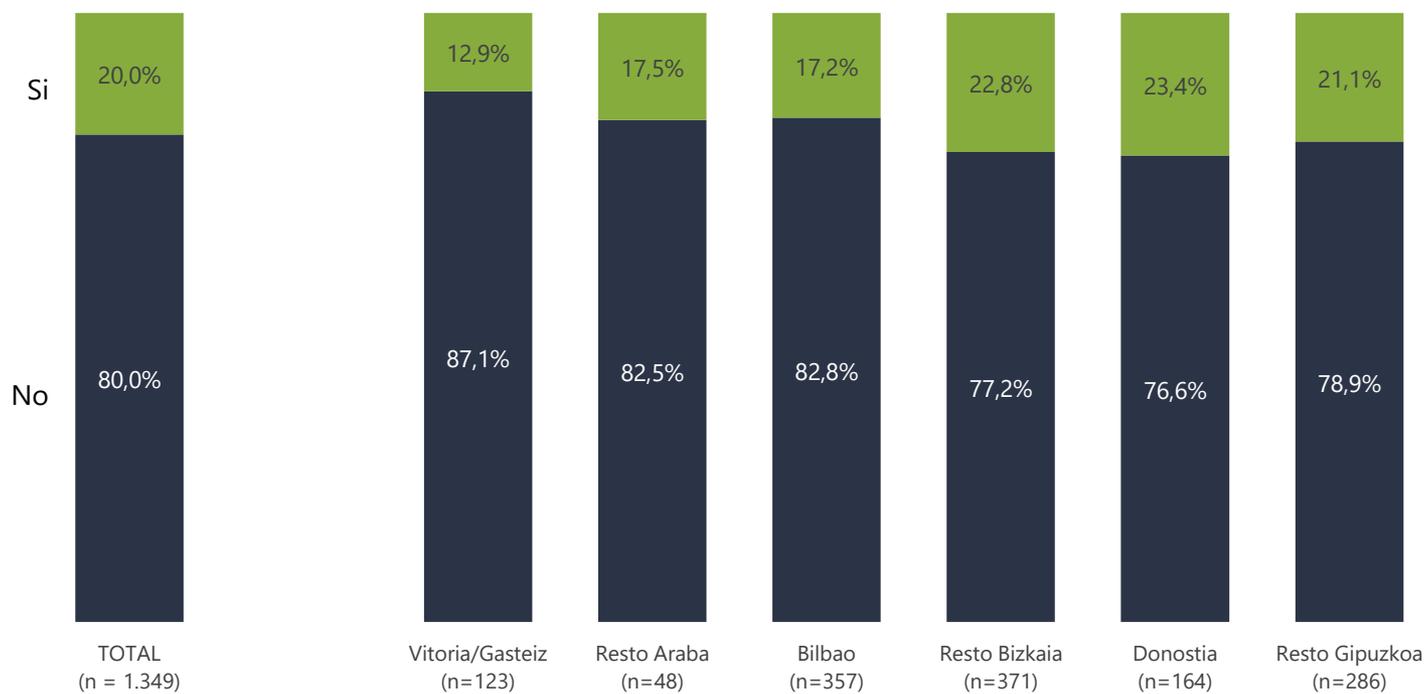
P.27: ¿Hace campaña de Rebajas invierno en su comercio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados



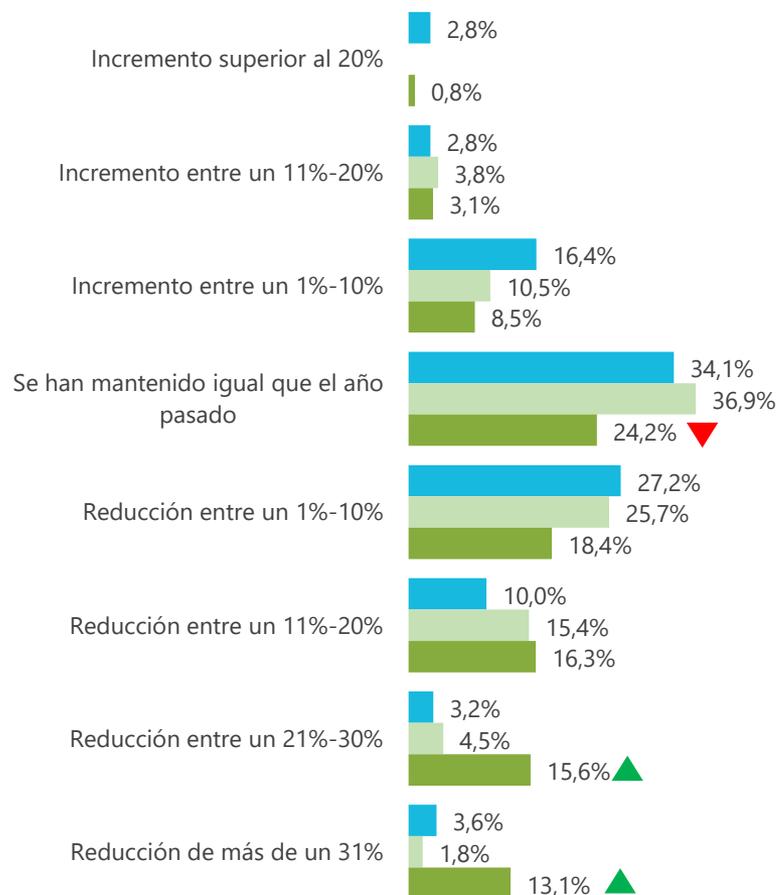
P.27: ¿Hace campaña de Rebajas invierno en su comercio?

Base: Total de comercios minoristas entrevistados

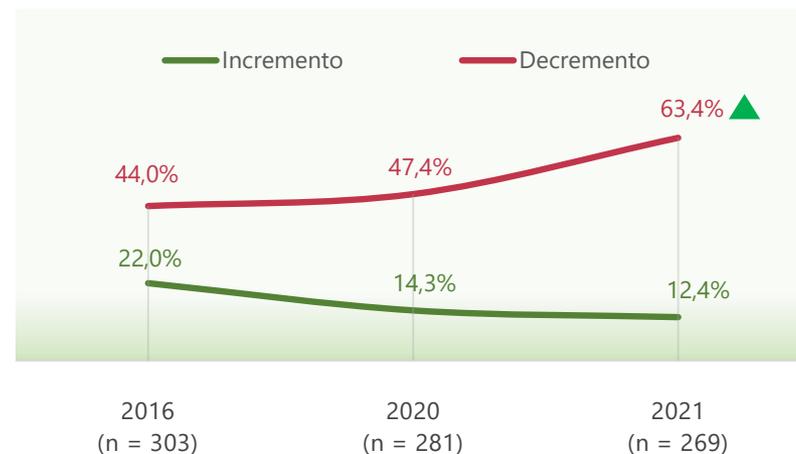


P.28: ¿Cómo han ido las ventas de la campaña de rebajas de invierno con relación al pasado año?

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



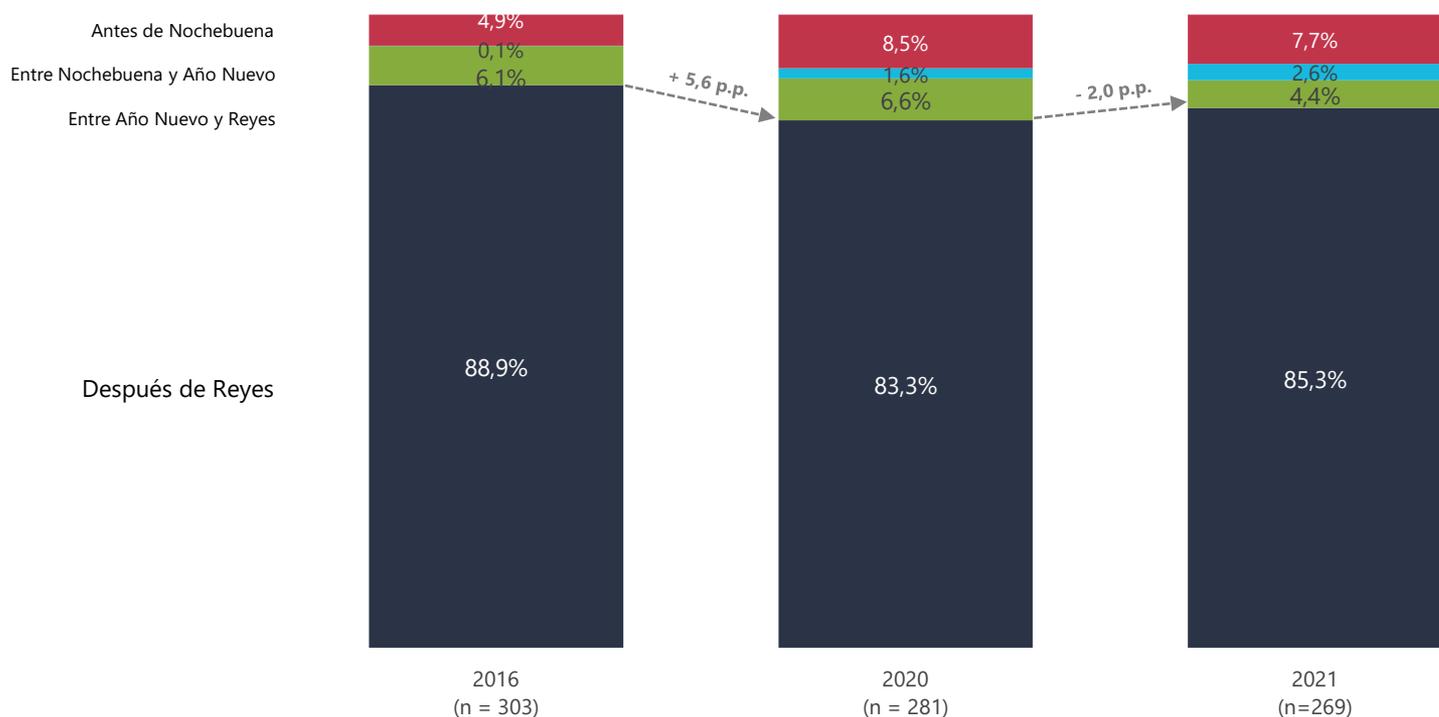
■ 2016 (n = 303)
■ 2020 (n = 281)
■ 2021 (n = 269)

▲ ▼ 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 ha 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 este año 2020.
- 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 mail, 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>