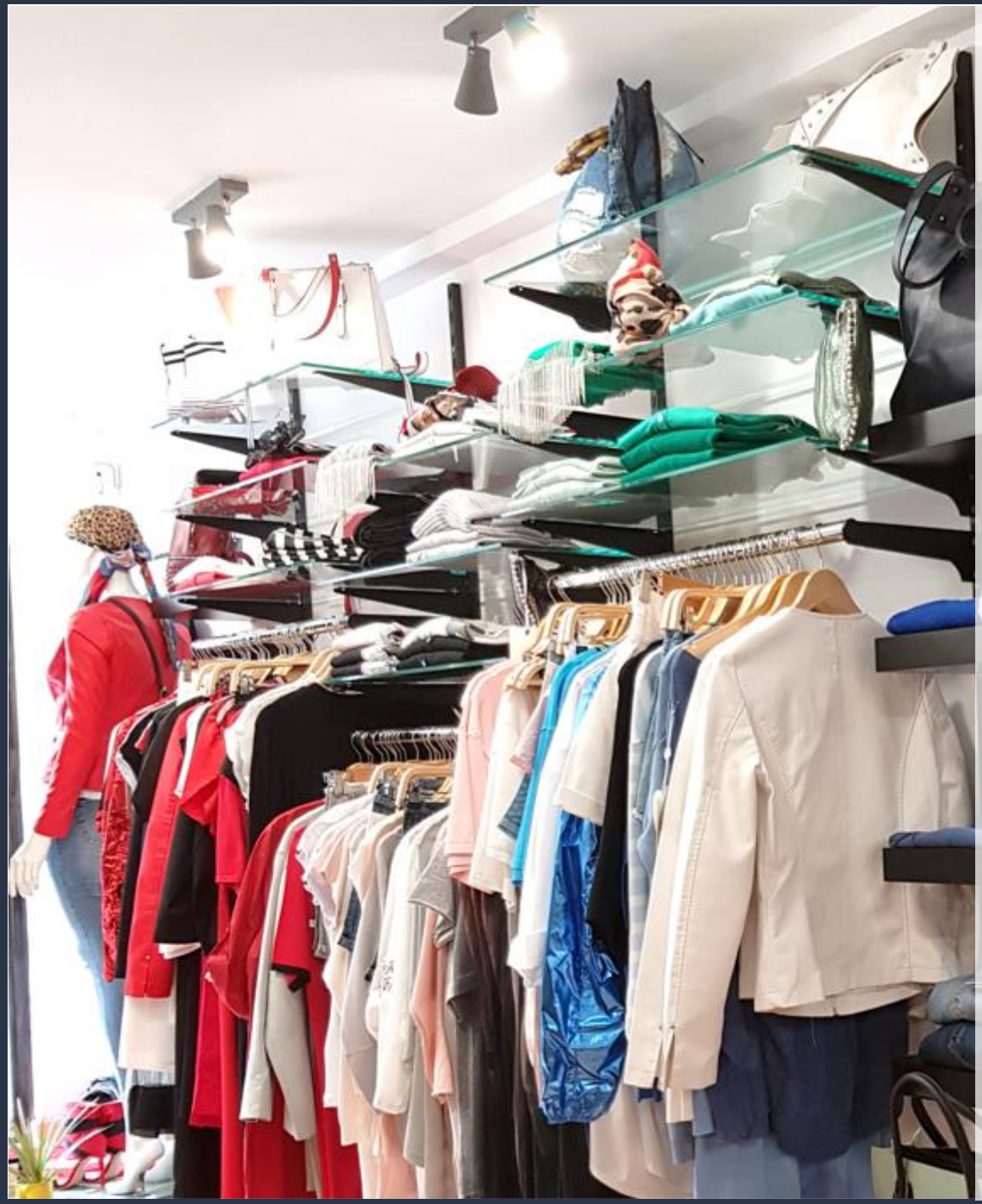


enfokamer

euskadiko merkataritzaren behatokia

observatorio del comercio de euskadi

Barómetro del Comercio Vasco 2021

Informe de resultados

Junio 2022

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. Cambios metodológicos y Ficha Técnica *8*

2. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO VASCO SEGÚN VARIABLES ESTRUCTURALES **14**

2.1. Antigüedad del comercio vasco *15*

2.2. Superficie del comercio vasco *24*

2.3. Tamaño de empleo en el comercio vasco *30*

2.4. Forma jurídica y régimen del comercio vasco *40*

3. EL EMPLEO EN EL SECTOR COMERCIAL VASCO **54**

3.1. Presencia de hombres y mujeres en el empleo del sector comercial vasco *55*

3.2. Antigüedad en el empleo del comercio vasco *59*

3.3. Nivel formativo del empleo en el comercio vasco *67*

3.4. Edad en el empleo del comercio vasco *73*

4. CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL ESTABLECIMIENTO **79**

5. HORARIOS Y AFLUENCIA AL COMERCIO VASCO **95**

5.1. Horarios comerciales *96*

5.2. La afluencia de clientes y visitantes según día de la semana *115*

5.3. El peso del turismo en el comercio vasco *124*

6. MEDIOS DE COBRO EN EL COMERCIO VASCO **128**

7. TECNOLOGÍAS EMPLEADAS POR EL COMERCIO VASCO Y SERVICIOS OFERTADOS **141**

7.1. Tecnologías empleadas en el comercio vasco y grado de adaptación al TicketBAI *142*

7.2. Conexión a internet *150*

7.3. Uso de programas de gestión *157*

7.4. Servicios adicionales del comercio vasco *165*

ÍNDICE

8. EL E-COMMERCE EN EL COMERCIO VASCO **171**

8.1. El comercio vasco con venta e-commerce *172*

8.2. Previsión de incorporar e-commerce en el comercio vasco *184*

9. EL ARRENDAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES EN EL COMERCIO VASCO **189**

9.1. El comercio vasco en régimen de alquiler *190*

9.2. La negociación del importe del alquiler *205*

10. INVERSIONES Y RENOVACIONES ACOMETIDAS POR EL COMERCIO VASCO **211**

10.1. Inversiones y renovaciones en el comercio *212*

10.2. Inversión y renovación en equipamiento tecnológico *219*

11. PERCEPCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LA AFLUENCIA, EL VOLUMEN DE NEGOCIO Y ACCESO A AYUDAS **225**

11.1. Percepción de la evolución de la afluencia *226*

11.2. Evolución del volumen de negocio del comercio vasco *233*

11.3. Acceso a ayudas dirigidas al sector comercial *240*

12. EL USO DEL EUSKERA EN EL COMERCIO VASCO **243**

13. INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL EN EL SECTOR COMERCIAL VASCO **251**

14. LA ACTIVIDAD PROMOCIONAL DEL COMERCIO VASCO Y BALANCE DE LAS CAMPAÑAS DE NAVIDAD Y REBAJAS **259**

14.1. La actividad promocional del comercio vasco *260*

14.2. La incidencia del Black Friday *267*

14.3. La Campaña de Navidad *274*

14.4. La Campaña de Rebajas invierno *281*

15. VALORES COMERCIALES **287**

15.1. Estilos de actividad comercial *288*

15.2. Valores atribuidos al consumidor *294*

16. CONSIDERACIONES FINALES **300**

1. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. Objetivos del Barómetro del comercio minorista vasco

Objetivos del Barómetro del comercio minorista vasco

La operación estadística oficial "Barómetro del comercio minorista vasco", llevada a cabo desde el Observatorio de comercio Enfoka-mer tiene como objetivo fundamental analizar, describir y monitorizar el sector comercial de la Comunidad Autónoma de Euskadi. Para ello, se han definido a lo largo de los años, una serie de indicadores estructurales que permitan desarrollar e implementar líneas de trabajo o de acción, en el desarrollo de políticas públicas encaminadas a la mejora de la competitividad del sector comercial.

En esta edición, se aborda el análisis del sector comercial vasco desde un planteamiento metodológico diferente al realizado anteriormente.

Los indicadores del Barómetro del Comercio Vasco en su edición 2022, se han centrado en:

- La caracterización del empleo en el sector comercial -número de personas empleadas, proporción de hombres y mujeres, antigüedad del personal, nivel de estudios finalizados, edad…- y perfil de la figura del responsable del establecimiento.
- Horarios de atención al público del comercio vasco.
- Tasa de establecimientos en régimen de alquiler e importe medio mensual.
- La incorporación del e-commerce en el sector comercial vasco.
- Medios de cobro admitidos por el comercio vasco y peso sobre el total de operaciones asignadas.
- Incidencia del turismo en el sector comercial vasco.

- Competencias en el uso del euskera en el comercio vasco.
- Tecnologías utilizadas, conectividad, grado de adaptación al TicketBAI y software de gestión
- Renovaciones y reformas acometidas por el comercio vasco en sus negocios y en sus dispositivos tecnológicos.
- Percepción del sector en torno a la evolución de la afluencia y las ventas
- Acceso a ayudas de la Administración Pública
- Participación del comercio vasco en acciones de sostenibilidad medioambiental
- Percepción del sector y balance sobre la campaña de Rebajas, Navidad y participación en promociones y ofertas
- Identificación de valores comerciales y estilos de gestión del sector comercial vasco.

1.2. Cambios metodológicos y Ficha Técnica

Cambios metodológicos en el Barómetro del comercio minorista vasco

La presente edición de la operación estadística oficial "Barómetro de comercio minorista vasco" se aborda desde un planteamiento metodológico diferente al realizado hasta la fecha.

Desde su inicio de andadura en 2010 el Barómetro del Comercio recababa sus datos a partir de un Panel de Comercios configurado según criterios territoriales –territorio histórico y comarca- y tamaño de empleo. Sin embargo, el nuevo planteamiento metodológico pone en valor la adecuada representatividad del sector comercial minorista acorde a su configuración actual.

Como consecuencia, se ha realizado la extracción de una muestra proporcional a la realidad del sector comercial, pudiendo contar con un perfil diferente de establecimientos con menor representatividad en el panel, compuesto en la actual edición, tanto por comercio independiente como por grandes operadores o cadenas de la distribución comercial. Aspecto que debe tenerse en cuenta para la lectura de los datos en la serie histórica del Barómetro, como punto de inflexión.

A continuación se detalla la ficha técnica del Barómetro del comercio minorista vasco.

Ficha Técnica

Técnica de investigación

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

Público objetivo

El universo objeto de estudio está compuesto por las empresas del sector comercio en la CAE pertenecientes a los CNAE's 47 del CNAE 2009 excluidas las siguientes categorías:

- 4730 venta al por menor de combustible
- 4781, 4782, 4789, 4799 Venta al por menor en puestos de venta ambulantes y mercadillos y cualquier otro formato fuera del establecimiento

El universo del Barómetro del comercio minorista vasco comprende los siguientes sectores de actividad comercial:

- Alimentación (4711, 4721, 4722, 4723, 4724, 4725, 4726, 4729)
- Moda (4771, 4772, 4777)
- Hogar (4743, 4751, 4752, 4753, 4754, 4759)
- Salud- Belleza (4773, 4774, 4775)
- Otras: resto de CNAE's

Ficha Técnica

Construcción de la muestra,

El marco de la muestra ha sido constituido por Eustat a través del directorio de actividades económicas dinámico, teniendo en cuenta las variables de estratificación por Territorio Histórico, Estrato de Empleo y Sector de Actividad Comercial.

La extracción de la muestra del DIRAE ha sido mediante la utilización del método CUBE que realiza un equilibrio por variables para representar a la población. El tamaño estimado por Eustat ha sido de 1.500 unidades, con una sobremuestra del 25%, acorde a la última tasa de reposición del panel.

Proceso de campo, muestra y error estadístico

De forma previa al inicio del trabajo de campo se envió una carta oficial informativa a los establecimientos seleccionados.

Finalmente se ha obtenido 1.215 entrevistas positivas a comercios vascos, lo que supone un margen de error de e=± 2,7% (para un nivel de confianza del 95,5%, 2 s respecto de μ siendo p=q=0,5).

Calendario

El trabajo de campo se realizó entre las fechas 23 de marzo y 11 de mayo de 2022

Ficha Técnica

Estructura del sector comercial vasco, muestra realizada y ponderada

A continuación se exponen los resultados del muestreo realizado y la muestra resultante una vez ponderada a la verdadera proporcionalidad del universo de estudio.

Estructura del sector comercial vasco según variables

		ARABA/ÁLAVA			BIZKAIA			GIPUZKOA			TOTAL
		Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	
ALIMENTACIÓN	**Resto**	174	42	9	2.074	526	193	1.406	505	127	5.056
	Capital	460	213	58	998	319	86	433	245	49	2.861
MODA	**Resto**	57	9	--	939	198	36	753	139	7	2.138
	Capital	298	115	15	593	266	31	343	209	21	1.891
HOGAR	**Resto**	55	13	1	945	175	17	642	116	10	1.974
	Capital	263	65	5	453	98	12	202	71	6	1.175
SALUD-BELLEZA	**Resto**	26	24	--	188	289	18	164	190	6	905
	Capital	46	93	10	107	169	16	75	91	15	622
RESTO	**Resto**	87	14	1	1.171	292	37	851	221	16	2.690
	Capital	349	131	21	633	188	31	378	134	20	1.885
TOTAL		1.815	719	120	8.101	2.520	477	5.247	1.921	277	21.197

Ficha Técnica

Muestra realizada según variables

		ARABA/ÁLAVA			BIZKAIA			GIPUZKOA			TOTAL
		Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	
ALIMENTACIÓN	Resto	13	8	3	57	46	34	46	61	29	297
	Capital	33	26	24	24	21	18	14	22	10	192
MODA	Resto	5	1	--	25	21	4	30	11	1	98
	Capital	17	16	4	16	16	6	15	13	6	109
HOGAR	Resto	4	1	1	37	15	1	23	12	4	98
	Capital	16	11	4	11	8	2	11	5	2	70
SALUD-BELLEZA	Resto	2	4	--	7	24	3	5	18	1	64
	Capital	4	15	4	3	12	3	4	10	1	56
RESTO	Resto	5	3	--	39	18	7	28	20	3	123
	Capital	18	24	6	16	14	3	11	13	3	108
TOTAL		117	109	46	235	195	81	187	185	60	1215

Muestra ponderada según variables

		ARABA/ÁLAVA			BIZKAIA			GIPUZKOA			TOTAL
		Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	Empleo 1-2	Empleo 3-9	Empleo >= 10	
ALIMENTACIÓN	Resto	10	2	1	119	30	11	81	29	7	290
	Capital	26	12	3	57	18	5	25	14	3	164
MODA	Resto	3	1	--	54	11	2	43	8	0	123
	Capital	17	7	1	34	15	2	20	12	1	108
HOGAR	Resto	3	1	0	54	10	1	37	7	1	113
	Capital	15	4	0	26	6	1	12	4	0	67
SALUD-BELLEZA	Resto	1	1	--	11	17	1	9	11	0	52
	Capital	3	5	1	6	10	1	4	5	1	36
RESTO	Resto	5	1	--	67	17	2	49	13	1	154
	Capital	20	8	1	36	11	2	22	8	1	108
TOTAL		104	41	7	464	144	27	301	110	16	1215

2. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO VASCO SEGÚN VARIABLES ESTRUCTURALES

2.1. Antigüedad del comercio vasco

Antigüedad del comercio vasco

El comercio vasco es un sector experimentado ya que su antigüedad media, contabilizada desde el año de apertura, se cifra para el conjunto en los 24 años. Más en concreto, casi uno de cada dos, el 47,2% de los establecimientos, cuenta con una andadura profesional superior a los 20 años. Por otro lado, el 38,2% se situaría en el intervalo de antigüedad media, entre 6 y 20 años de trayectoria.

La tasa de comercios de reciente creación, en los últimos 5 años, alcanzaría al 14,6% del total. Si tenemos en cuenta la renovación del sector desde el inicio de la pandemia por la Covid-19 en el 2020, encontramos que el 6,5% del sector ha arrancado su actividad desde el comienzo de la crisis sanitaria.

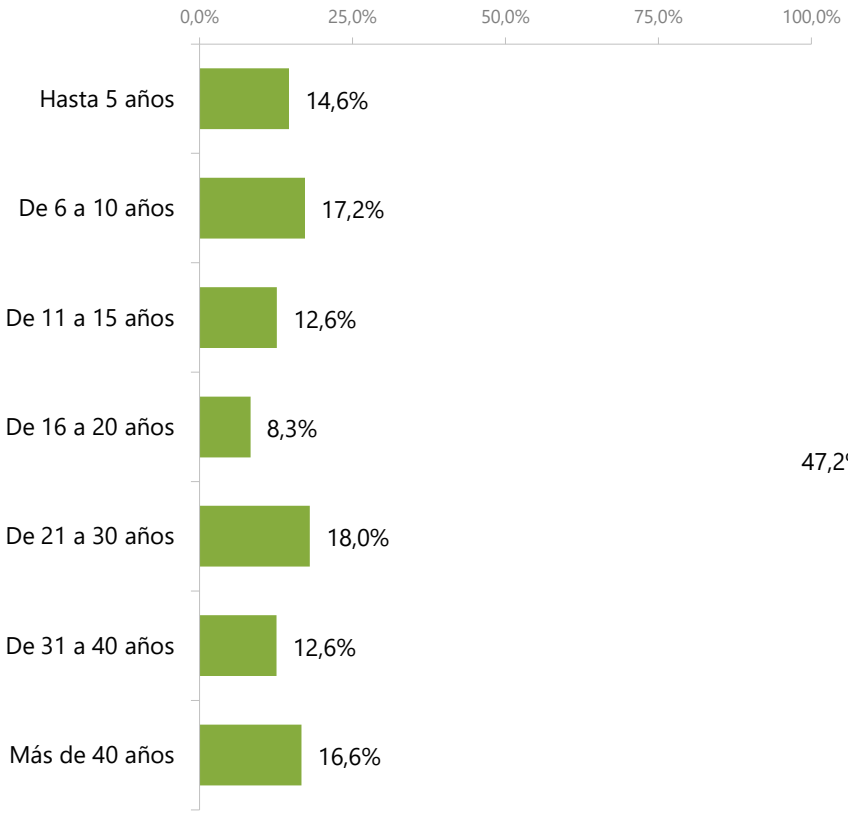
De todos los sectores de actividad, la antigüedad media es más elevada en el caso de los comercios de venta de artículos de Hogar con 30 años de media de trayectoria, sector también en el que menor presencia de comercios de reciente creación se ha recogido. En sentido contrario, es el grupo de Otras actividades el que tiene una antigüedad menor de media; 20 años. También es destacable la tasa de renovación del comercio de Moda, en el que un 19,3% de los establecimientos tiene una antigüedad menor de 5 años.

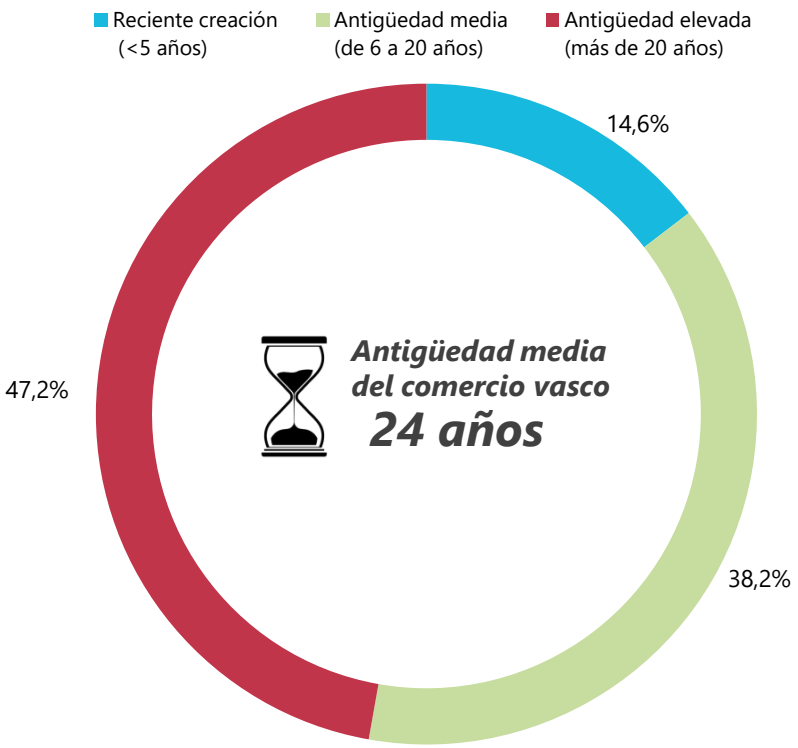
En cuanto a los territorios históricos, los datos no revelan grandes diferencias entre los tres, pero si al poner el foco en su localización. Así, en el caso de Araba / Álava por ejemplo, la antigüedad media del sector en la capital alcanza los 23 años de media, sin embargo se eleva a los 28 en el resto del territorio. En Bizkaia y Gipuzkoa sucede lo contrario, encontrando una trayectoria más consolidada en el caso de las capitales frente al resto de municipios.

La comparativa con la serie histórica del Barómetro del comercio muestra grandes desviaciones a consecuencia del cambio metodológico implementado, pasando de un panel de establecimientos, que ha podido ir envejeciendo, a un muestreo aleatorio que accede a otro perfil comercial más ajustado a la realidad.

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

Base: Total de comercios



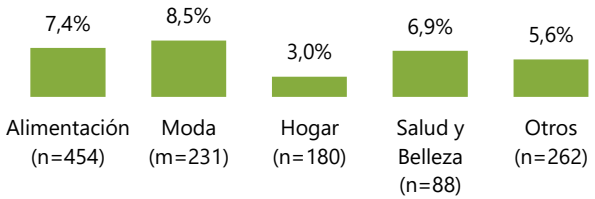


P.30: Tasa de renovación del comercio vasco desde el inicio de la pandemia, año 2020

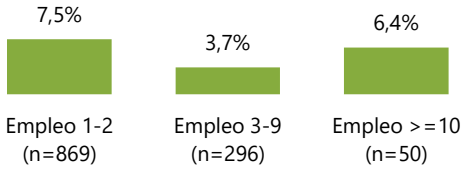
Base: Total de comercios

Tasa de nuevos comercios creados a partir de la pandemia 6,5%

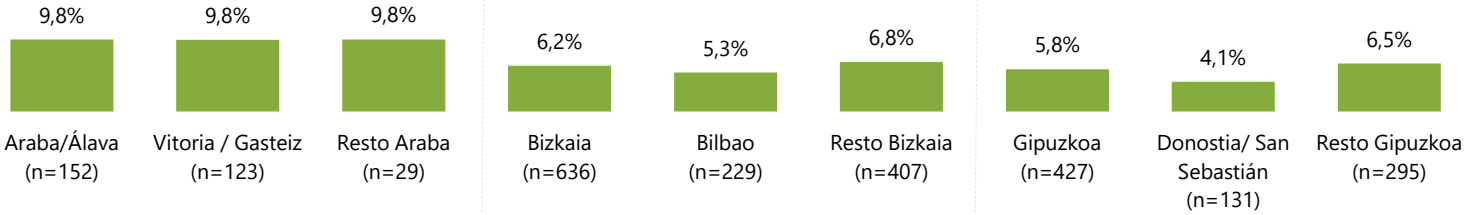
Tasa de renovación desde inicio de la pandemia por sector



Tasa de renovación desde inicio de la pandemia por tamaño empleo

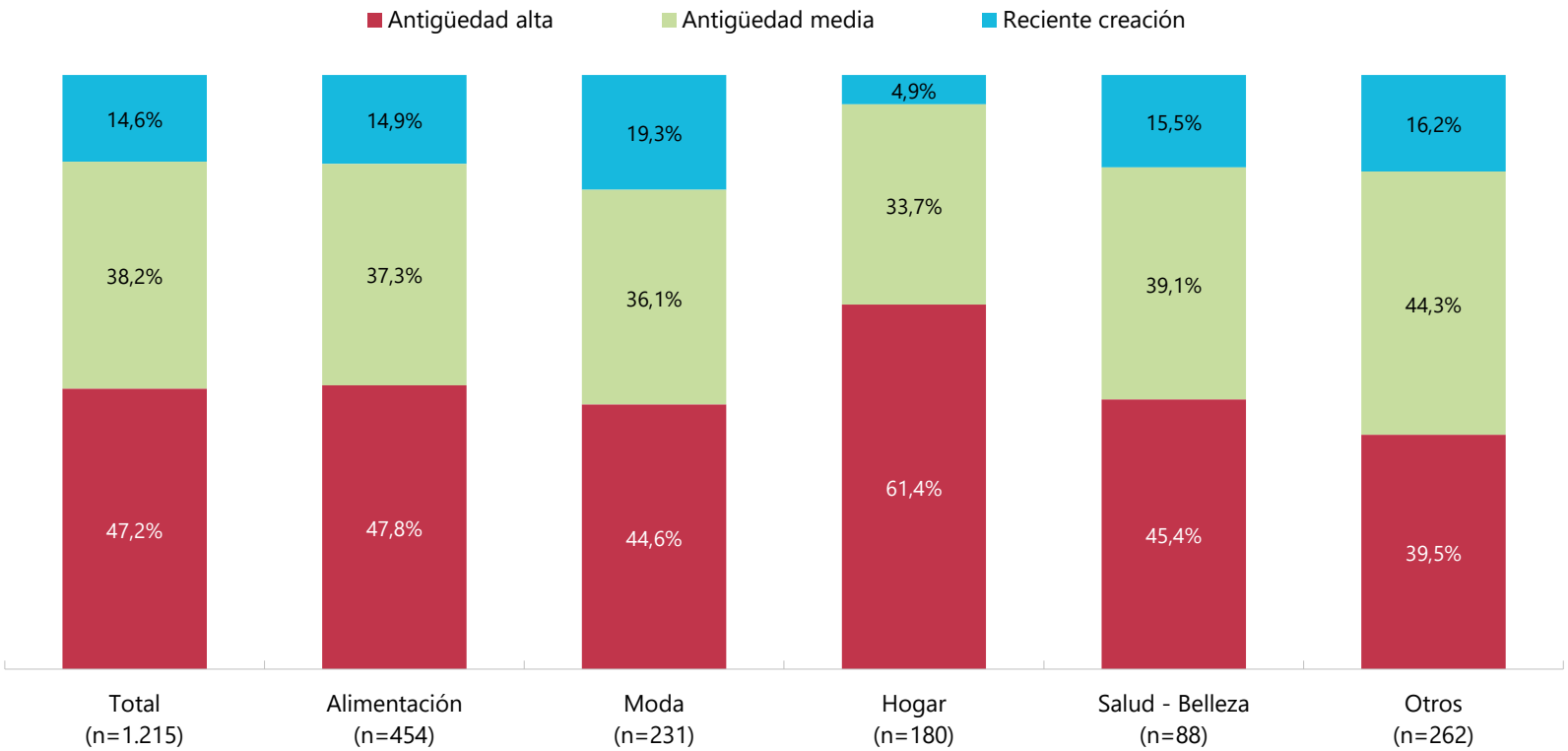


Tasa de renovación desde inicio de la pandemia por territorio histórico y capitalidad/resto del territorio



P.30: Antigüedad media del comercio vasco por sector de actividad

Base: Total de comercios

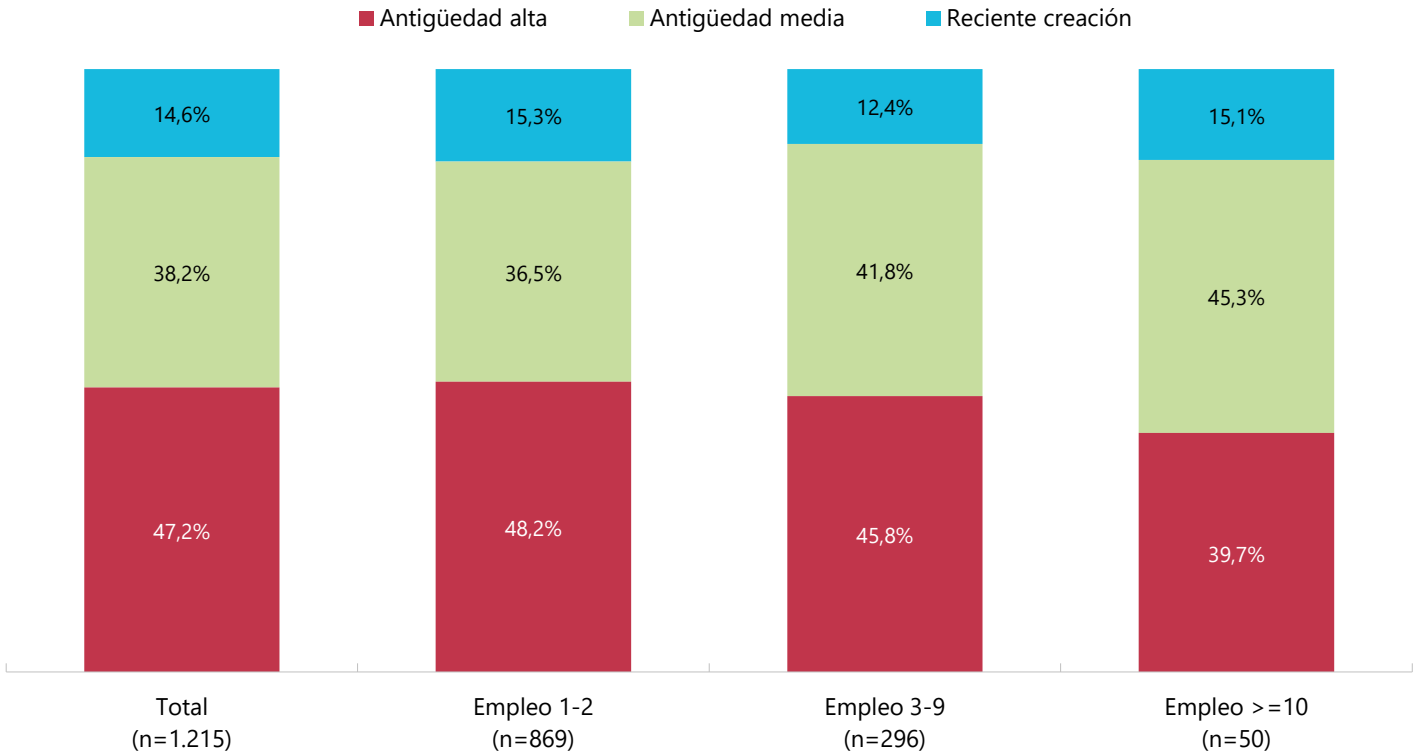


	Total (n=1.215)	Alimentación (n=454)	Moda (n=231)	Hogar (n=180)	Salud - Belleza (n=88)	Otros (n=262)
Antigüedad media ***(años)***	***24***	***24***	***23***	***30*** ↗	***26***	***20*** ↘

↗ / ↘ *Valores destacados respeto a la media del conjunto*

P.30: Antigüedad media del comercio vasco por sector tamaño de empleo

Base: Total de comercios

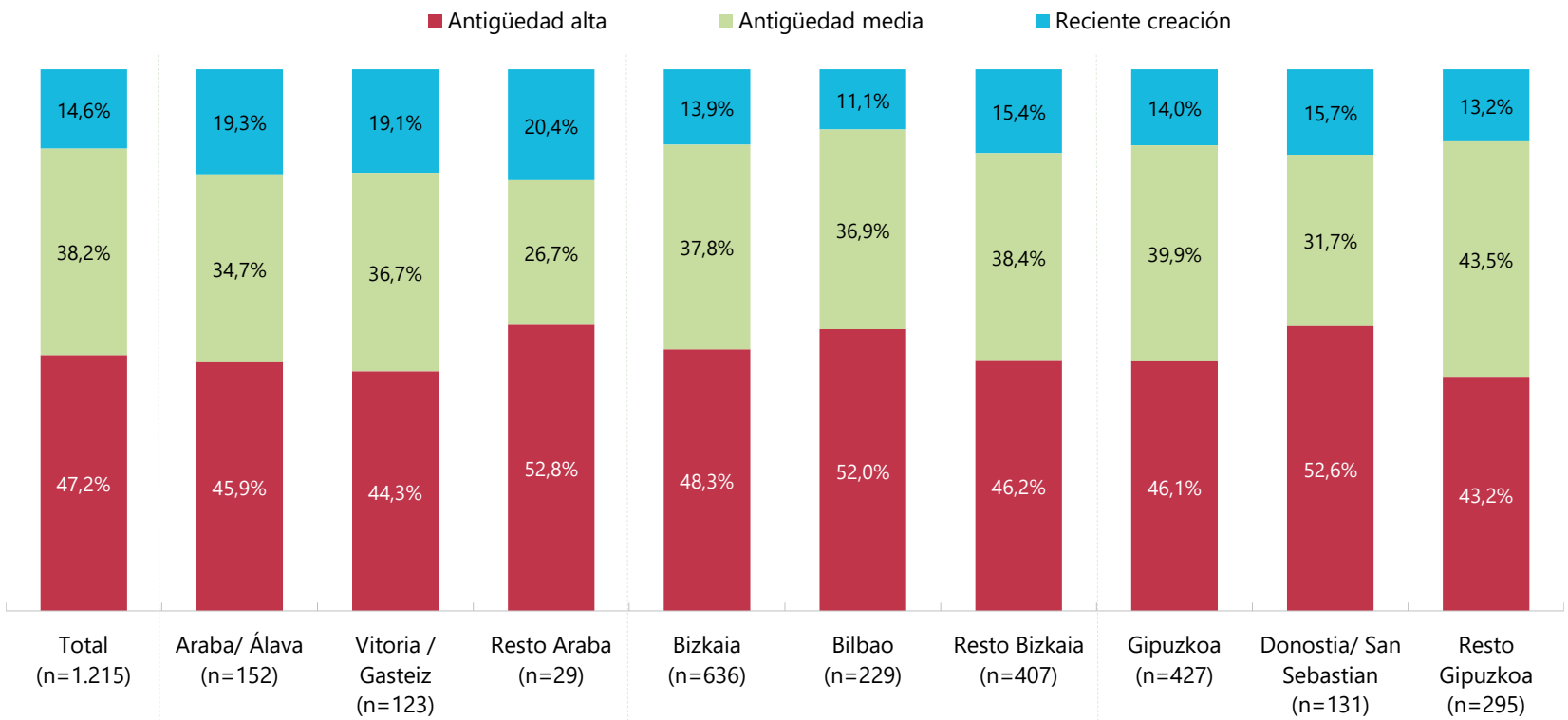


	Total (n=1.215)	Empleo 1-2 (n=869)	Empleo 3-9 (n=296)	Empleo >=10 (n=50)
Antigüedad media (años)	***24***	***24***	***25*** ↗	***22*** ↘

↗ / ↘ *Valores destacados respeto a la media del conjunto*

P.30: Antigüedad media del comercio vasco por territorio histórico

Base: Total de comercios

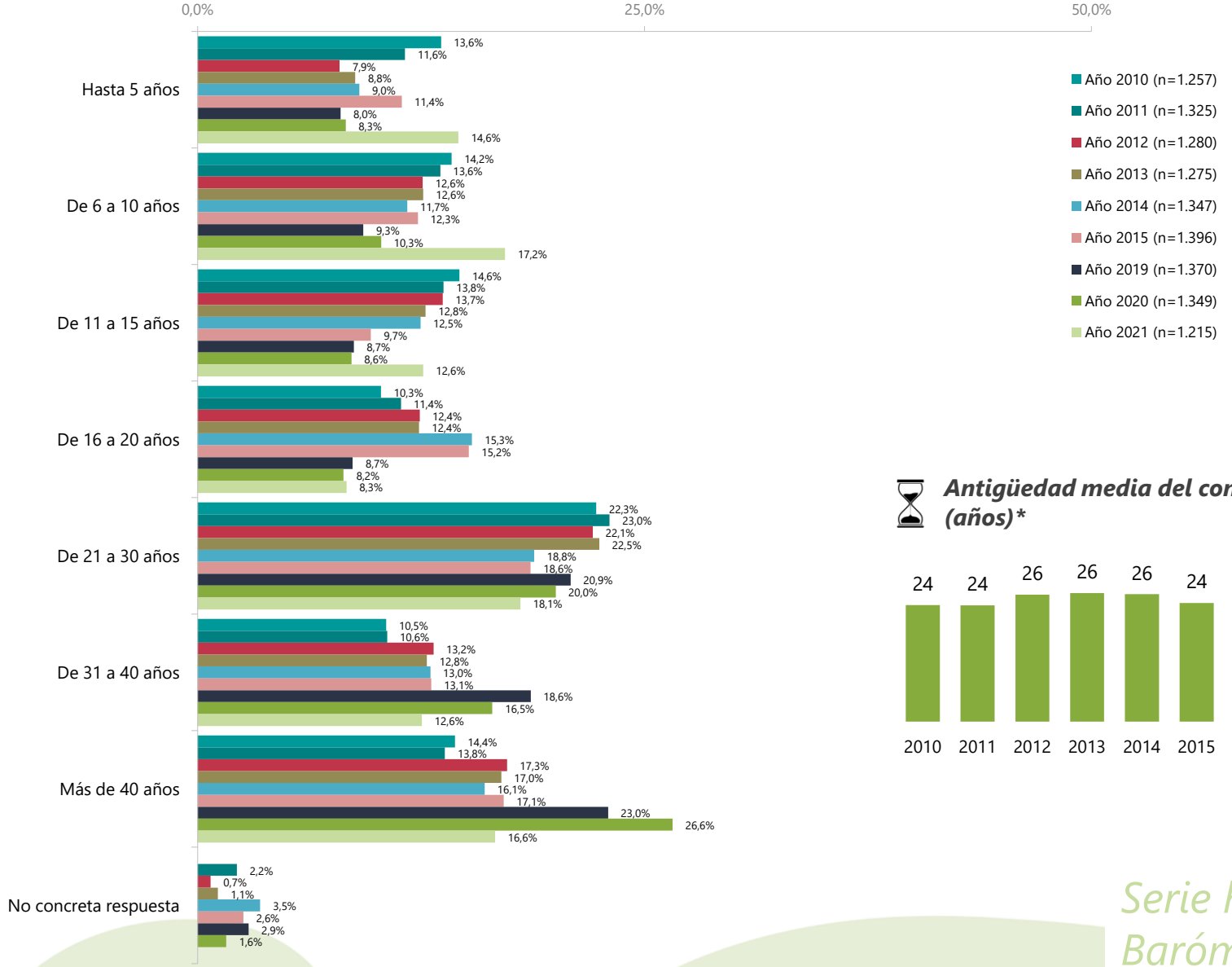


	Total (n=1.215)	Araba/ Álava (n=152)	Vitoria / Gasteiz (n=123)	Resto Araba (n=29)	Bizkaia (n=636)	Bilbao (n=229)	Resto Bizkaia (n=407)	Gipuzkoa (n=427)	Donostia/ San Sebastian (n=131)	Resto Gipuzkoa (n=295)
Antigüedad media (años)	***24***	***24***	***23*** ↘	***28*** ↗	***24***	***25***	***23*** ↘	***24***	***26*** ↗	***24***

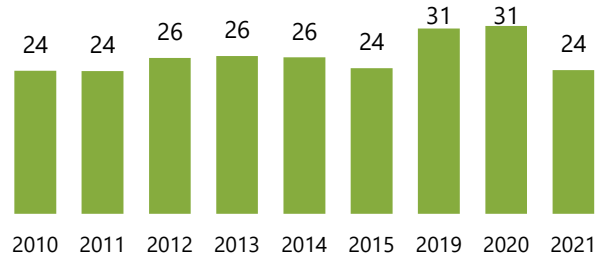
↗ / ↘ *Valores destacados respeto a la media del conjunto*

*P.30: Evolución de la antigüedad del comercio vasco**

Base: Total de comercios



*Antigüedad media del comercio vasco (años)**



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

2.2. Superficie del comercio vasco

Superficie del comercio vasco

En lo que respecta a la sala de venta o superficie media disponible de atención al público, el comercio vasco cuenta de media con 126 m^2. De todos, el valor más recurrente* en el comercio vasco son 50 m^2, ya que el 52,3% de los establecimientos dispone de una sala de venta inferior a dicho espacio.

El sector de actividad del comercio deja entrever diferencias a tener en cuenta. Así, el comercio de Otras actividades, grupo heterogéneo, cuenta con una superficie media más elevada, de 180 m^2. Le sigue el comercio de venta de artículos para el Hogar, con 130 m^2 disponibles.

También en Alimentación la media del sector es elevada, 125 m^2, si bien el resultado está influenciado por la mayor disposición de espacio del comercio de alimentación no especializado, es decir, el comercio mixto por secciones –hipermercados, supermercados, autoservicios…-, cuya superficie media se cifra en 741 m^2, frente al comercio de alimentación especializado que cuenta con 47 m^2 de superficie media.

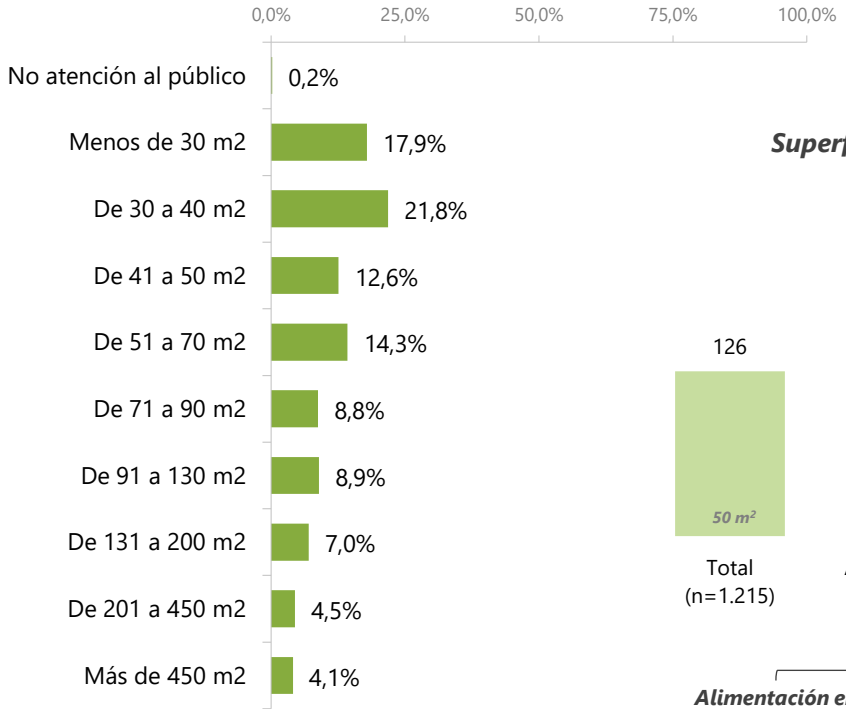
Por otro lado, la superficie disponible de atención al público es menor en el caso de los comercios de Salud y Belleza con 70 m^2 de media y los de Moda, con 86 m^2.

Se confirma que a mayor tamaño de empleo, mayor es la superficie media disponible. Por territorios históricos, la configuración de la muestra ha permitido ver una mayor superficie de atención al público disponible en el comercio de Bizkaia, fundamentalmente por algunos grandes operadores radicados en Bilbao, la capital.

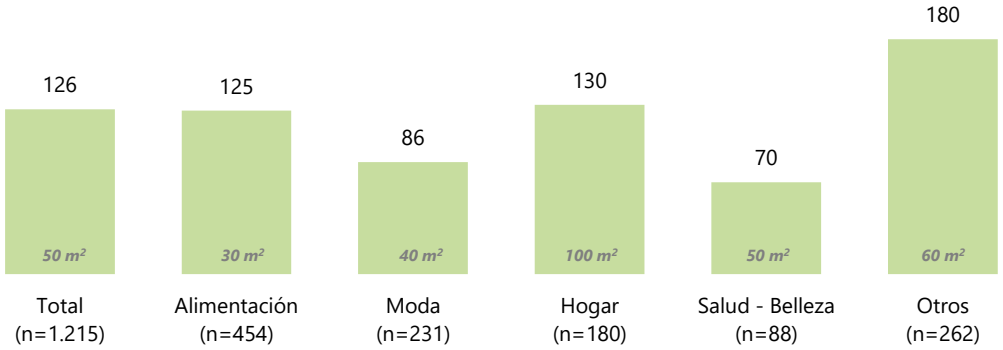
** Moda: estadístico que señala el valor más frecuente en una distribución de datos*

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

Base: Total de comercios



Superficie media de sala de venta según sector de actividad (m²)



Alimentación en establecimientos no especializados
n=51
741 m2

Alimentación en establecimientos especializados
n=403
47 m2

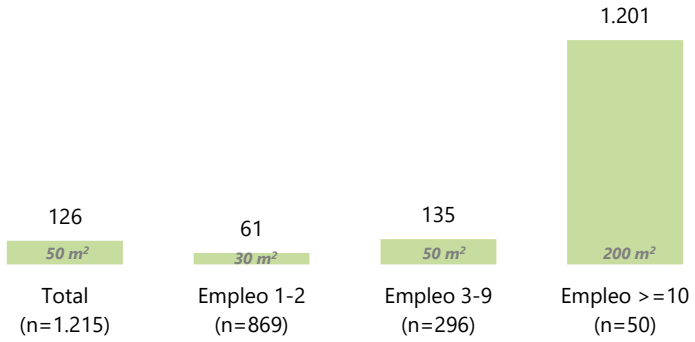
Superficie media de sala de venta
126 m²

** Entre paréntesis se muestra la Moda, estadístico que señala el valor más frecuente en una distribución de datos*

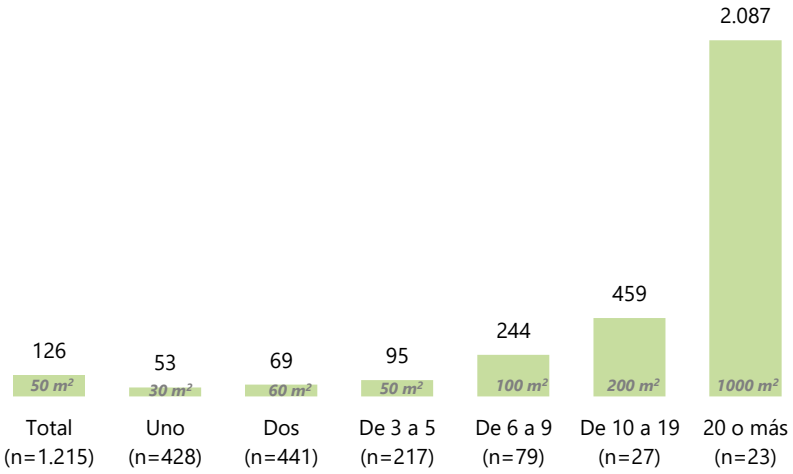
D.4.: Superficie media del comercio vasco dedicada a atención al público

Base: Total de comercios

Superficie media de sala de venta según Tamaño de empleo (m²)



Superficie media de sala de venta según Tamaño de empleo desglosado (m²)



Superficie media de sala de venta

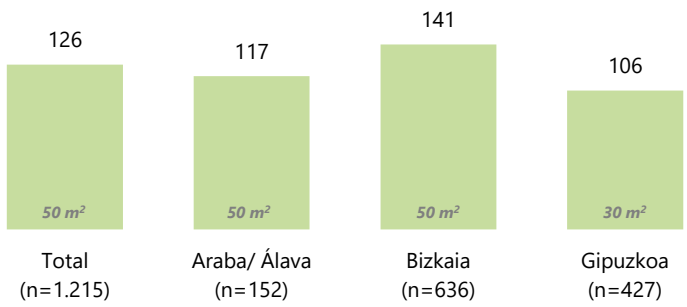
126 m²

** Entre paréntesis se muestra la Moda, estadístico que señala el valor más frecuente en una distribución de datos*

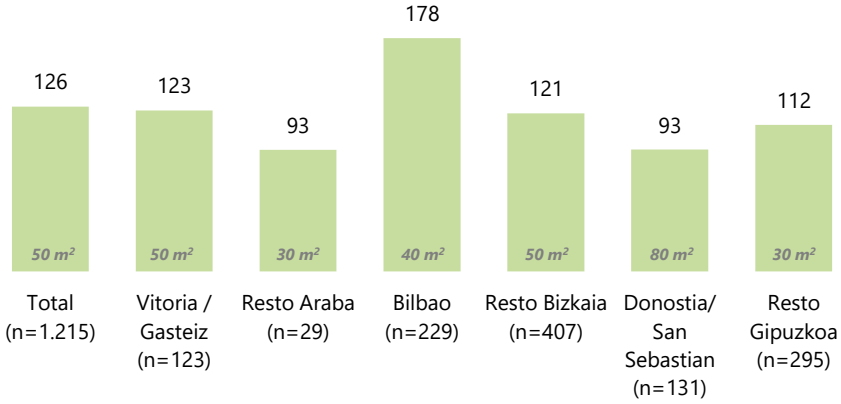
D.4.: Superficie media del comercio vasco dedicada a atención al público

Base: Total de comercios

Superficie media de sala de venta según Territorio Histórico (m²)



Superficie media de sala de venta según Capitalidad/Resto del Territorio (m²)



Superficie media de sala de venta
126 m²

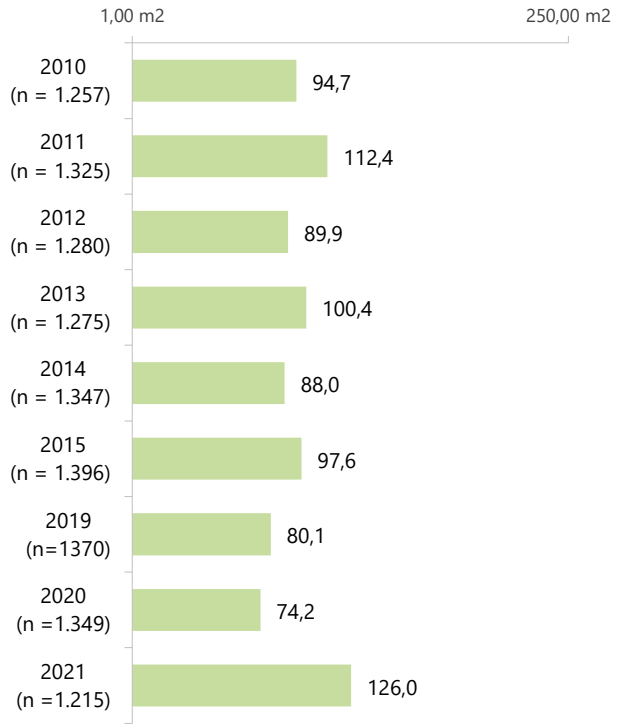
** Entre paréntesis se muestra la Moda, estadístico que señala el valor más frecuente en una distribución de datos*

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

Base: Total de comercios

	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)	2021 (n=1.215)
No atención al público	2,3%	2,1%	1,6%	2,2%	2,9%	1,4%	1,4%	1,3%	0,2%
Menos de 30 m2	19,4%	17,3%	24,0%	22,8%	23,4%	19,4%	16,9%	21,9%	17,9%
De 30 a 40 m2	19,8%	18,9%	21,7%	20,3%	17,1%	20,0%	20,1%	20,8%	21,8%
De 41 a 50 m²	11,6%	12,0%	10,3%	10,7%	10,9%	9,7%	12,1%	11,3%	12,6%
De 51 a 70 m²	13,1%	15,7%	12,5%	12,8%	11,3%	12,2%	12,9%	12,5%	14,3%
De 71 a 90 m²	10,8%	8,6%	9,2%	9,4%	10,5%	8,2%	9,4%	7,7%	8,8%
De 91 a 130 m²	7,3%	7,1%	6,3%	8,1%	7,8%	8,0%	8,2%	7,3%	8,9%
De 131 a 200 m²	4,4%	4,8%	4,5%	4,6%	4,4%	5,2%	5,0%	4,3%	7,0%
De 201 a 450 m²	2,3%	3,4%	2,6%	3,0%	2,2%	2,5%	2,1%	2,8%	4,5%
Más de 450 m2	2,4%	2,9%	2,5%	2,5%	2,3%	1,5%	1,7%	1,3%	4,1%
No concreta respuesta	6,6%	7,1%	4,7%	3,9%	7,2%	11,9%	10,3%	8,7%	--

Superficie media de sala de venta (m²)



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

2.3. Tamaño de empleo en el comercio vasco

Tamaño de empleo en el comercio vasco

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 95,9% del total del sector comercial vasco.

Un 35,3% de los comercios vascos da empleo a una persona y el 36,3% a dos, constituyendo ambos el 71,5% del total. Por otro lado, el 17,8% del sector cuenta con entre tres y nueve trabajadores/as y un reducido 4,1%, supera las diez personas trabajando. La media de personas empleadas en el sector alcanza a 3,7, teniendo en cuenta la presencia de grandes operadores comerciales.

El sector de actividad permite no obstante, observar algunas diferencias en el tamaño de empleo. Así, los establecimientos dedicados a la venta de artículos para el equipamiento de la persona, Moda y de Hogar son los que de media emplean a un menor número de personas (2,6 y 2,3 personas, respectivamente).

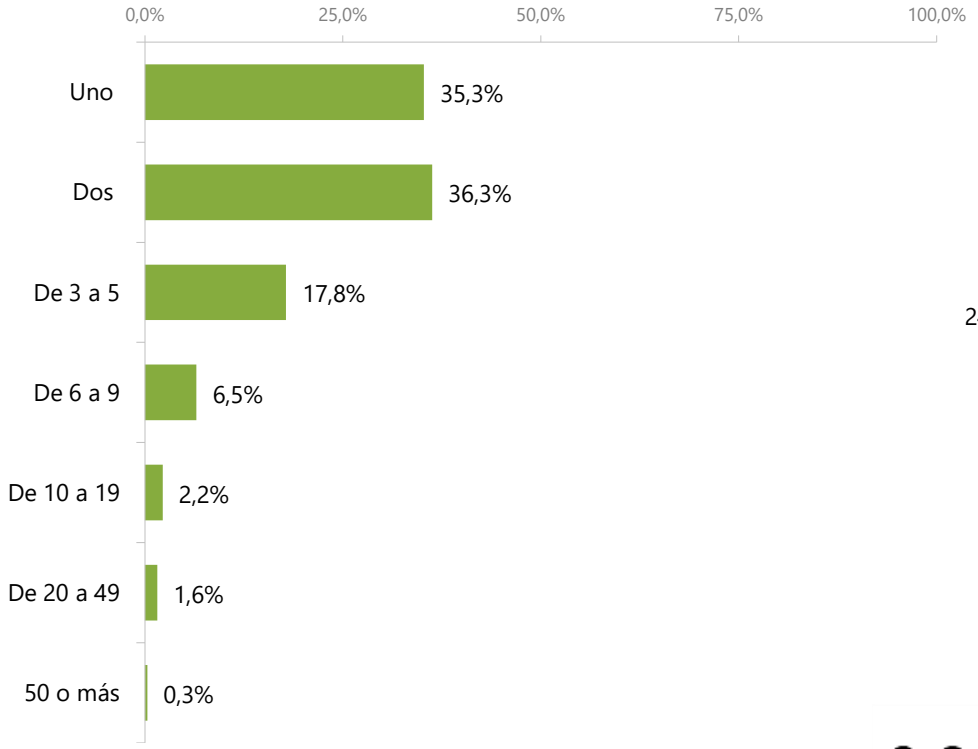
Por el contrario, el sector de Alimentación y el de Salud y Belleza cuentan de media con 4,1 trabajadores/as.

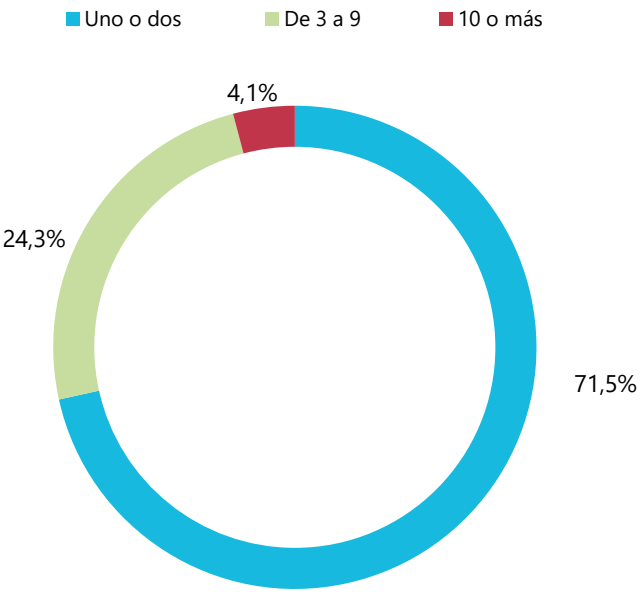
En el caso del comercio de Alimentación, las diferencias entre el comercio mixto por secciones o en establecimientos no especializados, como supermercados, hipermercados o autoservicios, y el comercio especializado, es muy relevante. El comercio de alimentación no especializado que representaría en número en torno al 11,3% del sector, emplea de media en Euskadi a 18,8 empleados/as, en tanto que el especializado, mayor en número, cuenta con 2,2 personas empleadas de media.

Por último, el sector de Otro comercio al por menor se ve influenciado por la presencia de uno de los grandes operadores de comercio no especializado, alcanzando las 4,7 personas empleadas de media.

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

Base: Total de comercios





Media de personas empleadas en el comercio vasco

3,7

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

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
De 1 a 2 trabajadores/as	71,5%	70,0%	74,0%	81,3%	39,7%	75,8%
De 3 a 9 trabajadores/as	24,3%	23,4%	23,2%	17,1%	56,1%	21,4%
10 trabajadores/as o más	4,1%	6,6%	2,7%	1,6%	4,3%	2,7%
Media	***3,7***	***4,1***	***2,6***	***2,3*** ↘	***4,1***	***4,7*** ↗

Alimentación en establecimientos no especializados
n=51
18,8

Alimentación en establecimientos especializados
n=403
2,2

Valores por encima de la media

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

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

Base: Total de comercios

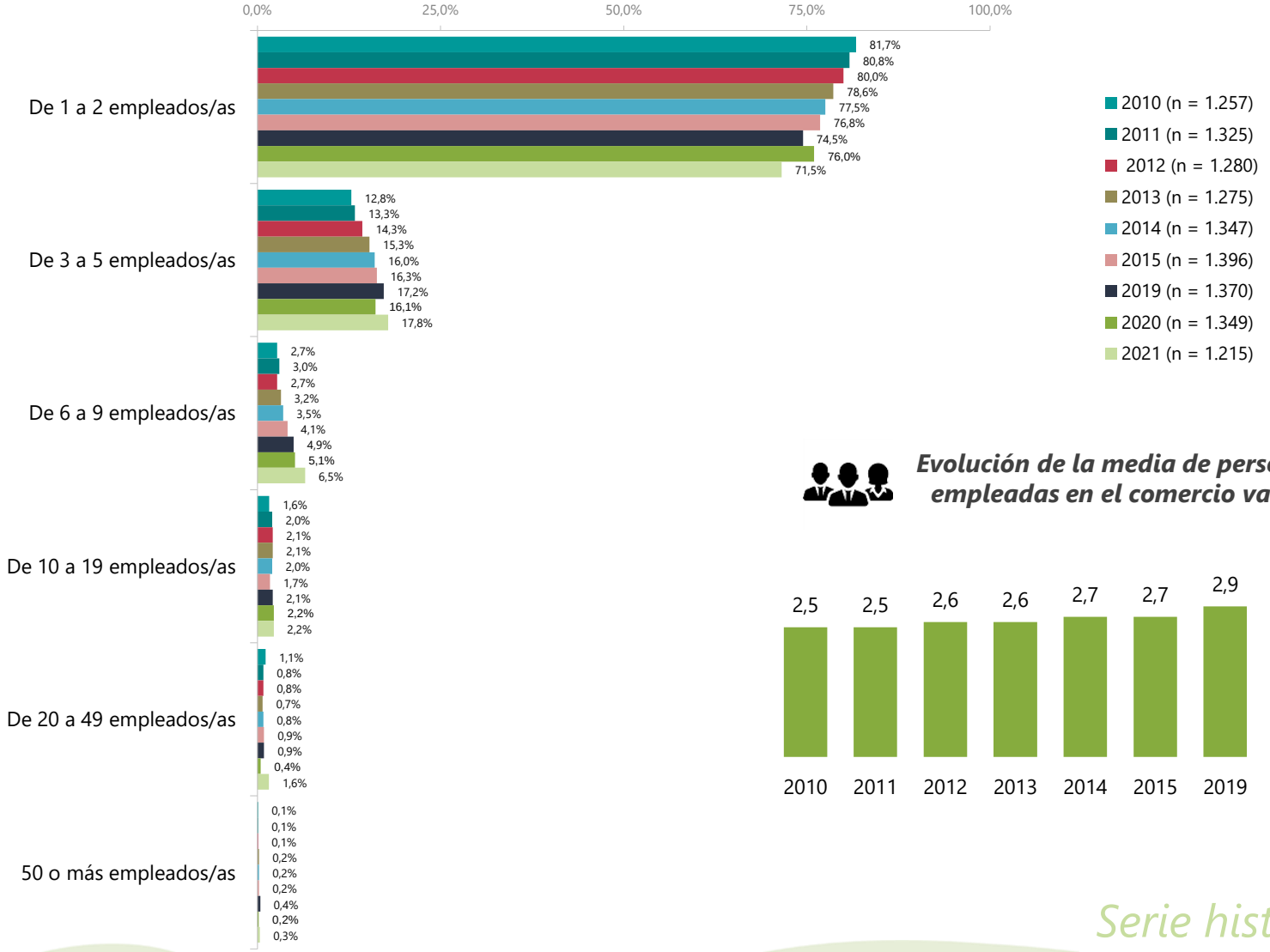
	Total (n = 1.215)	Araba / Álava (n = 152)	Bizkaia (n = 636)	Gipuzkoa (n = 427)
De 1 a 2 trabajadores/as	71,5%	68,4%	73,0%	70,5%
De 3 a 9 trabajadores/as	24,3%	27,1%	22,7%	25,8%
10 trabajadores/as o más	4,1%	4,5%	4,3%	3,7%
Media	***3,7***	***3,6***	***4,0*** ↗	***3,3*** ↘

Valores por encima de la media

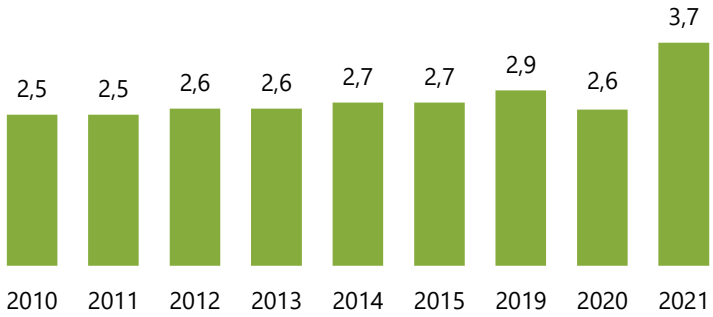
↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

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

Base: Total de comercios



Evolución de la media de personas empleadas en el comercio vasco

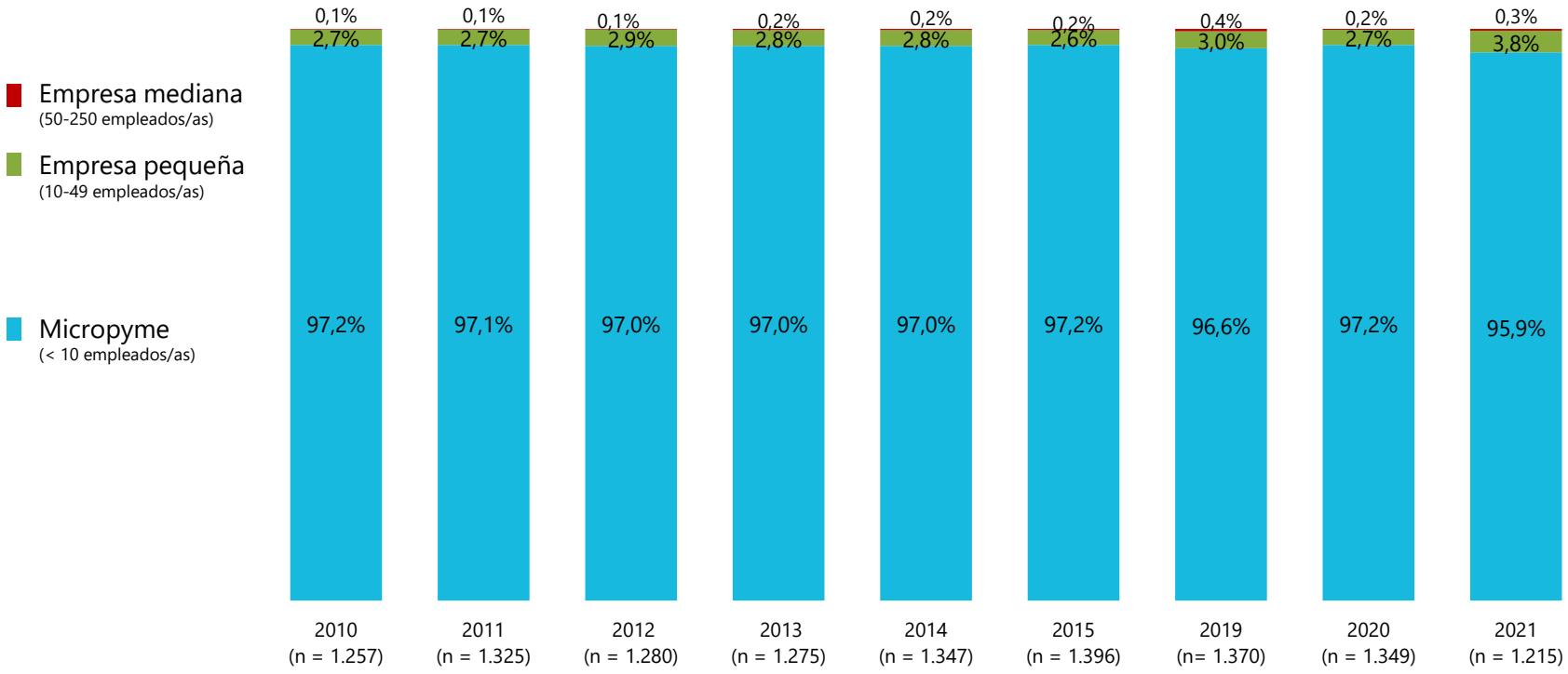


Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

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

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

*Cambio metodológico a partir de 2021

P.4: Clasificación del comercio vasco según criterio de la Unión Europea y sector de actividad

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
Microempresa (< 10 personas empleadas)	95,9%	93,4%	97,3%	98,4%	95,7%	97,3%
Empresa pequeña (de 10 a 49 personas empleadas)	3,8%	6,1%	2,6%	1,6%	4,3%	2,2%
Empresa mediana (de 50 a 250 personas empleadas)	0,3%	0,5%	0,1%	--	--	0,6%

Valores por encima de la media

P.4: Clasificación del comercio vasco según criterio de la Unión Europea y Territorio histórico

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava			Bizkaia			Gipuzkoa		
		Total Araba/ Álava (n=152)	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 29)	Total Bizkaia (n=636)	Bilbao (n = 229)	Resto de Bizkaia (n = 407)	Total Gipuzkoa (n=427)	Donostia/ San Sebastián (n = 131)	Resto Gipuzkoa (n = 295)
Microempresa (< 10 personas empleadas)	95,9%	95,5%	94,9%	98,0%	95,7%	95,6%	95,8%	96,3%	95,2%	96,8%
Empresa pequeña (de 10 a 49 personas empleadas)	3,8%	4,2%	4,9%	1,4%	4,1%	4,0%	4,1%	3,3%	4,5%	2,8%
Empresa mediana (de 50 a 250 personas empleadas)	0,3%	0,3%	0,2%	0,6%	0,2%	0,4%	0,2%	0,4%	0,4%	0,5%

2.4. Forma jurídica y régimen del comercio vasco

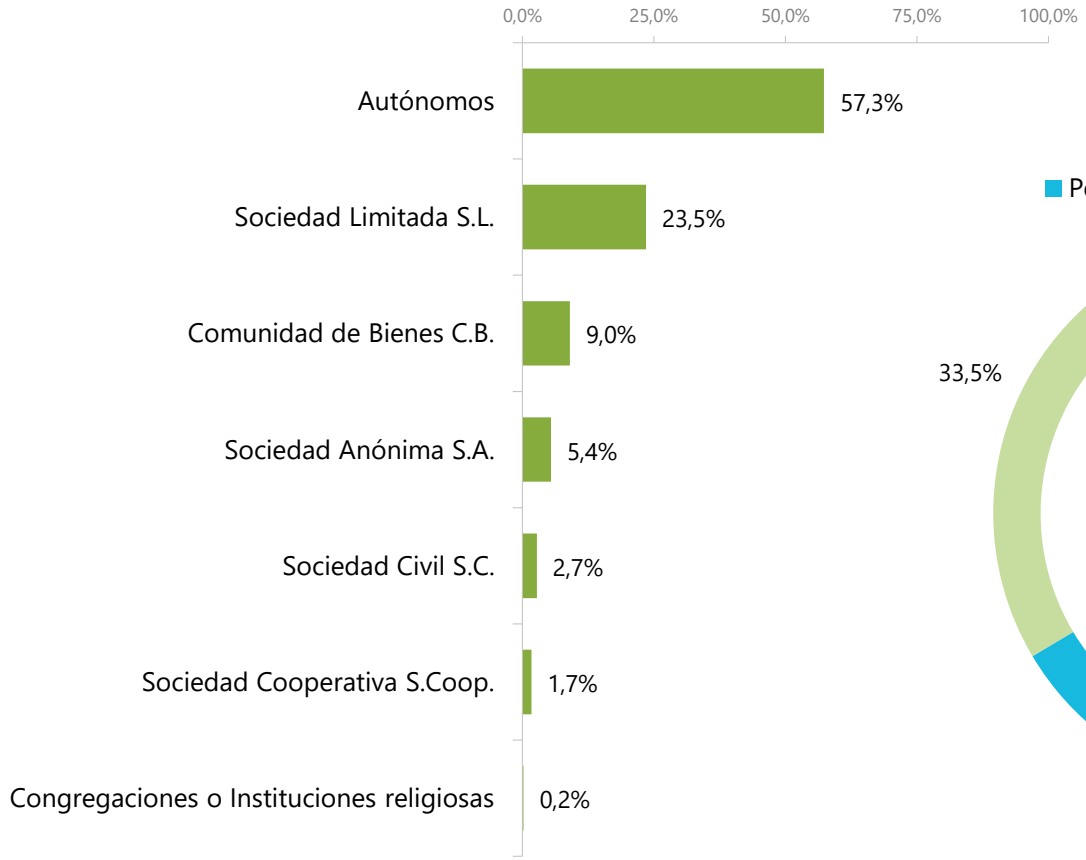
Forma jurídica del comercio vasco

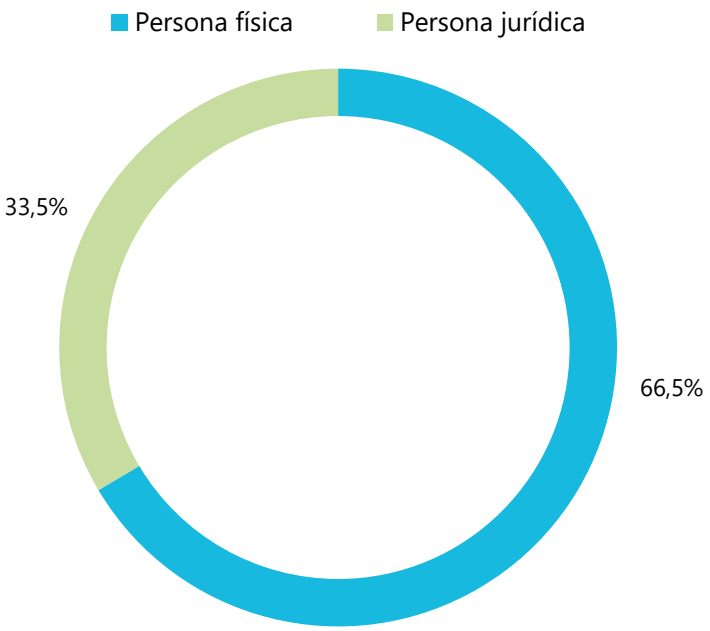
La forma de organización jurídica más generalizada en el comercio vasco es la de persona física, como indica el 66,5%. Por otro lado, uno de cada tres comercios emplea alguna forma propia de persona jurídica; el 33,5%.

El régimen de persona física crece en el sector de Salud y Belleza donde representan a ocho de cada diez establecimientos (80,2%). No obstante la variable explicativa que permite visibilizar mejor las diferencias es el tamaño de empleo, ya que a mayor número de personas empleadas, mayor es la presencia de comercios con régimen de persona jurídica.

D.5: Forma jurídica del comercio vasco

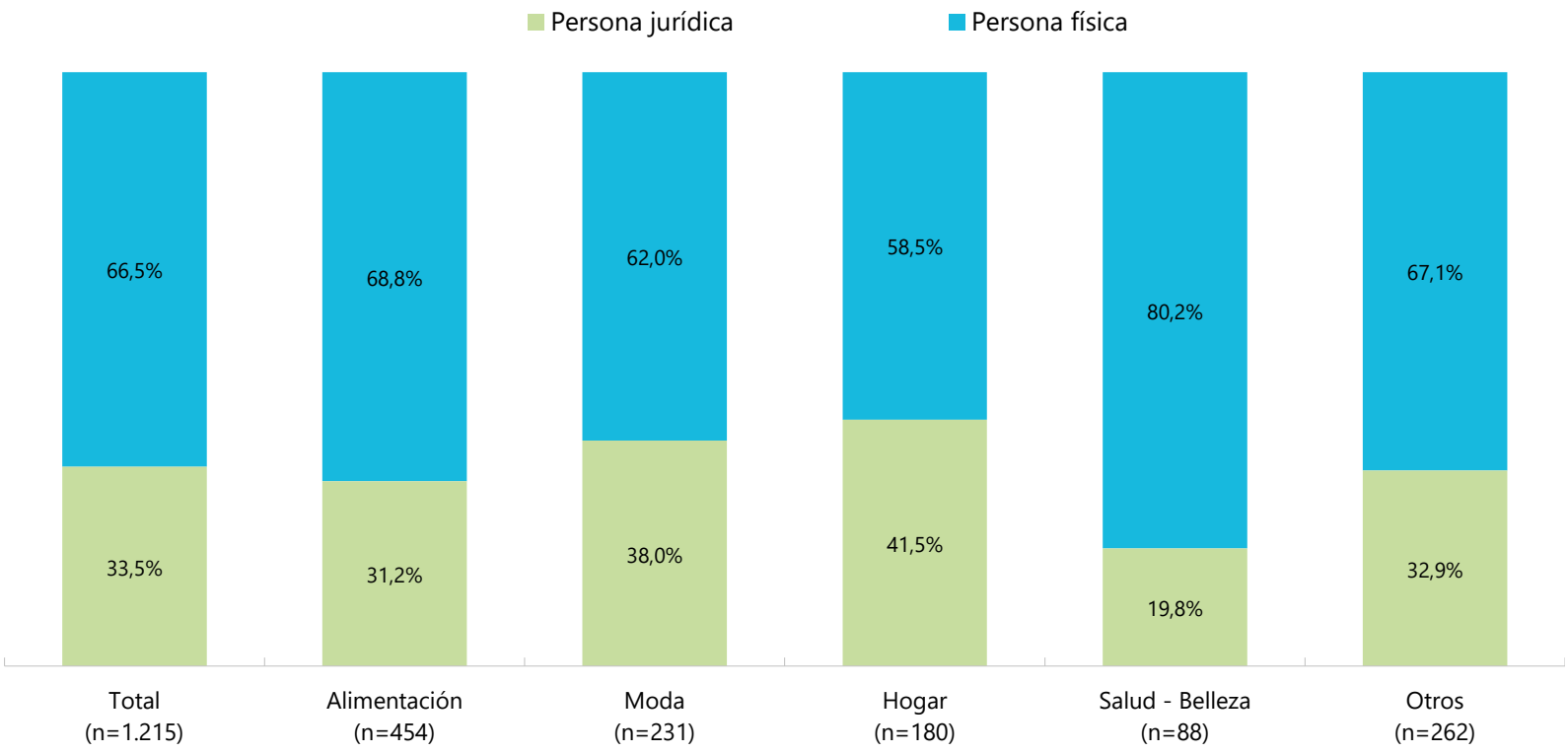
Base: Total de comercios





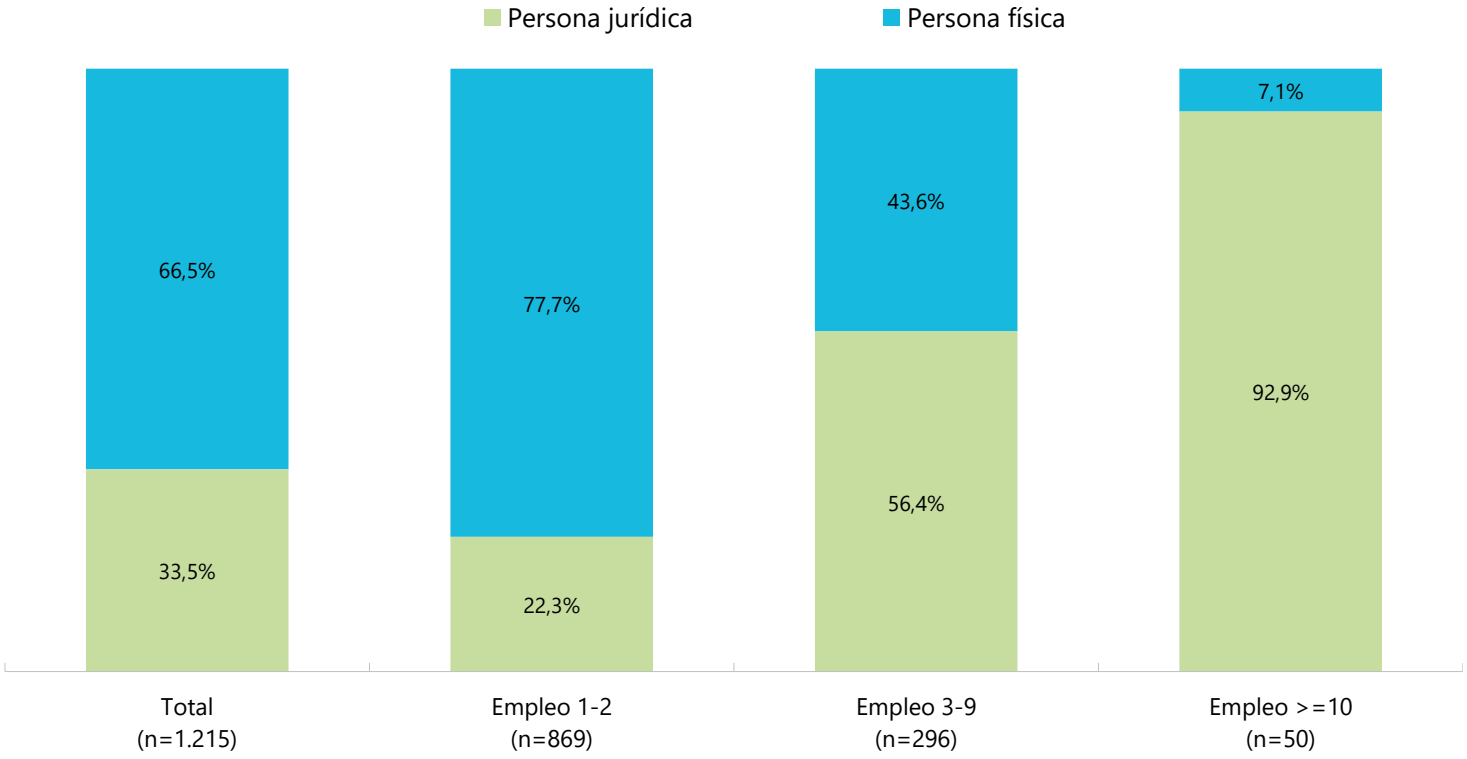
D.5: Forma jurídica del comercio vasco

Base: Total de comercios



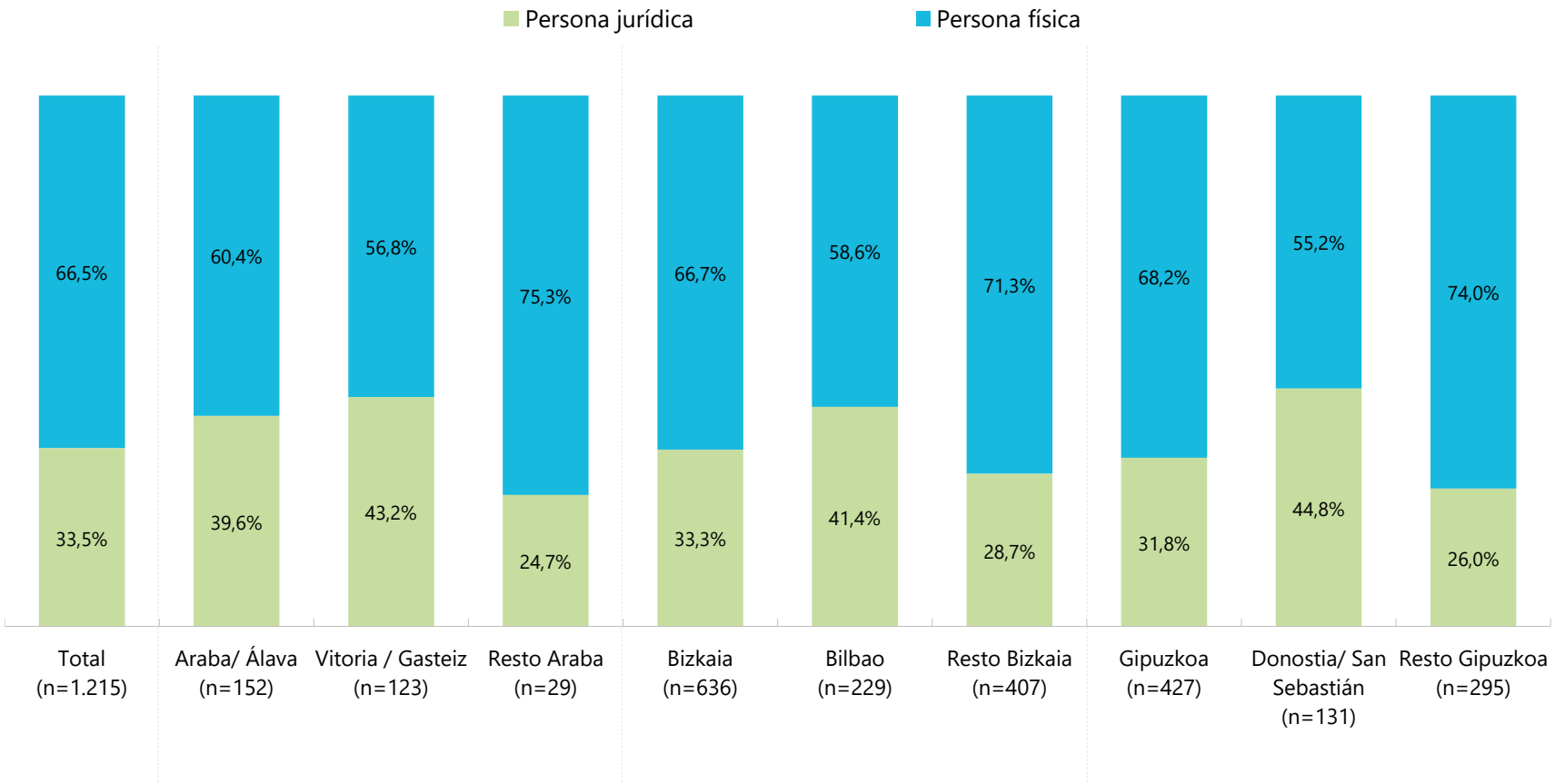
D.5: Forma jurídica del comercio vasco

Base: Total de comercios



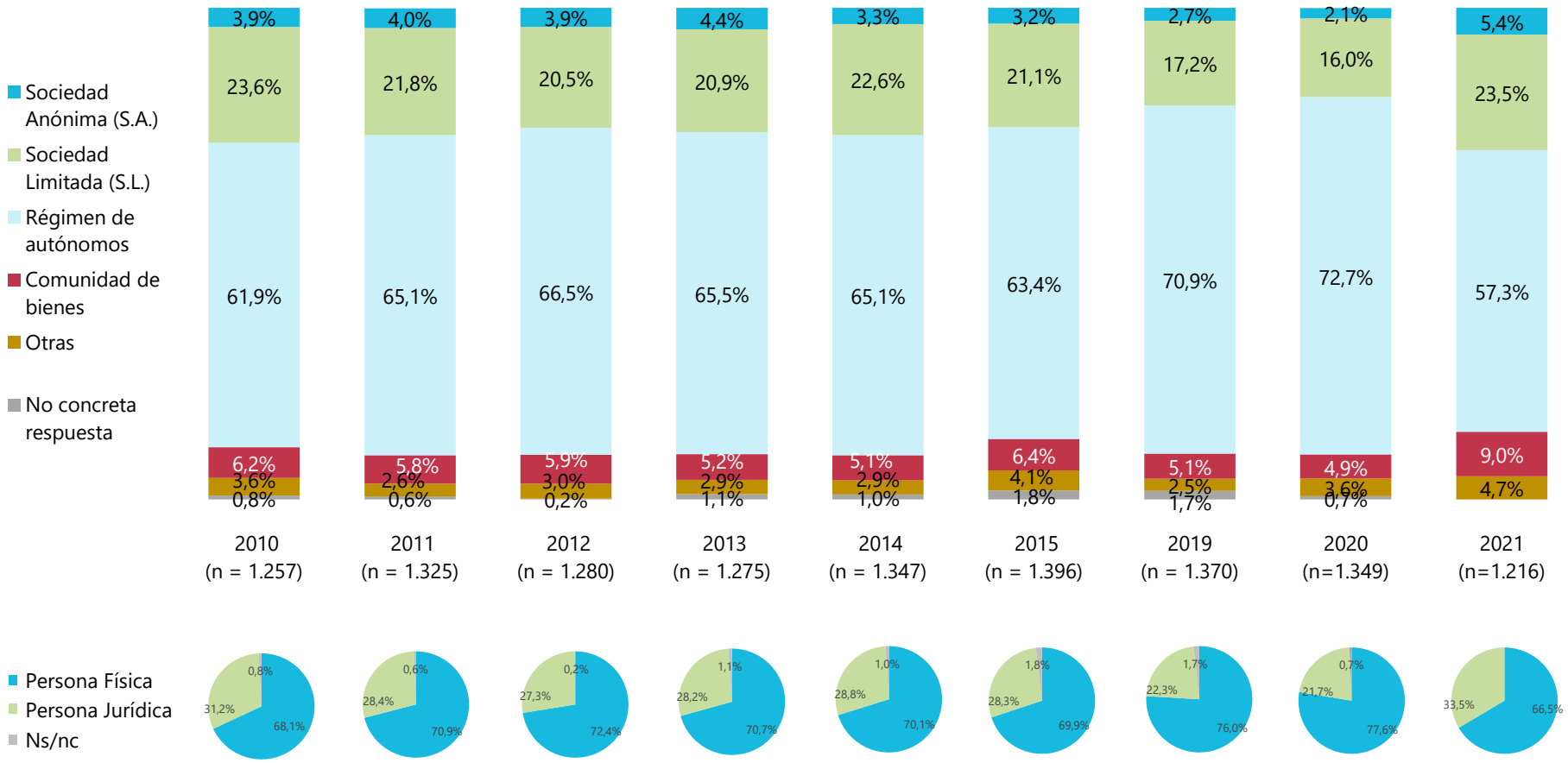
D.5: Forma jurídica del comercio vasco

Base: Total de comercios



*D.5: Forma jurídica del comercio vasco**

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

Régimen del comercio vasco

En lo que respecto al origen del comercio, el 46,3% son comercios de nueva creación, en tanto que el 29,3% proviene de tradición familiar y un 17,4% manifiesta haber accedido a un traspaso.

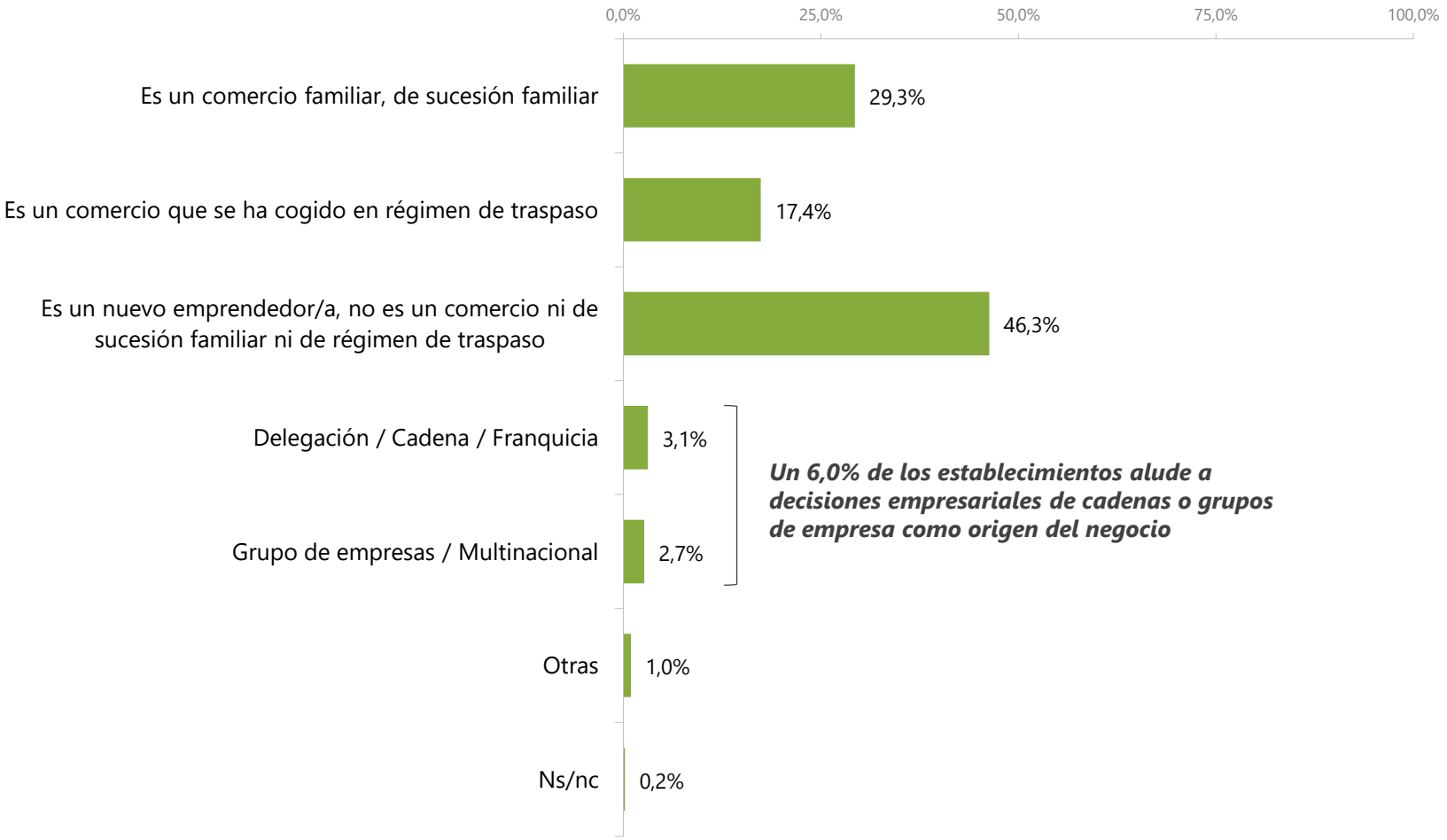
Cabe reseñar que cerca de un 6,0% apunta pertenecer a un grupo de empresas, franquicia o multinacional de comercio, no encontrando ubicación en las anteriores opciones.

Se detecta mayor tasa de comercio familiar en el sector de actividad de Hogar respecto al total. Asimismo, se observa mayor tasa de comercio por traspaso en el sector de Alimentación y en Salud y Belleza. Por el contrario, la mayoría de los establecimientos de Moda y Otro comercio al por menor son nuevos comercios, no tienen un origen ni de sucesión familiar ni de régimen de traspaso.

Por otra parte, a mayor tamaño de empleo, mayor es también la presencia de delegaciones, cadenas o comercio perteneciente a multinacionales.

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

Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.*

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

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
Es un comercio familiar, de sucesión familiar	29,3%	29,3%	28,7%	45,9%	24,1%	20,2%
Es un comercio que se ha cogido en régimen de traspaso	17,4%	24,2%	8,4%	11,5%	34,1%	12,1%
Es un nuevo emprendedor/a, no es un comercio ni de sucesión familiar ni de régimen de traspaso	46,3%	37,9%	56,3%	38,1%	29,5%	63,3%
Delegación / Cadena / Franquicia	3,1%	4,1%	3,6%	3,1%	3,4%	1,1%
Grupo de empresas / Multinacional	2,7%	3,0%	1,5%	0,9%	7,4%	2,7%
Otras	1,0%	1,5%	1,3%	0,1%	0,9%	0,4%
Ns/nc	0,2%	--	0,1%	0,4%	0,7%	0,3%

Valores por encima de la media

** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.*

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

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Empleo 1-2 (n=869)	Empleo 3-9 (n=296)	Empleo >=10 (n=50)
Es un comercio familiar, de sucesión familiar	29,3%	30,2%	29,3%	14,1%
Es un comercio que se ha cogido en régimen de traspaso	17,4%	18,8%	15,5%	5,4%
Es un nuevo emprendedor/a, no es un comercio ni de sucesión familiar ni de régimen de traspaso	46,3%	48,6%	42,3%	31,4%
Delegación / Cadena / Franquicia	3,1%	1,5%	5,8%	16,4%
Grupo de empresas / Multinacional	2,7%	0,6%	4,9%	25,7%
Otras	1,0%	0,4%	1,7%	5,5%
Ns/nc	0,2%	--	0,6%	1,5%

Valores por encima de la media

** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.*

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

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava (n=152)	Bizkaia (n= 636)	Gipuzkoa (n= 427)
Es un comercio familiar, de sucesión familiar	29,3%	34,4%	30,0%	26,4%
Es un comercio que se ha cogido en régimen de traspaso	17,4%	11,4%	18,4%	18,1%
Es un nuevo emprendedor/a, no es un comercio ni de sucesión familiar ni de régimen de traspaso	46,3%	47,7%	44,6%	48,4%
Delegación / Cadena / Franquicia	3,1%	5,1%	2,3%	3,6%
Grupo de empresas / Multinacional	2,7%	1,0%	3,1%	2,6%
Otras	1,0%	0,3%	1,4%	0,5%
Ns/nc	0,2%	0,1%	0,2%	0,4%

Valores por encima de la media

** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.*

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

Base: Total de comercios

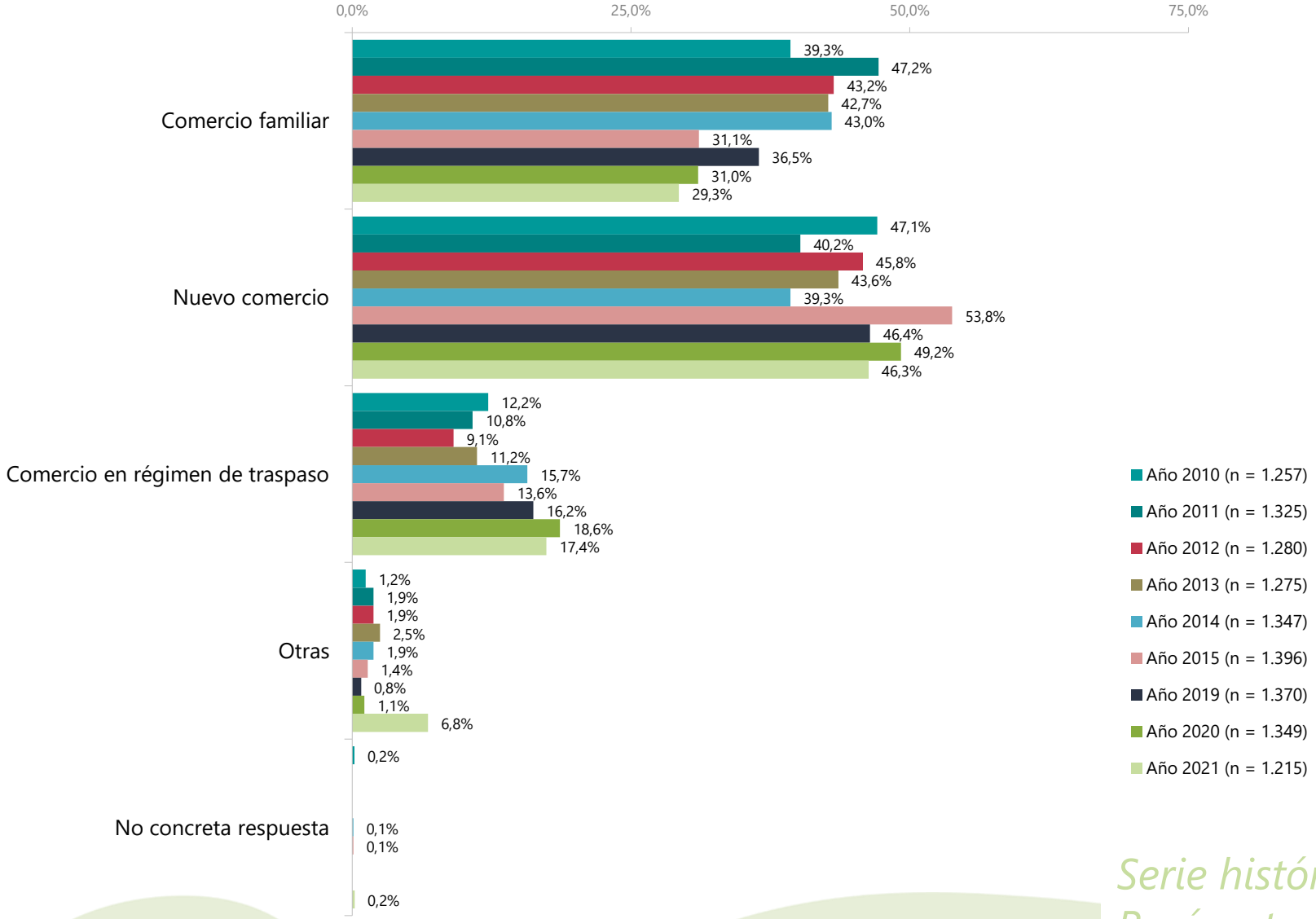
	Total (n = 1.215)	Vitoria / Gasteiz (n=123)	Resto Araba (n=29)	Bilbao (n=229)	Resto Bizkaia (n=407)	Donostia / San Sebastián (n=131)	Resto Gipuzkoa (n=295)
Es un comercio familiar, de sucesión familiar	29,3%	34,0%	35,9%	30,9%	29,5%	29,8%	25,0%
Es un comercio que se ha cogido en régimen de traspaso	17,4%	10,6%	14,5%	17,1%	19,1%	13,5%	20,2%
Es un nuevo emprendedor/a, no es un comercio ni de sucesión familiar ni de régimen de traspaso	46,3%	47,7%	47,4%	43,4%	45,3%	51,6%	47,0%
Delegación / Cadena / Franquicia	3,1%	6,2%	0,6%	2,5%	2,2%	2,6%	4,1%
Grupo de empresas / Multinacional	2,7%	1,0%	1,0%	3,1%	3,1%	2,1%	2,8%
Otras	1,0%	0,2%	0,6%	2,6%	0,8%	--	0,7%
Ns/nc	0,2%	0,1%	--	0,4%	--	0,4%	0,3%

Valores por encima de la media

** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta única.*

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

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

*Cambio metodológico a partir de 2021

3. EL EMPLEO EN EL SECTOR COMERCIAL VASCO

3.1. Presencia de hombres y mujeres en el empleo del sector comercial vasco

Presencia de hombres y mujeres en el empleo del comercio vasco

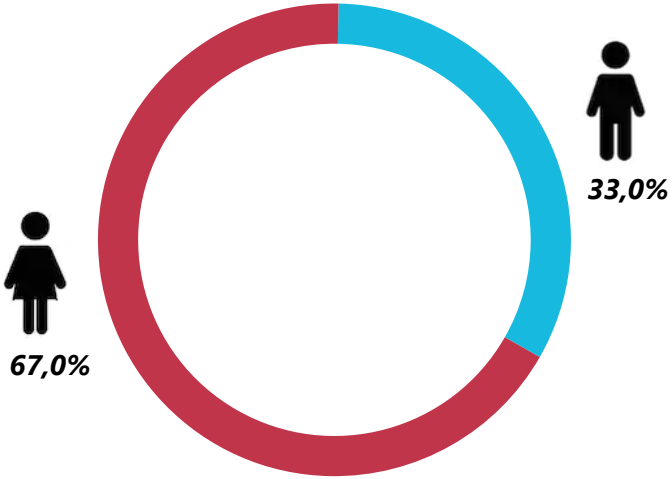
En el comercio vasco, cerca de siete de cada diez personas empleadas son mujeres; el 67,0%. Hablamos por tanto, de un sector de la economía con un empleo manifiestamente feminizado.

Como hemos podido constatar a lo largo del histórico de datos del Barómetro del Comercio, la presencia de las mujeres es significativamente más elevada en algunos sectores de actividad como es el caso de Salud y Belleza y Moda, donde el empleo femenino representa entre nueve y ocho de cada diez puestos de trabajo, respectivamente.

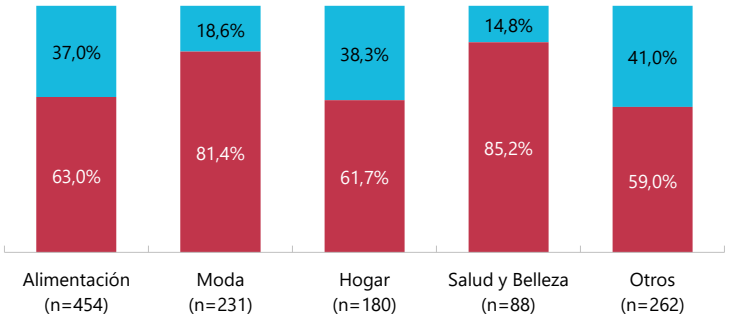
Por el contrario, hay sectores como el de comercio de Otras actividades donde la presencia de hombres y mujeres es algo más equitativa. En este ramo de actividad, cuatro de cada diez empleos corresponden a hombres y seis de cada diez a mujeres.

*P.5: Proporción de hombres y mujeres empleados en el comercio vasco**

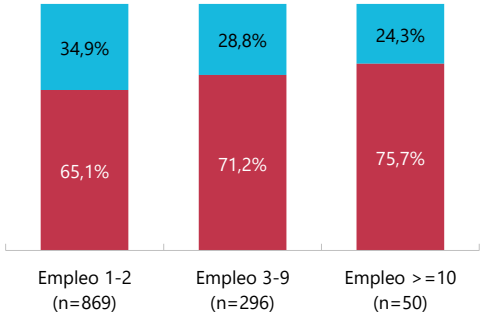
Base: Total de comercios



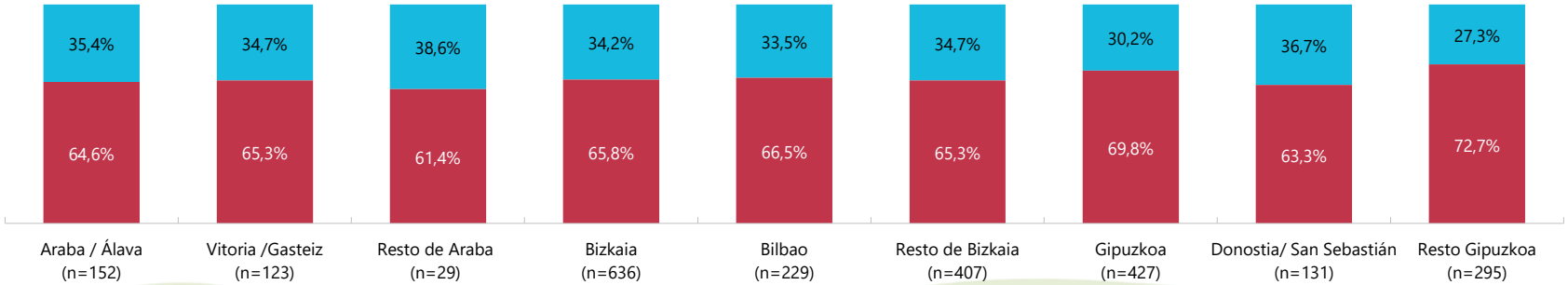
Por sector de actividad



Por tamaño de empleo



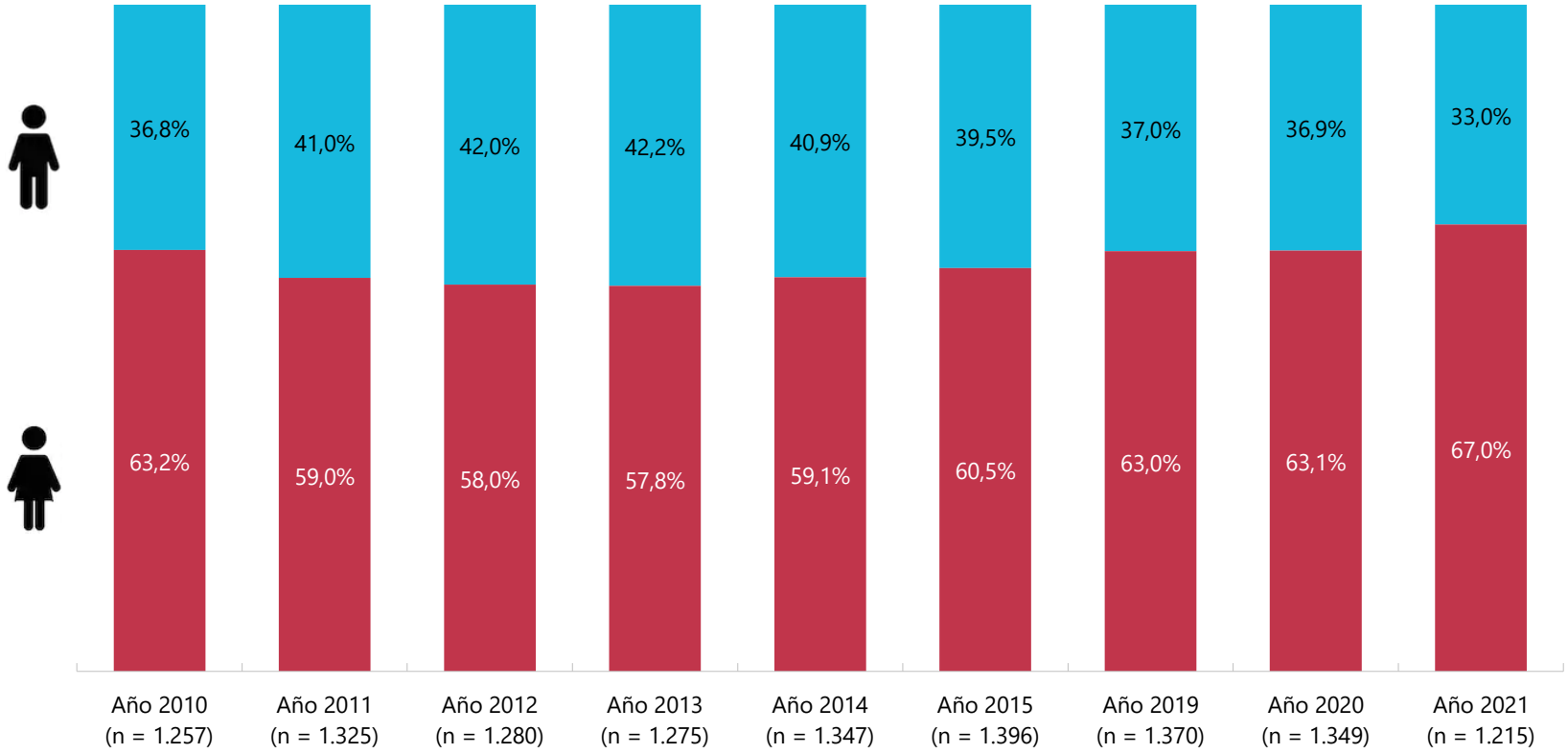
Por territorio histórico y capitalidad/resto del territorio



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

*P.5: Distribución de hombres y mujeres en el empleo del comercio vasco**

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

3.2. Antigüedad en el empleo del comercio vasco

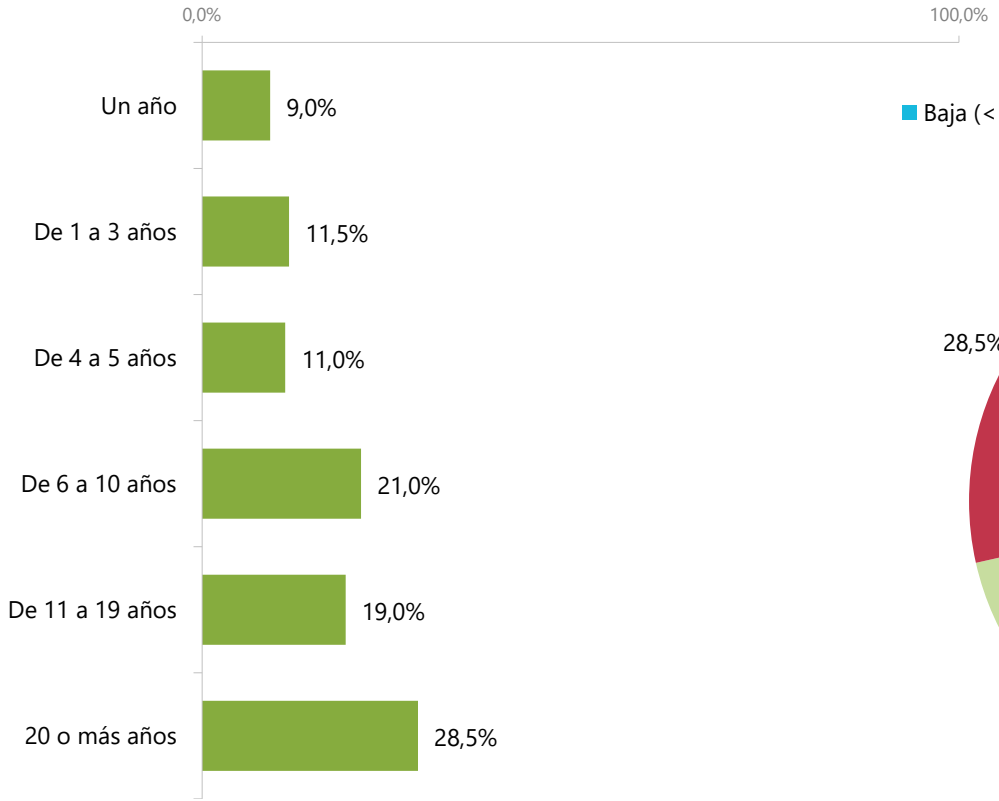
Antigüedad en el empleo del comercio vasco

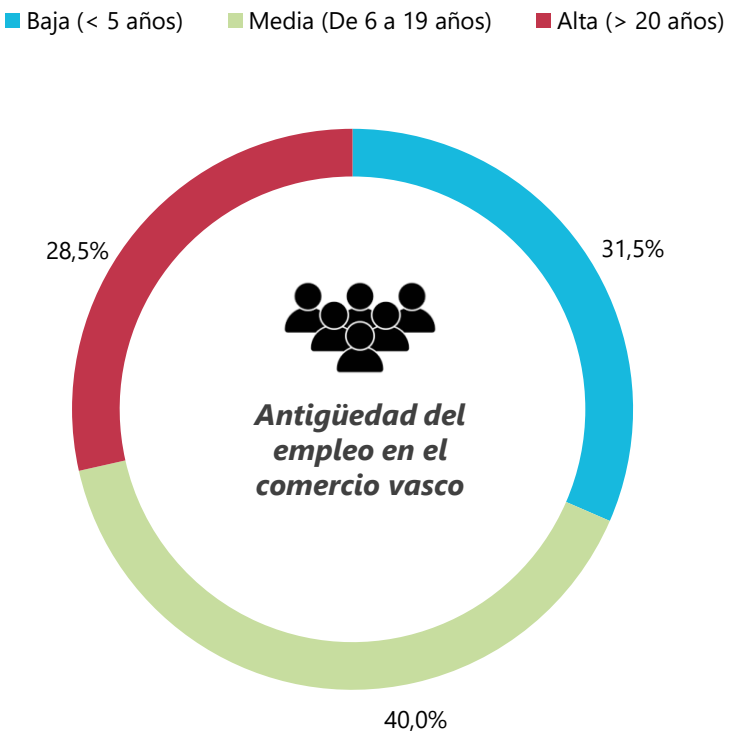
En cuanto a la antigüedad, tres de cada diez empleos (el 31,5%) tienen una antigüedad baja de menos de 5 años, el 40,0% de los y las trabajadoras tiene una antigüedad media y el 28,5% restante, alta, por encima de los 20 años. Datos que varían significativamente respecto al histórico por los cambios metodológicos introducidos.

Los establecimientos del ramo de Salud y Belleza, de Alimentación y Moda son los que aglutinan un mayor empleo o número de trabajadores/as con niveles de antigüedad más bajos y por tanto, con mayor renovación. Por el contrario, en Hogar es donde se ha recogido un mayor nivel de empleo de elevada antigüedad.

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

Base: Total de comercios que contestan (n=1.173)





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

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

Base: Total de comercios que contestan (n=1.173)

	Total (n = 1.173)	Alimentación (n = 435)	Moda (n = 224)	Hogar (n = 170)	Salud y Belleza (n = 86)	Otros (n = 258)
Un año	9,0%	10,2%	9,3%	4,4%	14,4%	7,9%
De 1 a 3 años	11,5%	12,0%	13,3%	7,3%	14,0%	11,0%
De 4 a 5 años	11,0%	11,1%	12,3%	5,7%	12,1%	12,9%
De 6 a 10 años	21,0%	18,9%	18,0%	23,3%	20,6%	25,8%
De 11 a 19 años	19,0%	18,9%	18,7%	21,2%	18,7%	17,8%
20 o más años	28,5%	28,8%	28,5%	38,0%	20,2%	24,5%
Baja	***31,5%***	33,3%	34,8%	17,4%	40,5%	31,9%
Media	***40,0%***	37,8%	36,7%	44,6%	39,3%	43,6%
Alta	***28,5%***	28,8%	28,5%	38,0%	20,2%	24,5%

Valores por encima de la media

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

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

Base: Total de comercios que contestan (n=1.173)

	Total (n = 1.173)	Una persona (n = 426)	Dos personas (n = 419)	De 3 a 5 personas (n = 207)	De 6 a 9 personas (n = 76)	De 10 a 19 personas (n = 25)	20 o más personas (n=21)
Un año	9,0%	3,9%	11,7%	11,2%	15,4%	11,4%	10,8%
De 1 a 3 años	11,5%	5,8%	13,0%	16,1%	19,3%	19,9%	12,8%
De 4 a 5 años	11,0%	9,7%	9,6%	14,7%	15,2%	12,4%	12,1%
De 6 a 10 años	21,0%	24,0%	18,7%	21,8%	15,8%	20,0%	18,3%
De 11 a 19 años	19,0%	16,9%	19,0%	20,6%	21,3%	24,9%	28,2%
20 o más años	28,5%	39,6%	28,1%	15,6%	13,0%	11,3%	17,8%
Baja	***31,5%***	19,5%	34,3%	42,0%	49,9%	43,7%	35,7%
Media	***40,0%***	40,9%	37,7%	42,4%	37,1%	44,9%	46,5%
Alta	***28,5%***	39,6%	28,1%	15,6%	13,0%	11,3%	17,8%

Valores por encima de la media

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

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

Base: Total de comercios que contestan (n=1.173)

	Total (n = 1.173)	Araba / Álava (n = 145)	Bizkaia (n = 620)	Gipuzkoa (n = 409)
Un año	9,0%	11,8%	8,7%	8,4%
De 1 a 3 años	11,5%	11,6%	12,3%	10,2%
De 4 a 5 años	11,0%	11,4%	10,5%	11,6%
De 6 a 10 años	21,0%	23,5%	20,1%	21,5%
De 11 a 19 años	19,0%	12,1%	18,8%	21,7%
20 o más años	28,5%	29,7%	29,6%	26,5%
Baja	***31,5%***	34,8%	31,6%	30,3%
Media	***40,0%***	35,5%	38,8%	43,2%
Alta	***28,5%***	29,7%	29,6%	26,5%

Valores por encima de la media

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

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

Base: Total de comercios que contestan (n=1.173)

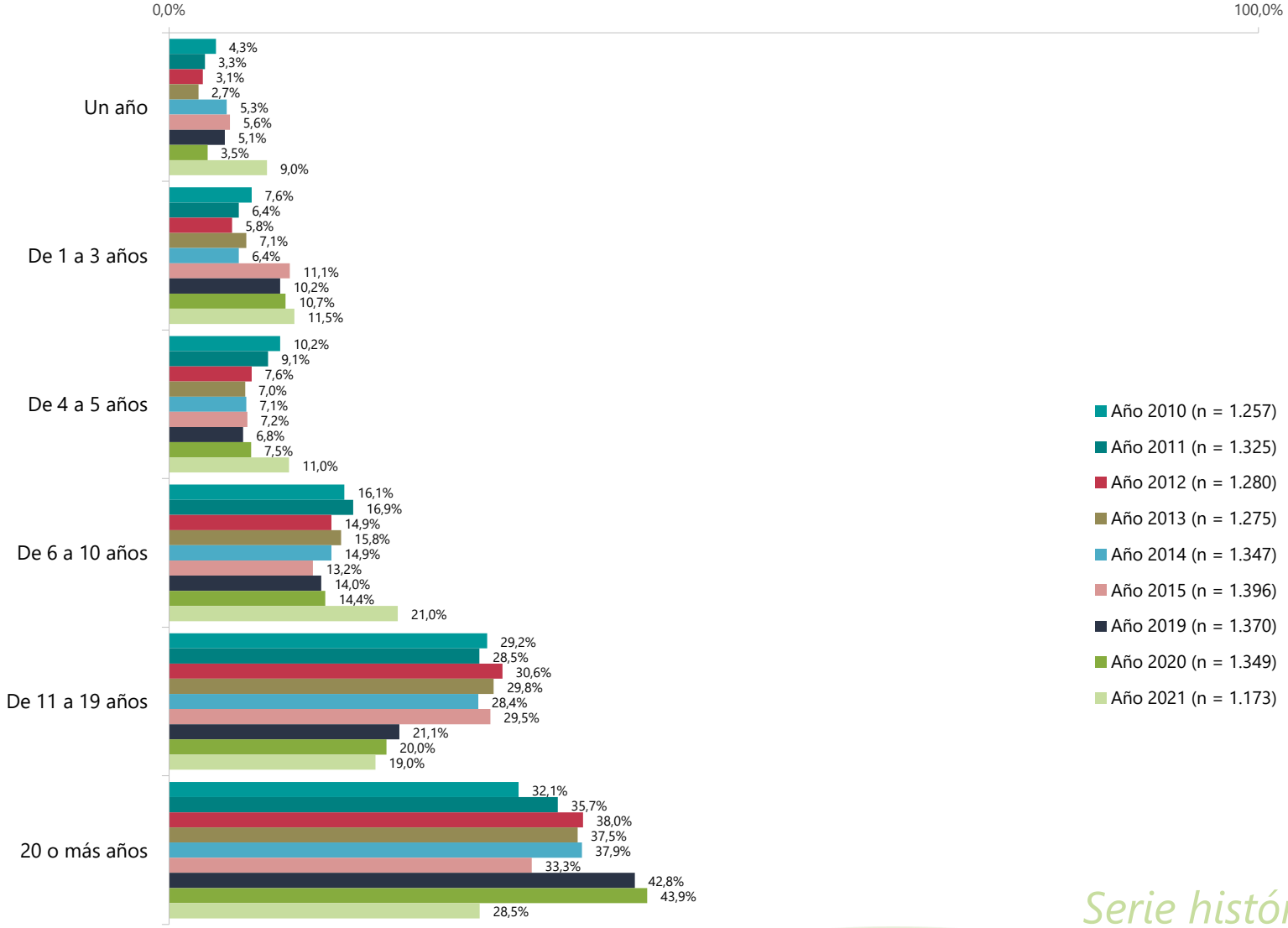
	Total (n = 1.173)	Vitoria/ Gasteiz (n = 116)	Resto Araba (n = 29)	Bilbao (n = 226)	Resto Bizkaia (n = 394)	Donostia / San Sebastián (n = 122)	Resto Gipuzkoa (n=286)
Un año	9,0%	12,5%	9,2%	8,9%	8,6%	10,6%	7,5%
De 1 a 3 años	11,5%	10,3%	16,9%	11,9%	12,5%	8,6%	11,0%
De 4 a 5 años	11,0%	10,7%	14,2%	7,0%	12,5%	13,7%	10,8%
De 6 a 10 años	21,0%	25,5%	15,1%	21,6%	19,2%	18,6%	22,7%
De 11 a 19 años	19,0%	12,1%	11,8%	21,4%	17,3%	18,6%	23,0%
20 o más años	28,5%	28,9%	32,7%	29,2%	29,8%	30,0%	25,0%
Baja	***31,5%***	33,4%	40,3%	27,9%	33,7%	32,8%	29,2%
Media	***40,0%***	37,7%	26,9%	43,0%	36,5%	37,2%	45,8%
Alta	***28,5%***	28,9%	32,7%	29,2%	29,8%	30,0%	25,0%

Valores por encima de la media

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

*P.8: Antigüedad de las personas empleadas en el comercio vasco**

Base: Total de comercios que contestan



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

3.3. Nivel formativo del empleo en el comercio vasco

Nivel formativo del empleo en el comercio vasco

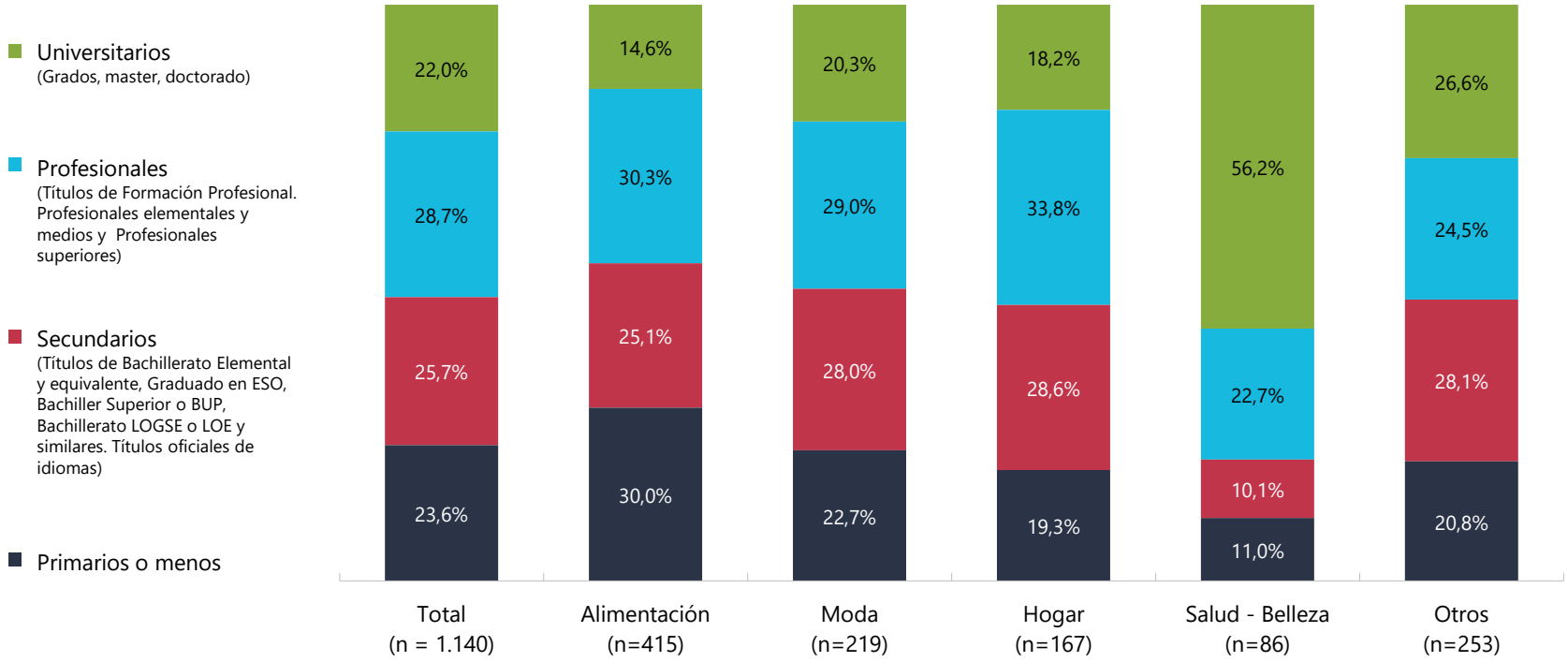
Dos cada diez empleos del sector comercial vasco están ocupados por personal con un nivel de estudios universitarios, bien sea de grado, master o doctorado. Por otro lado, el 28,7% del empleo cuenta con titulaciones profesionales y el 25,7%, con un nivel de estudios secundarios.

La presencia de empleo con titulaciones superiores destaca en el comercio del grupo de Salud y Belleza, donde seis de cada diez trabajadores/as cuenta con estudios universitarios.

En el comercio de Alimentación los niveles formativos del empleo son algo más bajos. Así, un 30% de los y las trabajadoras cuenta con nivel de estudios primarios o menos y el 25,1% del empleo, con niveles de estudios secundarios.

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

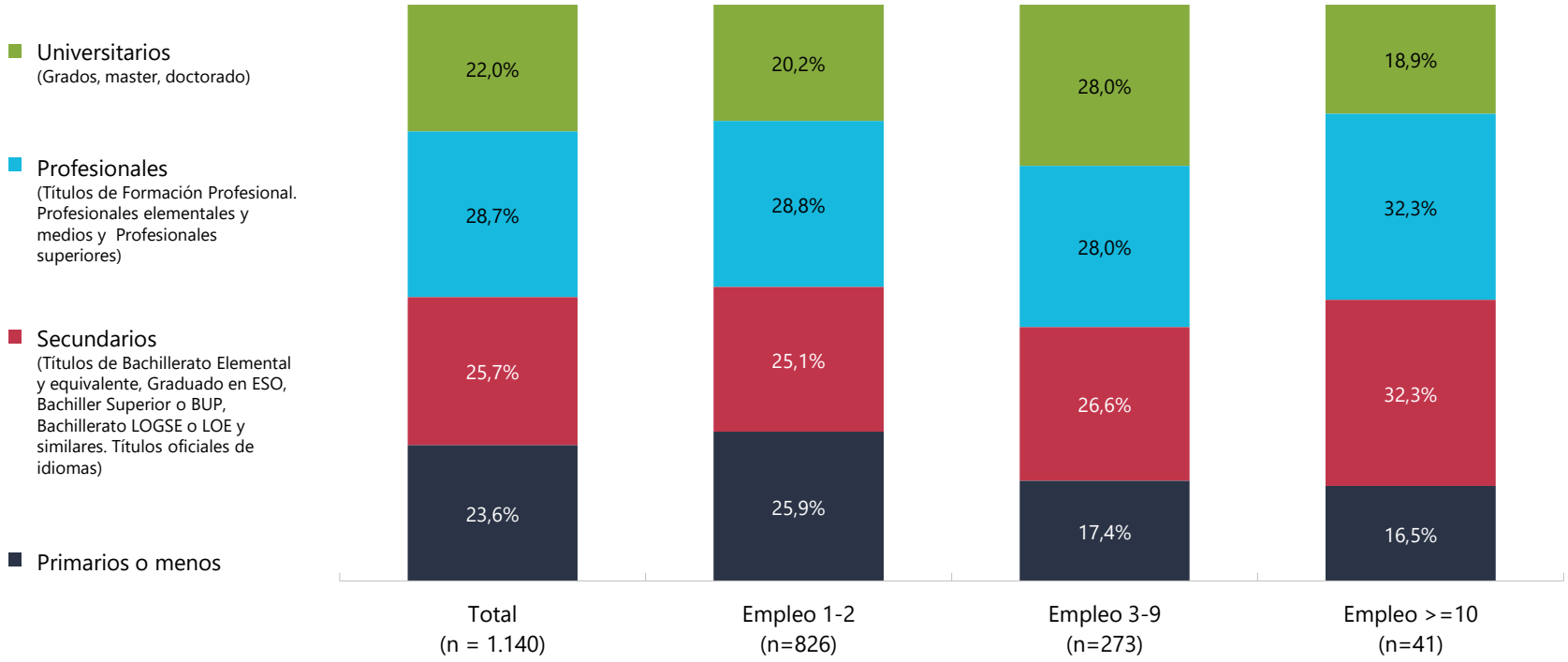
Base: Total de comercios que contestan (n=1.140)



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

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

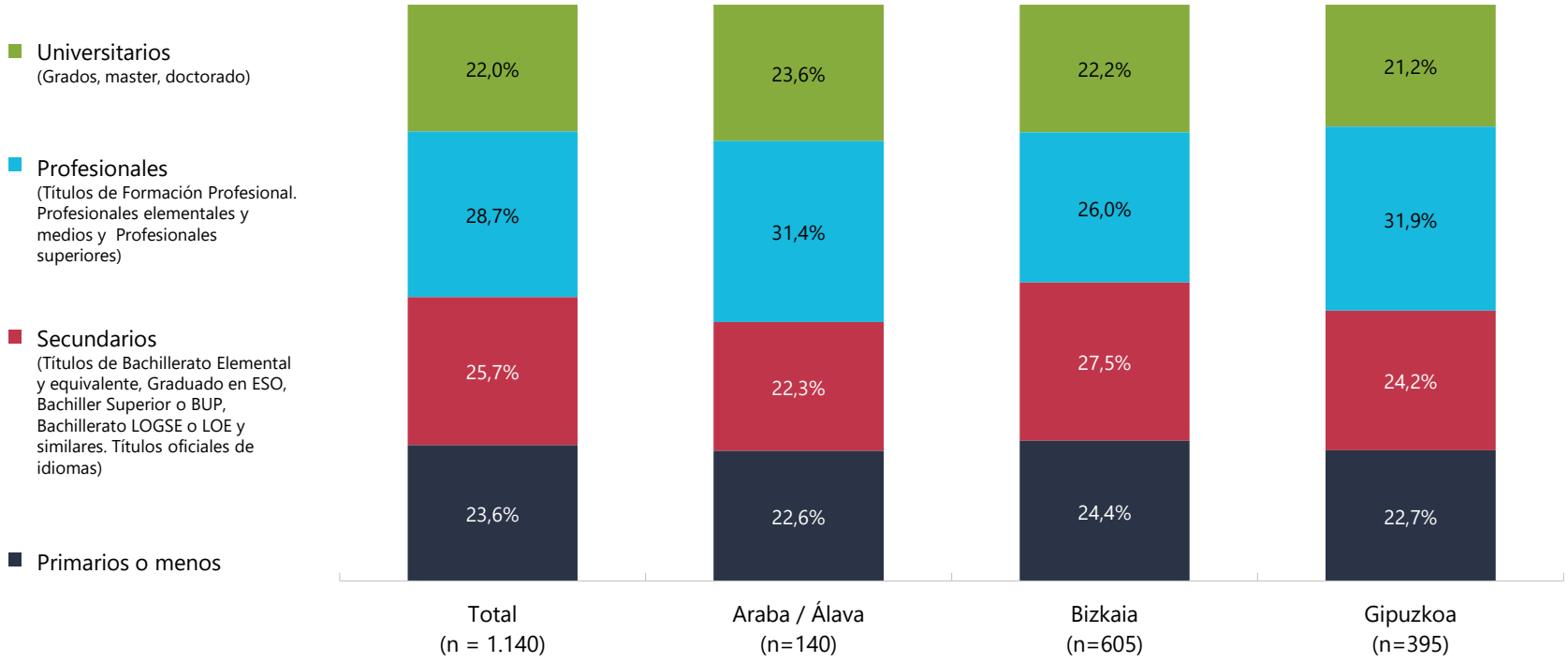
Base: Total de comercios que contestan (n=1.140)



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

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

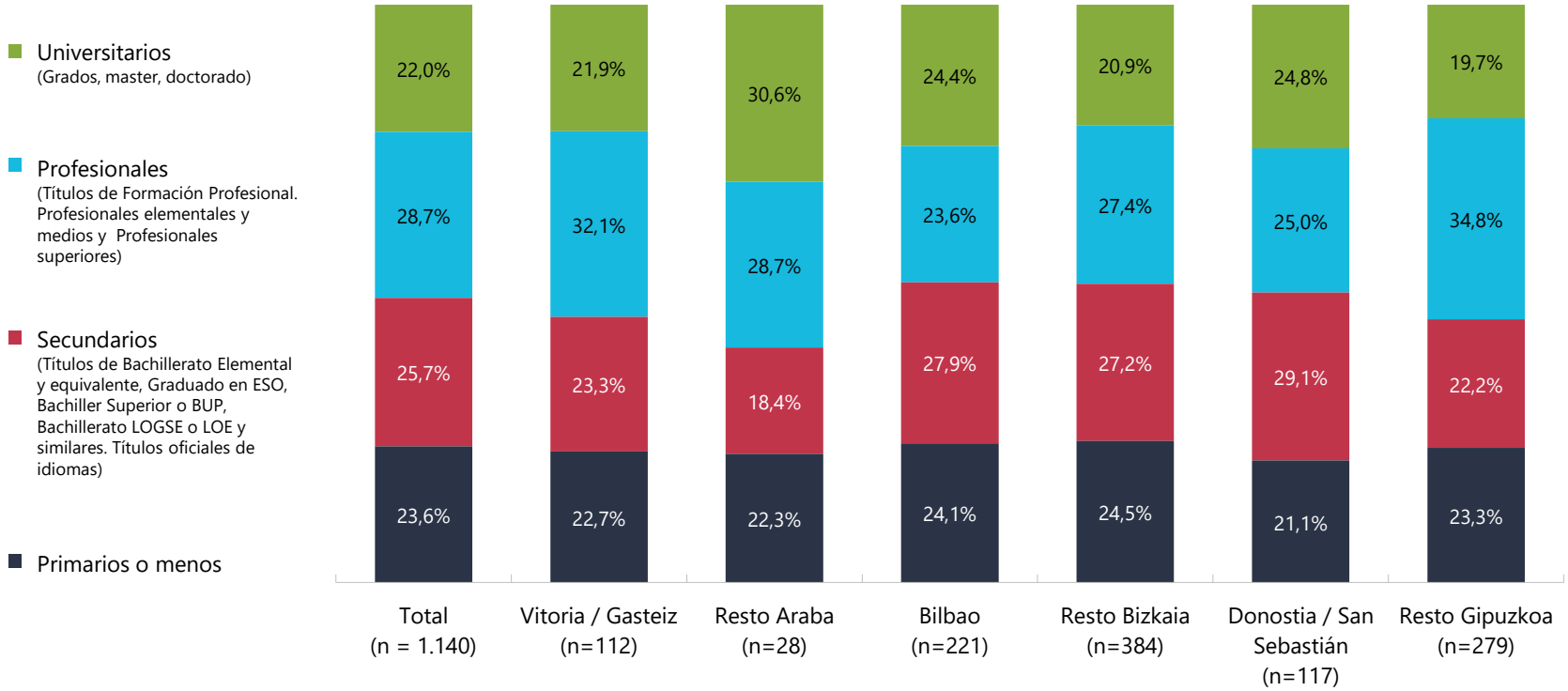
Base: Total de comercios que contestan (n=1.140)



** 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 que contestan (n=1.140)



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

3.4. Edad en el empleo del comercio vasco

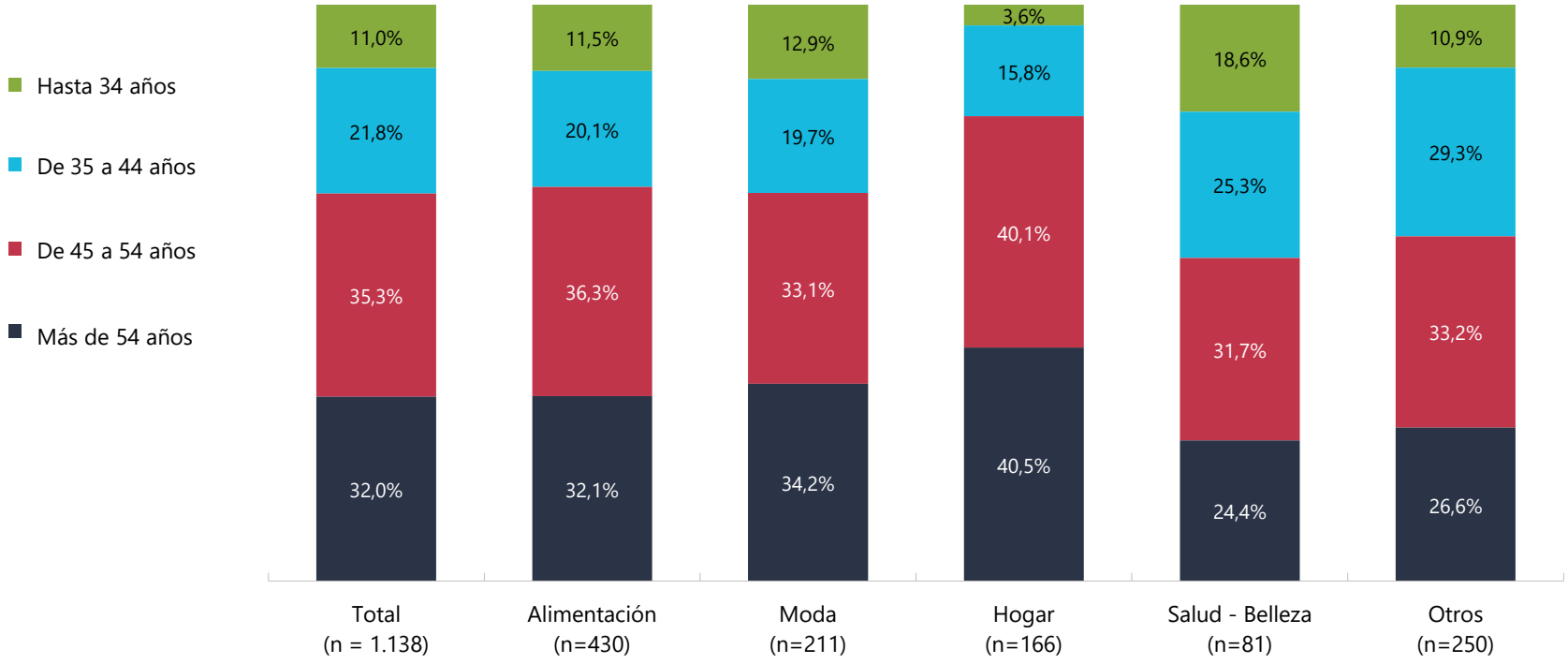
Edad en el empleo del comercio vasco

En correspondencia con la antigüedad, el 32,0% del empleo en el sector está ocupado por personas de más de 54 años, el 35,3%, entre 45 y 54 años y el 21,8%, entre 35 y 44 años. Por otra parte, un 11,0% de los puestos corresponden a personas menores de 34 años.

El empleo parece más joven en el sector de Salud y Belleza y de Otro comercio al por menor. También entre los establecimientos que emplean a más de 3 trabajadores/as.

*P.10: Distribución de la edad de las personas empleadas**

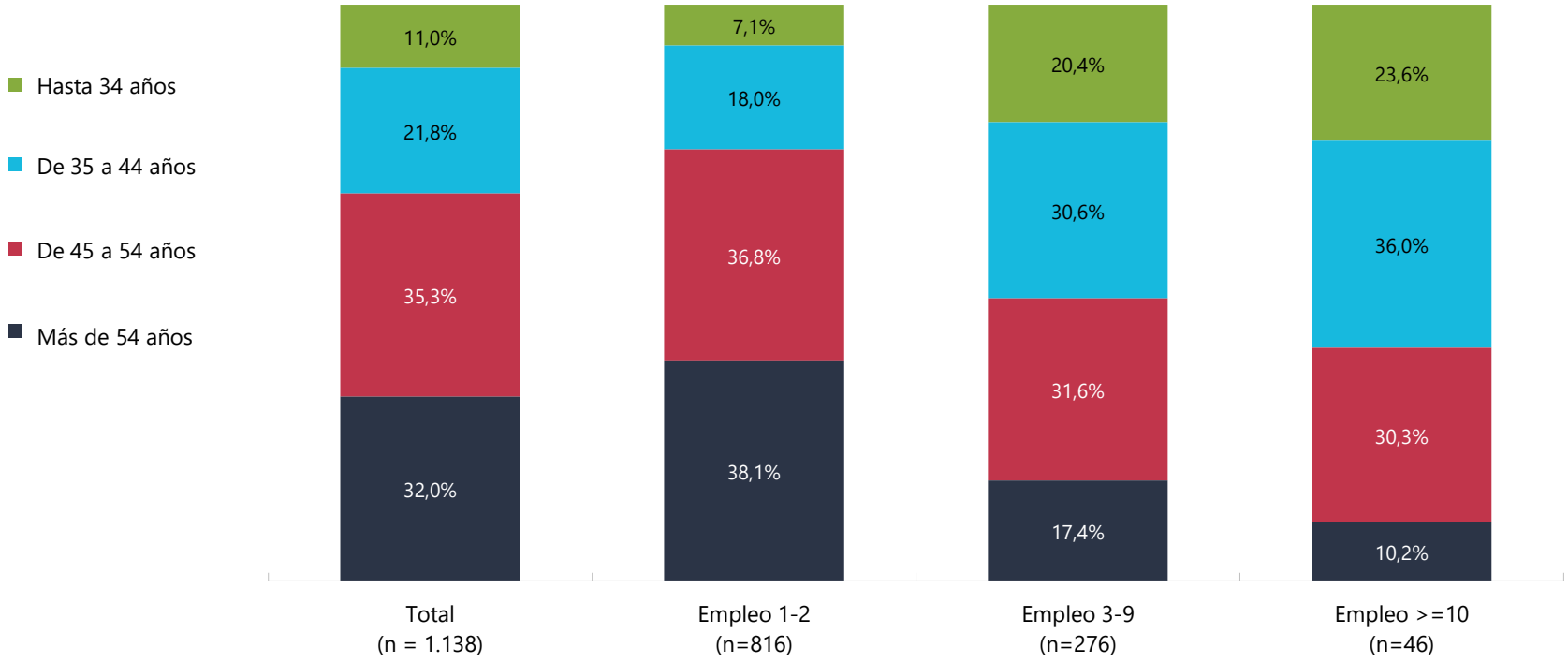
Base: Total de comercios que contestan (n=1.138)



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

*P.10: Distribución de la edad de las personas empleadas**

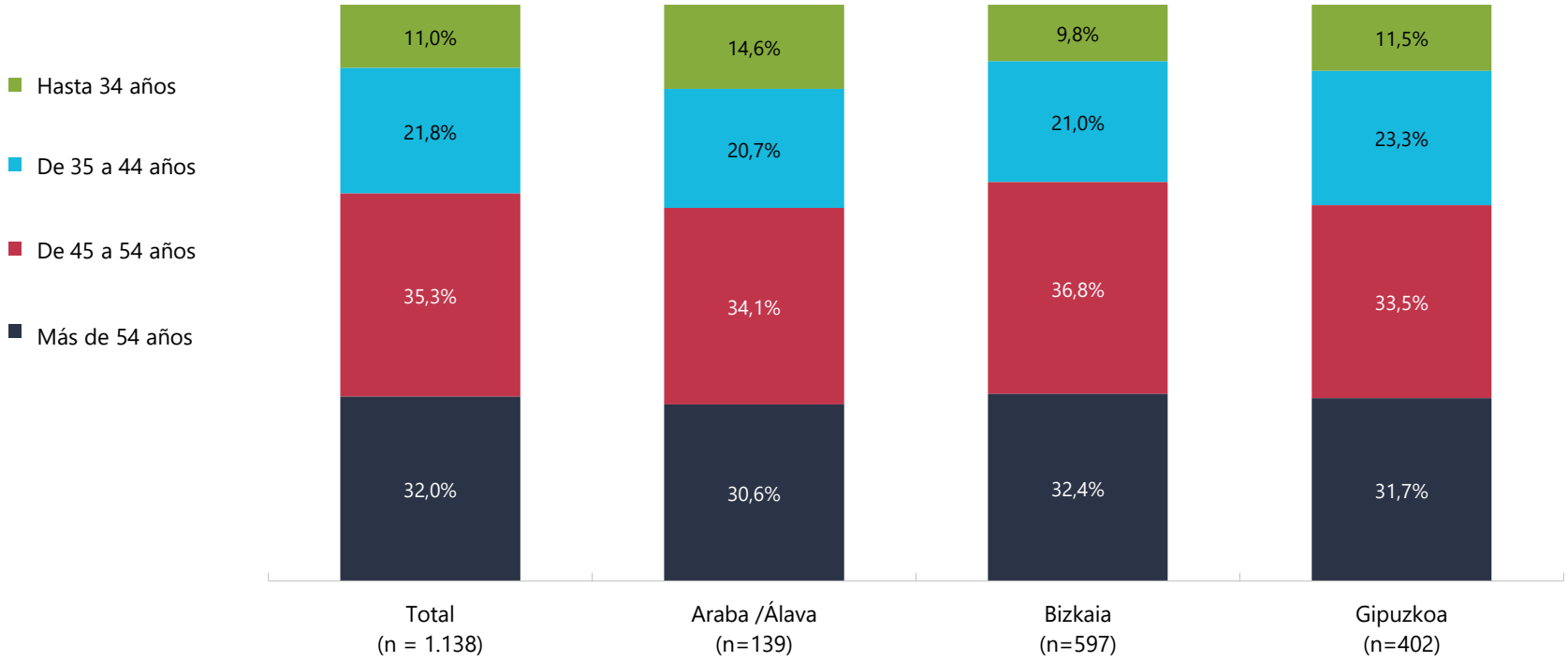
Base: Total de comercios que contestan (n=1.138)



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

*P.10: Distribución de la edad de las personas empleadas**

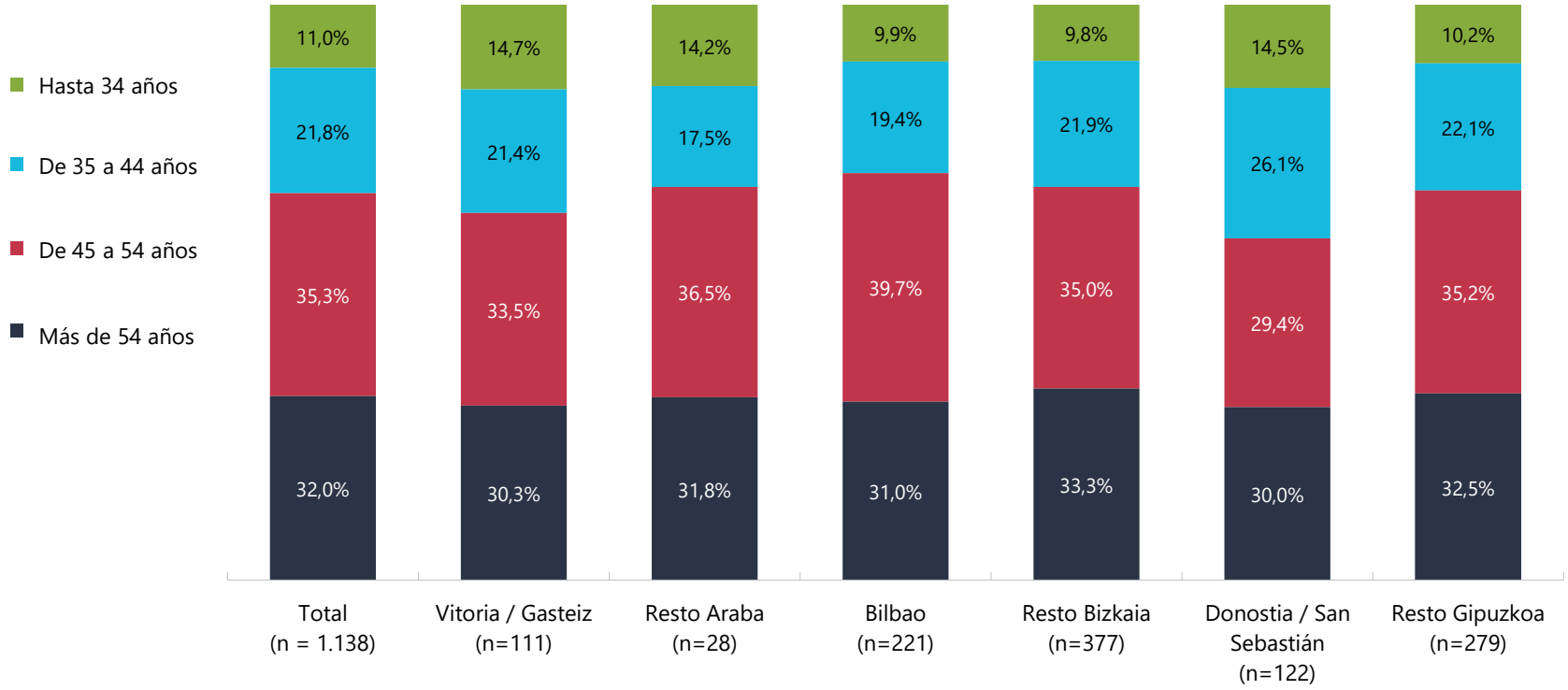
Base: Total de comercios que contestan (n=1.138)



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

*P.10: Distribución de la edad de las personas empleadas**

Base: Total de comercios que contestan (n=1.138)



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

4. CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL ESTABLECIMIENTO

Antigüedad de la persona responsable del comercio vasco

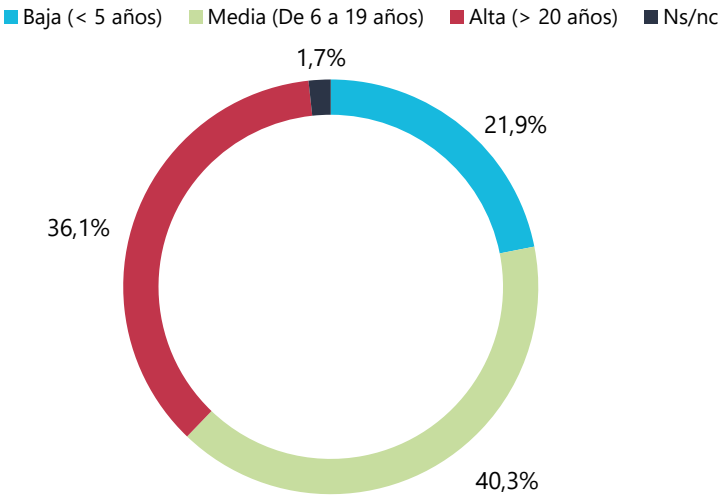
En el presente capítulo se analiza el perfil de la persona responsable del comercio vasco, teniendo en cuenta la figura del "responsable de tienda" cuando hablamos de comercios que dan empleo a más de un trabajador/a, y las características del propietario/a, en el caso de los más pequeños, de un único trabajador/a.

La persona responsable del comercio en la CAE, tiene una antigüedad media de 16 años, es decir, cuenta con una amplia andadura profesional. Se constata que, a mayor antigüedad del comercio desde su año de apertura, mayor es la antigüedad de la persona encargada o responsable.

De todos los sectores de actividad, el de venta de artículos de Hogar cuenta con el personal encargado con una antigüedad media superior, de 19 años. Por el contrario, el sector de Otras actividades de comercio, dispone del perfil de el/la responsable del comercio con menor antigüedad media, cifrada en 14 años.

P.8+D.2B: Antigüedad de las personas responsables del comercio vasco

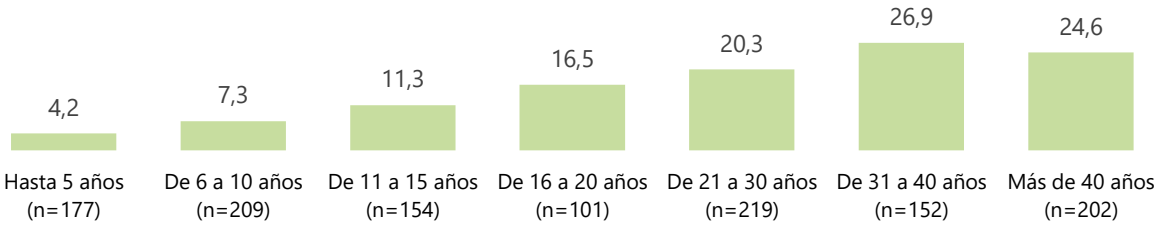
Base: Total de comercios



Antigüedad media de la persona responsable del comercio vasco

15,8 años

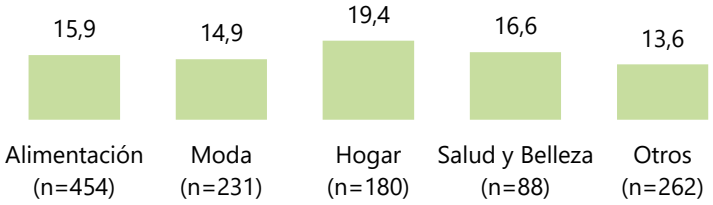
Antigüedad media en años de la persona responsable según antigüedad del establecimiento



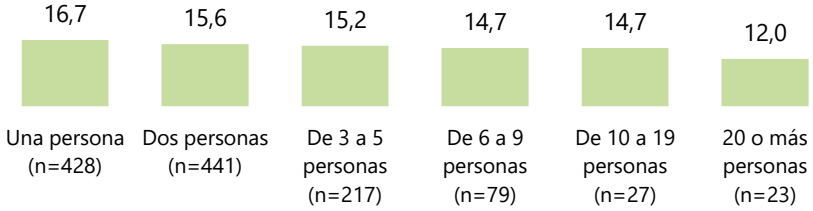
P.8+D.2B: Antigüedad de las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios

Antigüedad media de la persona responsable del comercio vasco por sector

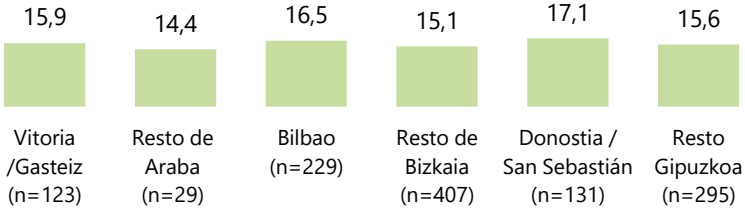


Antigüedad media de la persona responsable del comercio vasco por tamaño de empleo



Antigüedad media de la persona responsable del comercio vasco por territorio histórico

Antigüedad media de la persona responsable del comercio vasco por capitalidad / Resto del Territorio histórico



Género de la persona responsable del comercio vasco

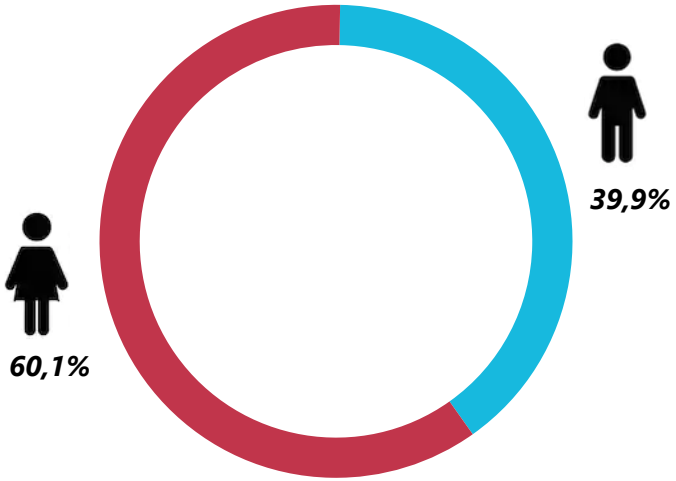
La figura de responsable del comercio vasco es en su mayoría femenina, como lo es el empleo en el sector, si bien la proporción de mujeres con responsabilidad en la gestión comercial se reduce en 6,9 puntos porcentuales. En términos generales, seis de cada diez personas responsables del comercio vasco son mujeres y cuatro de cada diez, hombres.

La presencia del colectivo masculino como figura al cargo del establecimiento se hace más visible entre la población mayor de 54 años, donde se observa una representación más equitativa entre ambos colectivos, seguido de las generaciones más jóvenes, los menores de 34 años.

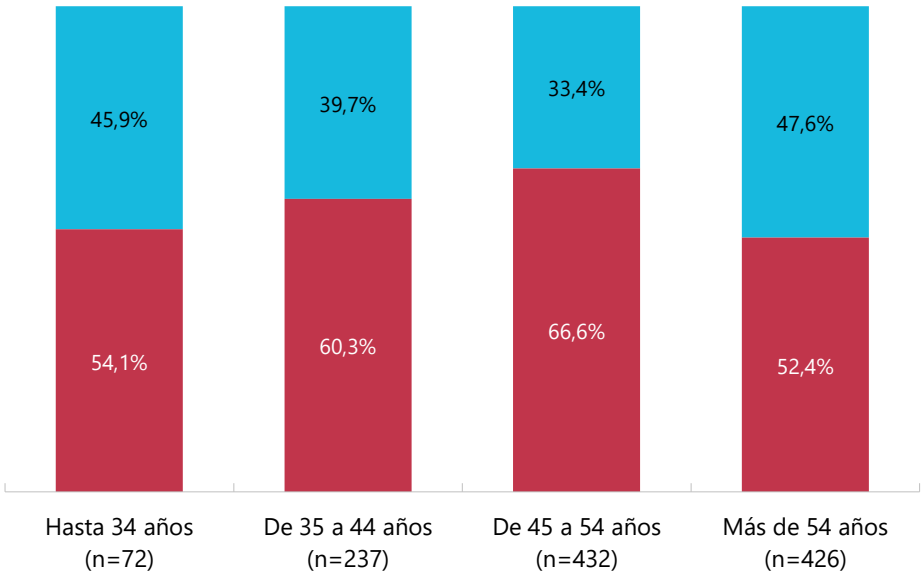
Por sector de actividad vuelve a reproducirse la feminización de algunos de ellos también en la figura de el/la responsable de tienda. Es el caso del comercio de Salud y Belleza donde ocho de cada diez responsables son mujeres, o bien el de Moda, con una proporción de siete de cada diez responsables mujeres.

P.5+P.7: Género las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios



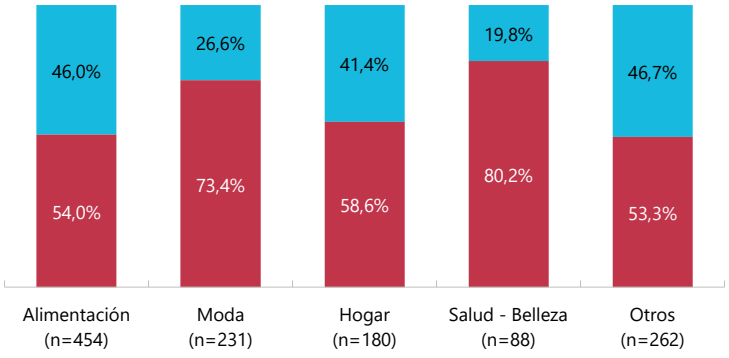
Género de las personas responsables del comercio según edad



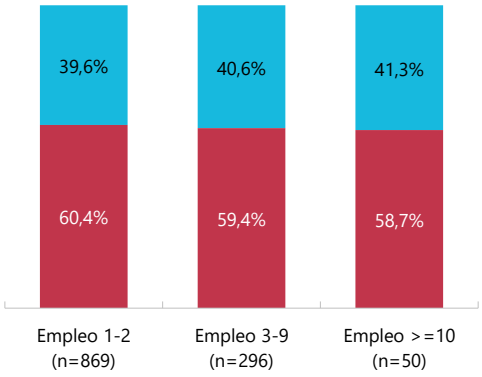
P.5+P.7: Género las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios

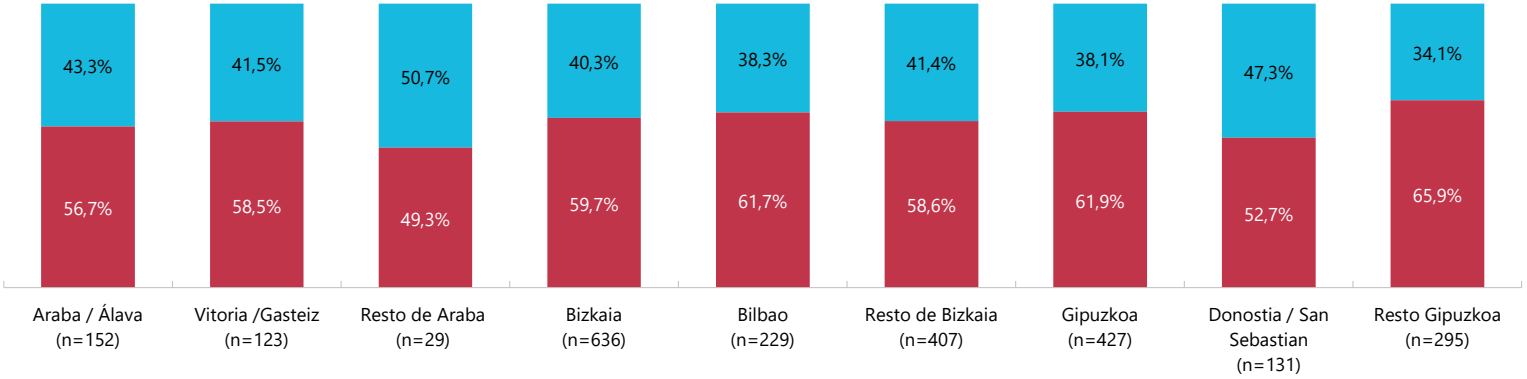
Por sector de actividad



Por tamaño de empleo



Por territorio histórico y capitalidad/resto del territorio



Nivel formativo de la persona responsable del comercio vasco

El 28,0% de las personas que gestionan el comercio vasco ha cursado estudios universitarios. Por otro lado, el 24,8% cuenta con niveles de formación profesional, el 25,8% estudios secundarios y un 20,3%, primarios o menos.

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

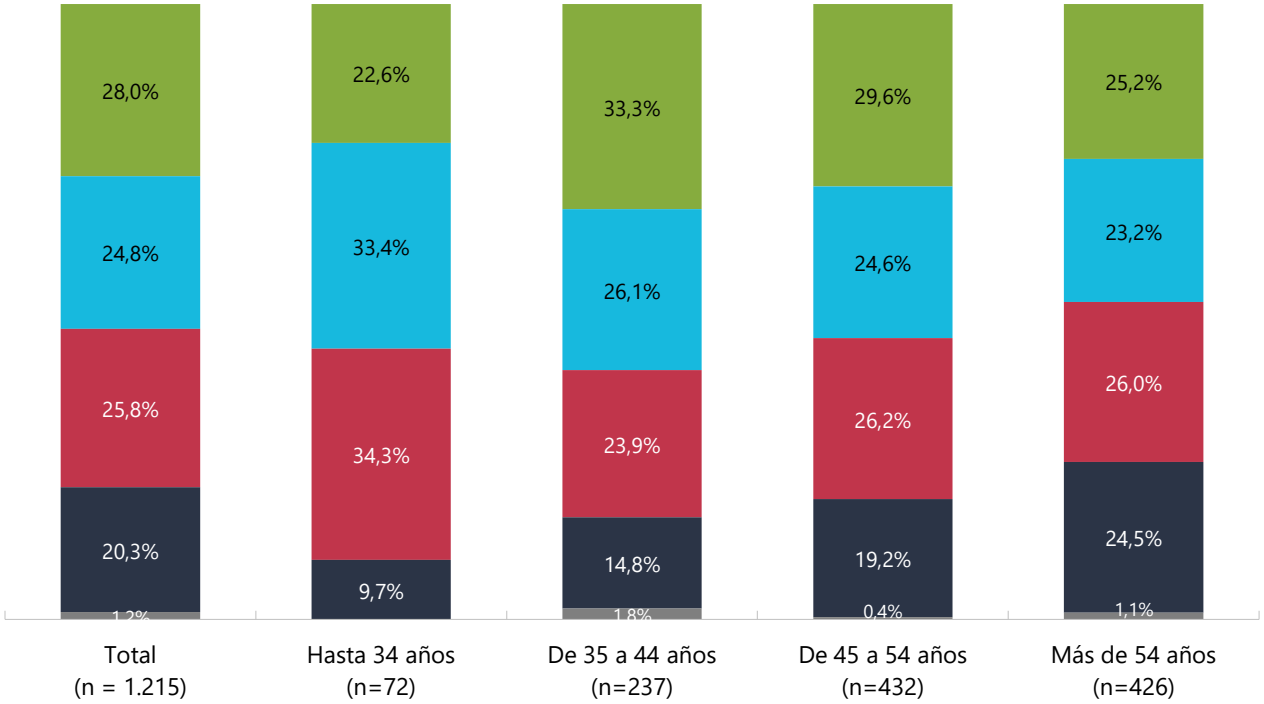
En este sentido, un 23,3% de los/las responsables de tienda del comercio que da empleo a una o dos personas dispone de un nivel de estudios universitarios, incrementándose al 39,6% en el caso de los que emplean entre 3 y 9 trabajadores/as, así como un 40,3% en los de más de 10 trabajadores/as.

P.9+D.2: Nivel formativo de las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios

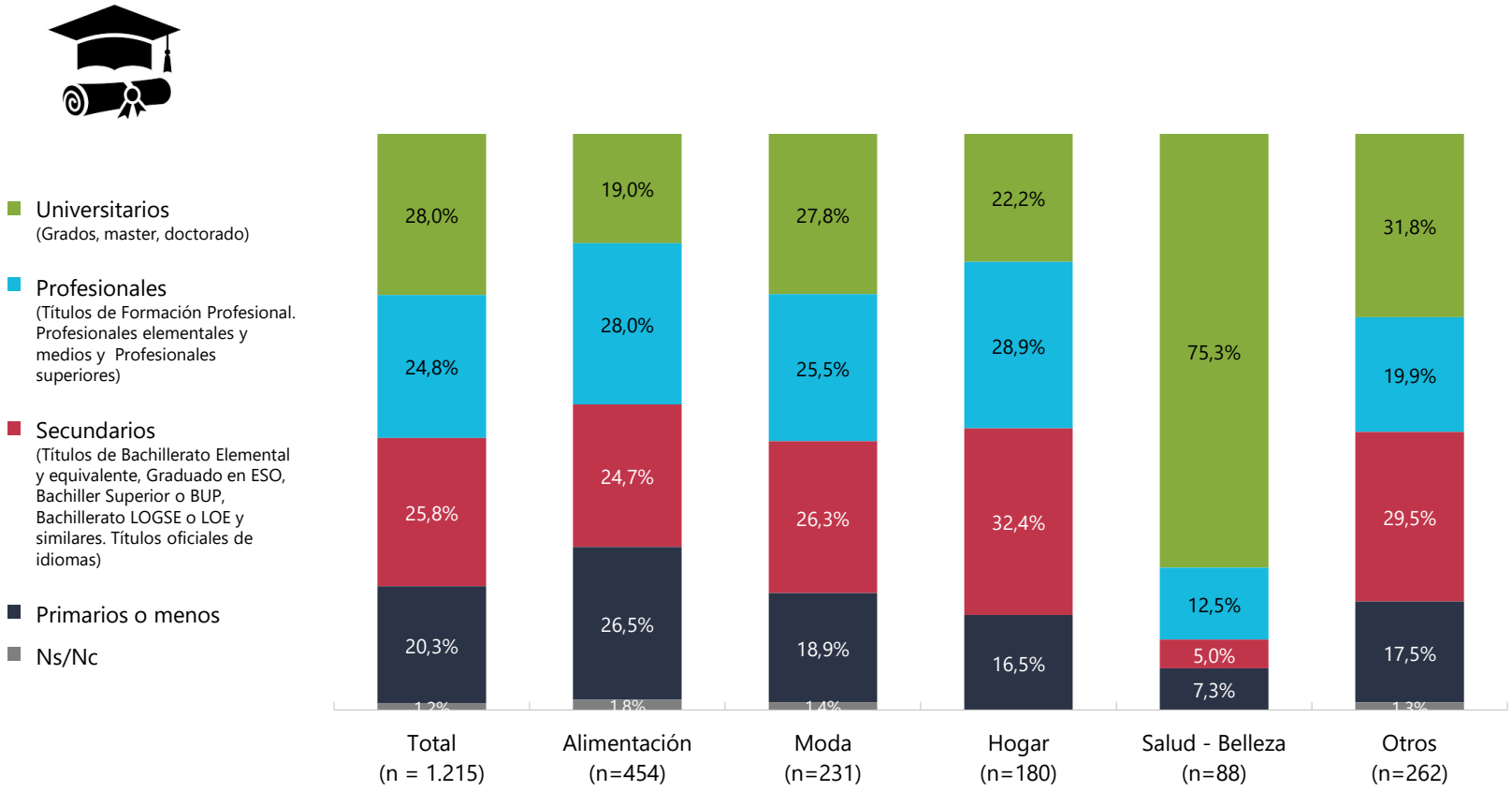
- Universitarios (Grados, master, doctorado)
- Profesionales (Títulos de Formación Profesional. Profesionales elementales y medios y Profesionales superiores)
- Secundarios (Títulos de Bachillerato Elemental y equivalente, Graduado en ESO, Bachiller Superior o BUP, Bachillerato LOGSE o LOE y similares. Títulos oficiales de idiomas)
- Primarios o menos
- Ns/Nc

Según edad de la persona responsable del establecimiento



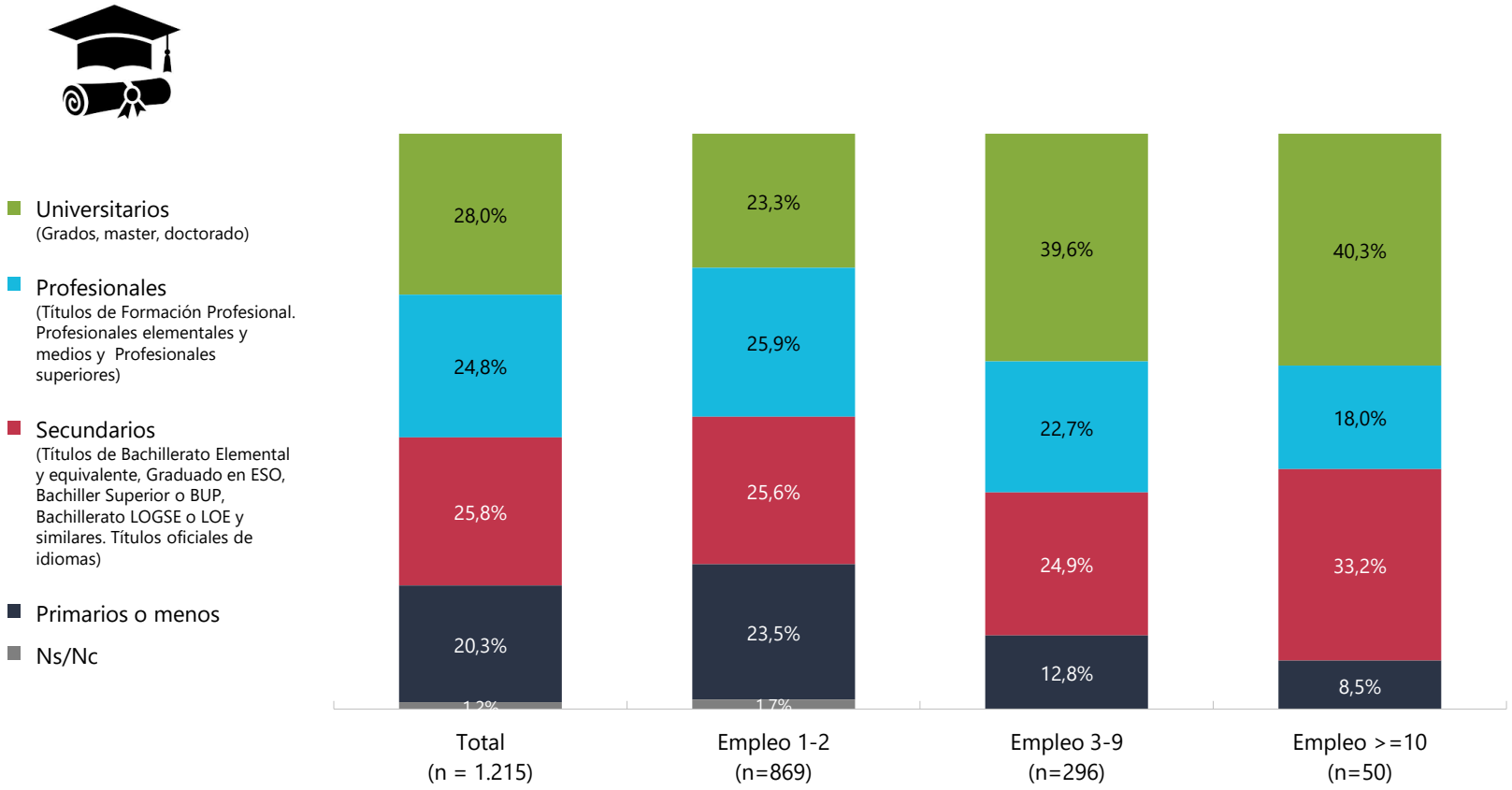
P.9+D.2: Nivel formativo de las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios



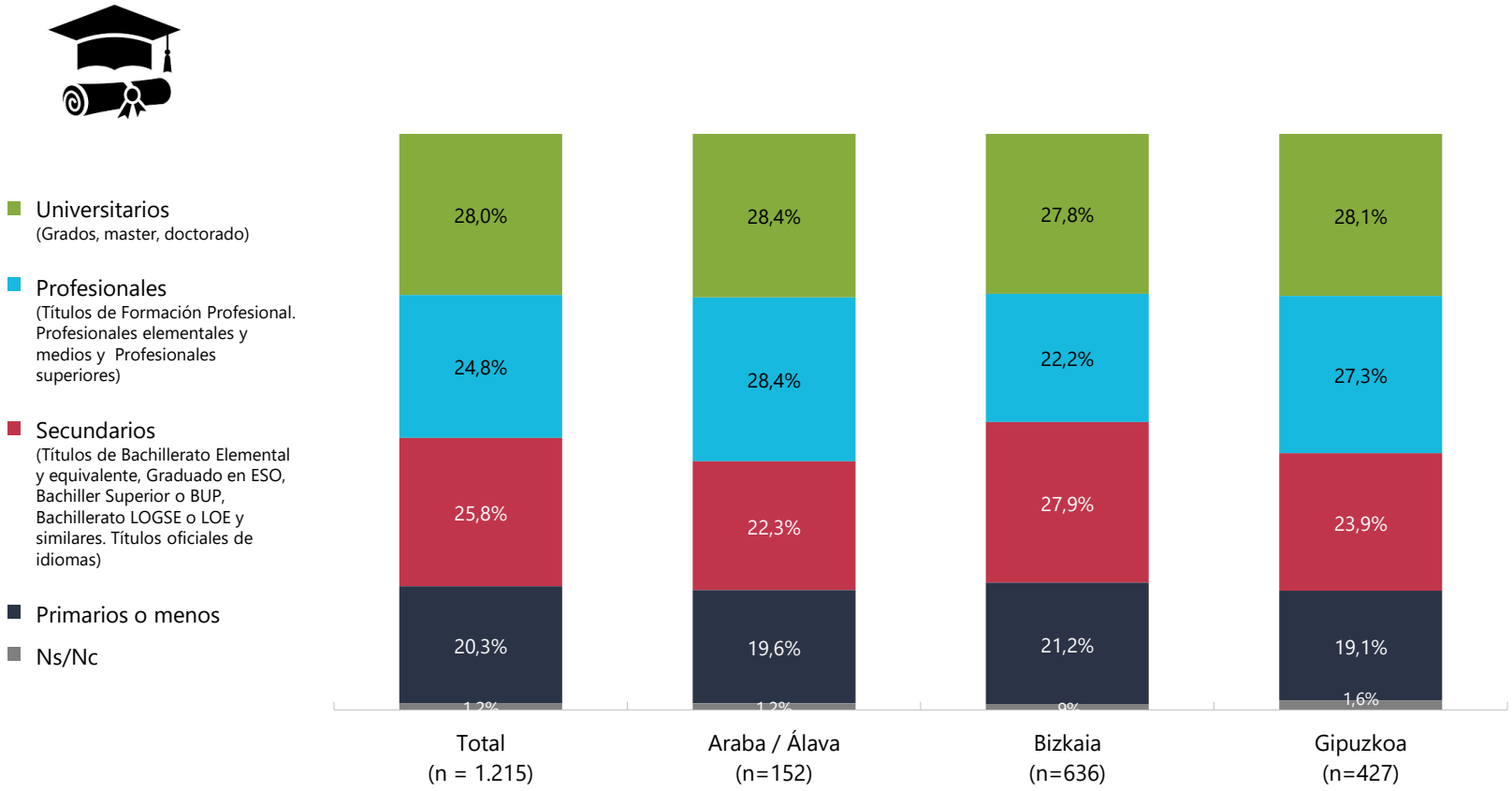
P.9+D.2: Nivel formativo de las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios



P.9+D.2: Nivel formativo de las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios



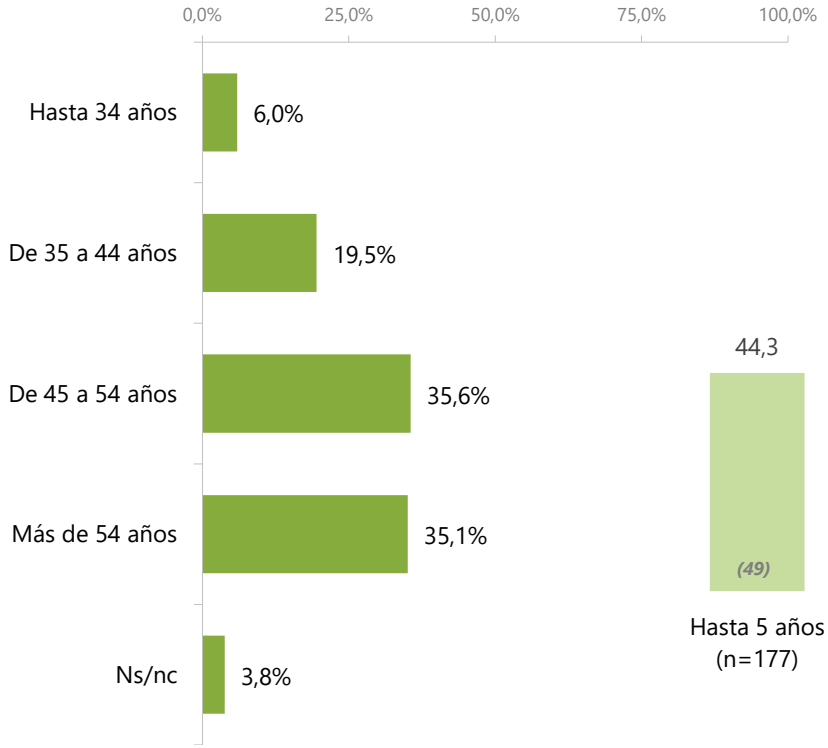
Edad de la persona responsable del comercio vasco

La media de edad de las personas que gestionan el sector comercial vasco se sitúa en los 50 años. Siete de cada diez comercios están gestionados por una persona mayor de 45 años (el 70,7%).

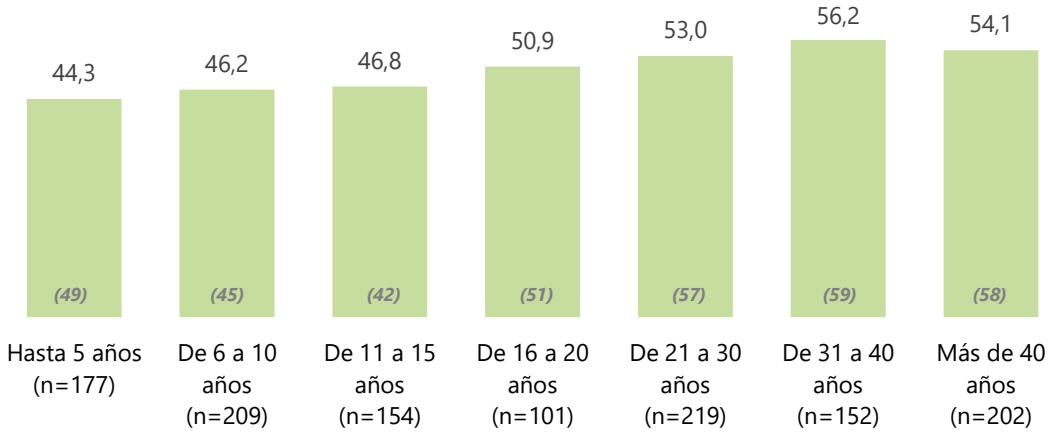
La tasa de jóvenes, menores de 34 años, con responsabilidad en la gestión comercial, alcanza el 6,0%.

P.10.1+D.1: Edad de las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios



Edad media de la persona responsable del comercio vasco según antigüedad del establecimiento



Edad media de la persona responsable del comercio vasco

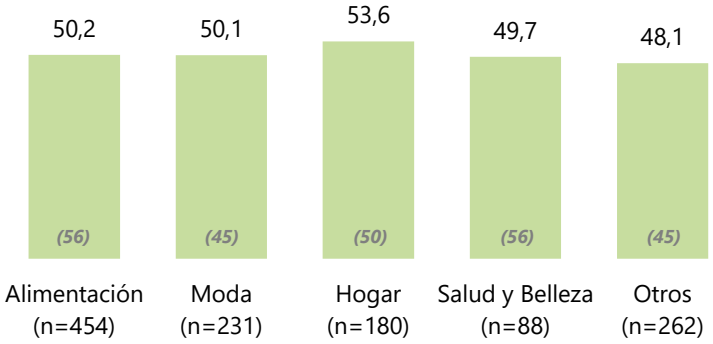
50,2 años

** Entre paréntesis se muestra la Moda, estadístico que señala el valor más frecuente en una distribución de datos*

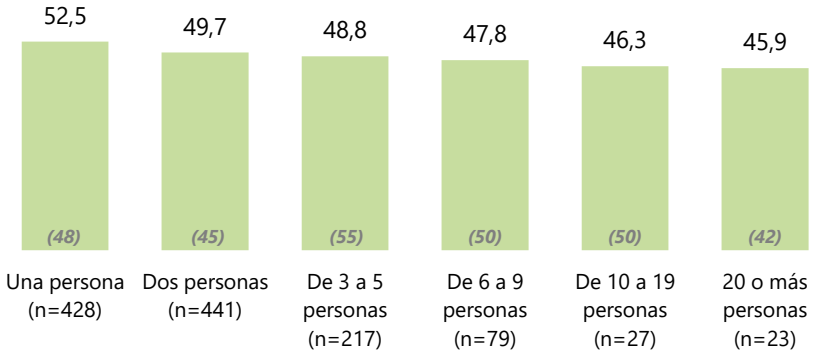
P.10.1+D.1: Edad de las personas responsables del comercio vasco

Base: Total de comercios

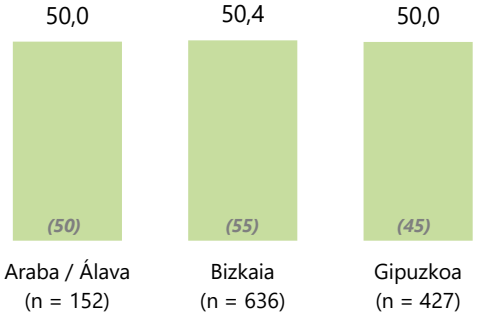
Edad media de la persona responsable del comercio vasco por sector



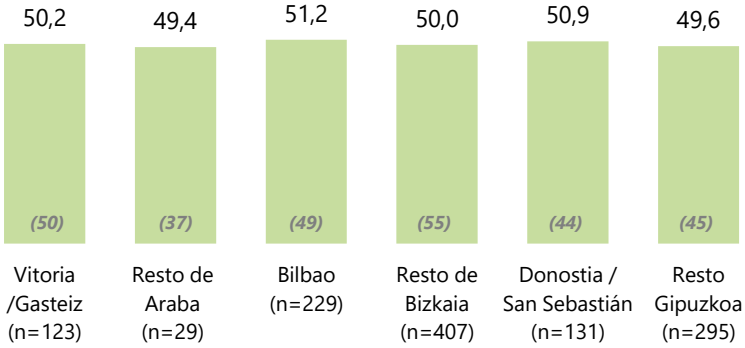
Edad media de la persona responsable del comercio vasco por tamaño de empleo



Edad media de la persona responsable del comercio vasco por territorio histórico



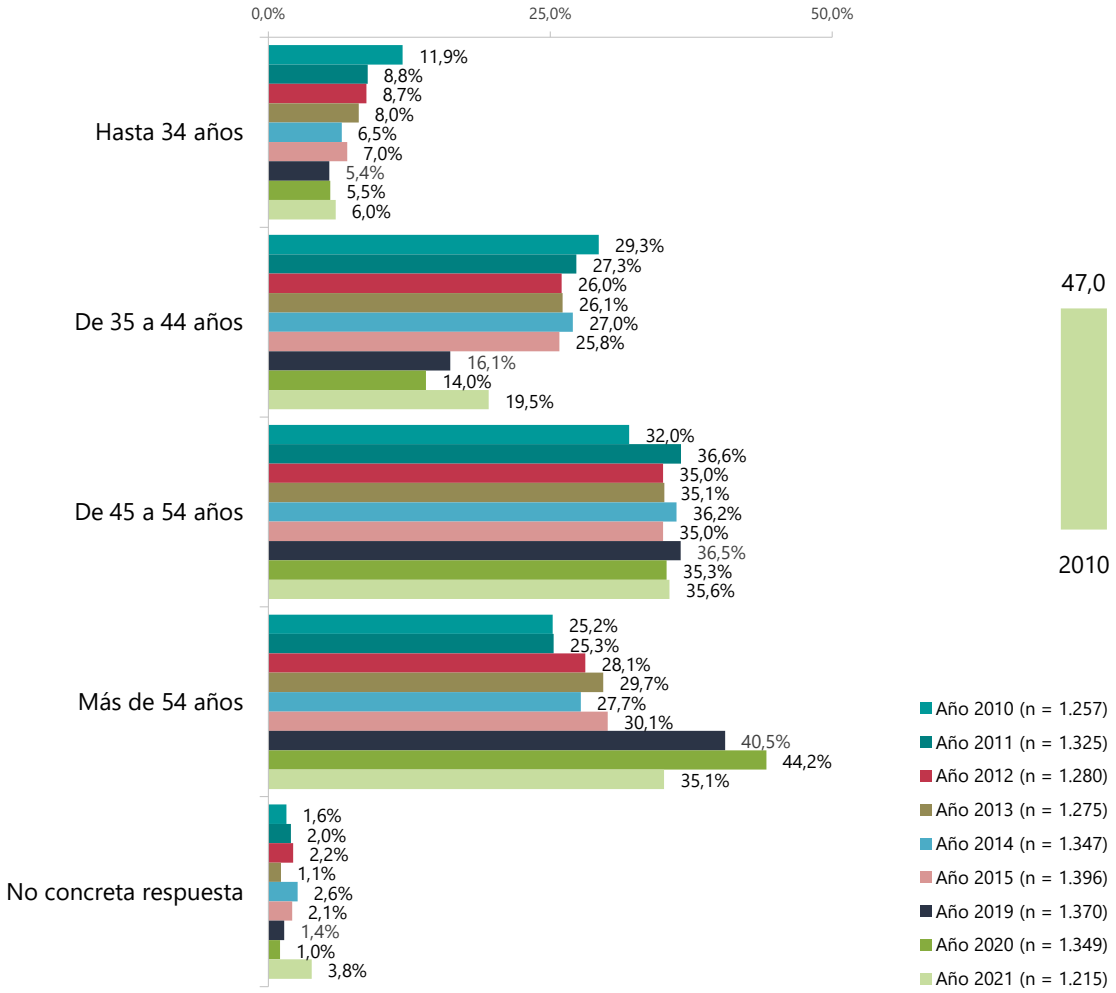
Edad media de la persona responsable del comercio vasco por capitalidad / Resto del Territorio histórico



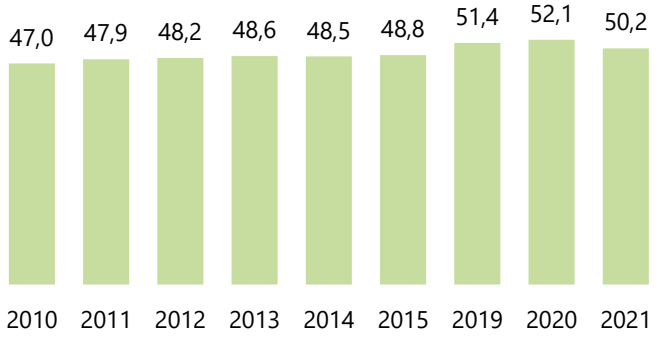
** Entre paréntesis se muestra la Moda, estadístico que señala el valor más frecuente en una distribución de datos*

*P.10.1+D.1: Edad de las personas responsables del comercio vasco**

Base: Total de comercios



*Edad media de la persona responsable en el comercio vasco**



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

**Datos hasta 2020 se refieren solo a la figura de el/la "responsable de tienda". Los datos en 2021 incluyen a la totalidad comercios, incluyendo los de un único empleado/a.*

5. HORARIOS Y AFLUENCIA AL COMERCIO VASCO

5.1. Horarios comerciales

Horario de atención partido *vs* continuo

El 72,8% de los comercios minoristas vascos ofrece un horario de atención al público partido y un 27,2%, abre ininterrumpidamente en horario de atención continuo. Respecto al histórico de datos del Barómetro, los cambios en la metodología incluyendo una mayor tasa de grandes operadores de la distribución alimentaria y cadenas comerciales, permite observar un incremento notable del comercio con horario de atención continuo.

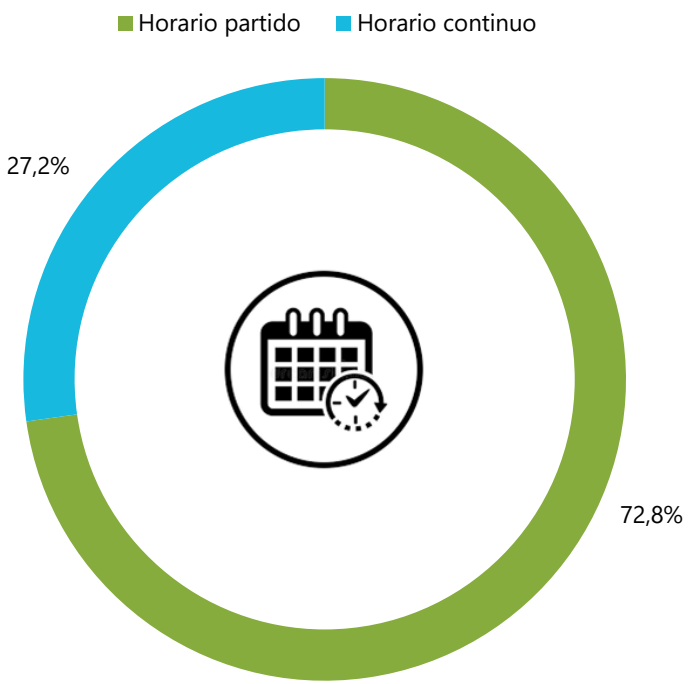
El horario de apertura continuo está más implantado en el sector de Alimentación donde un 36,5% de los establecimientos no cierra a mediodía, así como en el de Salud y Belleza, como indica un 33,9%.

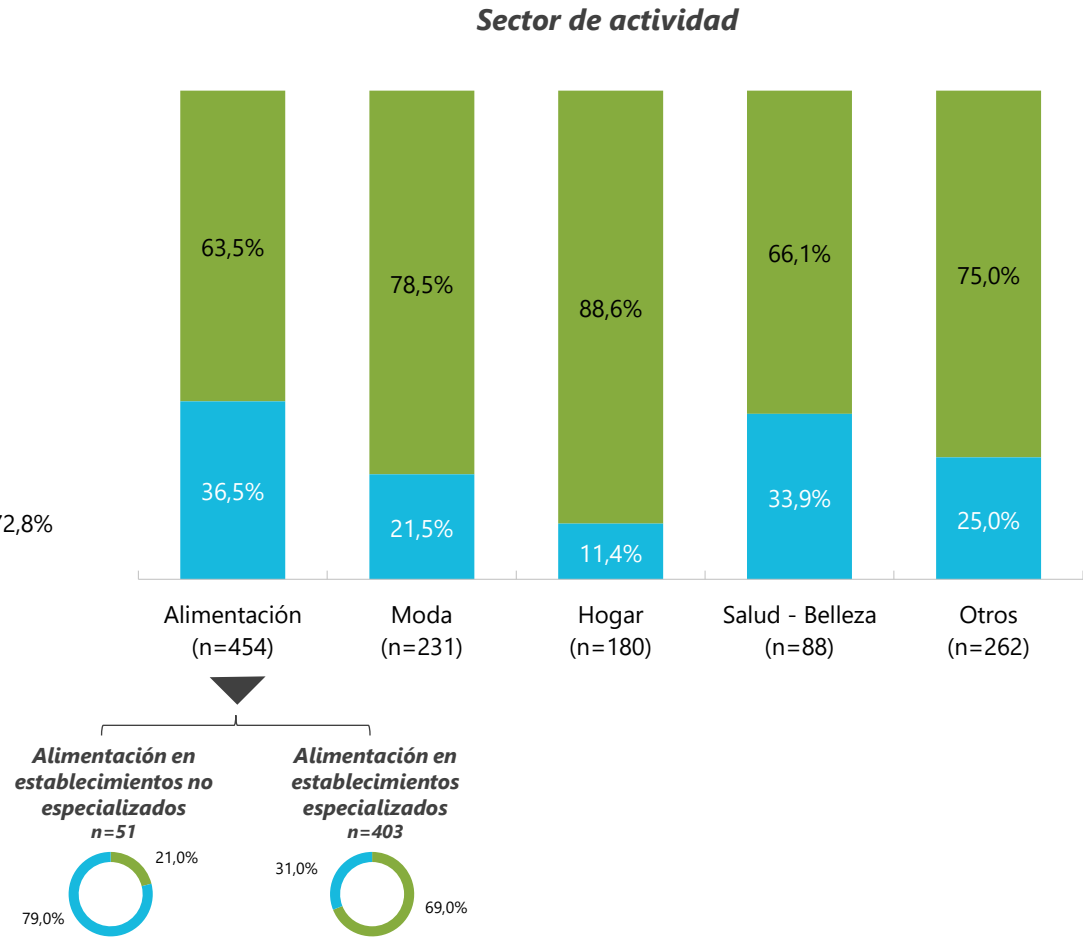
Asimismo, a mayor tamaño del establecimiento, la presencia de comercios con horario de atención al público partido, se reduce significativamente, en tanto que en los comercios capitaneados por una o dos personas, es la opción mayoritaria.

También el horario continuo de atención al público está más implantado en los establecimientos de las capitales de los diferentes territorios históricos, especialmente en Bilbao, seguido de Donostia / San Sebastián.

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

Base: Total de comercios

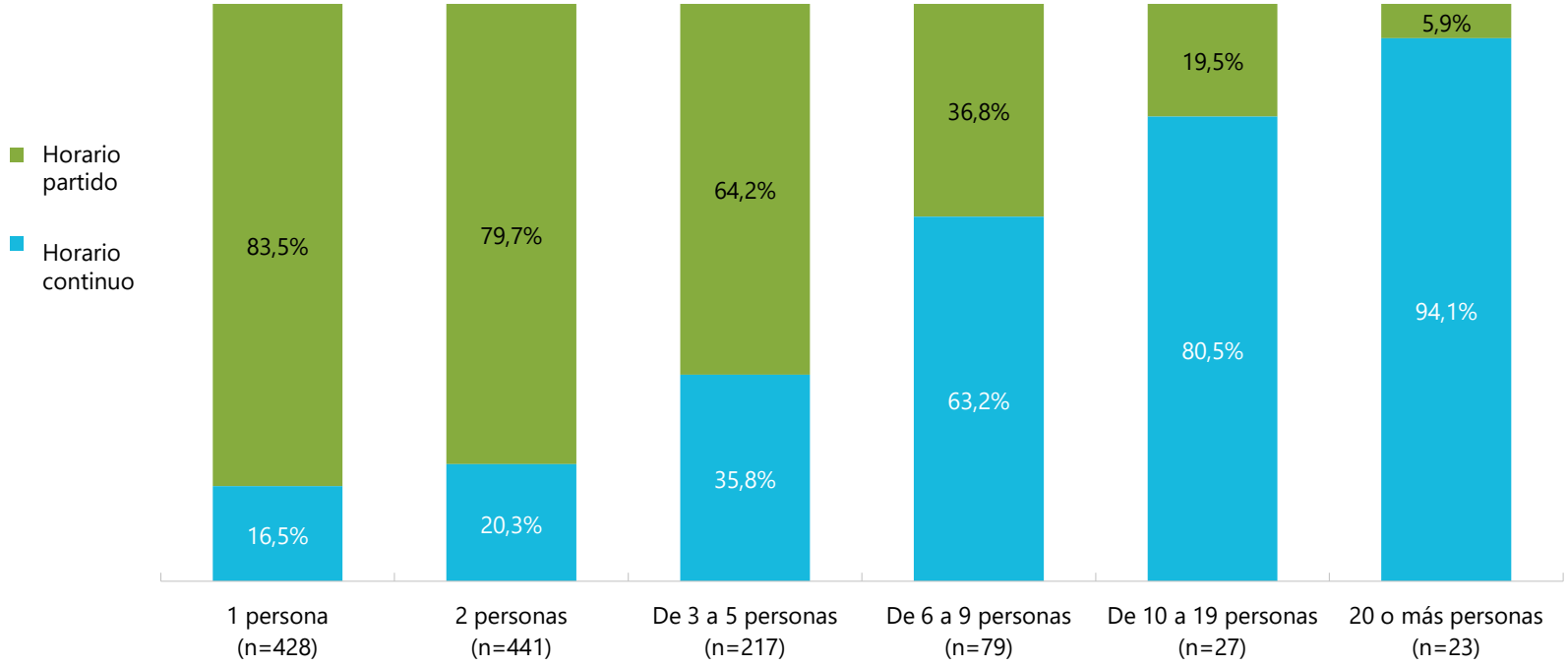




* Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta

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

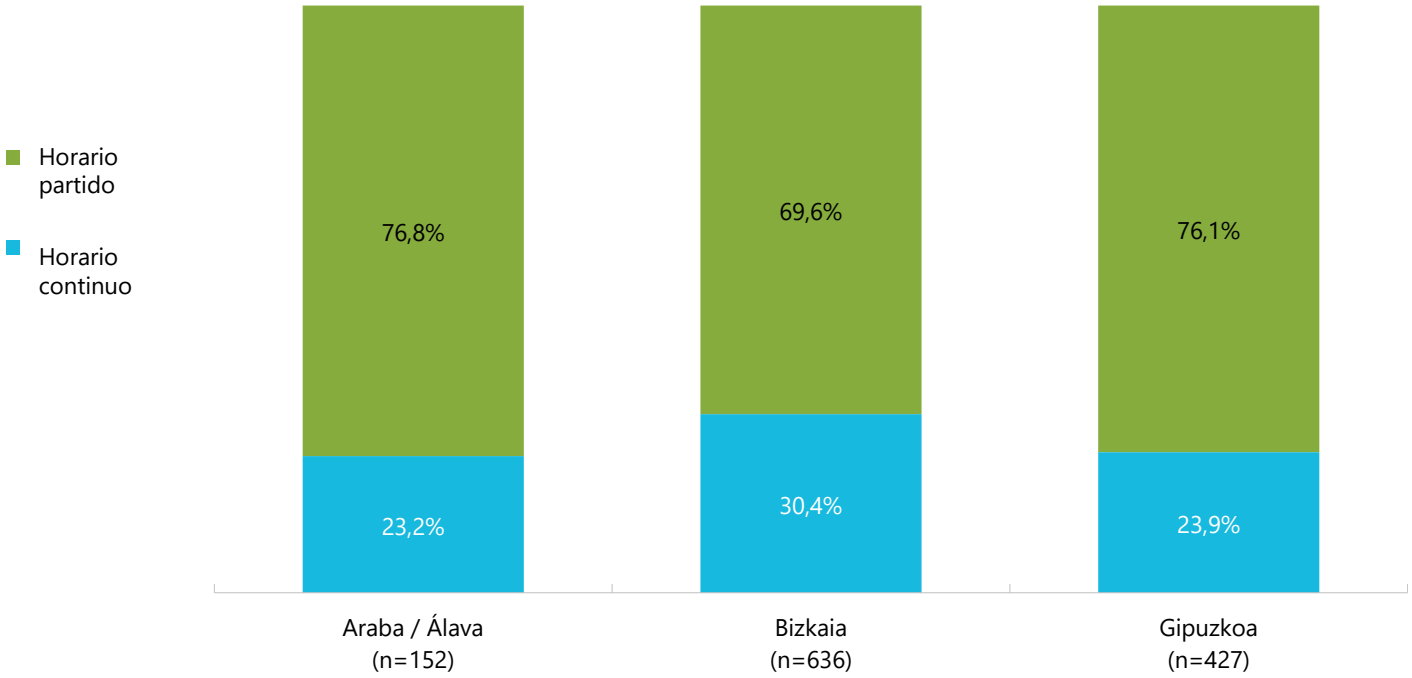
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

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

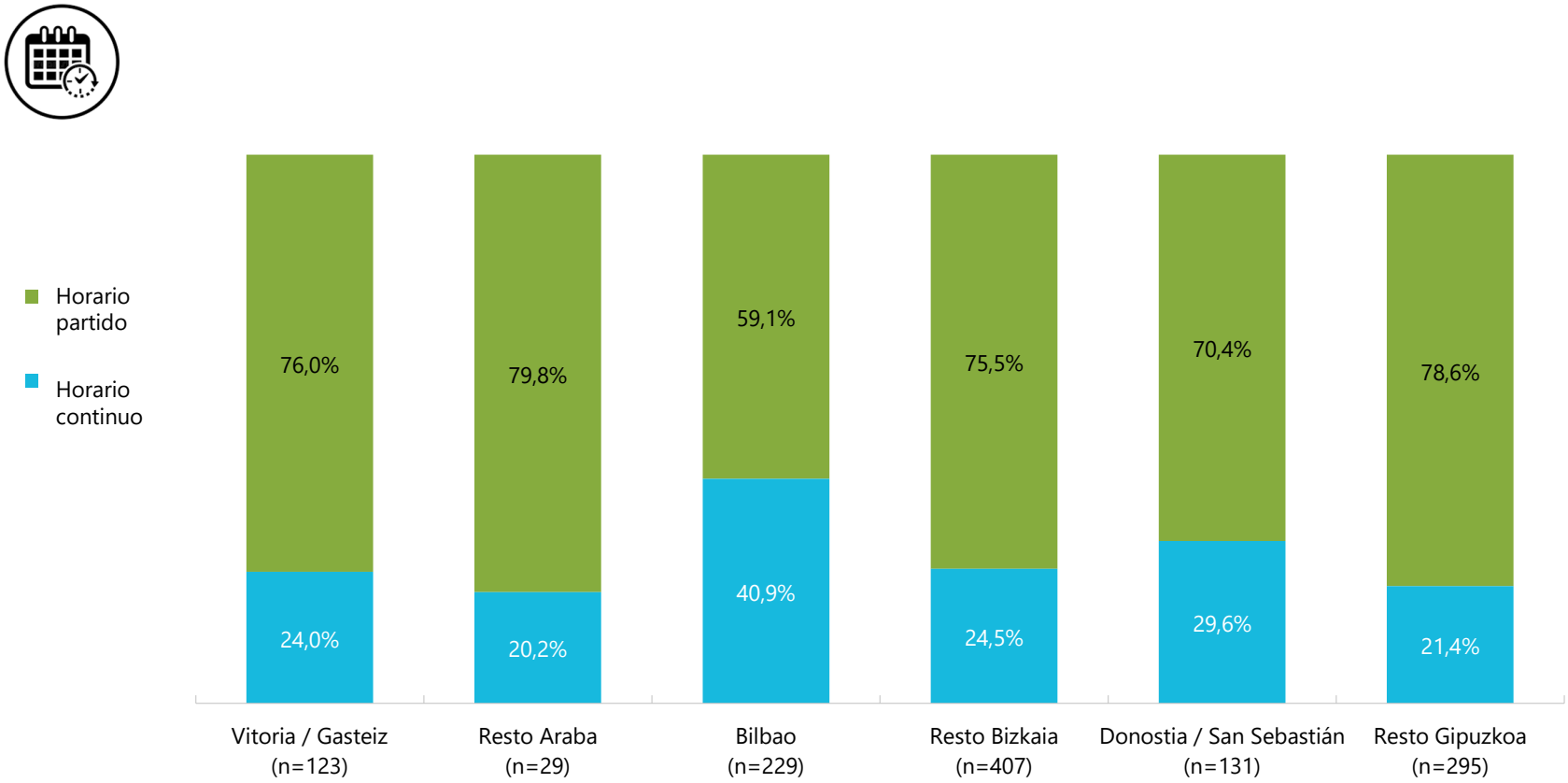
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

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

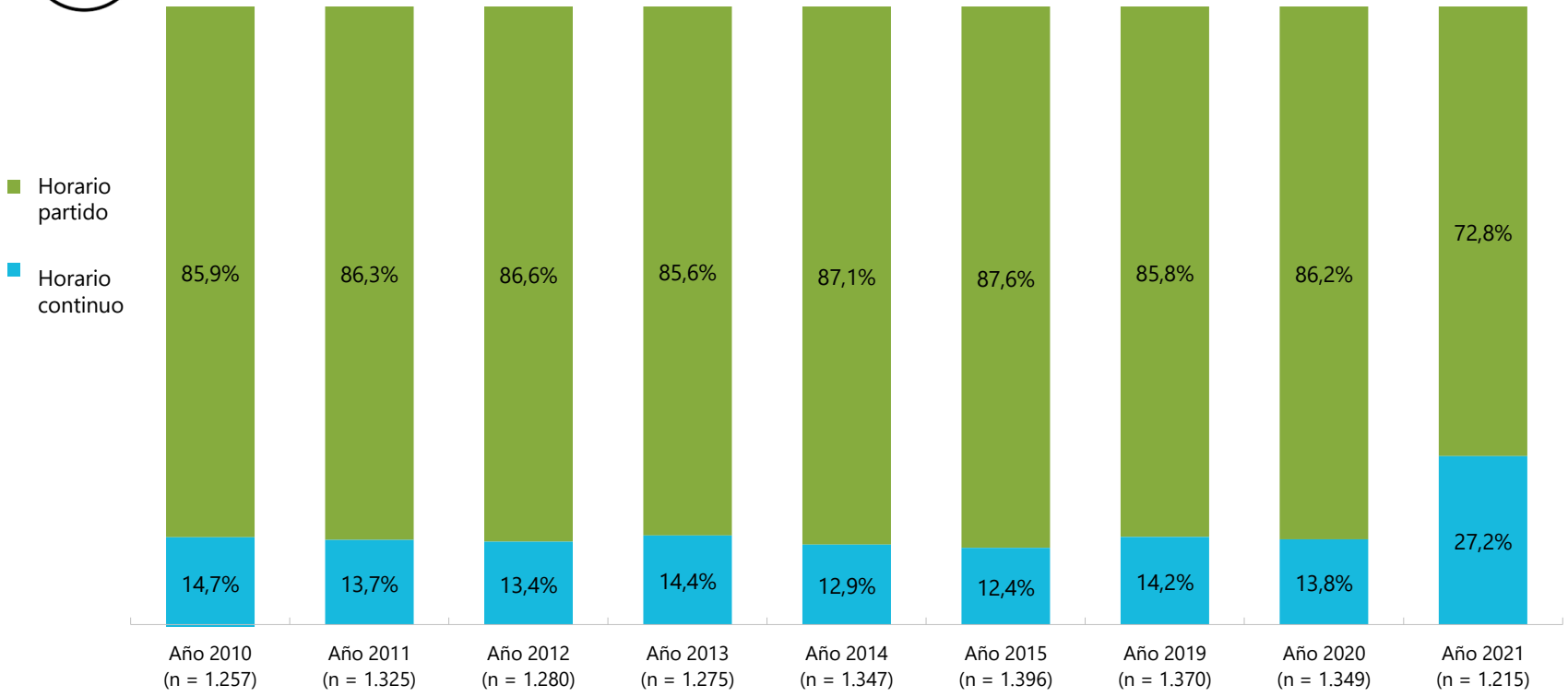
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.1.: Tipo de horario de atención al público en el comercio vasco**

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

Horario de atención en sábado

En lo que respecta al sábado, la mayoría del sector comercial vasco, el 62,9%, permanece abierto al público solo medio día. Es un 27,7% del conjunto, el comercio que permanece abierto al público durante todo el sábado. Por otra parte, un 9,3% no abre sus puertas.

En el sector de Moda, de equipamiento de la persona, la tasa de comercios que abre el sábado durante todo el día es la más elevada, como indica el 49,2% del total. Le sigue a distancia, la apertura en el subsector de Otro comercio al por menor, entre quienes tres de cada diez (el 32,0%) abren el día completo.

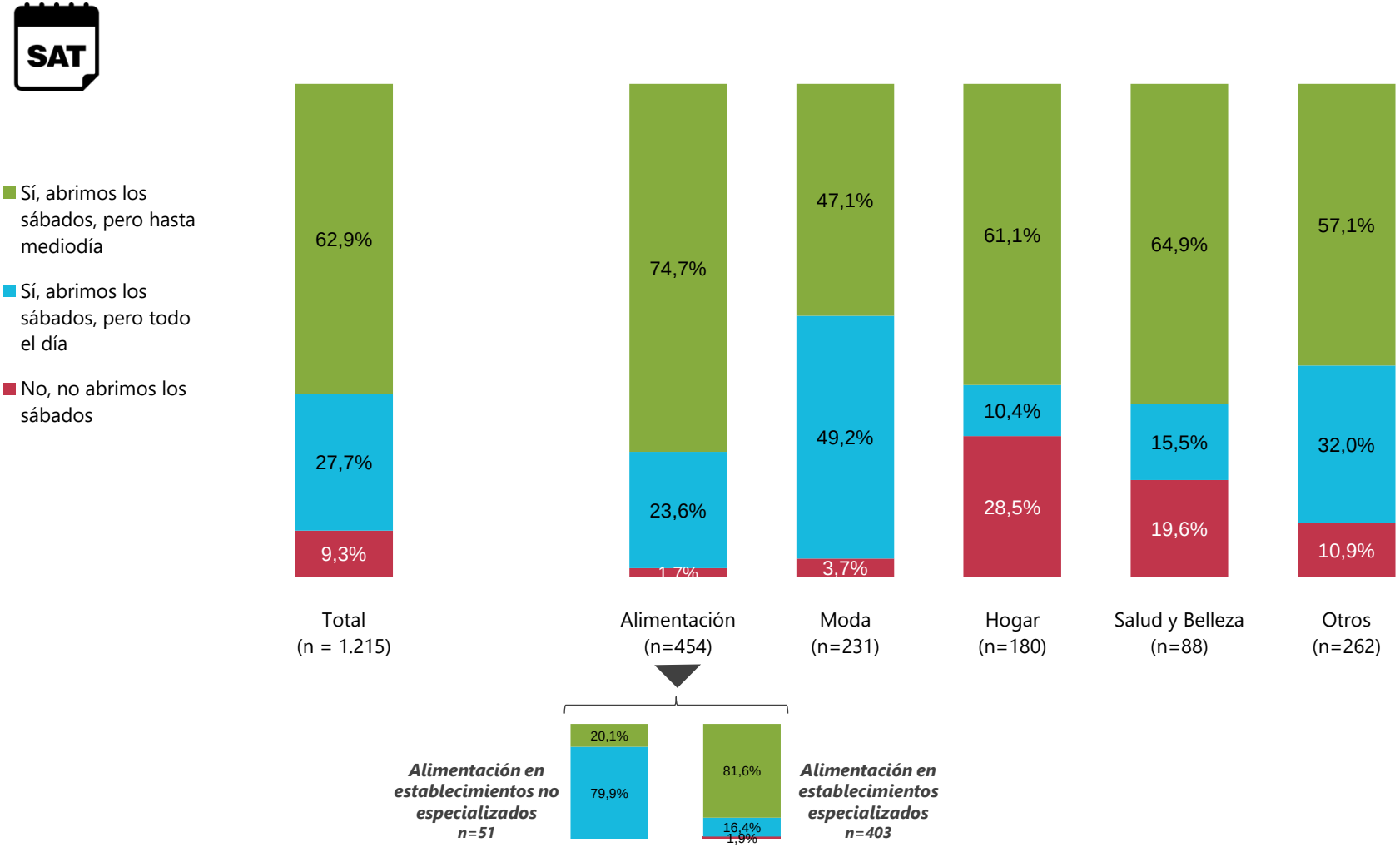
En caso de la venta de productos de Alimentación, la mayoría, el 74,7% abre en sábado solo hasta el mediodía, un dato similar al de Salud y Belleza, con un porcentaje de apertura de medio día del 64,9% y algo menor, en el de equipamiento de Hogar, 61,1%.

Por otra parte, es en los sectores de Hogar y Salud y Belleza donde podemos encontrar la mayor tasa de establecimientos que permanecen cerrados al público en sábado; un 28,5% y 19,6%, respectivamente.

Los gráficos, a continuación, muestran la correlación existente entre la apertura al público en sábado en horario completo y el número de personas empleadas. En los comercios pequeños, de una a dos personas empleadas, la mayoría del sector abre solo medio día. Por el contrario, a partir de las 6 personas empleadas, una mayoría atiende a lo largo de todo el sábado.

*P.2.: Apertura del comercio vasco en sábado**

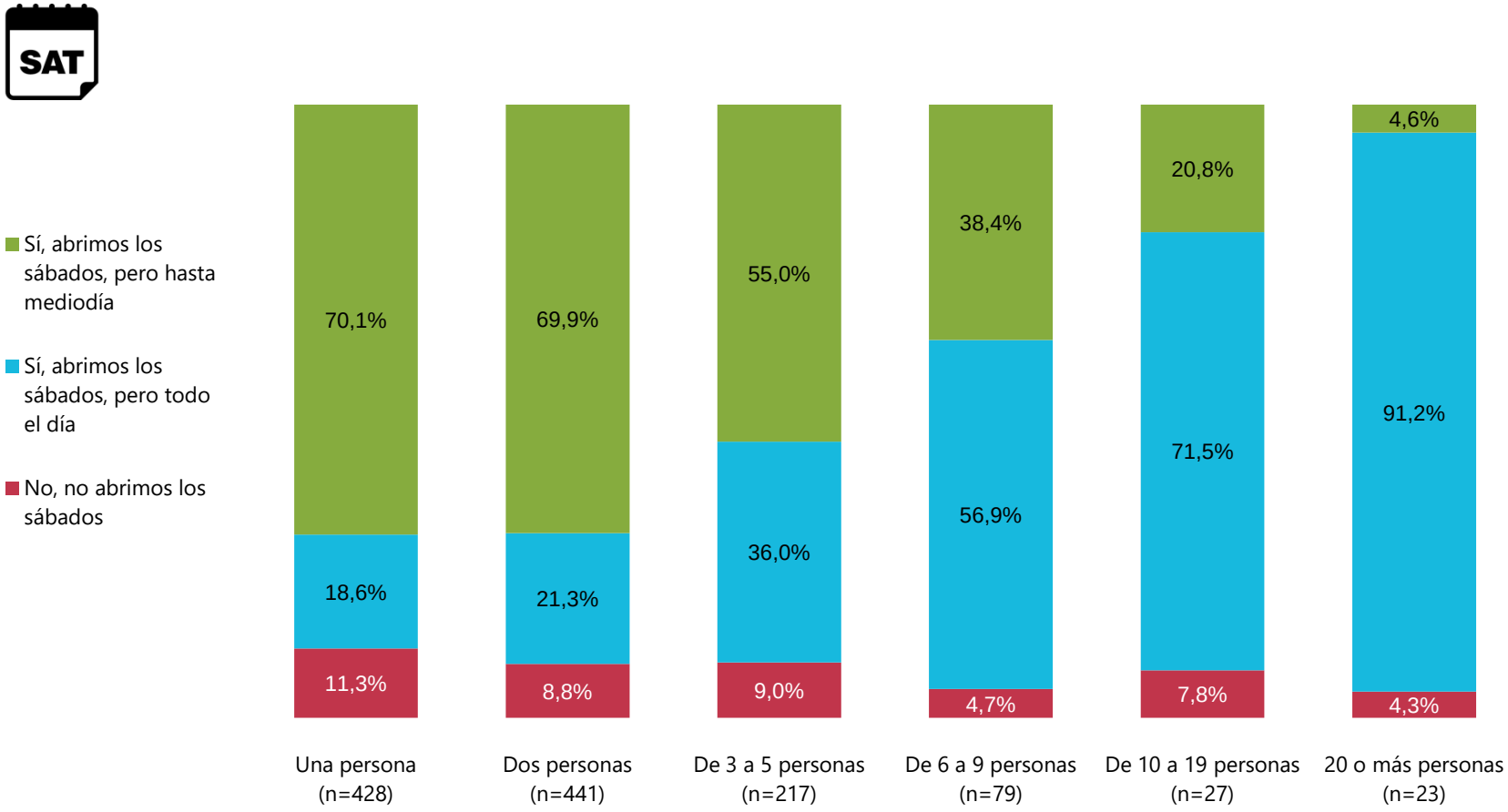
Base: Total de comercios



* Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta

*P.2.: Apertura del comercio vasco en sábado**

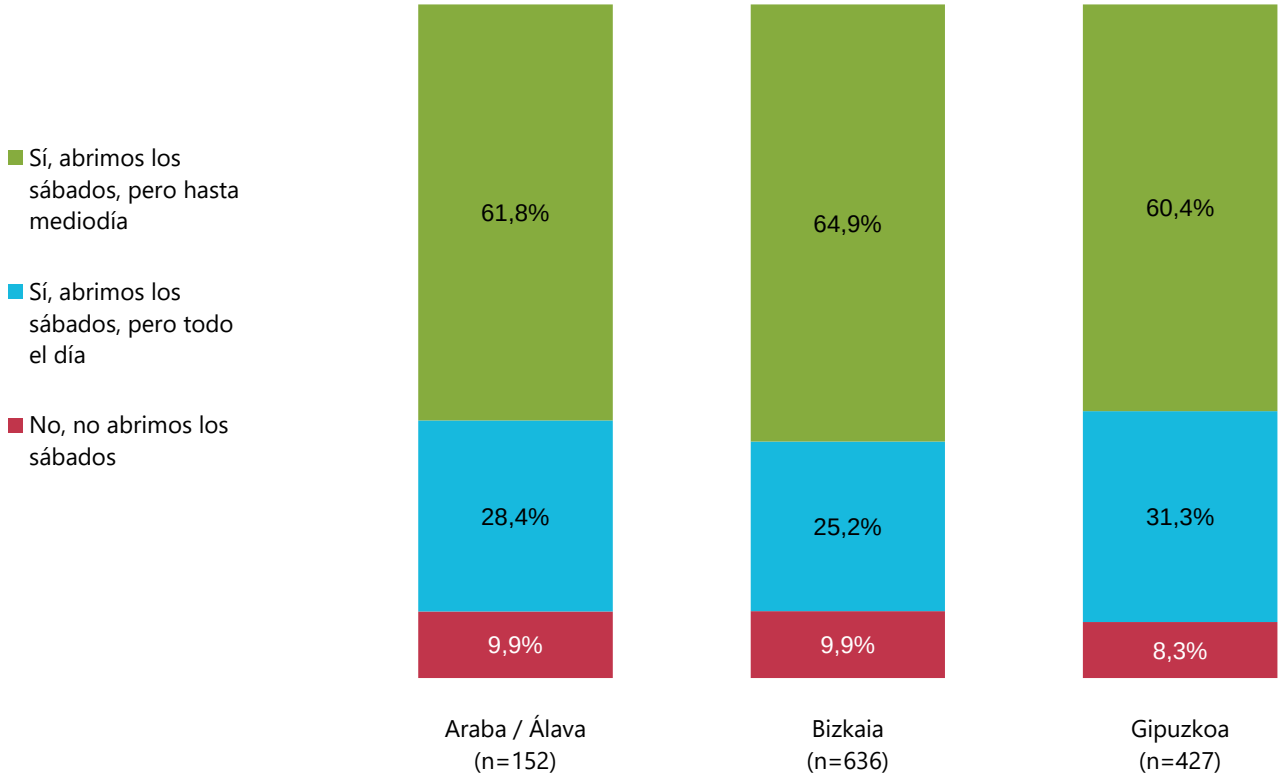
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.2.: Apertura del comercio vasco en sábado**

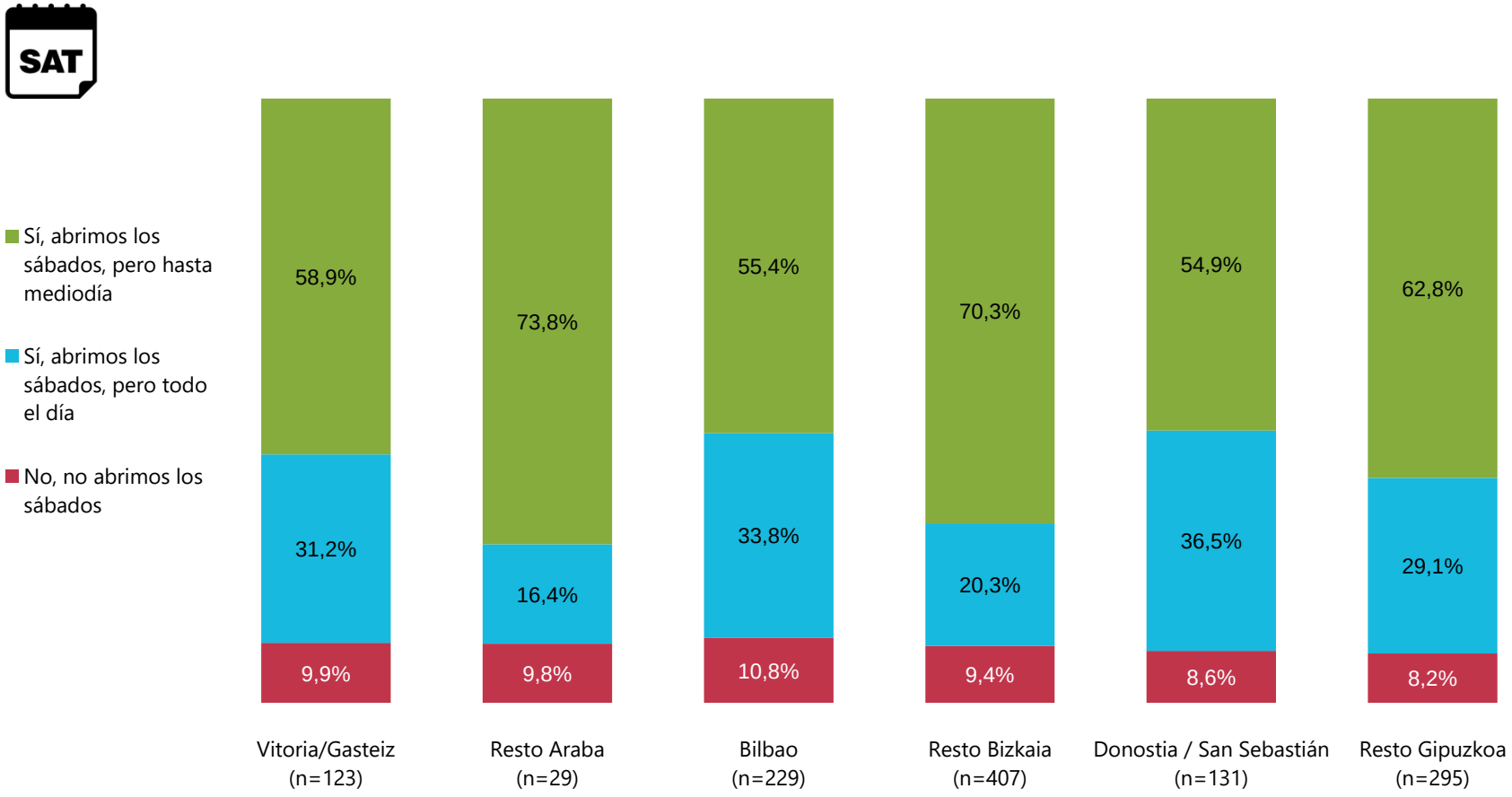
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.2.: Apertura del comercio vasco en sábado**

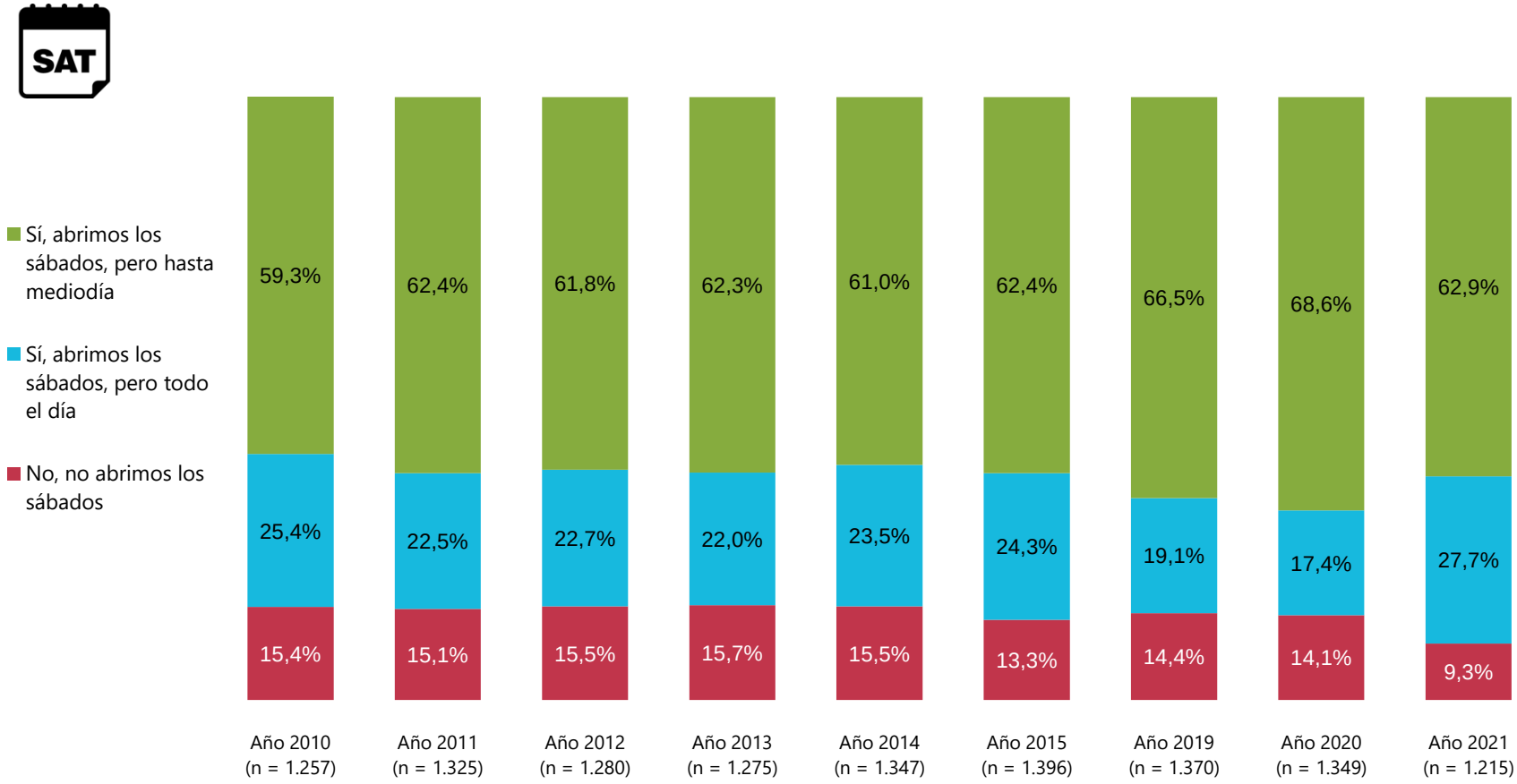
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.2.: Apertura del comercio vasco en sábado**

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

Apertura en domingo o festivo

La apertura en domingo o festivo sigue siendo poco representativa en el sector comercial minorista vasco. El 85,3% de los comercios no abre al público en domingo o festivo. Son un 9,8% quienes abren solo hasta el mediodía y un 4,8%, el día completo.

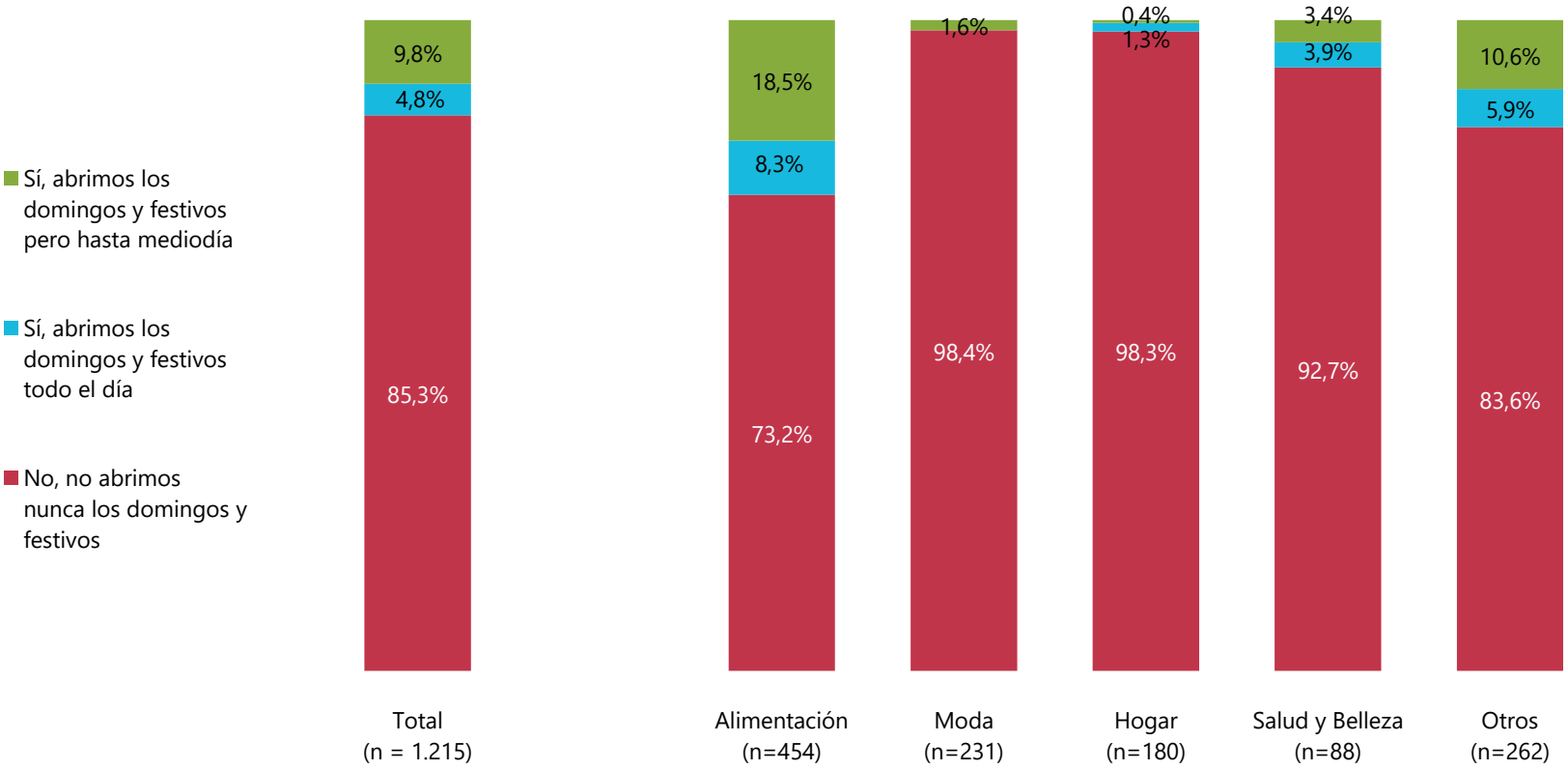
La apertura en domingo tiene más presencia en el sector de Alimentación, donde algo más de uno de cada cuatro comercios abre al público (el 26,8%), preferentemente hasta el mediodía. Algo menor, pero también destacada, es la del grupo de Otro comercio, con una tasa de apertura del 16,5%.

En lo que respecta a los territorios históricos, la tasa de apertura en domingo o festivo es mayor en Gipuzkoa respecto a Araba / Álava y Bizkaia.

La gran mayoría de profesionales del sector que actualmente no abren al público, no se muestran partidarios de sumarse a la actividad en domingos y festivos. Solo un 4,0% del sector se manifiesta abierto a la apertura en domingos o festivos, dato que se incrementa al 10% en los establecimientos de más de 10 personas empleadas.

*P.2.A.: Apertura del comercio vasco en domingos y festivos**

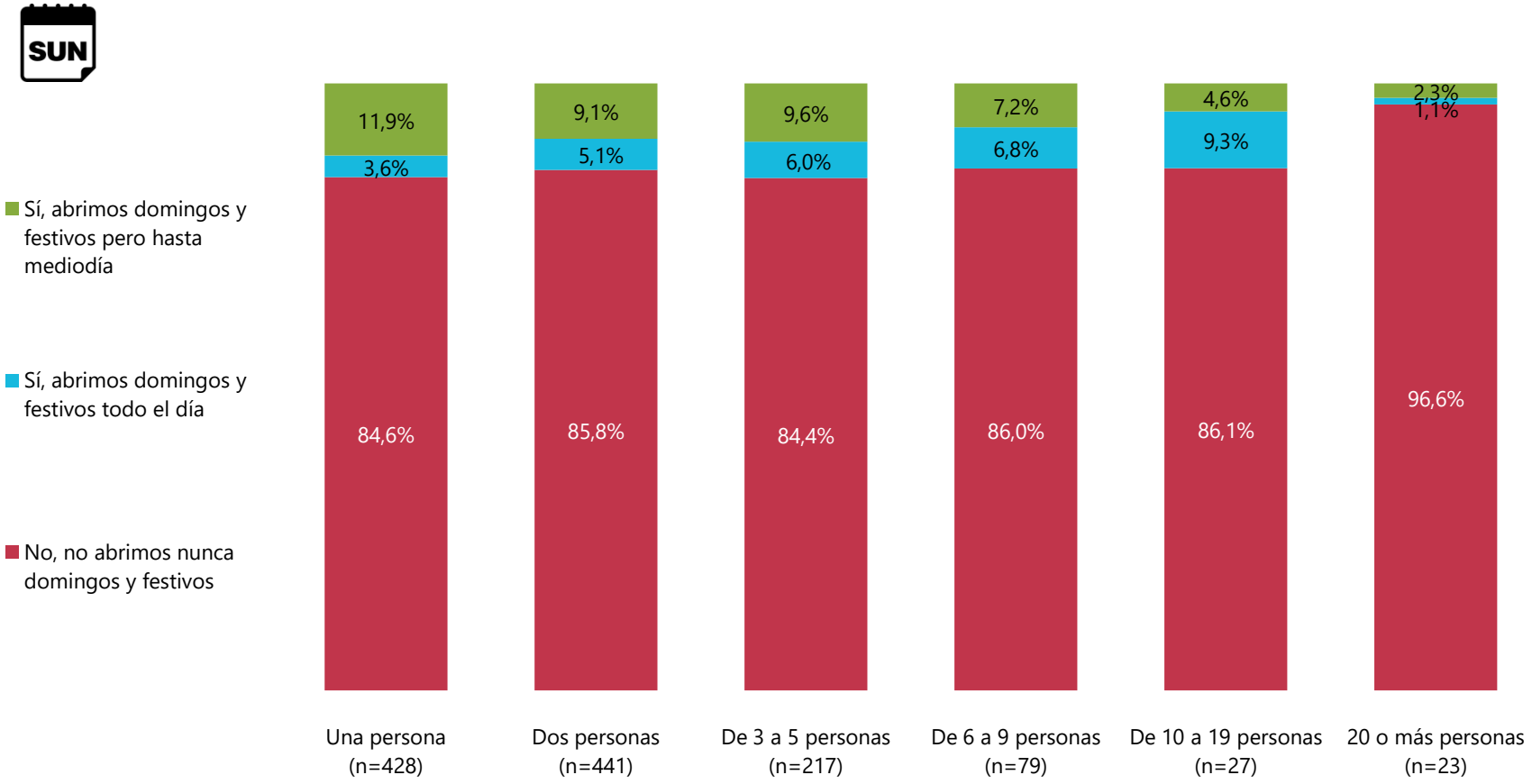
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.2.A.: Apertura del comercio vasco en domingos y festivos**

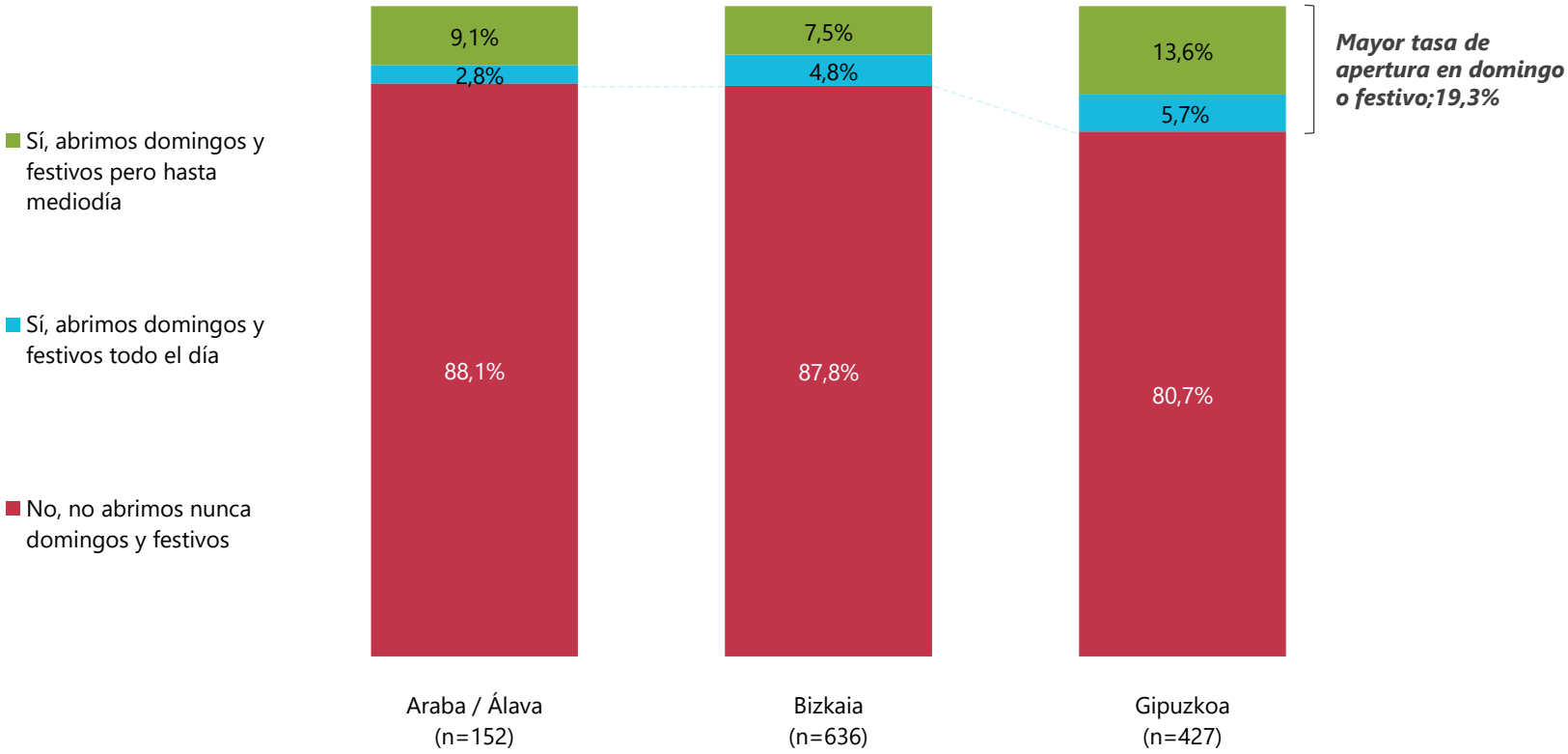
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.2.A.: Apertura del comercio vasco en domingos y festivos**

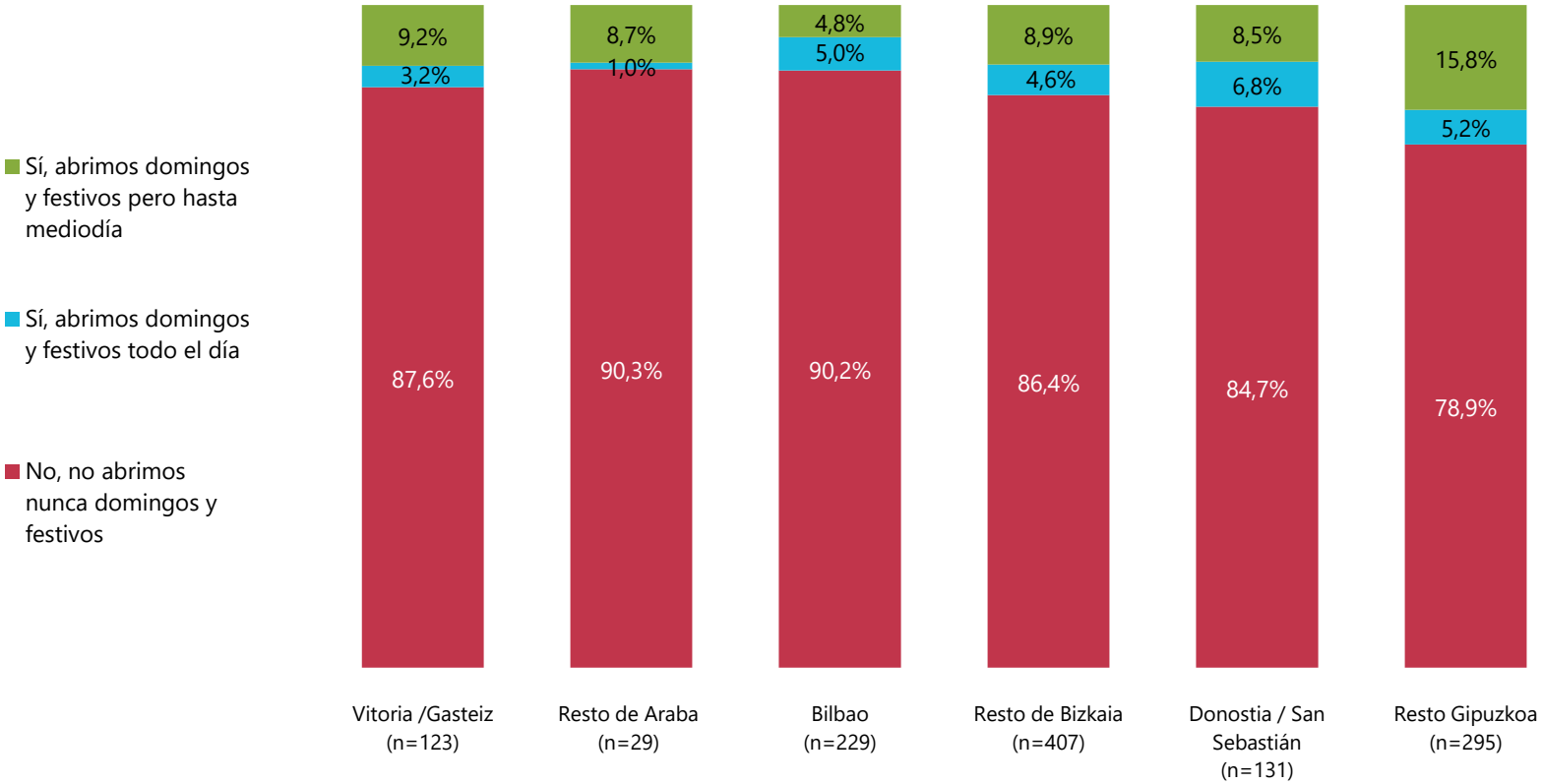
Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.2.A.: Apertura del comercio vasco en domingos y festivos**

Base: Total de comercios



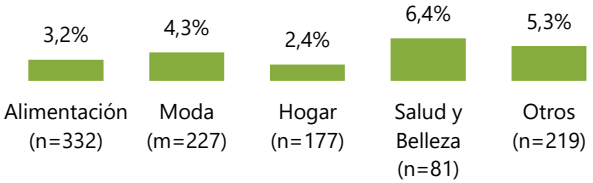
** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

P.2.B.: ¿Y estaría dispuesto/a a abrir el establecimiento en domingo o festivo?

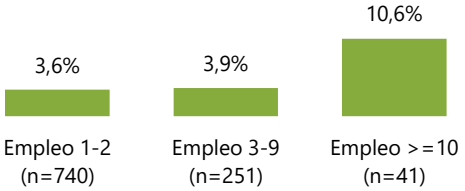
Base: Total de comercios entrevistados que no abre nunca en domingos y festivos (n=1.037)

Porcentaje de comercio vasco dispuesto a abrir en domingo o festivo 4,0%

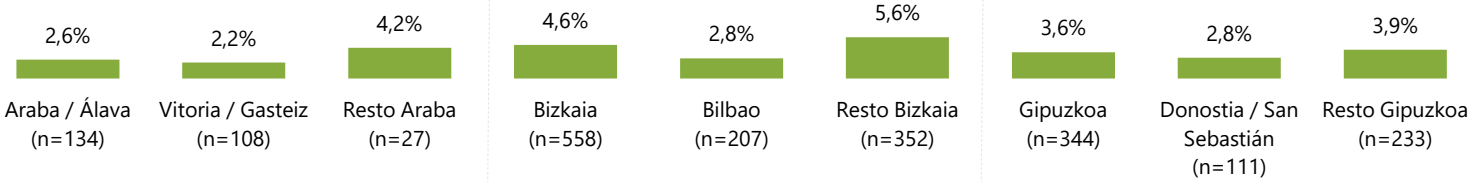
Porcentaje de comercio vasco dispuesto a abrir en domingo o festivo por sector



Porcentaje de comercio vasco dispuesto a abrir en domingo o festivo por tamaño empleo



Porcentaje de comercio vasco dispuesto a abrir en domingo o festivo por territorio histórico y capitalidad/resto



5.2. La afluencia de clientes y visitantes según día de la semana

Afluencia por días de la semana

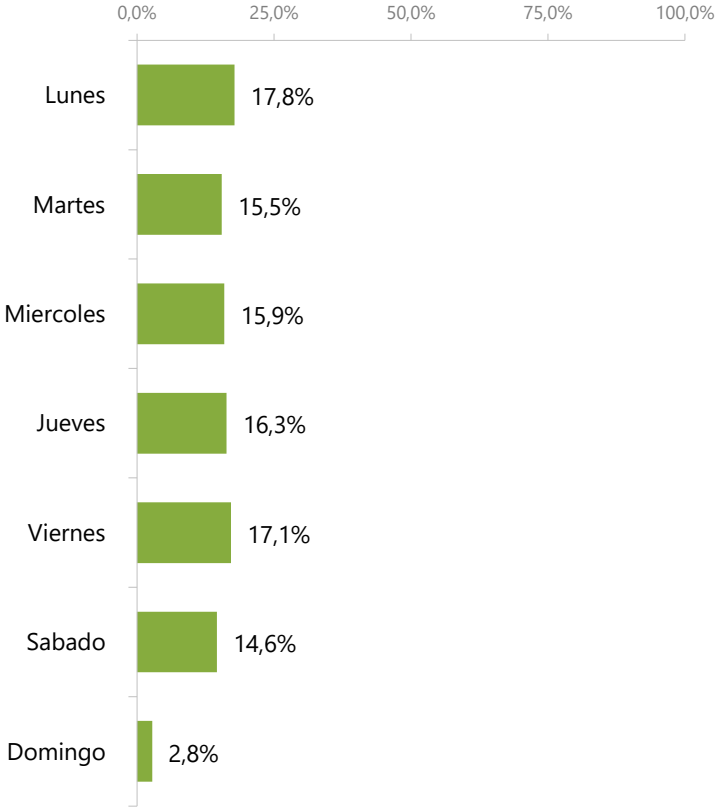
En lo que respecta al comportamiento de la afluencia, es decir, el reparto de visitas de clientes y visitantes a los establecimientos comerciales vascos a lo largo de una semana, podemos apreciar que lunes y viernes han sido los días de mayor tráfico durante el 2021, con un comportamiento algo homogéneo en los diferentes días laborables.

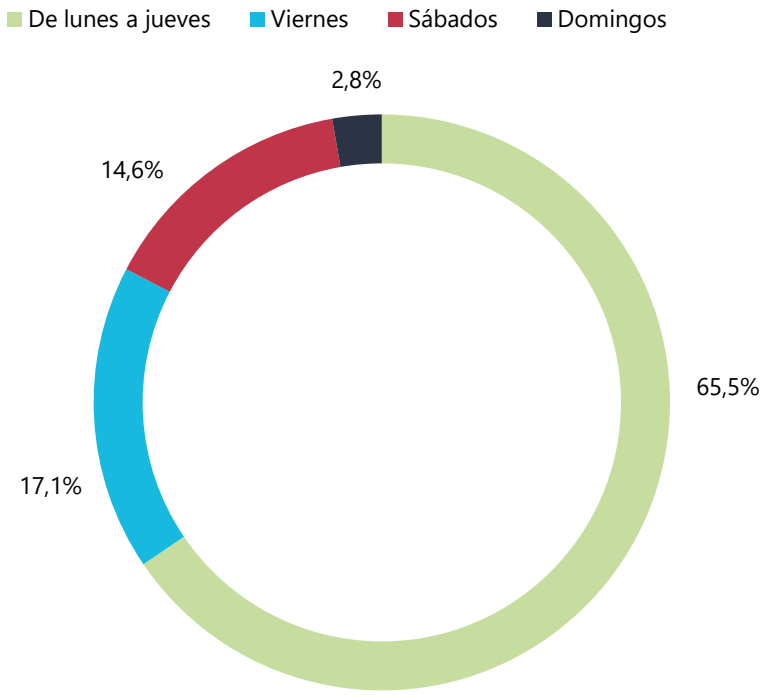
De forma agrupada, el 65,5% de la afluencia al comercio se ha recogido entre semana, de lunes a jueves, un 17,1% el viernes, el 14,6% en sábado.

No obstante, el peso de la afluencia otorgado al sábado varía significativamente dependiendo del horario de apertura del comercio. Para aquellos que abren hasta el mediodía, el sábado ha recibido el 14,3% de la afluencia de clientes y visitantes total de una semana dada. En cambio, quienes abren el día completo contabilizan la afluencia media en sábado en un 20,2%, casi seis puntos porcentuales más. En sectores como el de Salud y Belleza la afluencia en sábado en función del horario de apertura, se incrementa en 8,5 puntos porcentuales en horario completo.

*P.18: Reparto de la afluencia al comercio en 2021 en función de los días de la semana**

Base: Total de comercios

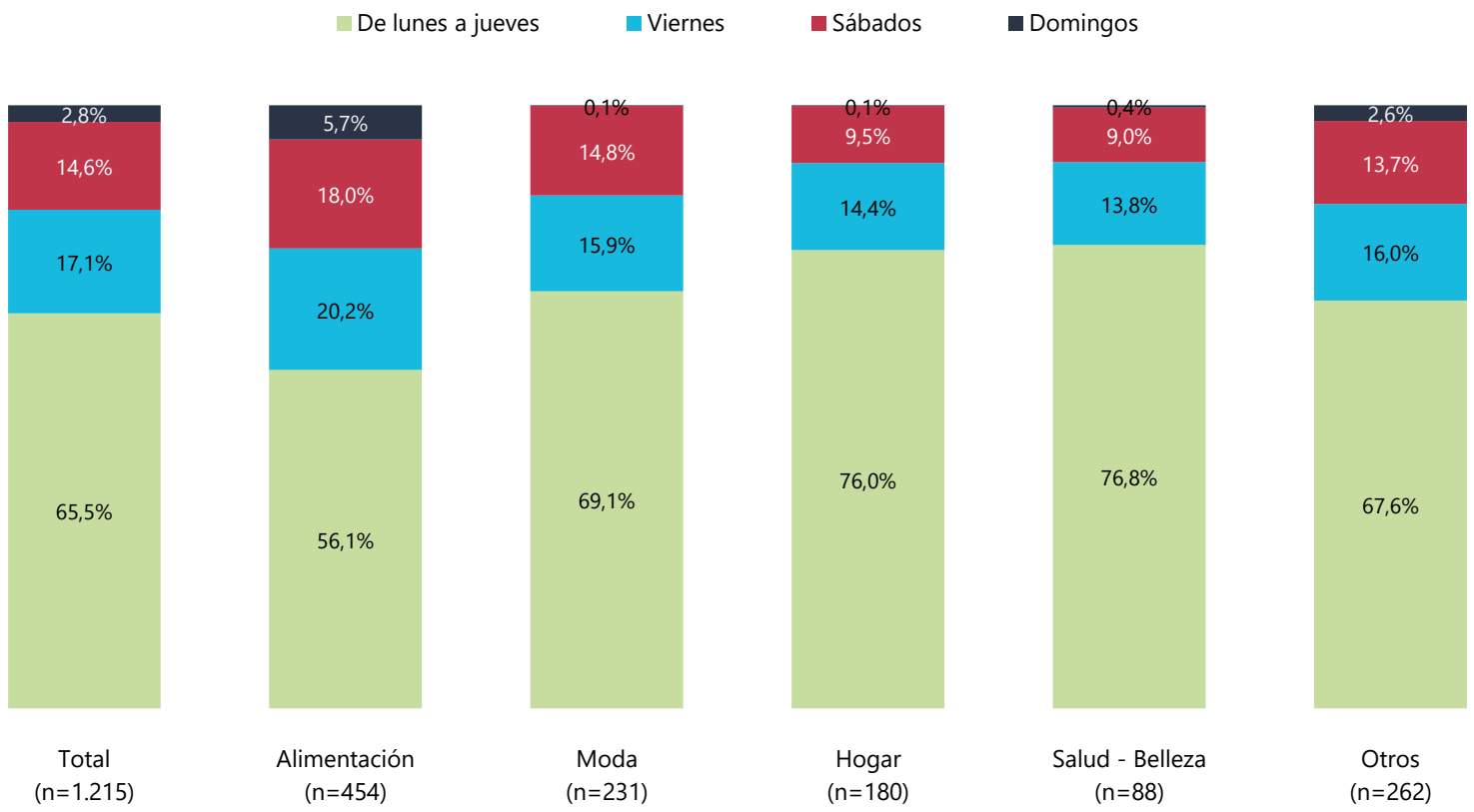




** Media sobre día de la semana*

*P.18.: Reparto de la afluencia al comercio en 2021 en función de los días de la semana**

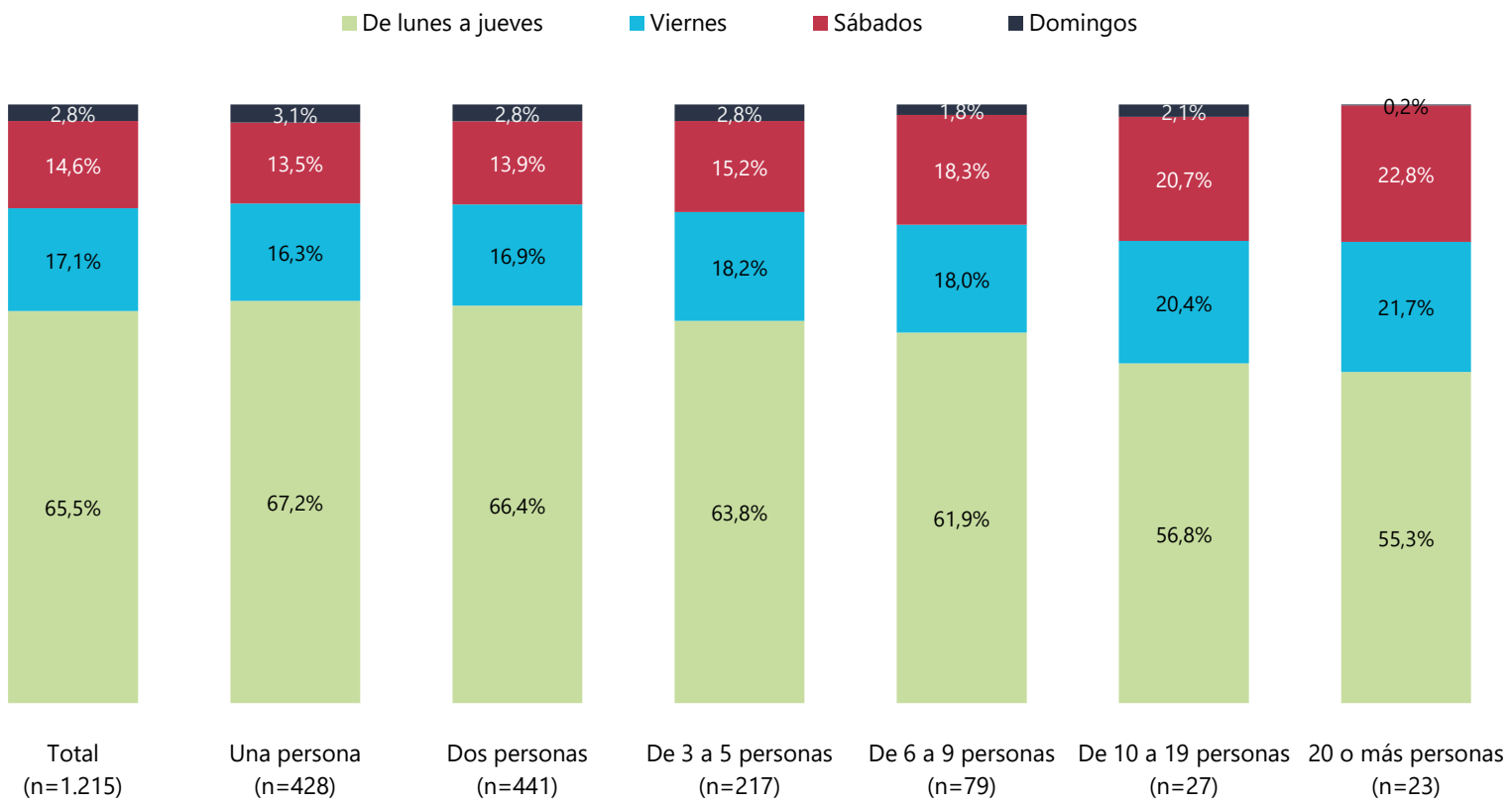
Base: Total de comercios



** Media sobre días de la semana*

*P.18.: Reparto de la afluencia al comercio en 2021 en función de los días de la semana**

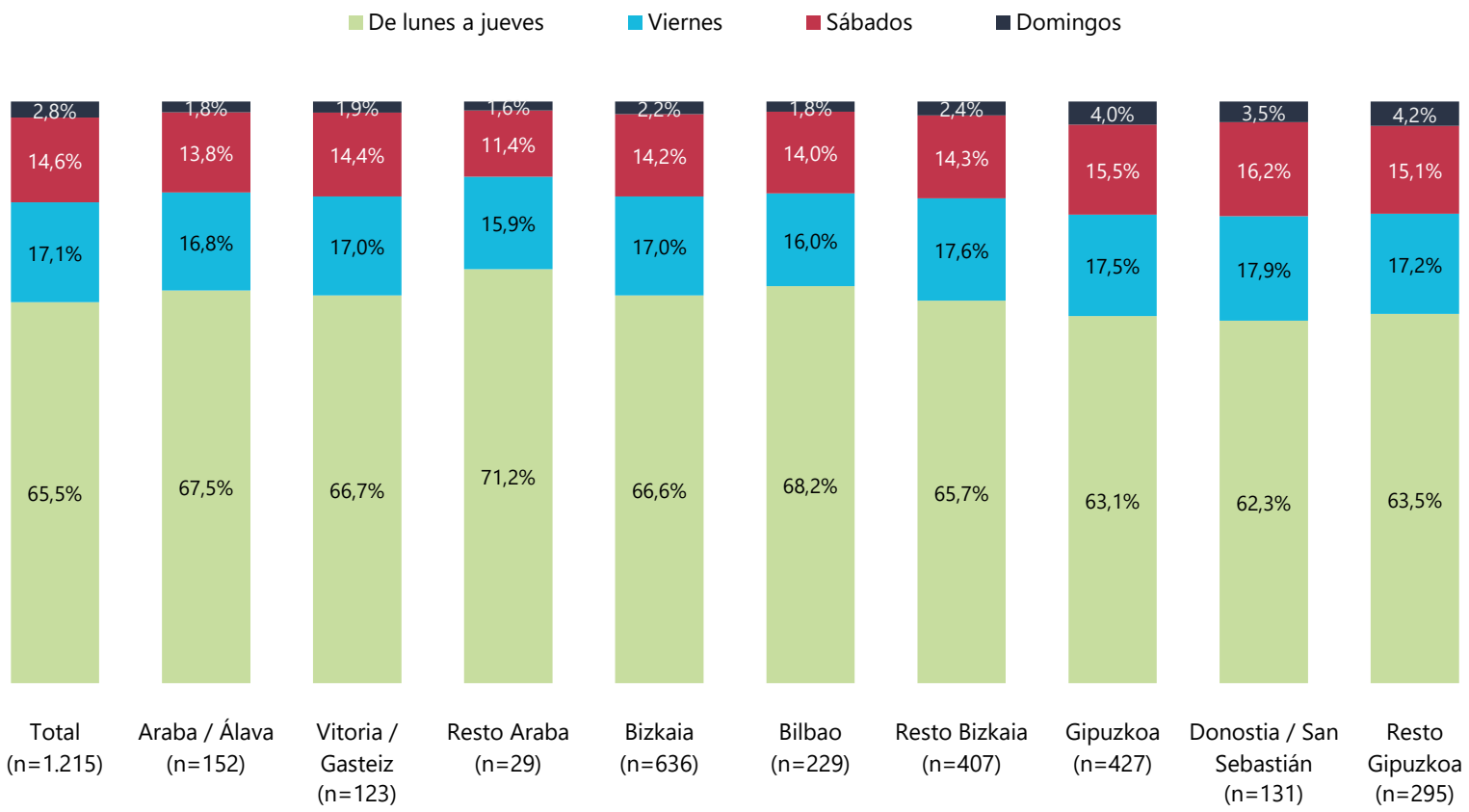
Base: Total de comercios



** Media sobre días de la semana*

*P.18.: Reparto de la afluencia al comercio en 2021 en función de los días de la semana**

Base: Total de comercios

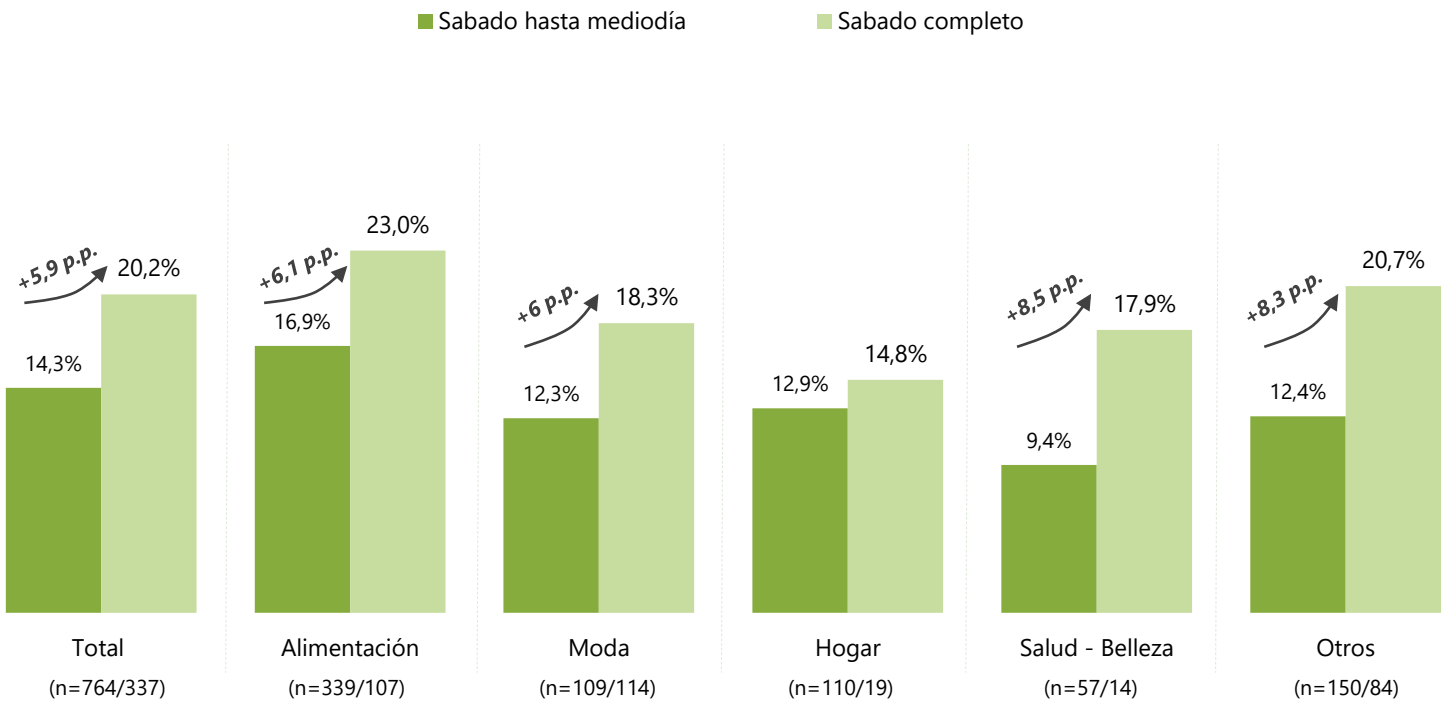


** Media sobre días de la semana*

P.18.: Peso otorgado a la afluencia en sábado en función del horario de apertura del comercio

Base: Total de comercios

Peso otorgado a la afluencia en sábado según horario de apertura por sector de actividad

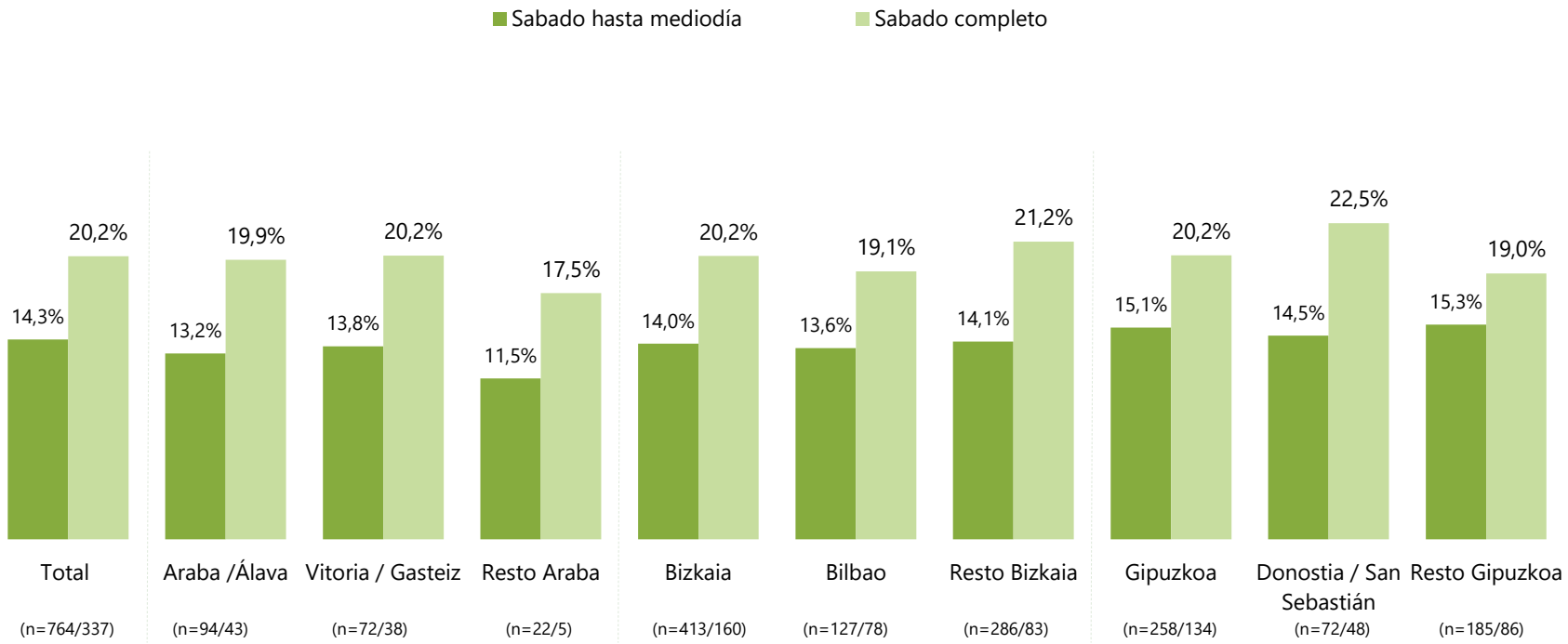


** Media sobre días de la semana*

P.18.: Peso otorgado a la afluencia en sábado en función del horario de apertura del comercio

Base: Total de comercios

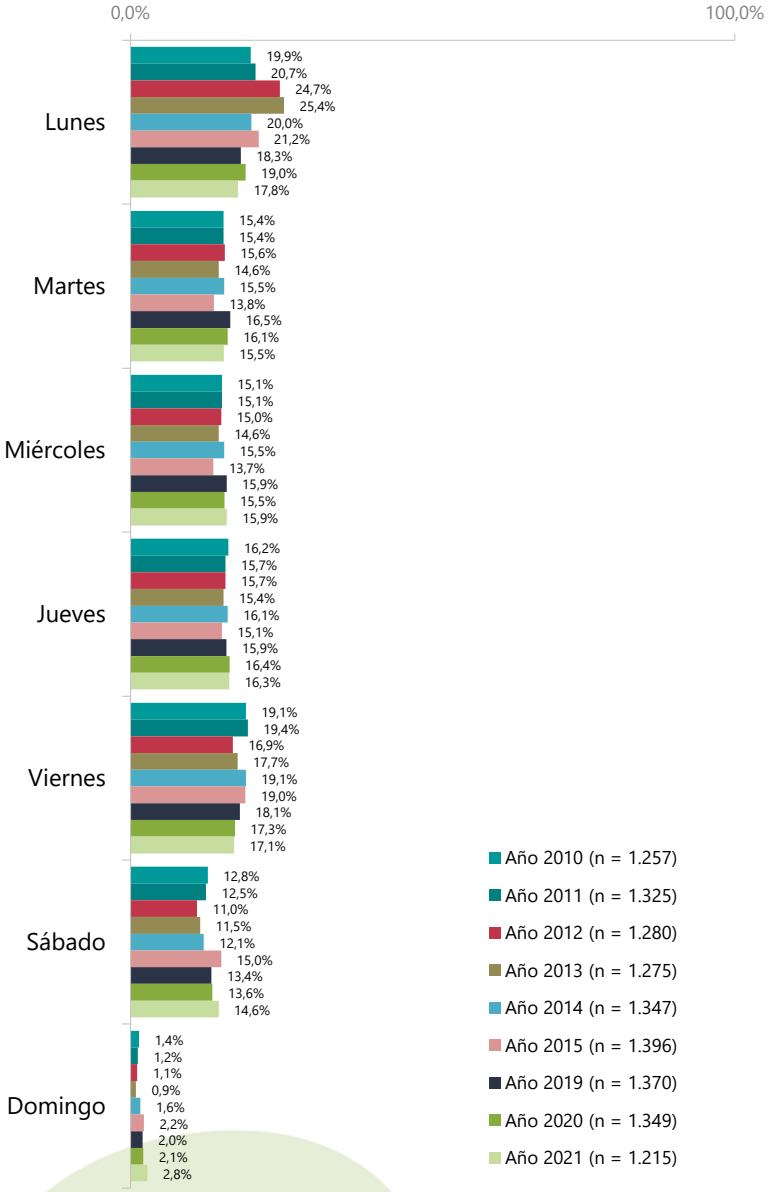
Peso otorgado a la afluencia en sábado según horario de apertura por territorio histórico y capitalidad/resto

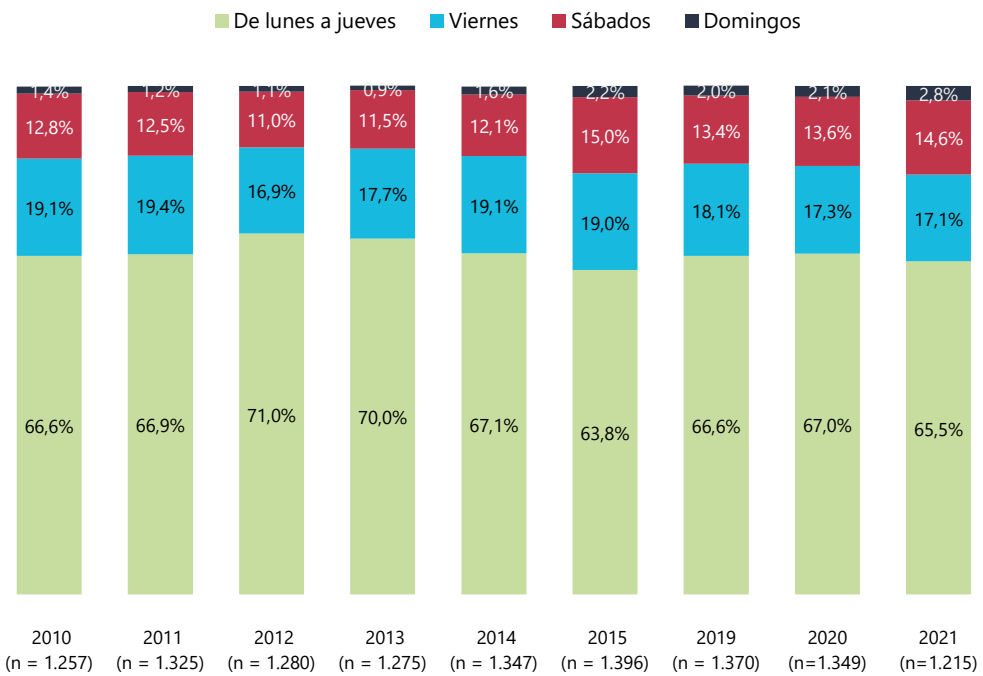


** Media sobre días de la semana*

*P.18: Reparto de la afluencia en el año previo en función de los días de la semana**

Base: Total de comercios





**Cambio metodológico a partir de 2021*

Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

5.3. El peso del turismo en el comercio vasco

El peso del turismo en el comercio vasco

A tenor de los resultados obtenidos queda patente que el comercio vasco no tiene una imagen clara formada sobre la presencia o peso de los y las turistas y excursionistas en sus establecimientos, ya que un 35,6% no ha concretado respuesta. Por otra parte, un 31,3% del comercio considera que el peso del turismo en su establecimiento es nulo y el 33,1% restante, sí tiene identificada su presencia, por pequeña que esta sea.

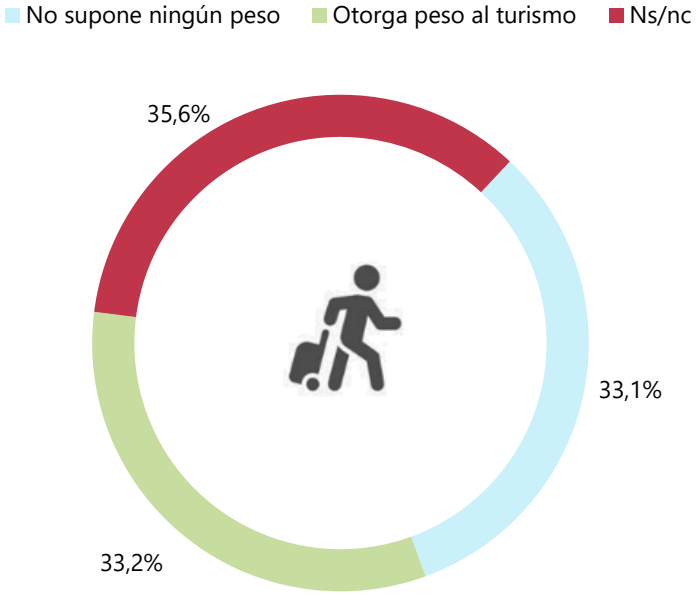
La visibilidad del turismo en el sector es mayor en función de dónde esté asentado el comercio. Por ejemplo, entre los comercios de la ciudad de Donostia / San Sebastián, la tasa de desconocimiento sobre el peso del turismo es la menor (el 28,1% no ha concretado). En dicha ciudad, el 51,0% de los establecimientos recibe turistas y el 21,0% no se ve afectado o no recibe turistas con suficiente peso específico sobre su clientela.

Por otra parte, en Bizkaia el peso del turismo parece ceñirse fundamentalmente a la capital, Bilbao.

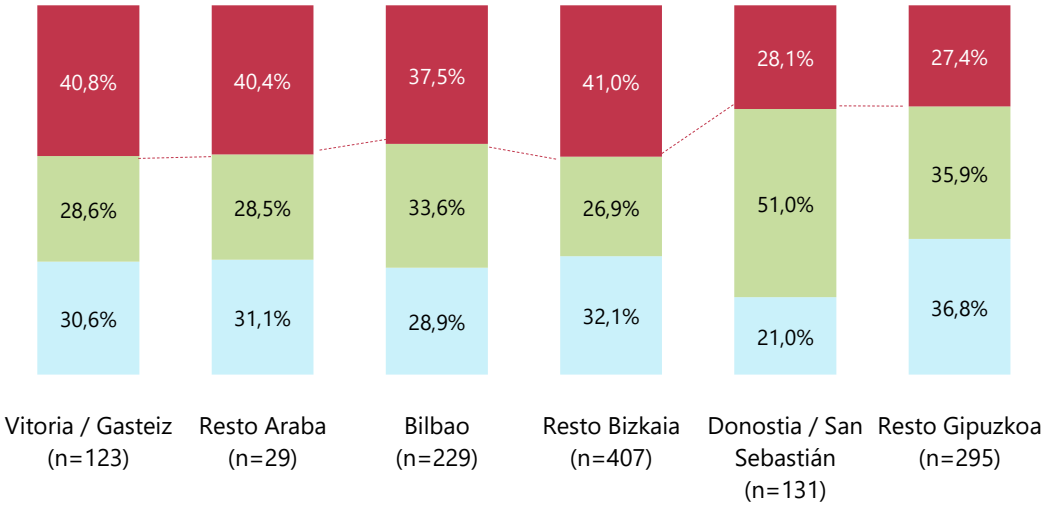
Así, sobre el total del comercio vasco que ha concretado respuesta, el peso del turismo en el sector se cifra de media en un 5,3% sobre el total de visitas. Este valor, no obstante, crece en el caso de los establecimientos del Territorio Histórico de Gipuzkoa y especialmente en la capital Donostia / San Sebastián, donde los y las turistas constituyen de media el 12,9% del total de visitantes.

P.16.2.: ¿Que porcentaje diría que representan los/las turistas/excursionistas sobre el total de la afluencia a su establecimiento?

Base: Total de comercios



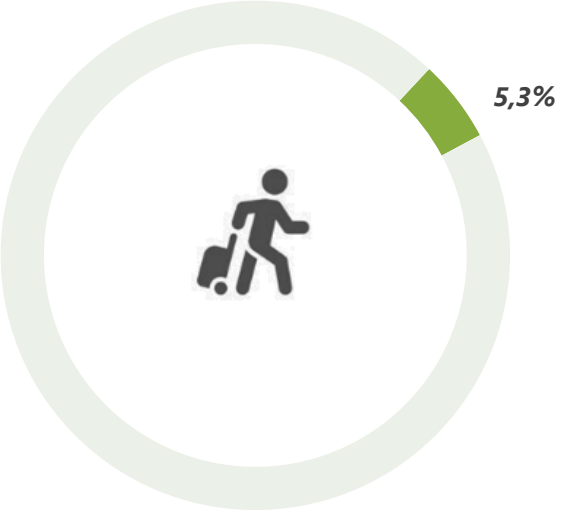
Según capitalidad/resto del territorio



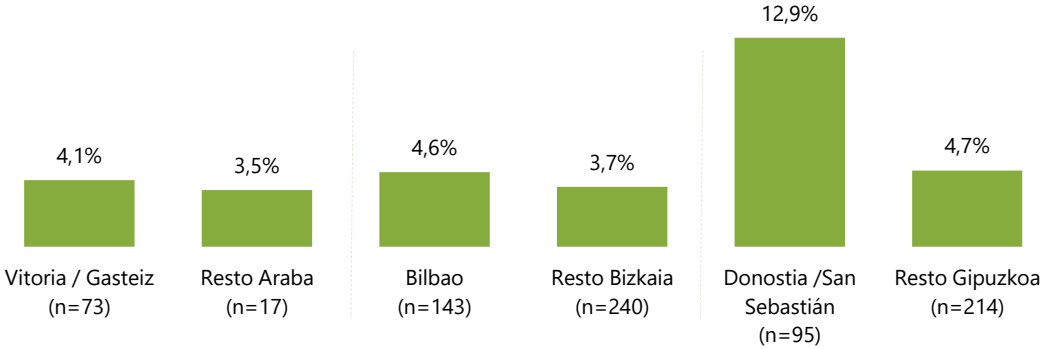
*P.16.2.: Porcentaje que representan los/as turistas/excursionistas sobre el total de la afluencia al establecimiento**

Base: Total de comercios que contestan el peso del turismo (n=783)

Porcentaje medio de turistas/excursionistas sobre el total de afluencia al comercio vasco



Porcentaje de turistas/excursionistas sobre el total de afluencia al comercio vasco según capitalidad/resto del territorio



** Media sobre valor de 0% a 100% en respuesta abierta.*

6. MEDIOS DE COBRO EN EL COMERCIO VASCO

Medios de cobro admitidos

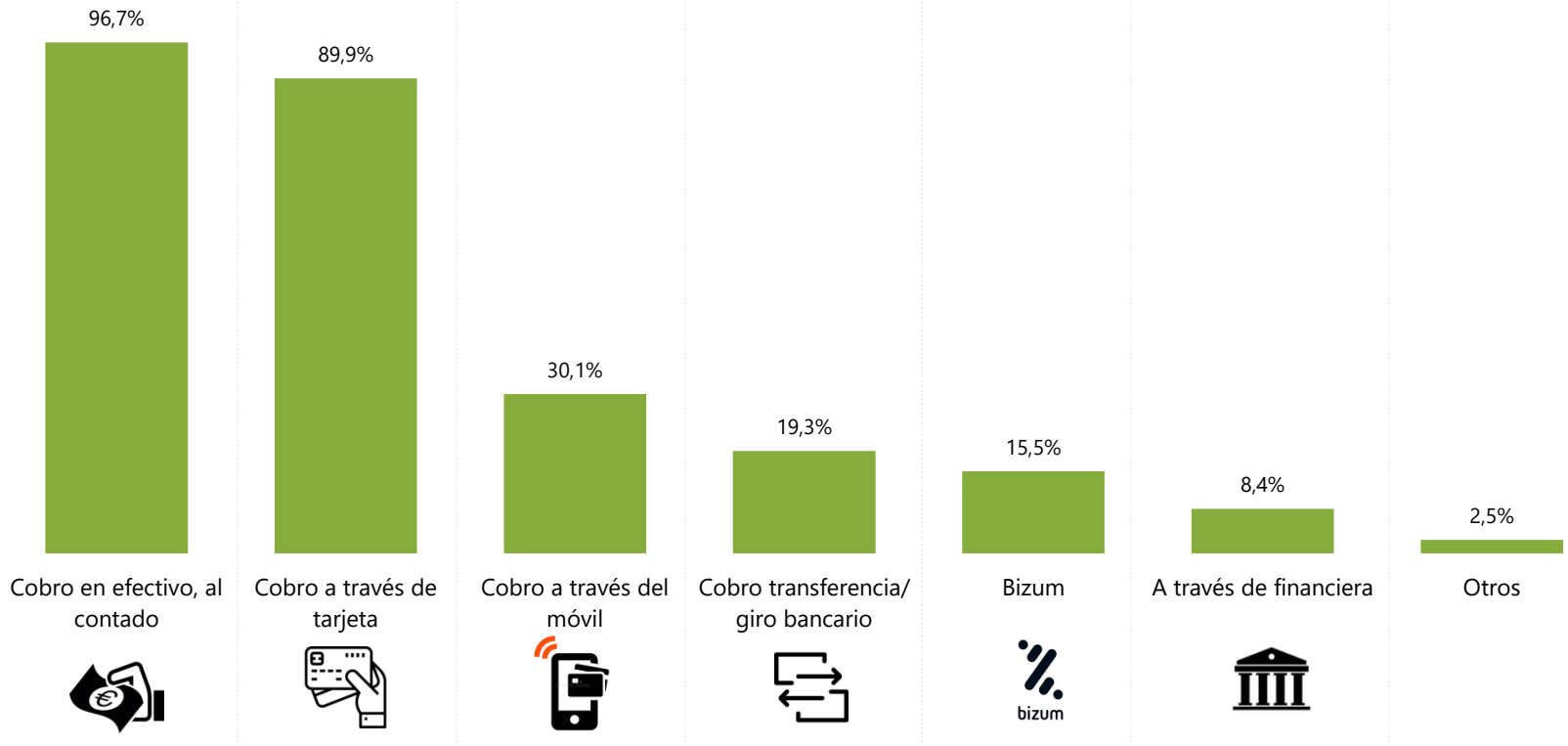
La práctica totalidad del comercio vasco admite el cobro en efectivo y con tarjeta de crédito. En el caso del cobro en efectivo son algunos establecimientos del sector de Hogar y Otro comercio al por menor quienes emplean otros medios preferentemente, presumiblemente por los elevados importes de los artículos en venta o por no disponer de tienda física.

El pago con el móvil es admitido por tres de cada diez comercios consultados (el 30,1%). El cobro a través de transferencia o giro bancario es una alternativa para el 19,3% del total, si bien en el caso de los comercios de Hogar representa uno de los medios de cobro admitidos por la mayoría (el 52,4%), siendo poco frecuente en otros sectores.

Aplicaciones, como Bizum, tienen igualmente presencia en el comercio vasco como medio de cobro, actualmente admitido por un 15,5% del total. Este canal de cobro parece haber encontrado un hueco en los establecimientos de menor tamaño de empleo, entre una y dos personas.

*P.12.1: ¿Que medios de cobro admite en su establecimiento?**

Base: Total de comercios



** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.*

*P.12.1: ¿Que medios de cobro admite en su establecimiento?**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
Cobro en efectivo, al contado	96,7%	100,0%	100,0%	85,5%	100,0%	94,5%
Cobro a través de tarjeta	89,9%	85,4%	98,0%	82,3%	97,1%	93,3%
Cobro a través del móvil	30,1%	25,2%	39,8%	27,4%	34,3%	30,6%
Cobro a través de transferencia bancaria / giro bancario	19,3%	4,5%	13,1%	52,4%	18,4%	28,1%
Bizum	15,5%	13,1%	17,0%	13,4%	9,5%	21,9%
A través de financiera	8,4%	2,0%	6,9%	19,0%	8,5%	13,5%
Otros medios de cobro	2,5%	2,3%	3,3%	0,4%	2,6%	3,6%

Valores por encima de la media

** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.*

*P.12.1: ¿Que medios de cobro admite en su establecimiento?**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Empleo 1-2 (n = 869)	Empleo 3-9 (n = 296)	Empleo >=10 (n = 50)
Cobro en efectivo, al contado	96,7%	96,5%	96,9%	97,8%
Cobro a través de tarjeta	89,9%	87,8%	94,7%	97,5%
Cobro a través del móvil	30,1%	26,5%	34,3%	68,0%
Cobro a través de transferencia bancaria / giro bancario	19,3%	18,3%	22,3%	19,7%
Bizum	15,5%	17,0%	13,0%	5,2%
A través de financiera	8,4%	7,2%	10,4%	16,7%
Otros medios de cobro	2,5%	2,2%	3,3%	2,8%

Valores por encima de la media

** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.*

*P.12.1: ¿Que medios de cobro admite en su establecimiento?**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava			Bizkaia			Gipuzkoa		
		Total Araba / Álava (n=152)	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 29)	Total Bizkaia (n=636)	Bilbao (n = 229)	Resto de Bizkaia (n = 407)	Total Gipuzkoa (n=427)	Donostia / San Sebastián (n = 131)	Resto Gipuzkoa (n = 295)
Cobro en efectivo, al contado	96,7%	96,4%	96,2%	97,3%	97,6%	98,0%	97,3%	95,4%	95,4%	95,4%
Cobro a través de tarjeta	89,9%	92,7%	92,8%	92,1%	90,7%	93,2%	89,3%	87,7%	90,6%	86,4%
Cobro a través del móvil	30,1%	31,5%	33,7%	22,4%	29,1%	29,4%	28,9%	31,1%	30,2%	31,5%
Cobro a través de transferencia bancaria / giro bancario	19,3%	18,8%	19,6%	15,7%	19,7%	18,6%	20,2%	19,0%	22,8%	17,3%
Bizum	15,5%	16,4%	16,7%	14,9%	17,2%	16,4%	17,7%	12,7%	16,6%	10,9%
A través de financiera	8,4%	8,6%	9,5%	4,6%	7,3%	5,8%	8,2%	9,9%	9,8%	9,9%
Otros medios de cobro	2,5%	1,8%	2,2%	--	3,2%	5,1%	2,1%	1,8%	0,4%	2,4%

Valores por encima de la media

** Se leyeron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple.*

Distribución de las ventas en función de los medios de cobro

En el año 2021 una de cada dos operaciones de venta ha sido a través de un medio de pago electrónico como tarjeta bancaria, móvil o App como Bizum. Más en concreto, el pago en efectivo ha representado el 43,5% de las transacciones de comercio y el 47,2%, algo mayor, ha sido a través de tarjeta. Los pagos con el móvil han supuesto un 1,7% del total y mediante Bizum, un 1,4% de las ventas.

Por otro lado, las operaciones a través de transferencia bancaria tienen poco peso sobre el total – un 5,2%-, si bien para el comercio dedicado a la venta de artículos de Hogar, una de cada cuatro transacciones comerciales en 2021 se ha producido de este modo - el 24,6% de las ventas-.

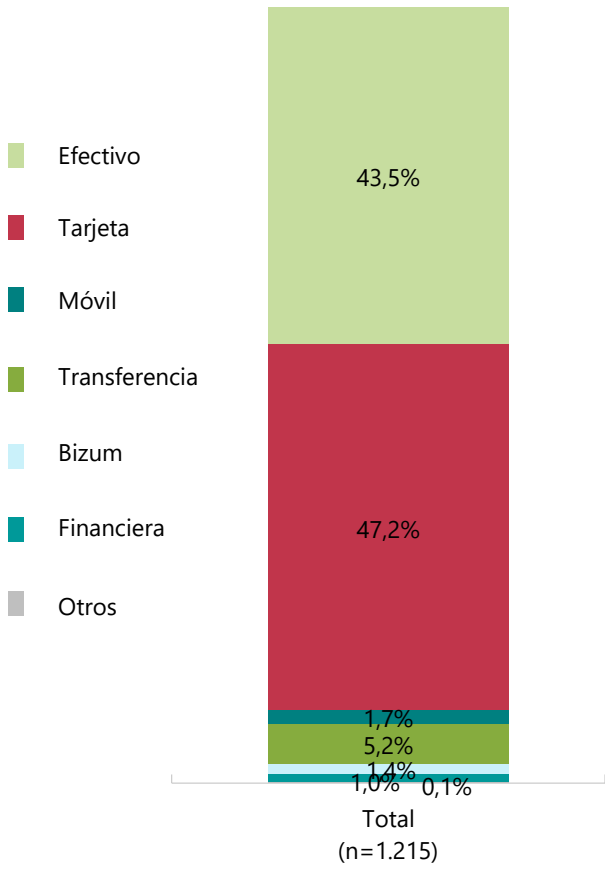
De todos los sectores, es el de Alimentación en el que menor volumen de ventas se han canalizado a través de medios electrónicos con mayoría de operaciones realizadas en efectivo (el 58,5%). Por el contrario, en el comercio dedicado a la venta de artículos de Moda y complementos de vestir, casi siete de cada diez ventas han sido a través de algún medio de cobro electrónico – englobando tarjeta, móvil o Bizum-.

Igualmente el tamaño del establecimiento permite apreciar cómo las ventas a través de tarjeta han sido mayoritarias en los comercios de más de tres personas empleadas, con un reparto más equitativo entre el efectivo y la tarjeta en los de una o dos personas empleadas.

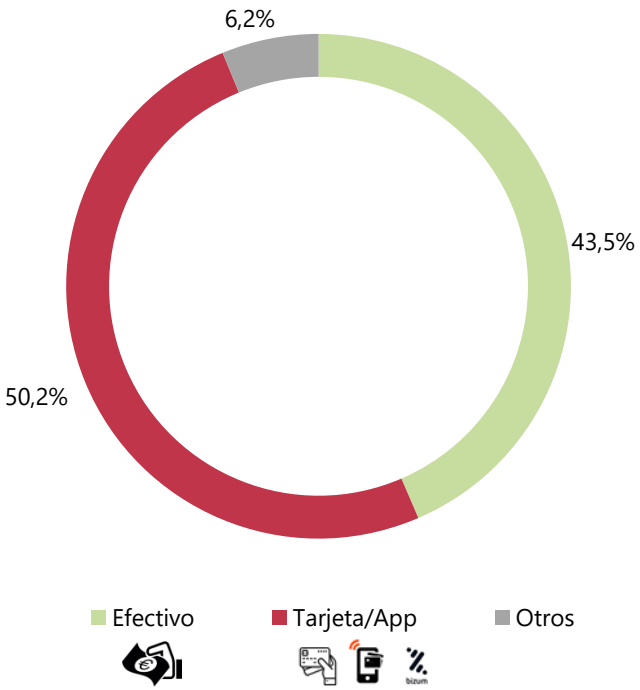
Por otra parte, se ha observado un mayor peso de las transacciones a través de tarjeta bancaria frente al efectivo en el comercio de las capitales comparado con el resto del territorio en Araba / Álava y Bizkaia. Por el contrario, en Gipuzkoa se ha recogido un mayor peso de las ventas a través de tarjeta sin distinción de zona o densidad de población. Ahora bien, teniendo en cuenta el conjunto de medios de cobro electrónicos – tarjeta, móvil y App-, las ventas superan al efectivo en todas las capitales frente al resto de municipios del territorio.

*P.12.2: Distribución de las ventas en función de los medios de cobro admitidos en 2021**

Base: Total de comercios



Peso de los medios de cobro electrónicos vs efectivo y otros sobre el total ventas



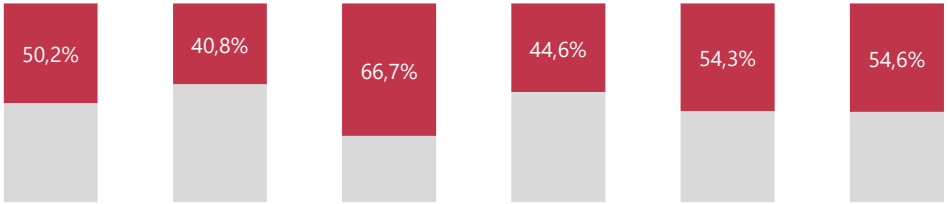
** Media sobre medios de pago admitidos.*

*P.12.2: Distribución de las ventas en función de los medios de cobro admitidos en 2021**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
Cobro en efectivo, al contado	43,5%	58,5%	31,9%	28,2%	40,0%	39,3%
Cobro a través de tarjeta	47,2%	38,1%	63,4%	41,4%	49,9%	51,7%
Cobro a través del móvil	1,7%	1,3%	2,3%	1,8%	2,6%	1,6%
Cobro a través de transferencia bancaria / giro bancario	5,2%	0,5%	0,9%	24,6%	4,4%	3,7%
Bizum	1,4%	1,4%	1,0%	1,3%	1,8%	1,3%
A través de financiera	1,0%	--	0,2%	2,5%	1,3%	2,1%
Otros medios de cobro	0,1%	--	0,2%	--	--	0,2%

Peso de los medios de cobro electrónicos sobre el total ventas



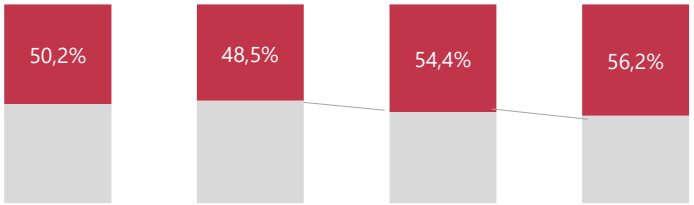
* Media sobre medios de pago admitidos.

*P.12.2: Distribución de las ventas en función de los medios de cobro admitidos en 2021**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Empleo 1-2 (n = 869)	Empleo 3-9 (n = 296)	Empleo >=10 (n = 50)
Cobro en efectivo, al contado	43,5%	45,8%	37,6%	38,4%
Cobro a través de tarjeta	47,2%	45,4%	51,1%	54,2%
Cobro a través del móvil	1,7%	1,6%	2,2%	1,8%
Cobro a través de transferencia bancaria / giro bancario	5,2%	4,8%	6,3%	4,4%
Bizum	1,4%	1,5%	1,1%	0,2%
A través de financiera	1,0%	0,8%	1,5%	0,9%
Otros medios de cobro	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%

Peso de los medios de cobro electrónicos sobre el total ventas



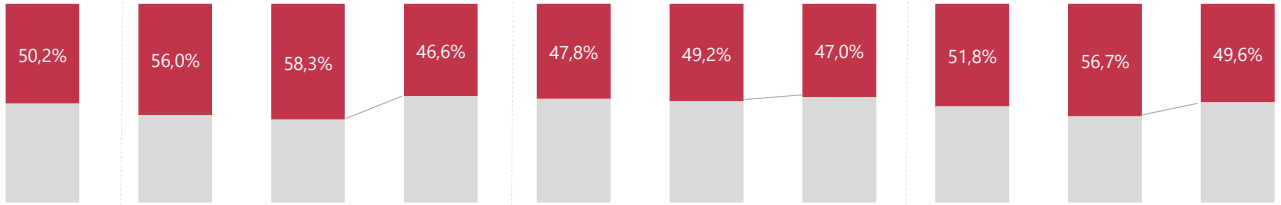
* Media sobre medios de pago admitidos.

*P.12.2: Distribución de las ventas en función de los medios de cobro admitidos en 2021**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava			Bizkaia			Gipuzkoa		
		Total Araba / Álava (n=152)	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 29)	Total Bizkaia (n=636)	Bilbao (n = 229)	Resto de Bizkaia (n = 407)	Total Gipuzkoa (n=427)	Donostia / San Sebastián (n = 131)	Resto Gipuzkoa (n = 295)
Cobro en efectivo, al contado	43,5%	38,1%	35,8%	47,5%	46,2%	44,6%	47,1%	41,4%	35,4%	44,0%
Cobro a través de tarjeta	47,2%	52,6%	54,9%	43,2%	44,9%	46,4%	44,1%	48,5%	52,4%	46,8%
Cobro a través del móvil	1,7%	2,4%	2,4%	2,0%	1,4%	1,7%	1,3%	1,9%	2,2%	1,8%
Cobro a través de transferencia bancaria / giro bancario	5,2%	5,0%	4,9%	5,5%	5,0%	5,3%	4,9%	5,4%	5,3%	5,5%
Bizum	1,4%	1,0%	1,0%	1,3%	1,4%	1,1%	1,6%	1,3%	2,1%	1,0%
A través de financiera	1,0%	0,8%	0,8%	0,5%	0,7%	0,4%	0,9%	1,4%	2,6%	0,9%
Otros medios de cobro	0,1%	--	--	--	0,1%	0,3%	0,1%	--	--	--

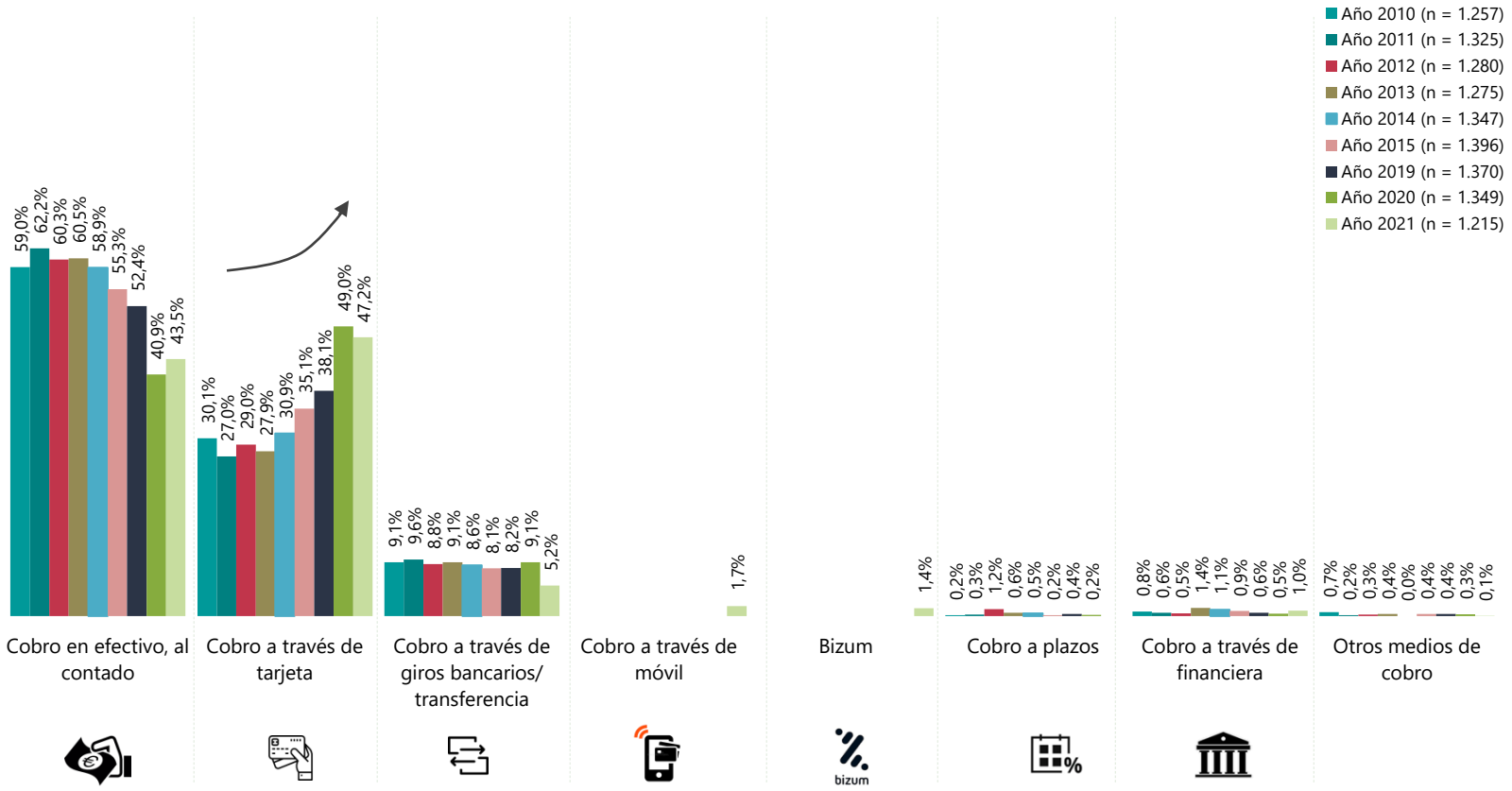
Peso de los medios de cobro electrónicos sobre el total ventas



* Media sobre medios de pago admitidos.

*P.12.2: Distribución de las ventas en función de los medios de cobro admitidos**

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

*Cambio metodológico a partir de 2021

7. TECNOLOGÍAS EMPLEADAS POR EL COMERCIO VASCO Y SERVICIOS OFERTADOS

7.1. Tecnologías empleadas en el comercio vasco y grado de adaptación al TicketBAI

Equipamiento en TIC's en el comercio vasco

De todos los soportes TIC's, destaca la presencia en el comercio vasco de TPV's , entendido como CPU con pantalla y/o caja registradora, del que disponen el 86,4% de los establecimientos.

También el 56,8% de los comercios cuenta con PC de sobremesa y un 45,7% con Smartphone como herramienta de trabajo. Los portátiles y tablets también tienen cabida en el sector, si bien su presencia es algo menor.

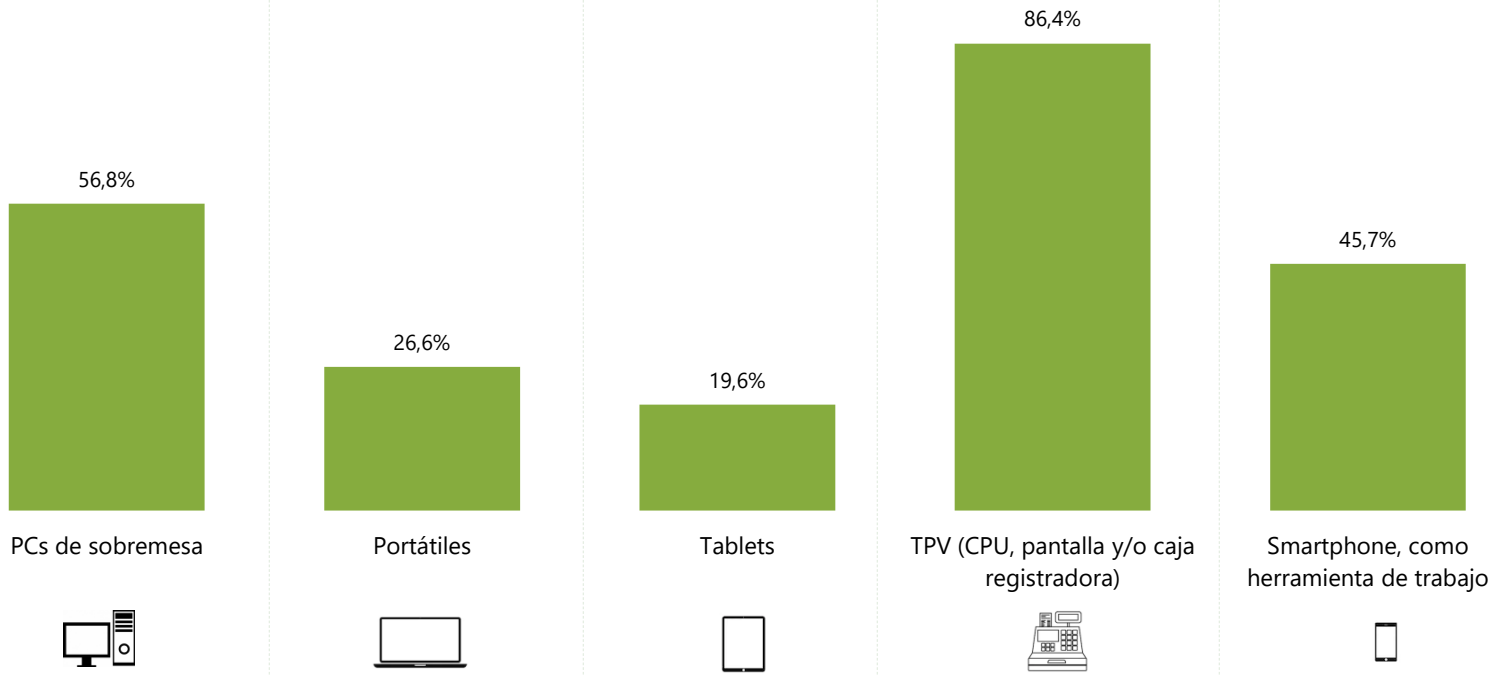
El histórico de datos del Barómetro permite apreciar el incremento paulatino en la dotación de Terminales Punto de Venta (TPV), así como en tablets y teléfonos inteligentes.

Por otro lado, la mayor parte del sector comercial vasco aún no se ha adaptado al TicketBAI. Son un 13,8% de los y las consultadas quienes dicen haber incorporado el software necesario para este requerimiento de las Haciendas Forales y el Gobierno Vasco.

La adaptación al TicketBAI ha sido mayor en el caso del sector de Salud y Belleza, en los comercios de más de 10 personas empleadas y en el territorio histórico de Gipuzkoa.

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

Base: Total de comercios



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

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
PCs de sobremesa	56,8%	42,2%	57,1%	69,1%	81,9%	64,9%
Portátiles	26,6%	18,2%	25,4%	28,0%	34,8%	38,6%
Tablets	19,6%	9,5%	21,0%	21,6%	25,9%	32,3%
TPV (CPU, pantalla y/o caja registradora)	86,4%	92,8%	87,3%	69,8%	82,8%	87,2%
Smartphone, como herramienta de trabajo	45,7%	37,1%	42,4%	52,7%	53,7%	56,0%

Valores por encima de la media

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

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Una persona (n = 428)	Dos personas (n = 441)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n=79)	De 10 a 19 personas (n= 27)	20 o más personas (n= 23)
PCs de sobremesa	56,8%	45,0%	56,3%	67,5%	74,2%	81,3%	95,0%
Portátiles	26,6%	22,6%	21,2%	29,7%	45,7%	59,3%	74,1%
Tablets	19,6%	12,9%	14,7%	23,4%	38,9%	64,6%	82,6%
TPV (CPU, pantalla y/o caja registradora)	86,4%	81,8%	89,9%	84,7%	92,5%	90,3%	96,3%
Smartphone, como herramienta de trabajo	45,7%	42,1%	44,4%	45,7%	63,5%	53,1%	67,5%

Valores por encima de la media

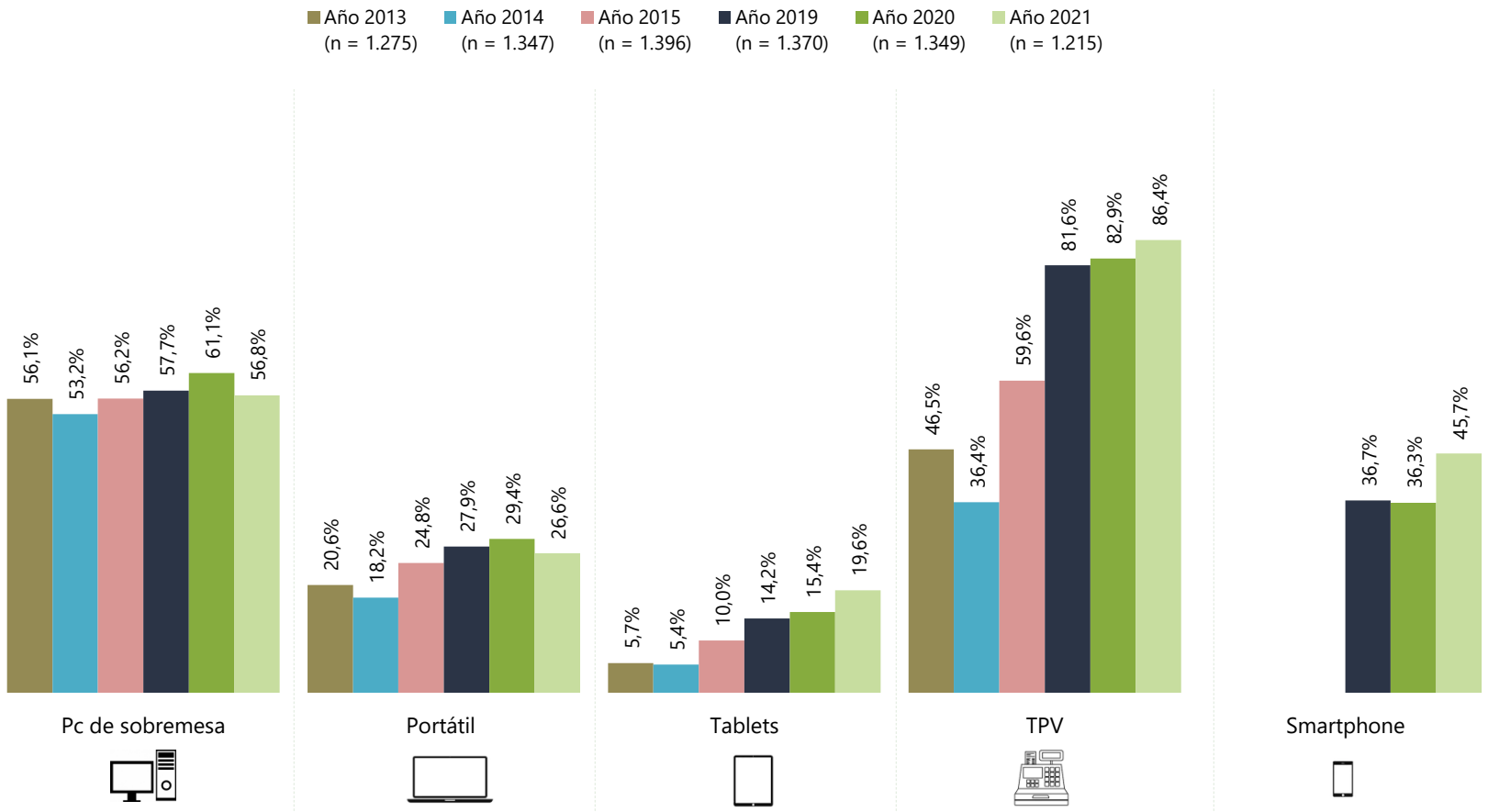
D.6A: De las siguientes tecnologías de la información y de la comunicación ¿Cuáles utilizan en su comercio?

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava			Bizkaia			Gipuzkoa		
		Total Araba / Álava (n=152)	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 29)	Total Bizkaia (n=636)	Bilbao (n = 229)	Resto de Bizkaia (n = 407)	Total Gipuzkoa (n=427)	Donostia / San Sebastián (n = 131)	Resto Gipuzkoa (n = 295)
PCs de sobremesa	56,8%	62,5%	60,9%	68,9%	54,6%	58,3%	52,6%	58,0%	63,1%	55,7%
Portátiles	26,6%	28,8%	29,4%	26,0%	24,0%	21,1%	25,6%	29,8%	39,1%	25,7%
Tablets	19,6%	20,0%	20,1%	19,4%	20,1%	21,5%	19,3%	18,6%	23,8%	16,3%
TPV (CPU, pantalla y/o caja registradora)	86,4%	84,5%	83,6%	87,9%	87,9%	87,4%	88,2%	84,9%	82,5%	85,9%
Smartphone, como herramienta de trabajo	45,7%	46,6%	48,1%	40,3%	44,3%	43,3%	44,9%	47,4%	49,8%	46,4%

*D.6A: Utilización de tecnologías de la información y de la comunicación en el comercio vasco**

Base: Total de comercios

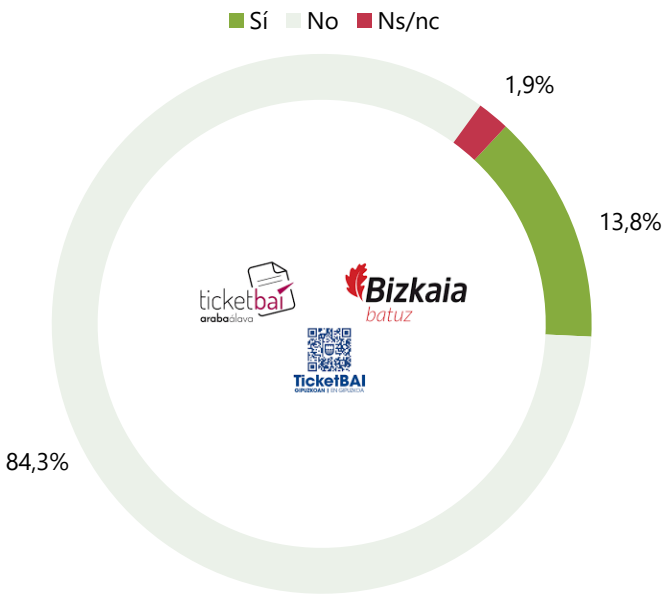


Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

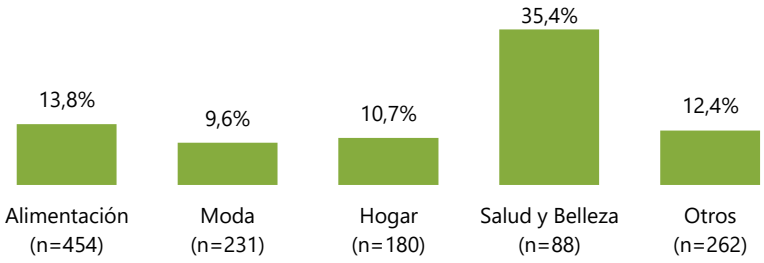
*Cambio metodológico a partir de 2021

*D.6B: Establecimientos adaptados al TicketBAI**

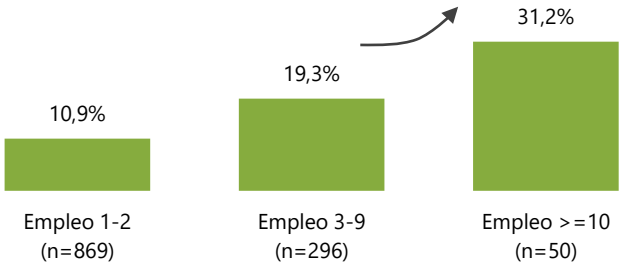
Base: Total de comercios



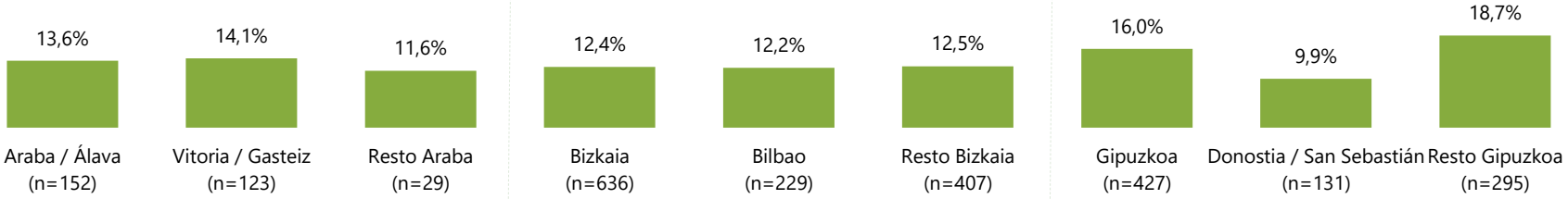
Porcentaje de comercio vasco adaptado al TicketBAI por sector



Porcentaje de comercio vasco adaptado al TicketBAI por tamaño empleo



Porcentaje de comercio vasco adaptado al TicketBAI por territorio histórico y capitalidad/resto



7.2. Conexión a internet

Conexión a internet

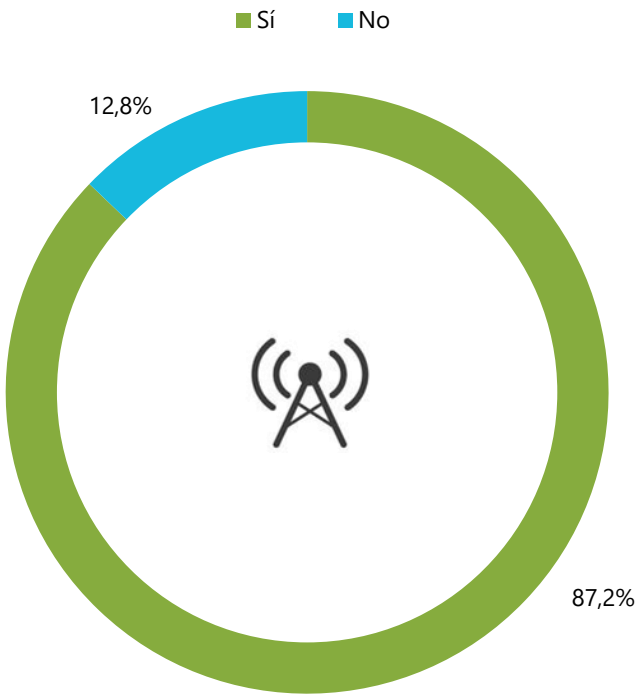
El 87,2% de los comercios vascos dispone de conexión a internet en el establecimiento. La tasa de comercios con conexión a internet no había dejado de crecer en los últimos Barómetros, manteniendo el dato ligeramente a la baja con la nueva metodología empleada.

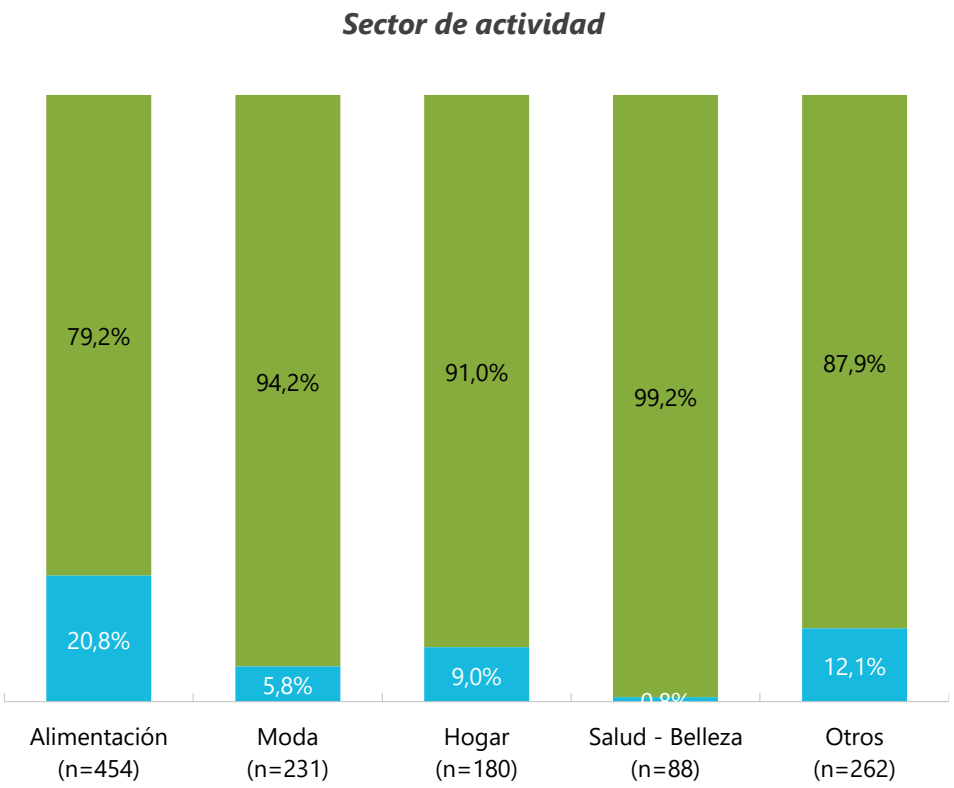
La disposición de conexión a internet, sin embargo, está menos presente en los establecimientos dedicados al ramo de Alimentación. En estos, dos de cada diez no dispone de conexión a internet.

En lo que respecta al tamaño, tanto los comercios regidos por una única persona como aquellos que dan empleo a un mayor número de personas trabajadoras, coincidirían en ser los de menor conexión a internet en el local comercial.

*D.7: ¿Tiene conexión a internet?**

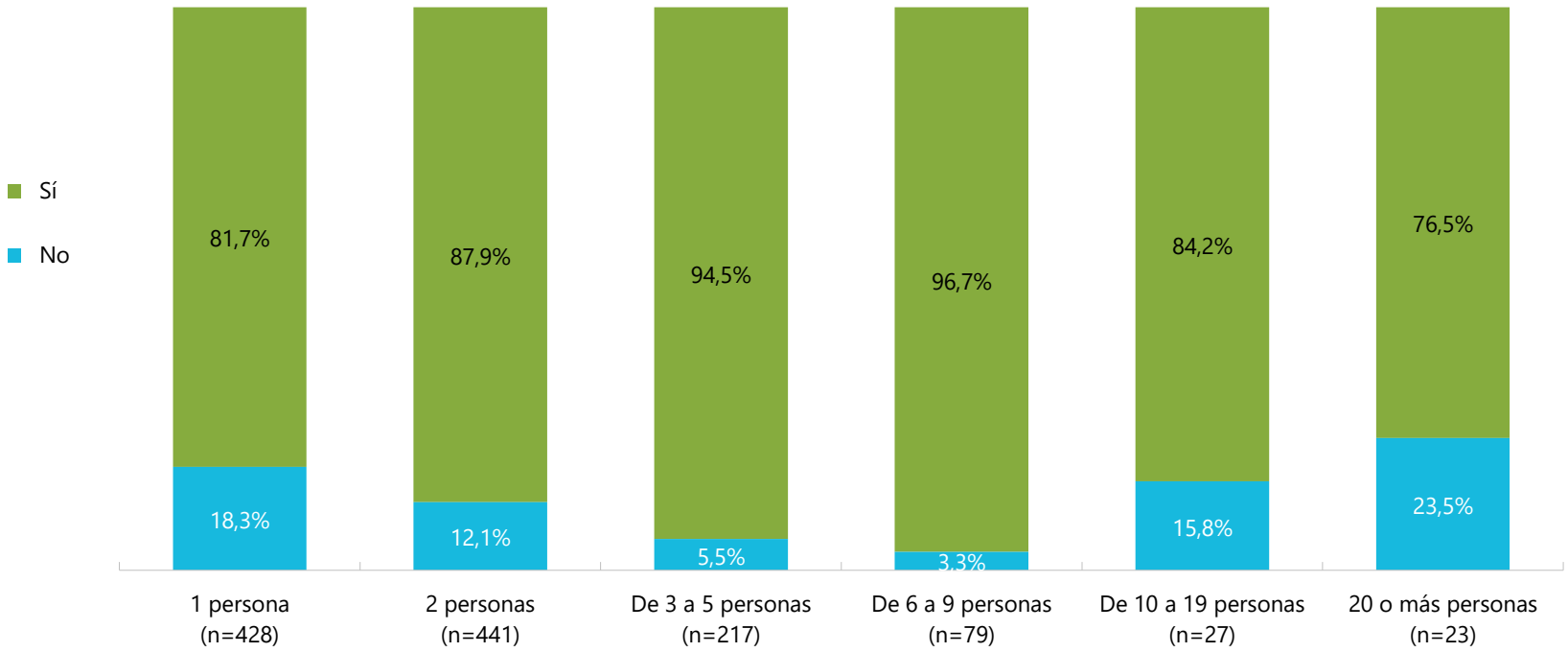
Base: Total de comercios





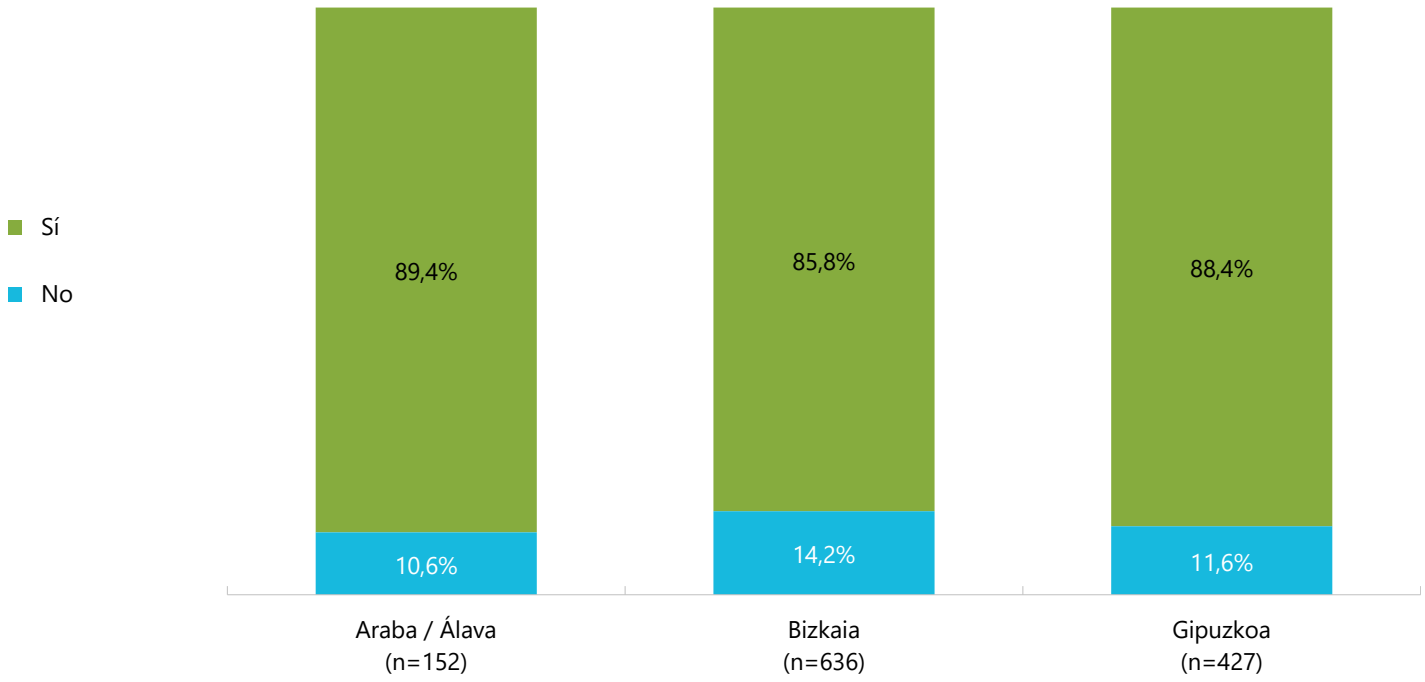
*D.7: ¿Tiene conexión a internet?**

Base: Total de comercios



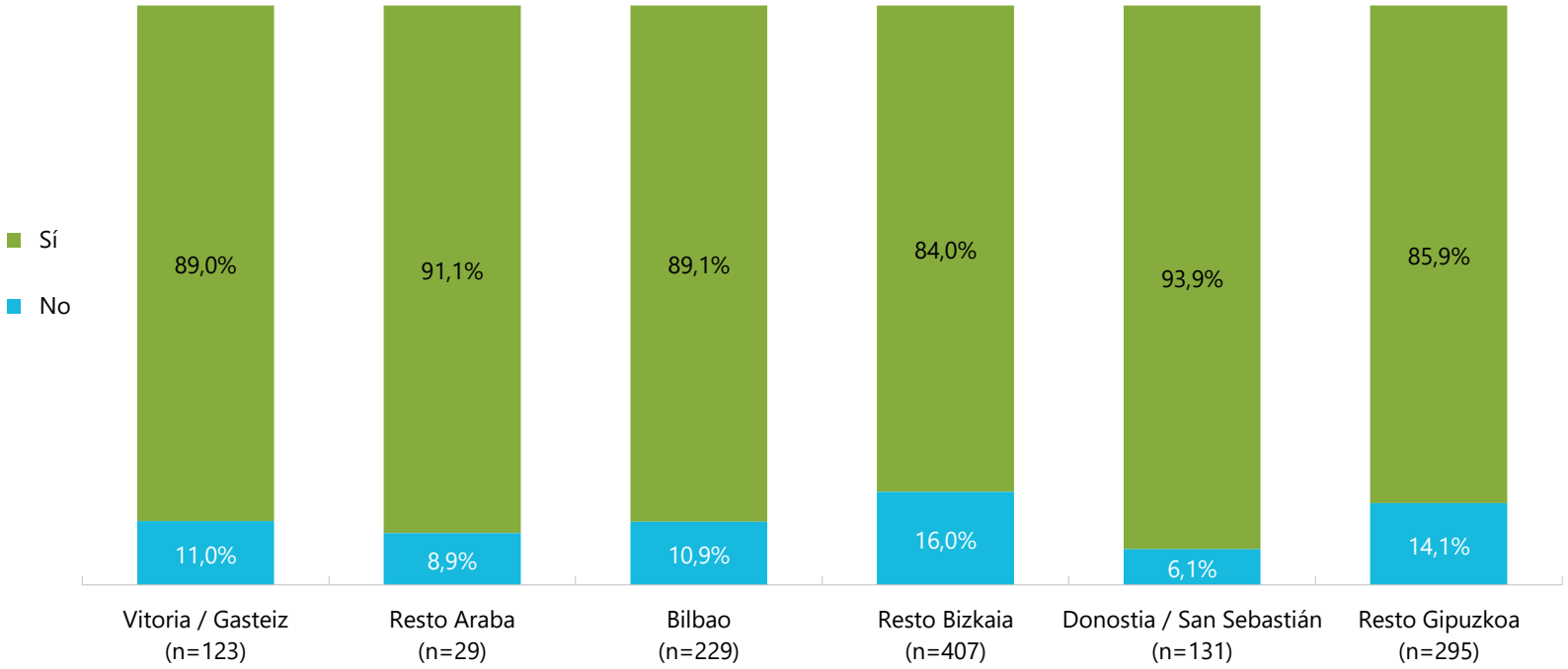
*D.7: ¿Tiene conexión a internet?**

Base: Total de comercios



*D.7: ¿Tiene conexión a internet?**

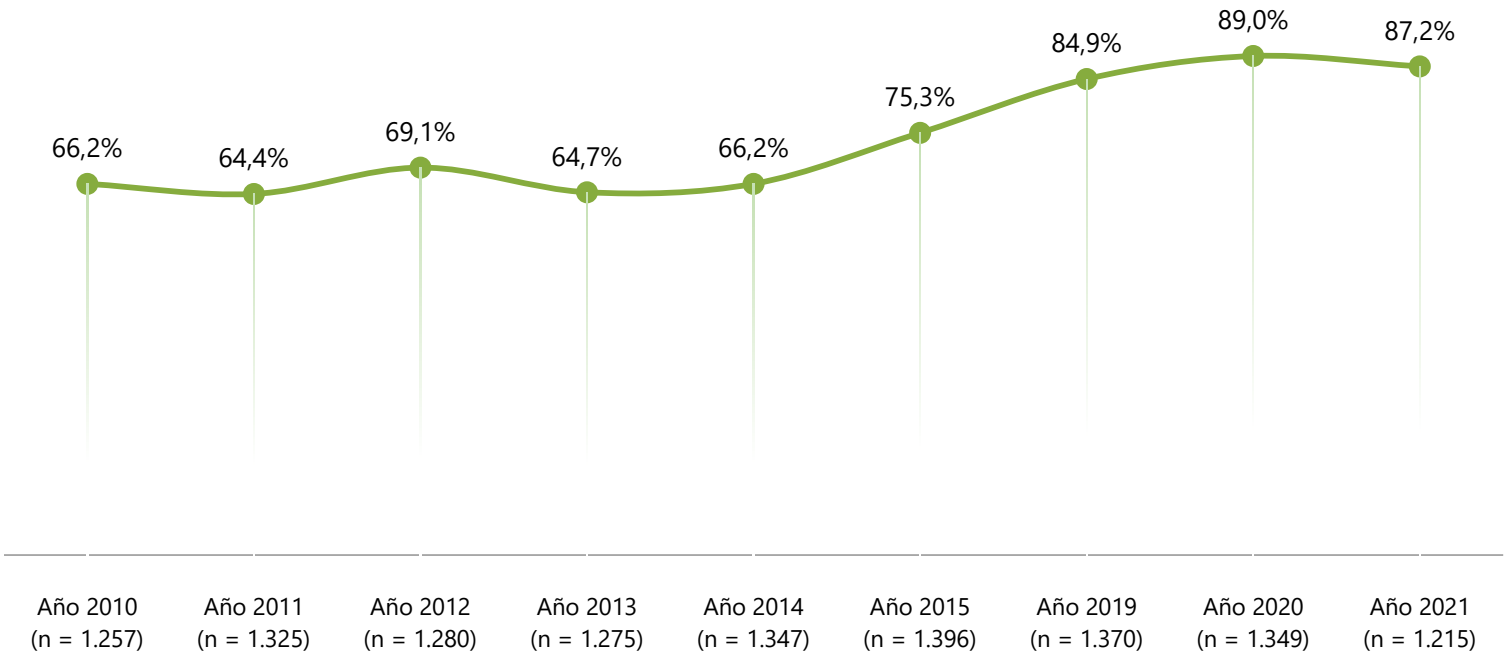
Base: Total de comercios



*D.7: Disposición de conexión a internet**

Base: Total de comercios

Evolución del porcentaje de comercios con conexión a internet



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

7.3. Uso de programas de gestión

Uso de programas de gestión

El 65,5% de los comercios vascos cuenta con un software orientado a la gestión de la actividad comercial. El 36,1% hace uso de un programa diseñado a su medida y el 29,4% utiliza un modelo estándar. Por otra parte, un 33,2% del sector no dispone de dicho soporte.

En lo que respecta al sector de actividad, la presencia y utilización de software de gestión es más palpable entre el ramo de Salud y Belleza, así como Moda. En el caso del primero, prevalece el software de gestión a medida, opción preferente para ocho de cada diez comercios, cuando en Moda hay más presencia de software de gestión estándar (41,4%).

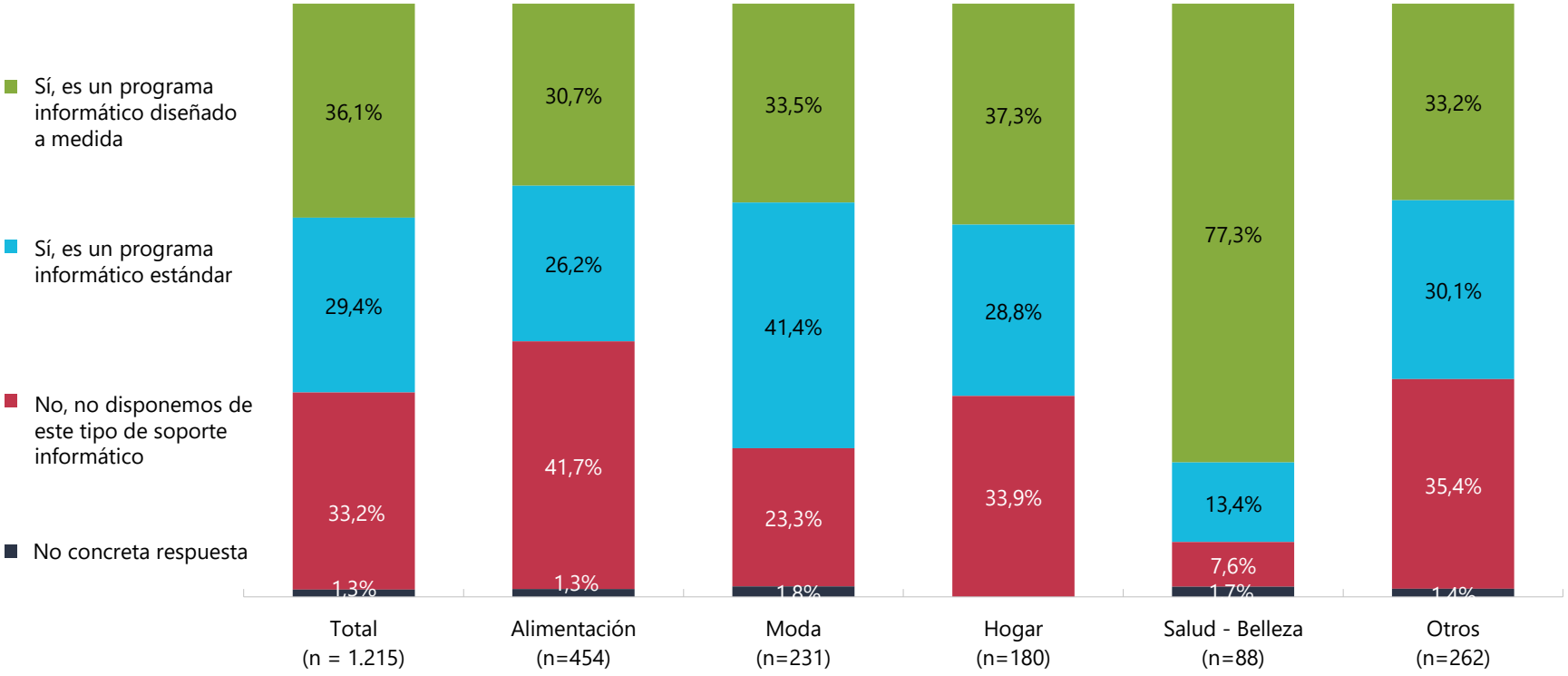
Asimismo, la utilización de software de gestión diseñado “ad hoc” es mayoritaria en el caso de los comercios que emplean a seis o más personas.

Por su parte, un 45,0% de los comercios unipersonales no disponen de herramientas informáticas de gestión.

En lo que respecta al soporte que dan dichos programas, la gran mayoría nombra las “ventas y facturación” como el área de negocio más presente. También la “gestión de stocks y compras” es un área cubierta en la práctica totalidad de los casos. Los módulos que proporcionan soporte en la gestión de la "fidelización de clientes" tienen menos presencia.

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

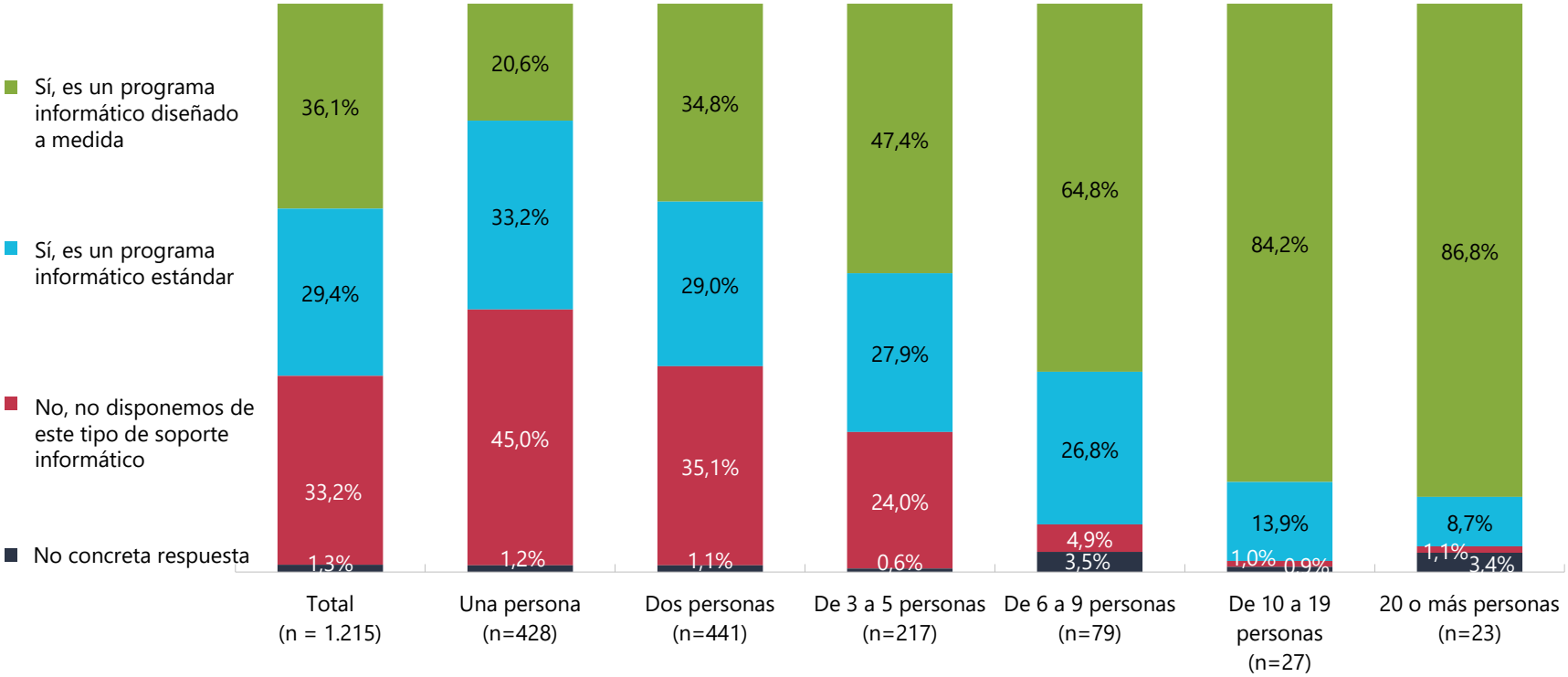
Base: Total de comercios



** Se sugirieron las opciones de respuesta. Única respuesta*

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

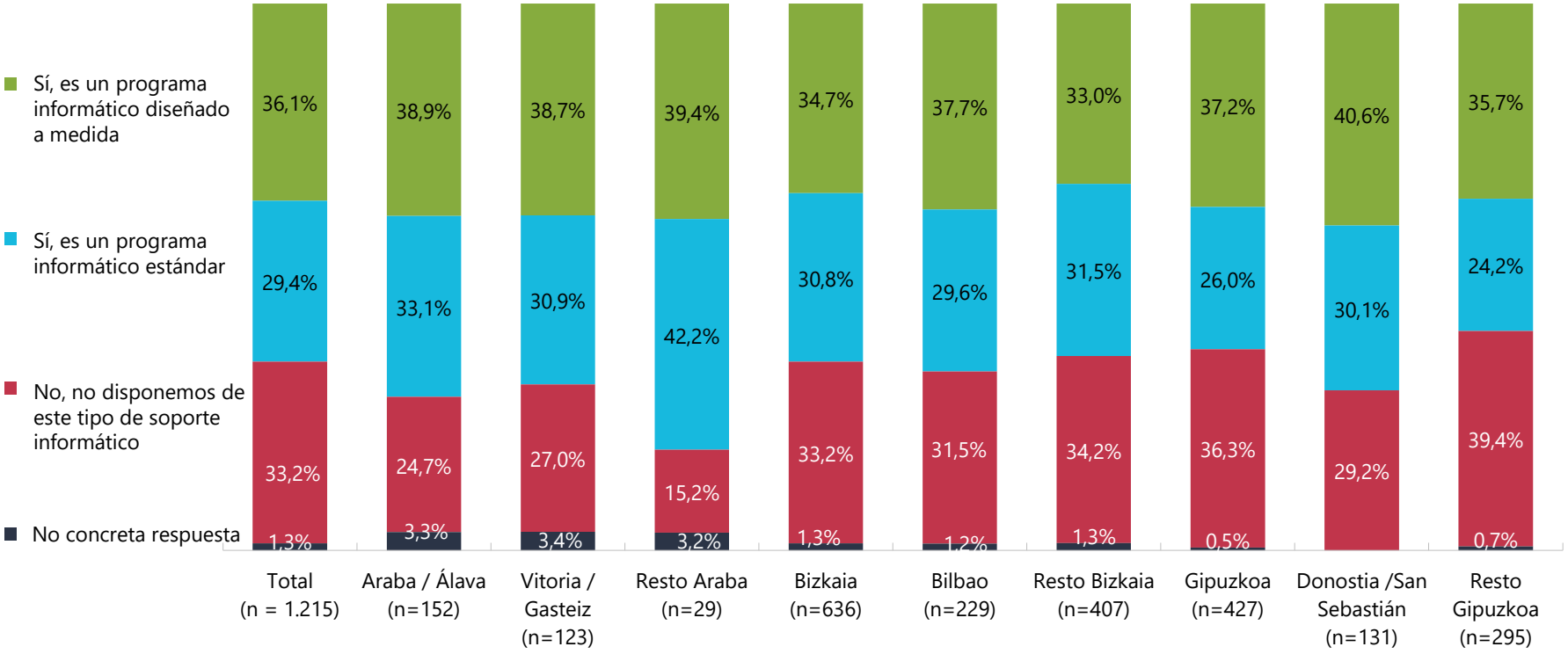
Base: Total de comercios



** Se sugirieron las opciones de respuesta. Única respuesta*

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

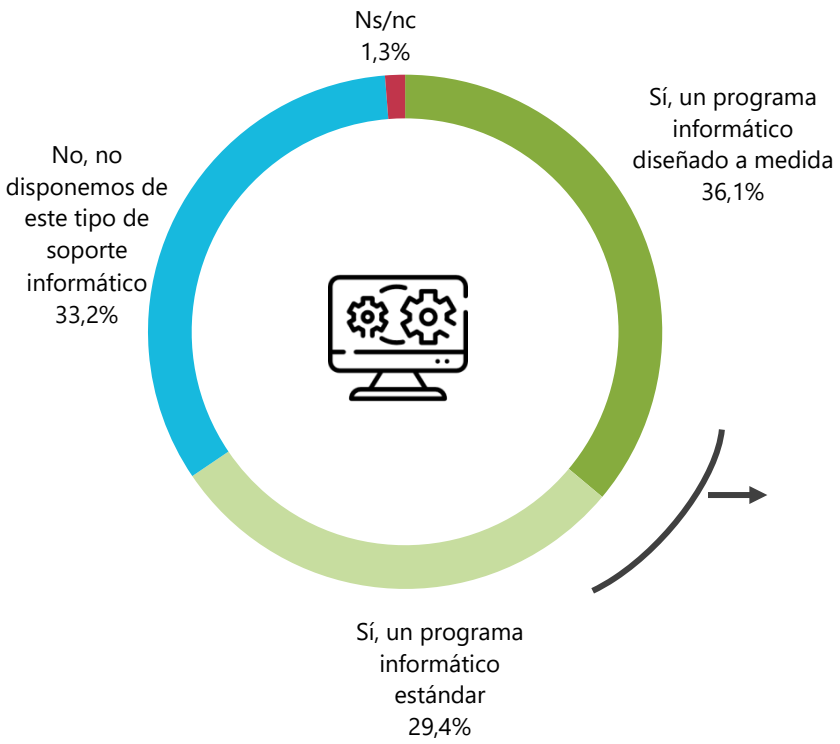
Base: Total de comercios



** Se sugirieron las opciones de respuesta. Única respuesta*

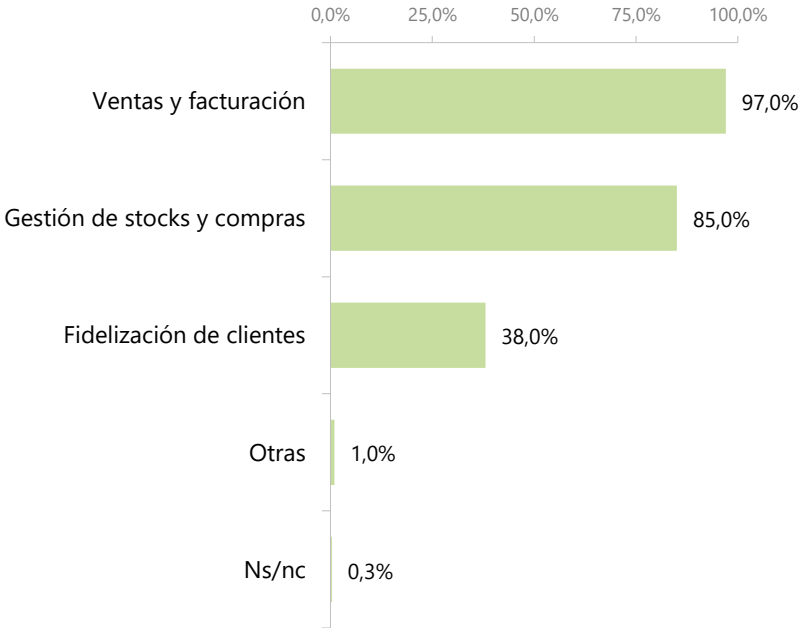
D.8: ¿Disponen de algún programa informático para la gestión parcial o total de su comercio/negocio?

Base: Total de comercios



*D.8.1.: ¿Este programa de gestión qué áreas del negocio cubre?**

Base: Total de comercios que dispone de programa de gestión (n=796)



** Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple*

D.8.1.: ¿Este programa de gestión qué áreas del negocio cubre?

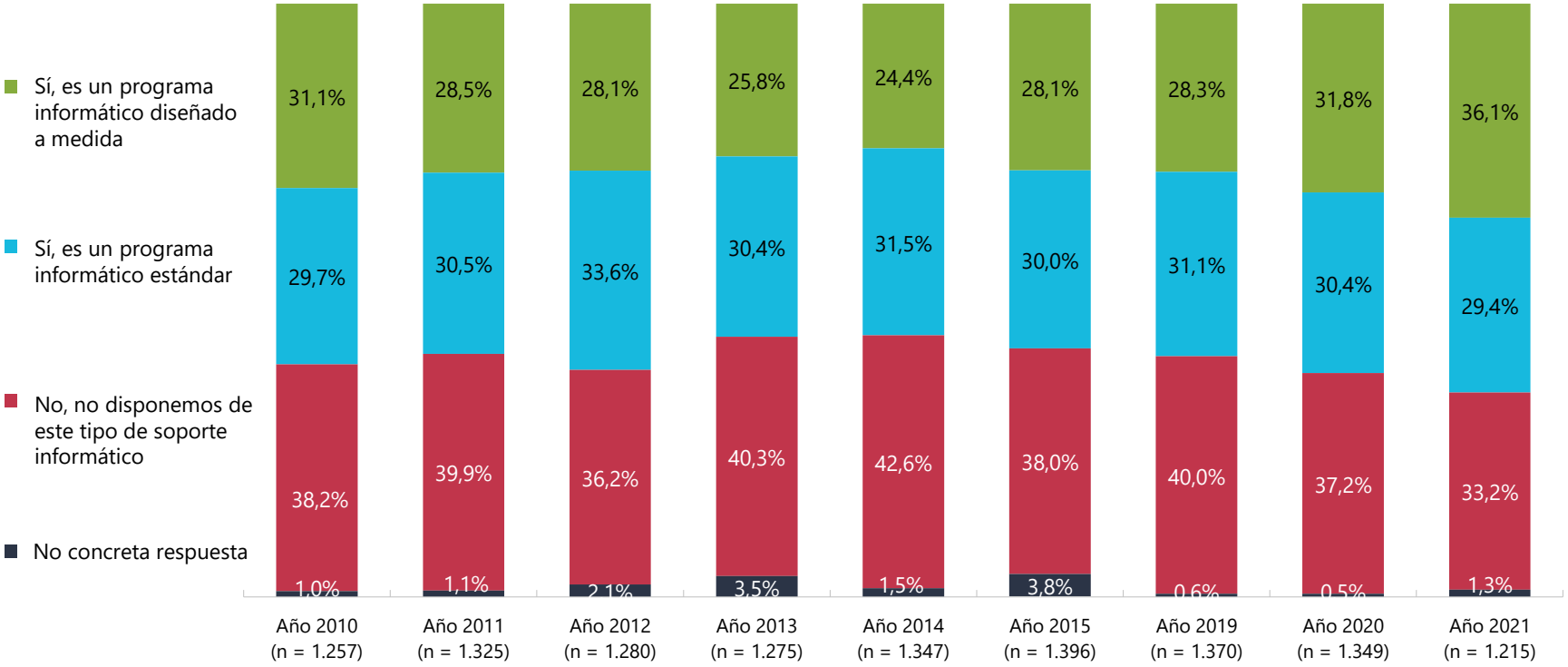
Base: Total de comercios que dispone de programa de gestión (n=796)

	Total (n = 796)	Alimentación (n = 258)	Moda (n = 173)	Hogar (n = 119)	Salud y Belleza (n = 79)	Otros (n = 166)
Ventas y facturación	97,0%	97,7%	97,3%	93,8%	99,6%	96,8%
Gestión de stocks y compras	85,0%	83,7%	88,5%	79,0%	93,2%	84,1%
Fidelización de clientes	38,0%	28,9%	37,4%	35,4%	50,4%	48,8%
Otras	1,0%	--	1,0%	2,5%	2,7%	0,5%
Ns/Nc	0,3%	1,1%	--	--	--	--

Valores por encima de la media

*D.8: Disposición de programa informático para la gestión**

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

7.4. Servicios adicionales del comercio vasco

Servicios adicionales del comercio vasco

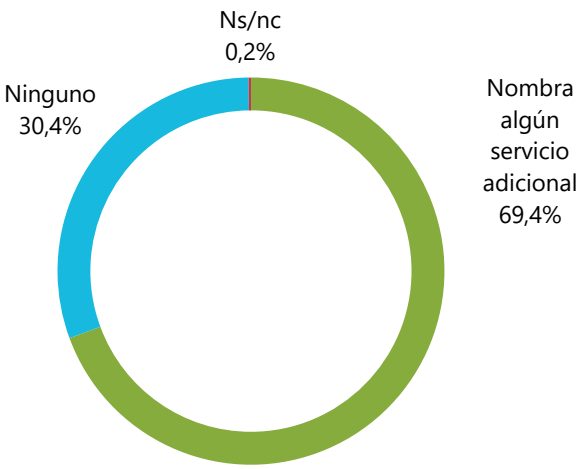
Se ha consultado al comercio vasco por el tipo de servicios adicionales que presta al cliente, sugiriendo una serie de ellos como envío a domicilio, servicio postventa, garantías, etc... En este sentido, casi siete de cada diez establecimientos vascos dice ofrecer a sus clientes algún tipo de servicio adicional más allá de la venta, frente al 30,4% que no nombra ninguno.

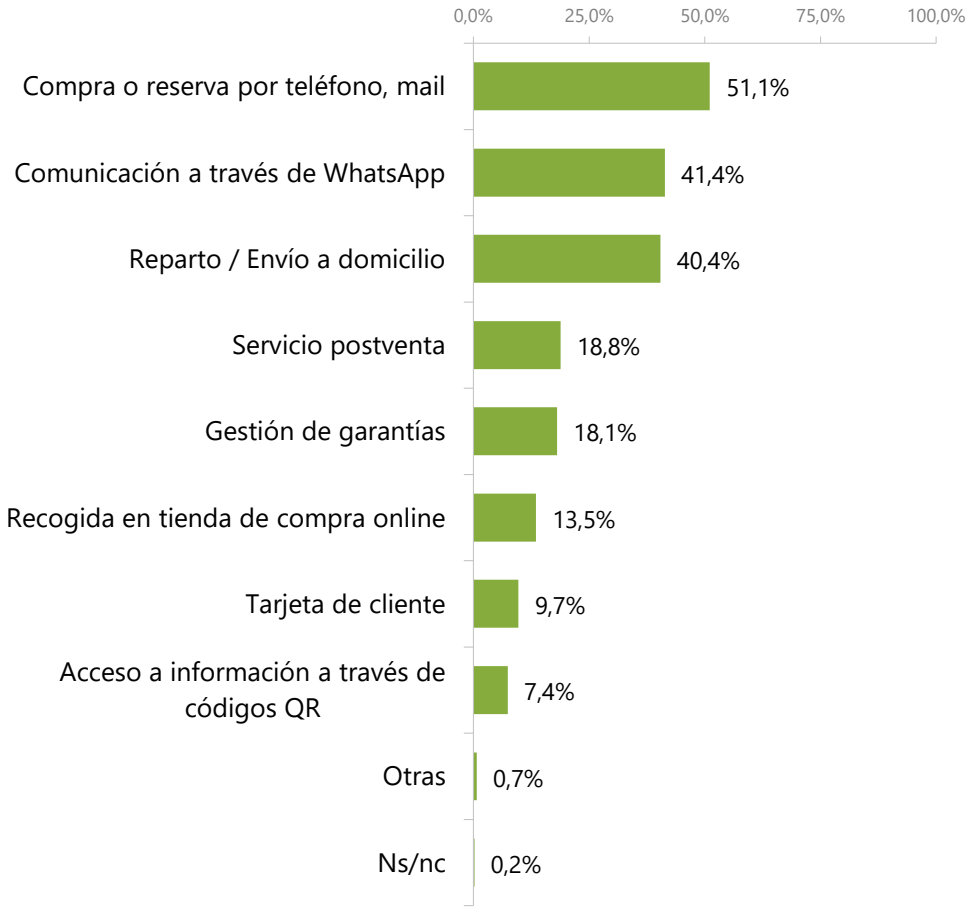
Entre los más implantados, la posibilidad de compra o reserva por teléfono o mail (el 51,1%), la comunicación a través de WhatsApp (41,4%) y, el reparto o envío a domicilio (40,4%).

De entre todos los ramos de actividad, el comercio de venta de artículos de Alimentación es en el que se ha obtenido la menor tasa de servicios adicionales. También es menor, en el caso de los comercios con menor tamaño de empleo.

*D.23.1.: ¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales a los clientes oferta su establecimiento?**

Base: Total de comercios





*D.23.1.: ¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales a los clientes oferta su establecimiento?**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
Compra o reserva por telefono, mail	51,1%	49,1%	46,8%	56,9%	52,3%	53,8%
Comunicación a través de WhatsApp	41,4%	34,7%	37,7%	54,3%	41,8%	47,1%
Reparto / Envío a domicilio	40,4%	39,1%	35,7%	59,9%	26,1%	38,2%
Servicio postventa	18,8%	7,1%	21,6%	36,8%	18,9%	24,3%
Gestión de garantías	18,1%	4,5%	20,7%	36,0%	19,2%	26,4%
Recogida en tienda de compra online	13,5%	5,8%	23,7%	10,6%	12,2%	20,1%
Tarjeta de cliente	9,7%	8,6%	13,3%	4,1%	18,2%	9,7%
Acceso a información a través de códigos QR	7,4%	5,0%	6,4%	3,8%	15,7%	12,3%
Otras	0,7%	0,2%	1,2%	--	0,8%	1,6%
Ns/nc	0,2%	0,4%	0,4%	--	--	--
Ninguno	***30,4%***	***34,4%*** ↗	***30,9%***	***20,0%*** ↘	***29,9%***	***30,6%***

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

*D.23.1.: ¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales a los clientes oferta su establecimiento?**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Empleo 1-2 (n=869)	Empleo 3-9 (n=296)	Empleo >=10 (n=50)
Compra o reserva por telefono, mail	51,1%	50,0%	54,2%	51,1%
Comunicación a través de WhatsApp	41,4%	42,2%	39,1%	39,7%
Reparto / Envío a domicilio	40,4%	37,5%	41,8%	83,1%
Servicio postventa	18,8%	16,3%	19,9%	57,0%
Gestión de garantías	18,1%	16,1%	20,1%	39,6%
Recogida en tienda de compra online	13,5%	10,1%	20,7%	29,9%
Tarjeta de cliente	9,7%	3,7%	17,7%	66,8%
Acceso a información a través de códigos QR	7,4%	4,2%	11,8%	37,3%
Otras	0,7%	0,6%	1,0%	--
Ns/nc	0,2%	0,2%	0,3%	--
Ninguno	***30,4%***	***34,7%*** ↗	***21,9%***	***6,9%*** ↘

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

*D.23.1.: ¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales a los clientes oferta su establecimiento?**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava			Bizkaia			Gipuzkoa		
		Total Araba / Álava (n=152)	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 29)	Total Bizkaia (n=636)	Bilbao (n = 229)	Resto de Bizkaia (n = 407)	Total Gipuzkoa (n=427)	Donostia / San Sebastián (n = 131)	Resto Gipuzkoa (n = 295)
Compra o reserva por teléfono, mail	51,1%	54,6%	54,4%	55,2%	51,9%	50,3%	52,8%	48,6%	53,1%	46,7%
Comunicación a través de WhatsApp	41,4%	42,9%	41,1%	50,1%	43,8%	42,3%	44,7%	37,1%	40,2%	35,8%
Reparto / Envío a domicilio	40,4%	43,5%	44,6%	38,7%	42,8%	41,2%	43,8%	35,7%	43,0%	32,5%
Servicio postventa	18,8%	19,5%	19,3%	20,4%	19,5%	19,8%	19,3%	17,6%	21,2%	16,0%
Gestión de garantías	18,1%	19,0%	19,6%	16,5%	18,8%	17,7%	19,4%	16,6%	17,9%	16,1%
Recogida en tienda de compra online	13,5%	13,3%	12,8%	15,1%	14,3%	21,7%	10,2%	12,3%	16,0%	10,6%
Tarjeta de cliente	9,7%	9,9%	11,6%	2,7%	9,2%	8,9%	9,4%	10,5%	7,1%	12,0%
Acceso a información a través de códigos QR	7,4%	7,3%	8,1%	4,0%	6,9%	5,8%	7,5%	8,3%	11,2%	7,0%
Otras	0,7%	0,4%	0,5%	--	0,9%	0,7%	1,0%	0,5%	1,7%	--
Ns/nc	0,2%	0,3%	0,3%	--	0,1%	--	0,1%	0,4%	--	0,6%
Ninguno	***30,4%***	***29,0%***	***27,8%***	***34,3%***	***29,0%***	***29,5%***	***28,7%***	***33,1%***	***26,8%*** ↘	***35,8%*** ↗

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

8. EL E-COMMERCE EN EL COMERCIO VASCO

8.1. El comercio vasco con venta e-commerce

El comercio vasco con venta e-commerce

El Barómetro del Comercio lleva años preguntando por la venta online en el comercio vasco. En esta edición, la presencia de establecimientos que pertenecen a cadenas comerciales o grandes enseñas de la distribución ha permitido observar que, en ocasiones, la venta a través de internet es concebida por las empresas como un área de actividad independiente del comercio físico tradicional. Por este motivo, estos operadores han proporcionado los datos de cada uno de los establecimientos en su actividad de venta online y no tanto del e-commerce de la enseña.

La tasa de comercio minorista vasco que vende a través del canal online es del 14,5%. La disposición de venta e-commerce tiene mayor presencia en el sector de artículos de Moda y de Otro Comercio al por menor – un 23,1 y 20,2%, respectivamente-.

También destaca la venta a través de e-commerce entre los establecimientos que cuentan con 10 o más personas empleadas, siendo un 36,6% los que se han sumado, multiplicando por tres, la tasa de e-commerce recabada entre los comercios de una o dos personas empleadas (11,6%).

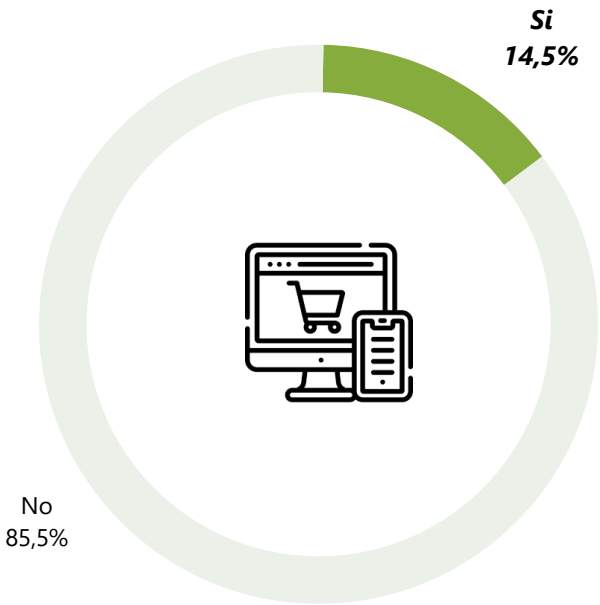
En cuanto a los soportes a través de los cuales se realiza, el 86,2% utiliza su propia web. A otro nivel, cabe destacar también el uso del “social commerce”, a través de redes sociales, opción nombrada por un 17,6%.

No obstante, es frecuente que el canal online tenga un peso incipiente sobre el total de ventas, a tenor de los resultados de una mayoría. Más en concreto, un 26,9% de los comercios con e-commerce cifran las ventas en menos de un 1% sobre el total y el 32,7%, entre un 1 y un 5% del total. De hecho, solo un 22,1% atribuye más del 20% sobre el total de ventas a este canal.

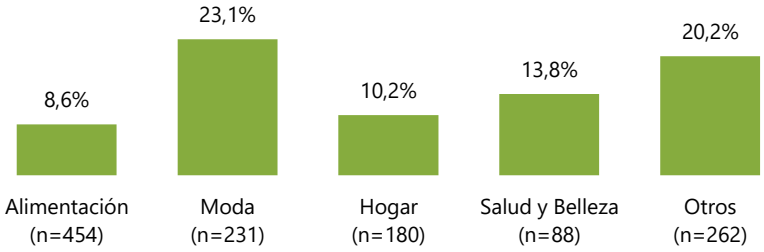
Así, la media otorgada por el sector comercial vasco a las ventas por e-commerce alcanza el 13,8% sobre el total.

P.12.A: ¿Realiza este establecimiento venta online?

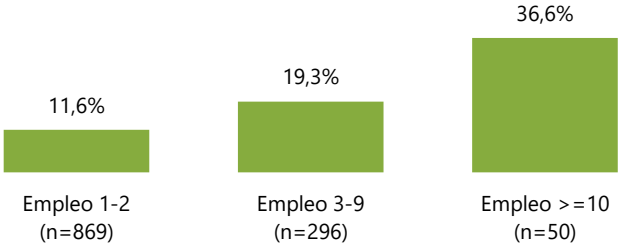
Base: Total de comercios



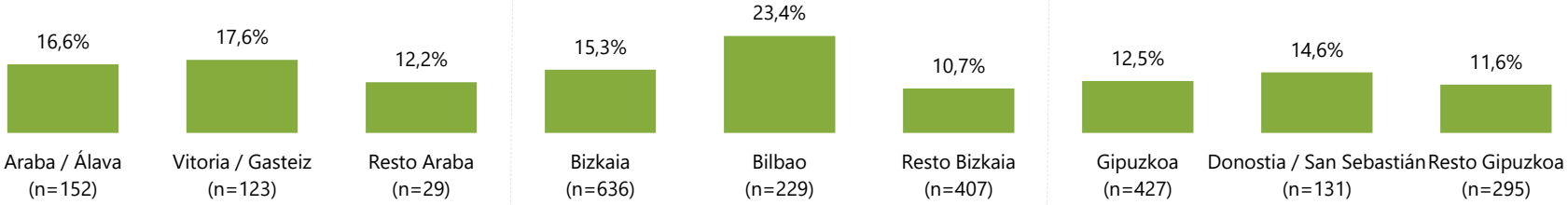
Comercio vasco que realiza venta online por sector



Comercio vasco que realiza venta online por tamaño empleo



Comercio vasco que realiza venta online por territorio histórico y capitalidad/resto del territorio



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

Base: Total de comercios que realizan venta online

	Total (n = 176)	Alimentación (n = 39)	Moda (n = 53)	Hogar (n = 18)	Salud y Belleza (n = 12)	Otros (n = 53)
Web propia	86,2%	69,7%	85,6%	96,2%	95,0%	93,6%
Social Commerce (a través de Facebook o Instagram)	17,6%	3,0%	31,6%	29,9%	13,2%	11,2%
WhatsApp	8,9%	7,3%	9,1%	17,1%	--	9,1%
Plataformas de e-commerce local que agrupe a tiendas de una zona, comarca o territorio	6,9%	11,0%	6,2%	23,1%	--	0,6%
Plataformas e-commerce generalistas como Ebay, Amazón, Privalia, etc	6,6%	0,4%	9,7%	9,3%	--	8,7%
Plataformas de e-commerce sectoriales	4,7%	6,1%	7,1%	5,7%	--	2,1%
WhatsApp Business	2,8%	--	7,2%	5,7%	--	--
Glovo	2,2%	10,0%	--	--	--	--
Otras	2,1%	--	2,5%	--	5,7%	3,2%

Valores por encima de la media

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

Base: Total de comercios que realizan venta online

	Total (n = 176)	Empleo 1-2 (n = 101)	Empleo 3-9 (n = 57)	Empleo >=10 (n = 18)
Web propia	86,2%	82,4%	89,3%	97,7%
Social Commerce (a través de Facebook o Instagram)	17,6%	17,9%	16,3%	20,5%
WhatsApp	8,9%	7,9%	7,6%	18,5%
Plataformas de e-commerce local que agrupe a tiendas de una zona, comarca o territorio	6,9%	6,3%	3,8%	19,9%
Plataformas e-commerce generalistas como Ebay, Amazón, Privalia, etc	6,6%	4,0%	7,0%	19,9%
Plataformas de e-commerce sectoriales	4,7%	3,5%	2,0%	20,3%
WhatsApp Business	2,8%	--	2,9%	17,5%
Glovo	2,2%	1,7%	3,5%	0,8%
Otras	2,1%	3,0%	1,2%	--

Valores por encima de la media

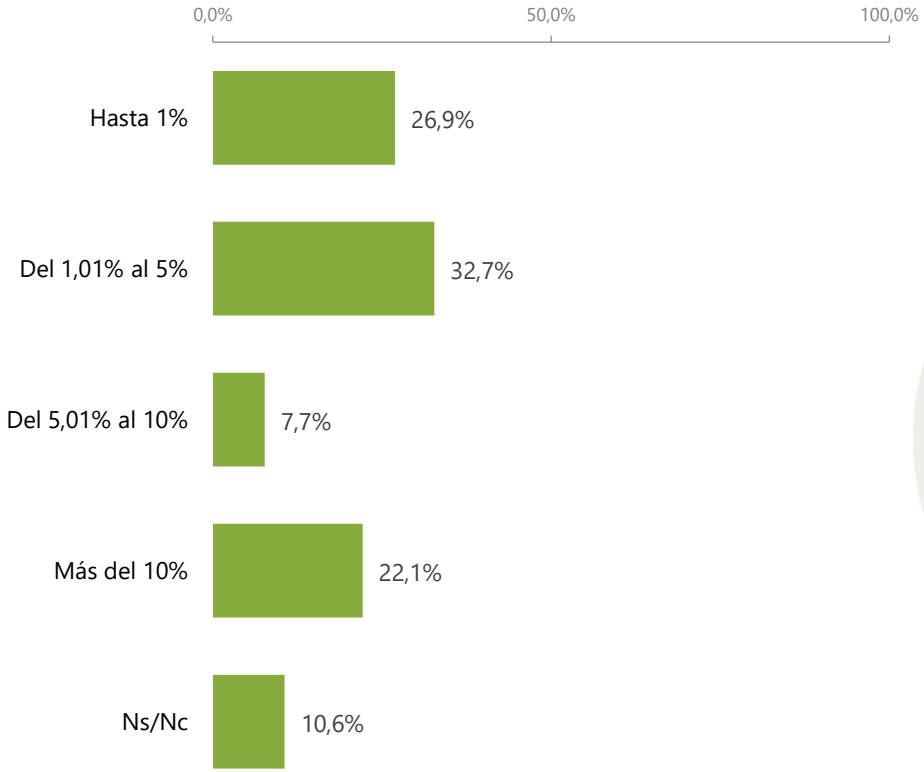
*P.12B: ¿A través de qué soporte realiza la venta online?**

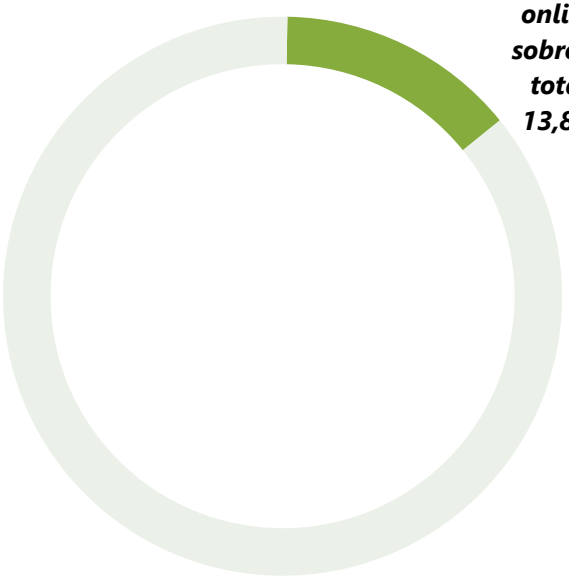
Base: Total de comercios que realizan venta online

	Total (n = 176)	Araba / Álava (n = 25)	Bizkaia (n = 97)	Gipuzkoa (n = 54)
Web propia	86,2%	87,5%	88,8%	81,1%
Social Commerce (a través de Facebook o Instagram)	17,6%	24,3%	12,3%	24,2%
WhatsApp	8,9%	16,2%	5,0%	12,5%
Plataformas de e-commerce local que agrupe a tiendas de una zona, comarca o territorio	6,9%	4,5%	6,1%	9,5%
Plataformas e-commerce generalistas como Ebay, Amazón, Privalia, etc	6,6%	7,9%	7,8%	3,8%
Plataformas de e-commerce sectoriales	4,7%	8,9%	5,1%	2,1%
WhatsApp Business	2,8%	4,5%	2,7%	2,1%
Glovo	2,2%	2,4%	1,6%	3,3%
Otras	2,1%	--	2,5%	2,4%

*P.12C: ¿Las ventas online que porcentaje han supuesto en el 2021 sobre el total de ventas?**

Base: Total de comercios que realizan venta online (n=176)





Porcentaje medio de venta online sobre el total 13,8%

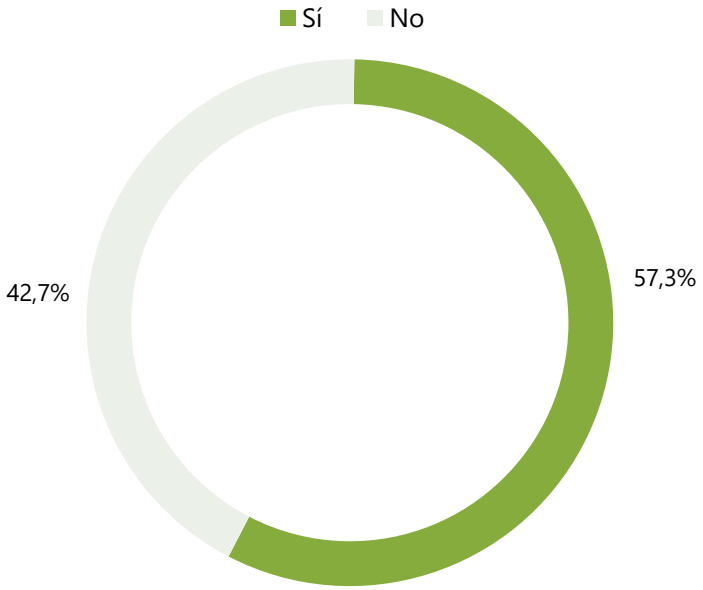
** Media sobre respuesta abierta*

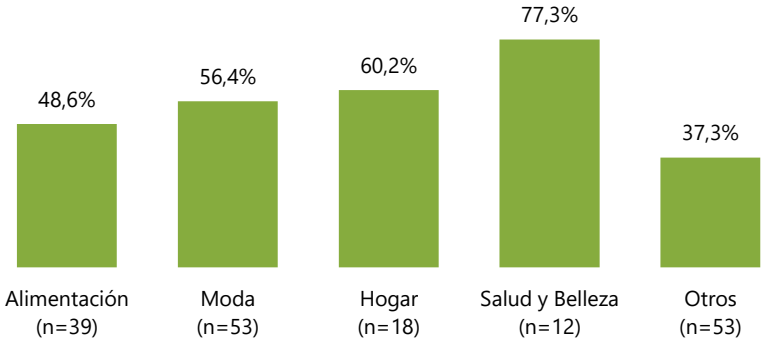
Un 57,3% de los establecimientos que realiza venta por internet afirma haber puesto en marcha mejoras o reformas en su plataforma o sistema de venta online durante el 2021, para impulsarla o bien en materia de marketing y publicidad para posicionarla.

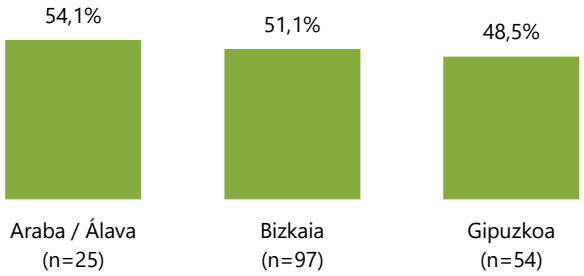
Por último, la mitad de los comercios que opta por la venta e-commerce dispone de un sistema de gestión de almacén de modo que las ventas que se realicen en la tienda física se detraigan del número de unidades disponibles online, como señala el 50,7%. Este aspecto, que habla de la disposición de una plataforma de venta e-commerce más profesionalizada, ha sufrido un incremento significativo respecto al histórico de datos del Barómetro.

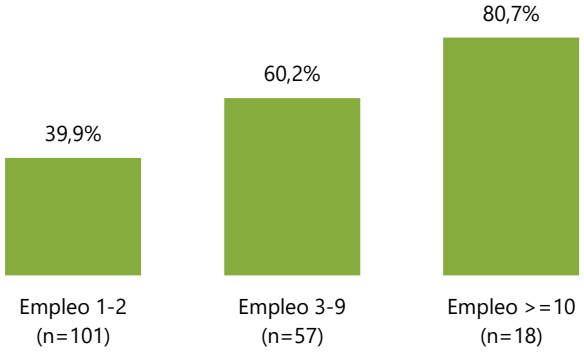
*P.12C3: ¿Durante el 2021 ha desarrollado o ha puesto en marcha mejoras o reformas en su plataforma de venta online para impulsarla o bien en materia de marketing y publicidad para posicionarla?**

Base: Total de comercios que realizan venta online (n=176)



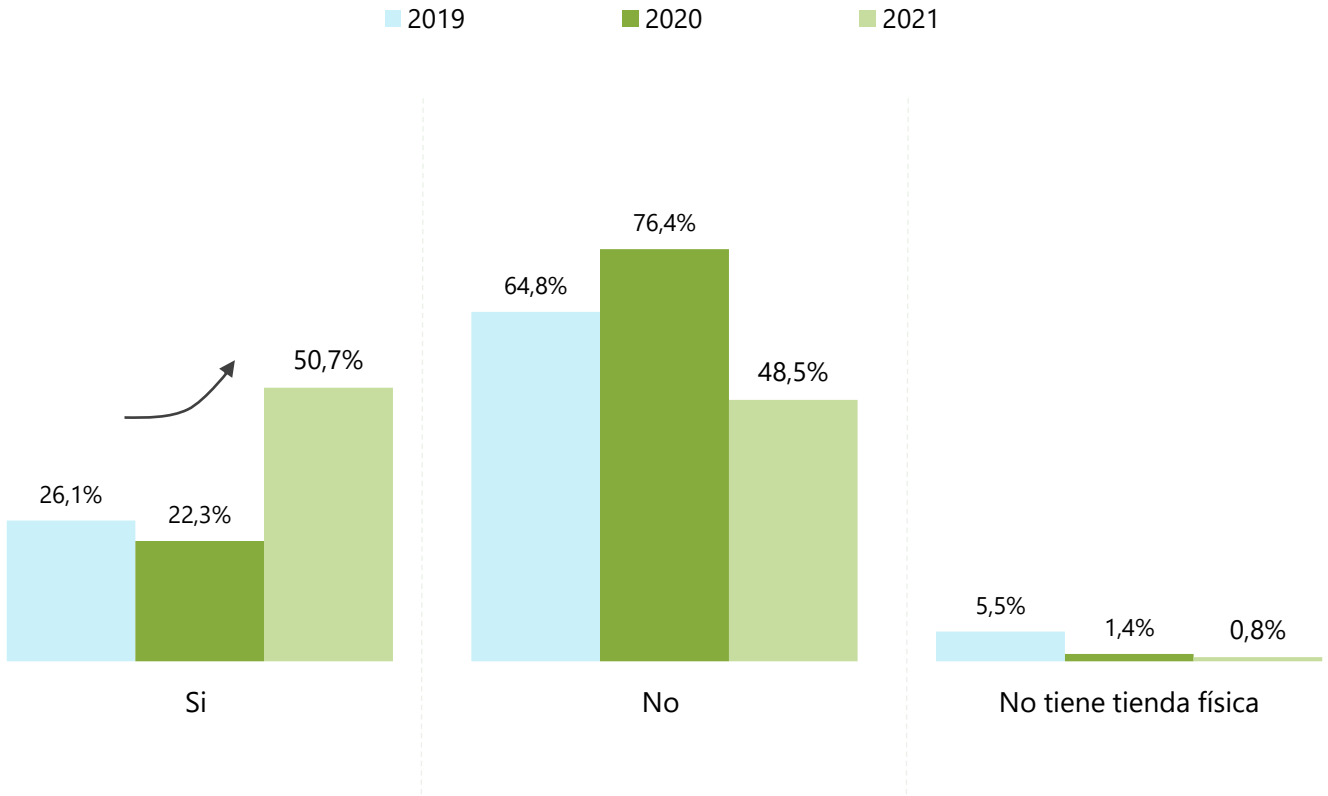






*P.12D: ¿Tiene usted conectada su plataforma de venta online a su programa de gestión de almacén, para que las ventas que se realizan mediante tienda física se detraigan del número de unidades disponible online?**

Base: Total de comercios que realizan venta online (n=176)



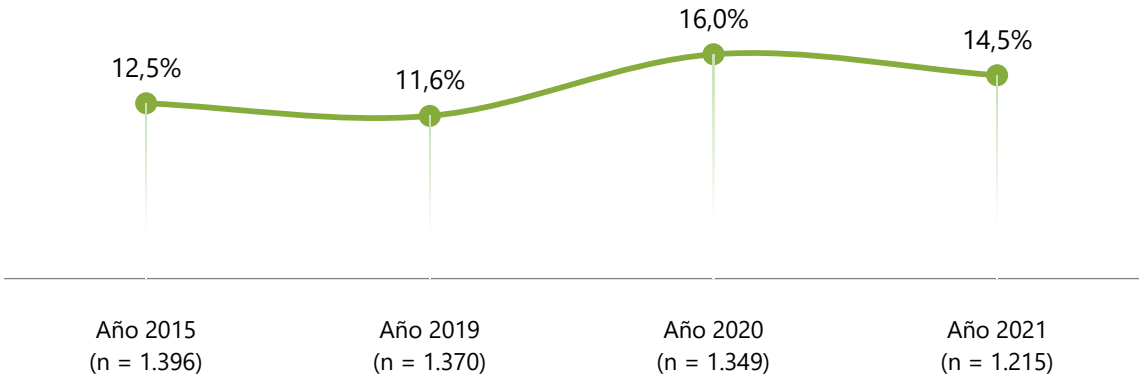
*Cambio metodológico a partir de 2021

* Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta única.

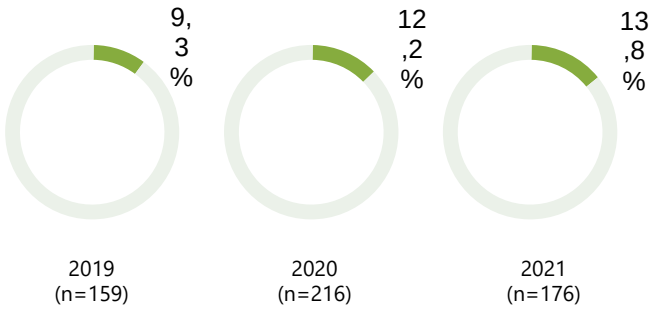
P.12.A: Evolución de la venta online

Base: Total de comercios

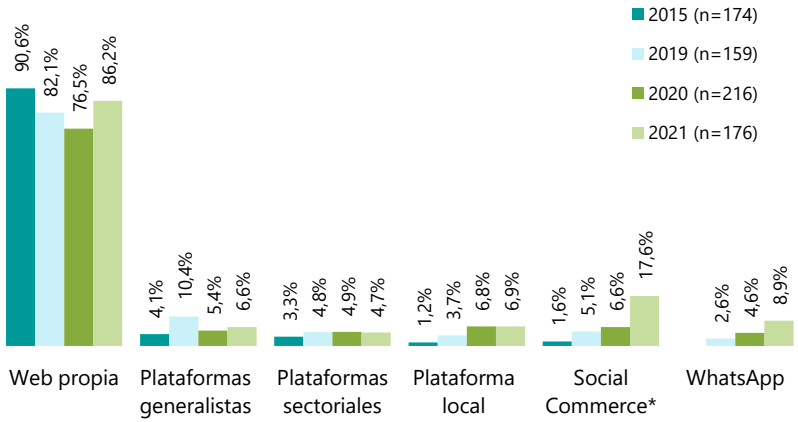
Porcentaje de comercio que realiza venta online



Porcentaje que representan las ventas online sobre total de ventas



Soportes empleados



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

**Social Commerce incluye a partir del Barómetro del 2021 a Instagram. En Barómetros anteriores hace referencia a Facebook*

8.2. Previsión de incorporar e-commerce en el comercio vasco

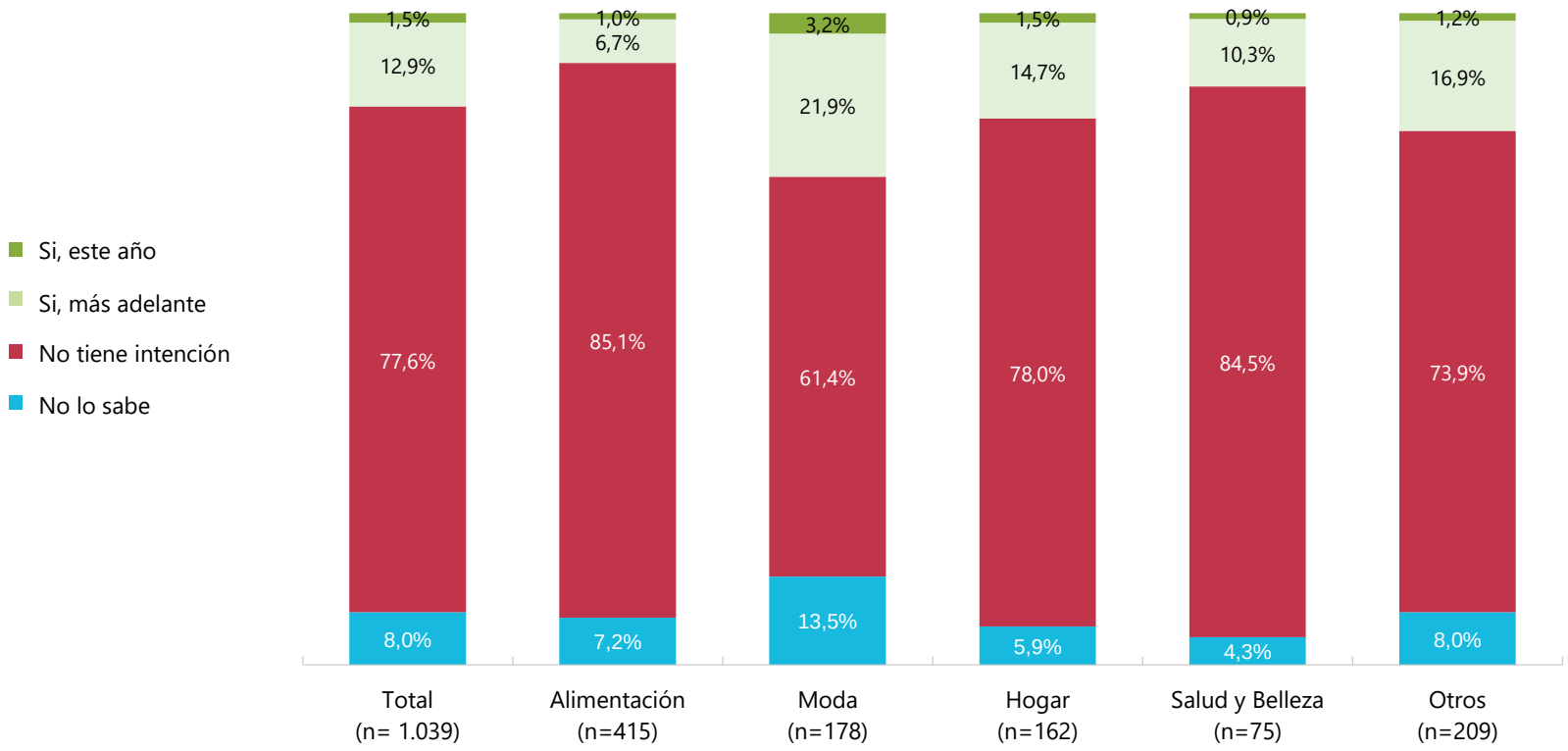
Previsión de incorporar e-commerce en el comercio vasco

La gran mayoría de los comercios vascos que aún no ha desarrollado su actividad en el canal online señalan expresamente que no tienen intención de hacerlo tampoco a futuro; el 77,6%.

Por el contrario, un 14,4% muestra su interés para afrontar el proceso de digitalización de la venta, eso si, no de forma inmediata. Esta intención es más patente entre el comercio del sector de Moda así como en el de Otras actividades.

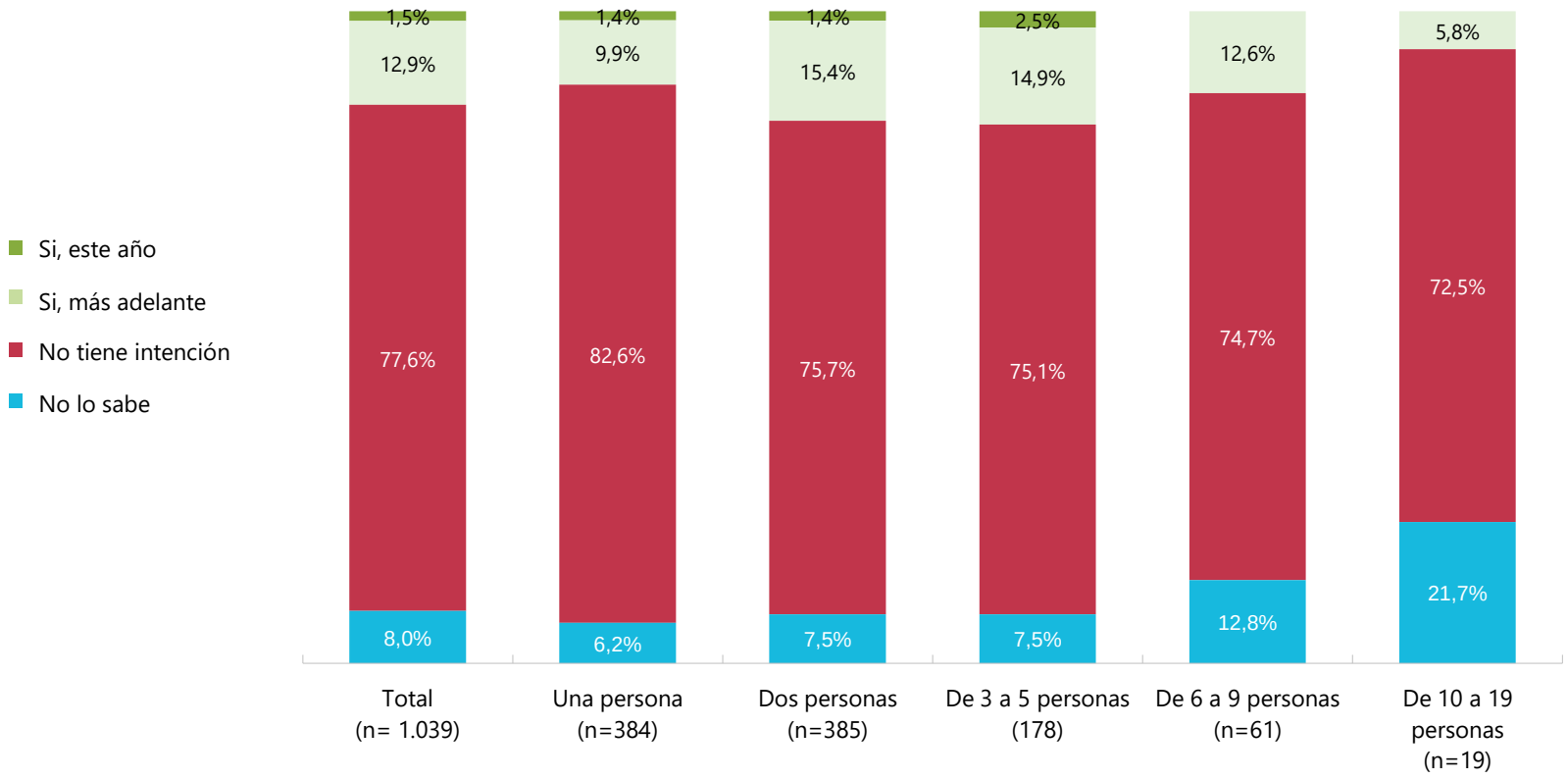
P.12E: ¿Se ha planteado incorporar la venta online como un canal más de ventas en su establecimiento, a futuro?

Base: Total de comercios que no realizan venta online (n= 1.039)



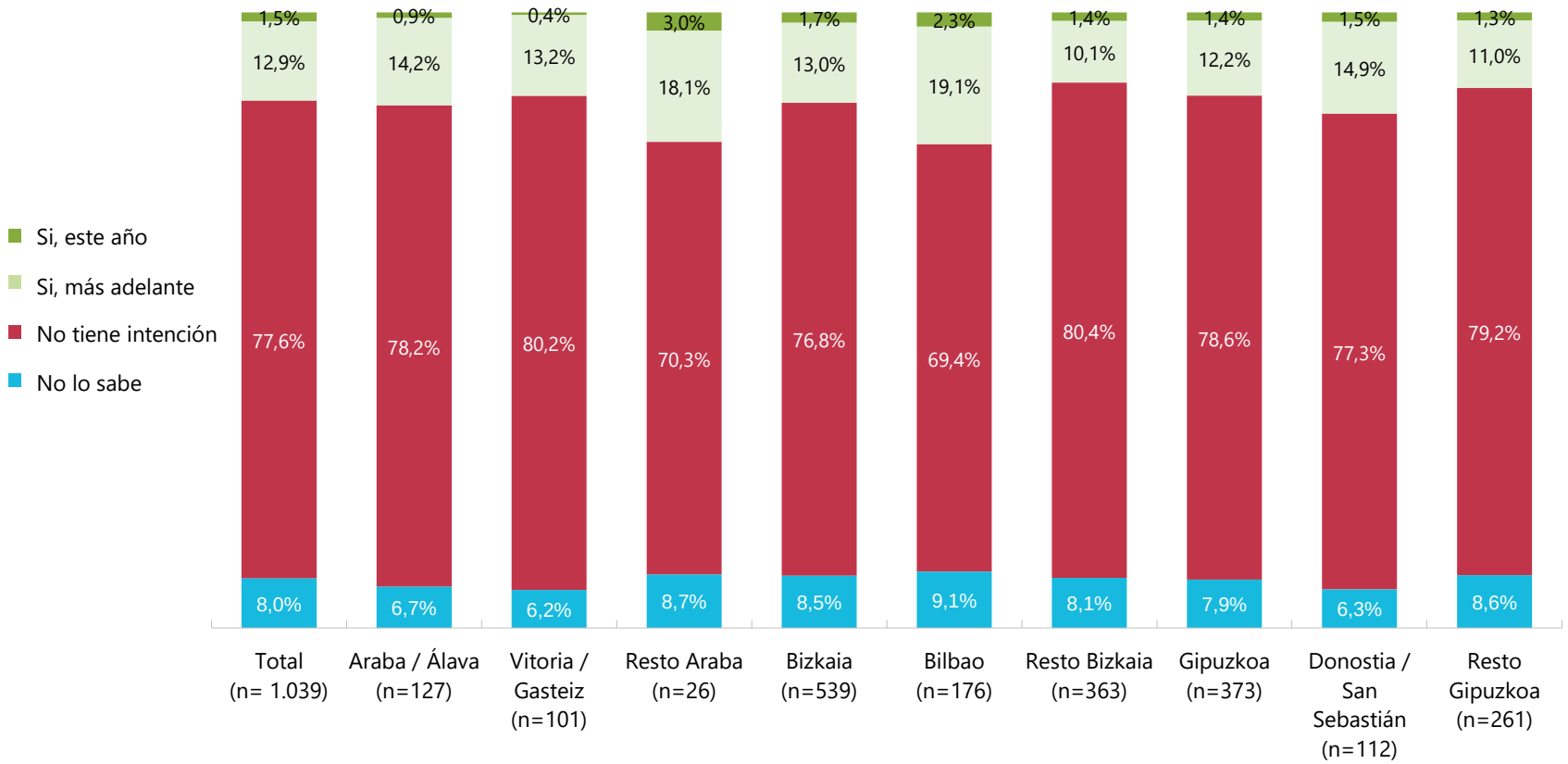
P.12E: ¿Se ha planteado incorporar la venta online como un canal más de ventas en su establecimiento, a futuro?

Base: Total de comercios que no realizan venta online (n= 1.039)



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

Base: Total de comercios que no realizan venta online (n= 1.039)



9. EL ARRENDAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES EN EL COMERCIO VASCO

9.1. El comercio vasco en régimen de alquiler

El comercio vasco en régimen de alquiler

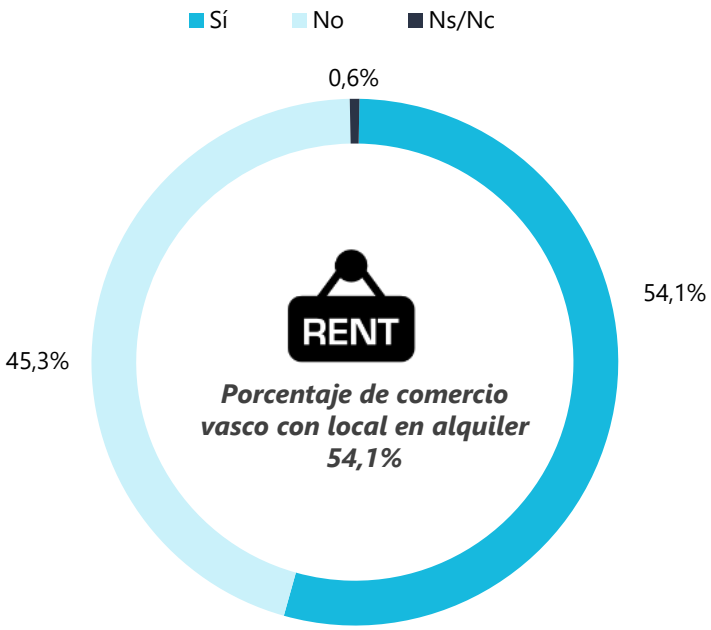
El 54,1% de los establecimientos comerciales vascos dispone de su local en régimen de alquiler y el 45,5% en propiedad. La tenencia de locales en régimen de alquiler es más visible entre el sector de Otras actividades, actividad en la que seis de cada diez establecimientos está en régimen de alquiler (el 63,8%). Por el contrario, en Salud y Belleza la mayoría del comercio dispone del local en propiedad con una tasa de alquiler más baja (el 39,8%).

Asimismo, a mayor tamaño del empleo el porcentaje de comercios en régimen de alquiler crece significativamente llegando a ser del 70,8% en el caso de los de más de 10 personas empleadas.

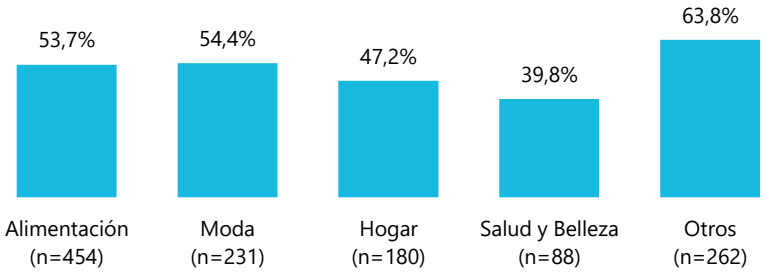
La variable territorial permite apreciar un porcentaje de comercio con el local en alquiler superior en el caso de la ciudad de Bilbao, así como una mayor tenencia de locales en propiedad entre el comercio del territorio histórico de Araba / Álava.

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

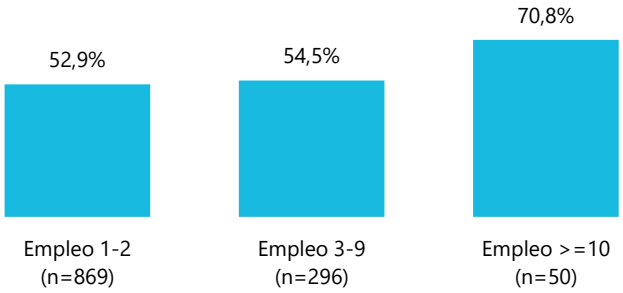
Base: Total de comercios



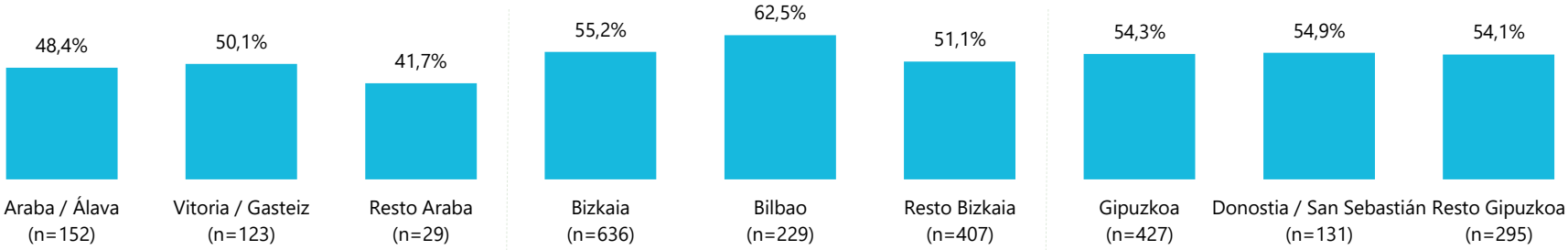
Porcentaje de comercio vasco con local en alquiler por sector



Porcentaje de comercio vasco con local en alquiler por tamaño empleo



Porcentaje de comercio vasco con local en alquiler por territorio histórico y capitalidad/resto del territorio



El importe en alquiler de locales comerciales

El análisis del importe del alquiler comercial del sector vasco se ha llevado a cabo depurando los importes mínimos y máximos de la distribución, fundamentalmente debido a la presencia en la muestra de grandes operadores comerciales que pudieran desvirtuar los resultados, estableciendo unos intervalos de precio mensual y la media.

Así, un 32,4% de los comercios vascos en alquiler paga mensualmente un importe inferior a los 800€ por su local comercial. Un 15,7% sitúa el precio entre 800 y 1.200€ al mes y un 24,0%, más de 1.200€. También en este punto, el 27,9% no ha aportado cantidad alguna.

Respecto al alquiler medio, para el sector comercial vasco se cifra en los 1.919€ al mes y teniendo en cuenta la cifra media de metros cuadrados disponibles de los comercios en alquiler puede establecerse un valor medio del mercado de 14€ por m^2 en superficie de locales comerciales.

El precio medio de alquiler despunta en el caso del comercio de artículos de Moda, por la presencia de establecimientos situados en ejes comerciales de primer nivel, con un valor medio de 2.641€ y un precio medio por metro cuadrado de 29€. En sentido opuesto encontramos el grupo de venta de artículos de Hogar que contando con una superficie media mayor, obtiene un precio medio por m^2 de 8€ y un alquiler medio de 1.096€.

En el caso del sector de Alimentación las diferencias en función de la tipología de establecimiento, bien sea especializado o no especializado, es decir, hipermercado, supermercado, etc, revelan importes medios muy dispares. El comercio de alimentación de gran tamaño sitúa su media de alquiler mensual en algo más de 10.000€, si bien el precio por m^2 alcanza los 13€ de media. Por el contrario, los establecimientos especializados pagan de media 1.067€ al mes, con un importe de 22€/m^2.

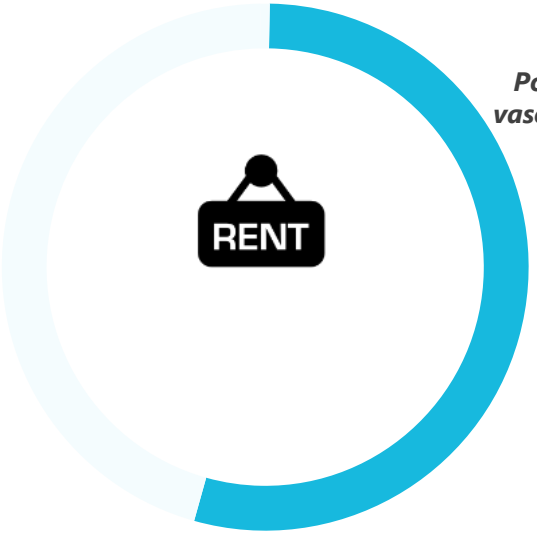
En cuanto a los territorios históricos, el comercio de Bizkaia está sujeto de media a un alquiler mayor, 238€ por encima de la media del conjunto. En el caso de Araba / Álava, el alquiler medio se sitúa en 568€ por debajo de la media vasca.

Respecto a las capitales, Donostia / San Sebastián obtiene el precio por m^2 de alquiler más elevado de las tres (22€/m^2), seguido por Bilbao (20€/m^2) y a distancia, Vitoria / Gasteiz (11€/m^2), sin embargo es en Bilbao donde a tenor de los resultados, los locales de mayor tamaño alcanzan de media los 2.436€ mensuales.

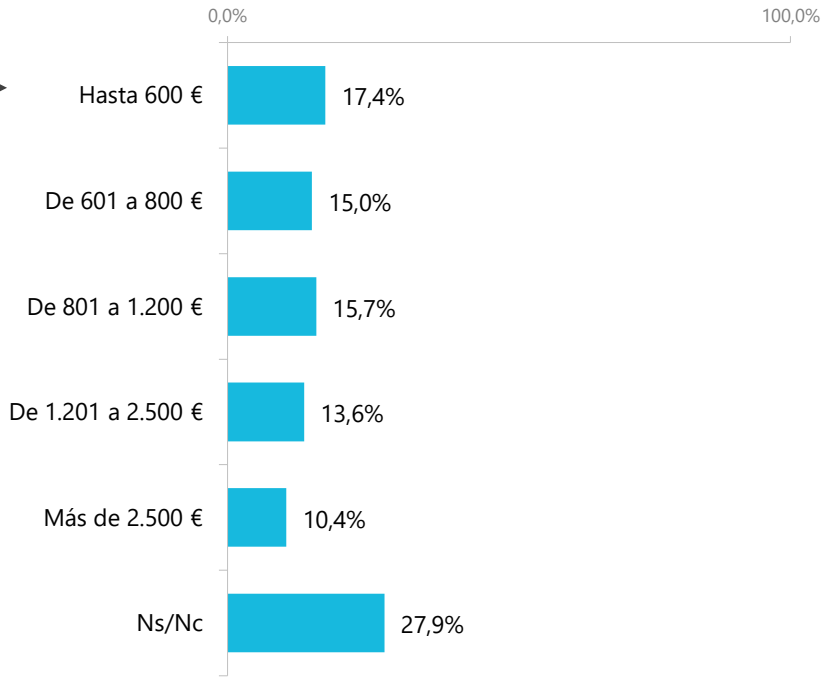
Las campanas de Gauss o curvas de alquiler muestran como nos encontramos ante unos alquileres que presentan una alta concentración en los valores bajos (asimetría positiva de la curva), así como un elevado grado de concentración alrededor de los valores centrales, dando lugar a una curva leptocúrtica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

*P.34.: Importe mensual del alquiler**

Base: Total de comercios con el local en régimen de alquiler (n=657)



Porcentaje de comercio vasco con local en alquiler 54,1%

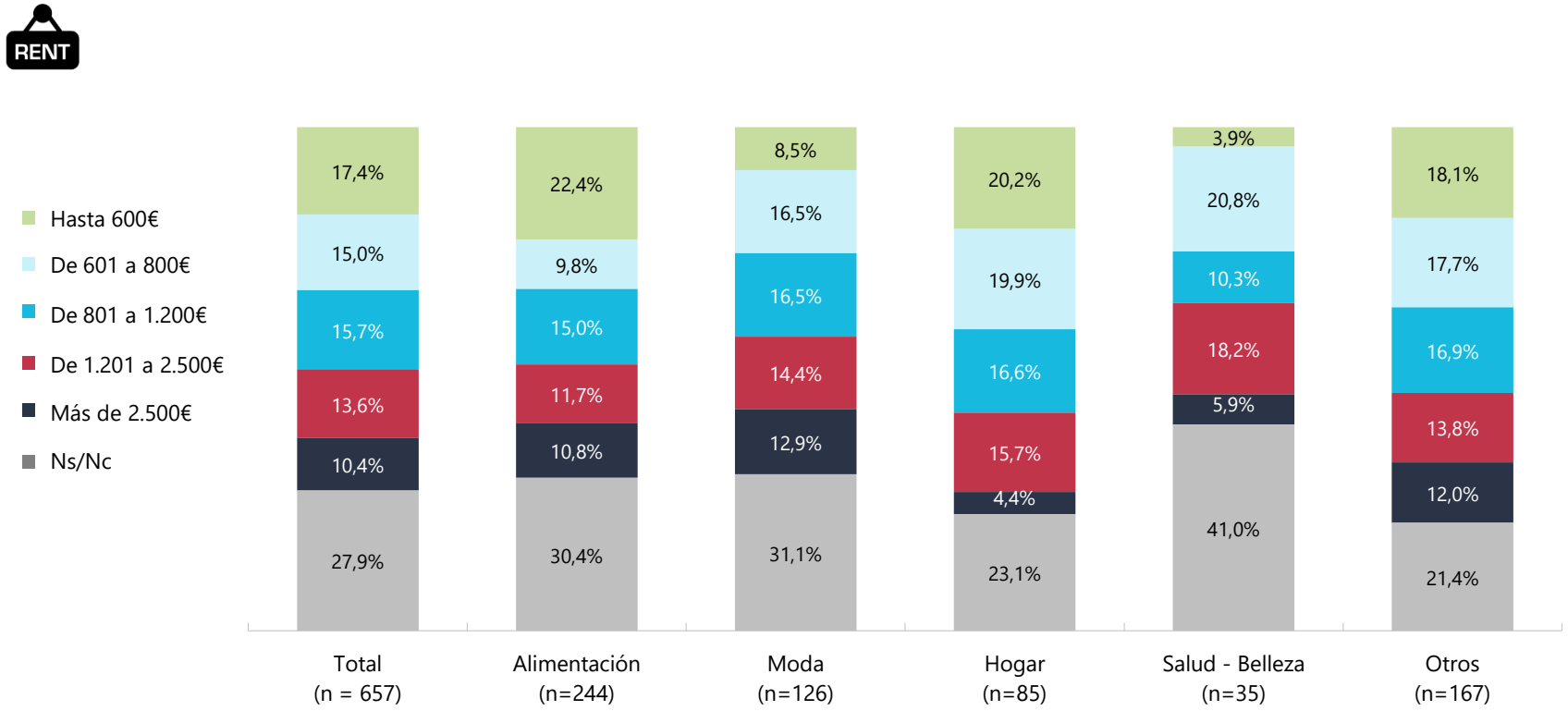


Precio medio del alquiler: ***1.919€/mes***

** Importe de alquiler medio e intervalos sobre respuesta abierta*

*P.34.: Importe mensual del alquiler**

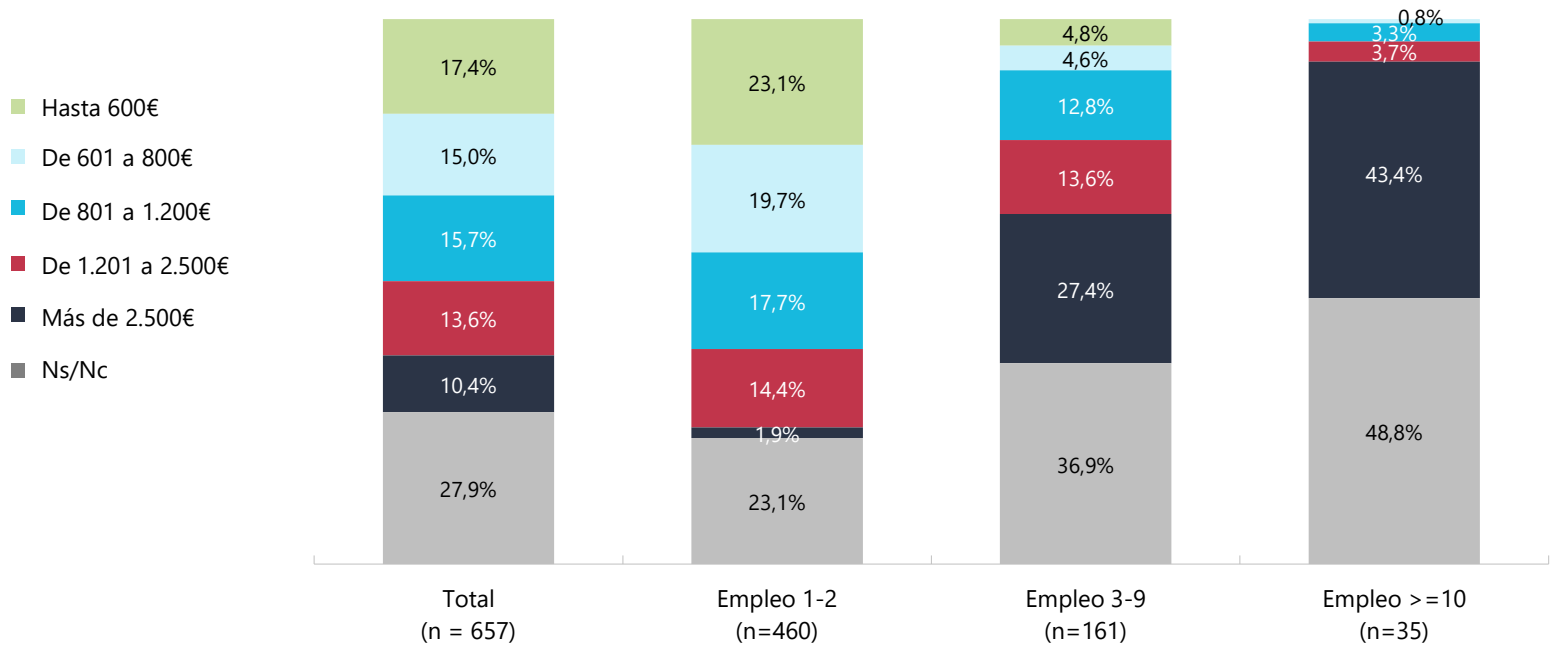
Base: Total de comercios con el local en régimen de alquiler (n=657)



** Importe de alquiler sobre respuesta abierta*

*P.34.: Importe mensual del alquiler**

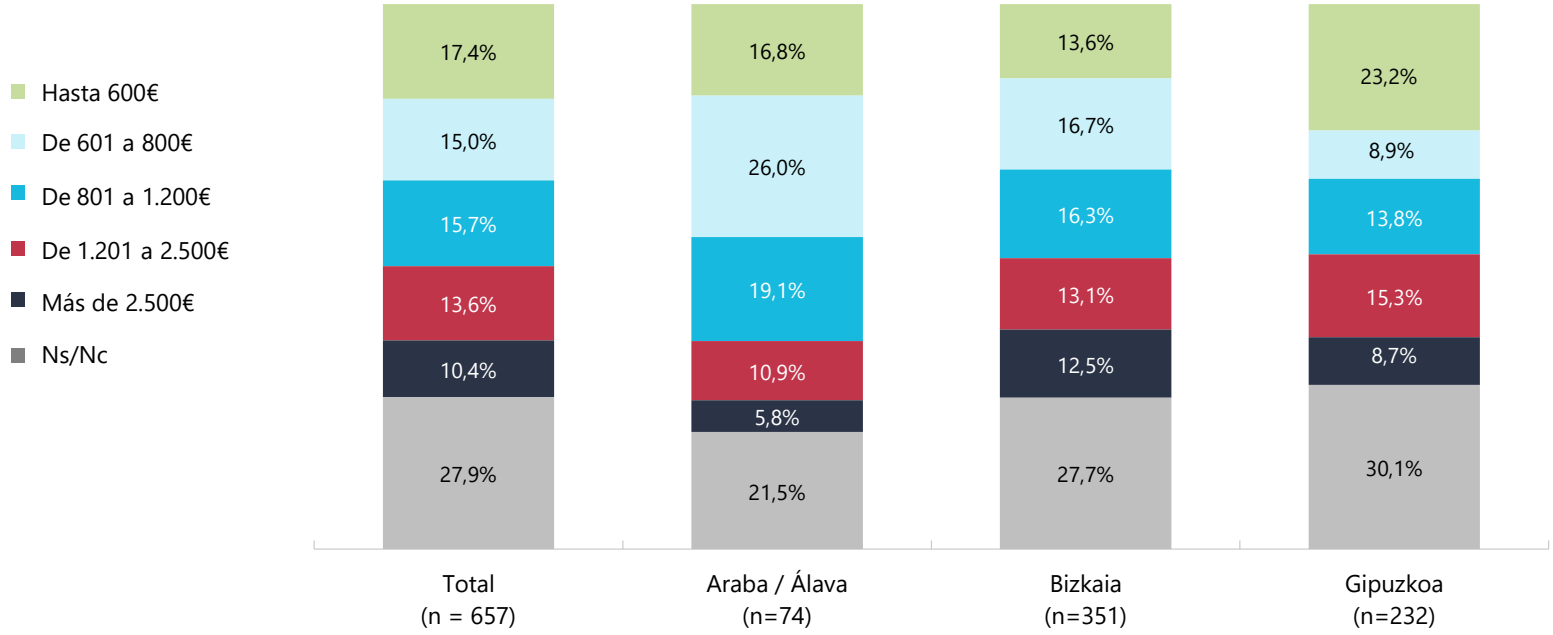
Base: Total de comercios con el local en régimen de alquiler (n=657)



** Importe de alquiler sobre respuesta abierta*

*P.34.: Importe mensual del alquiler**

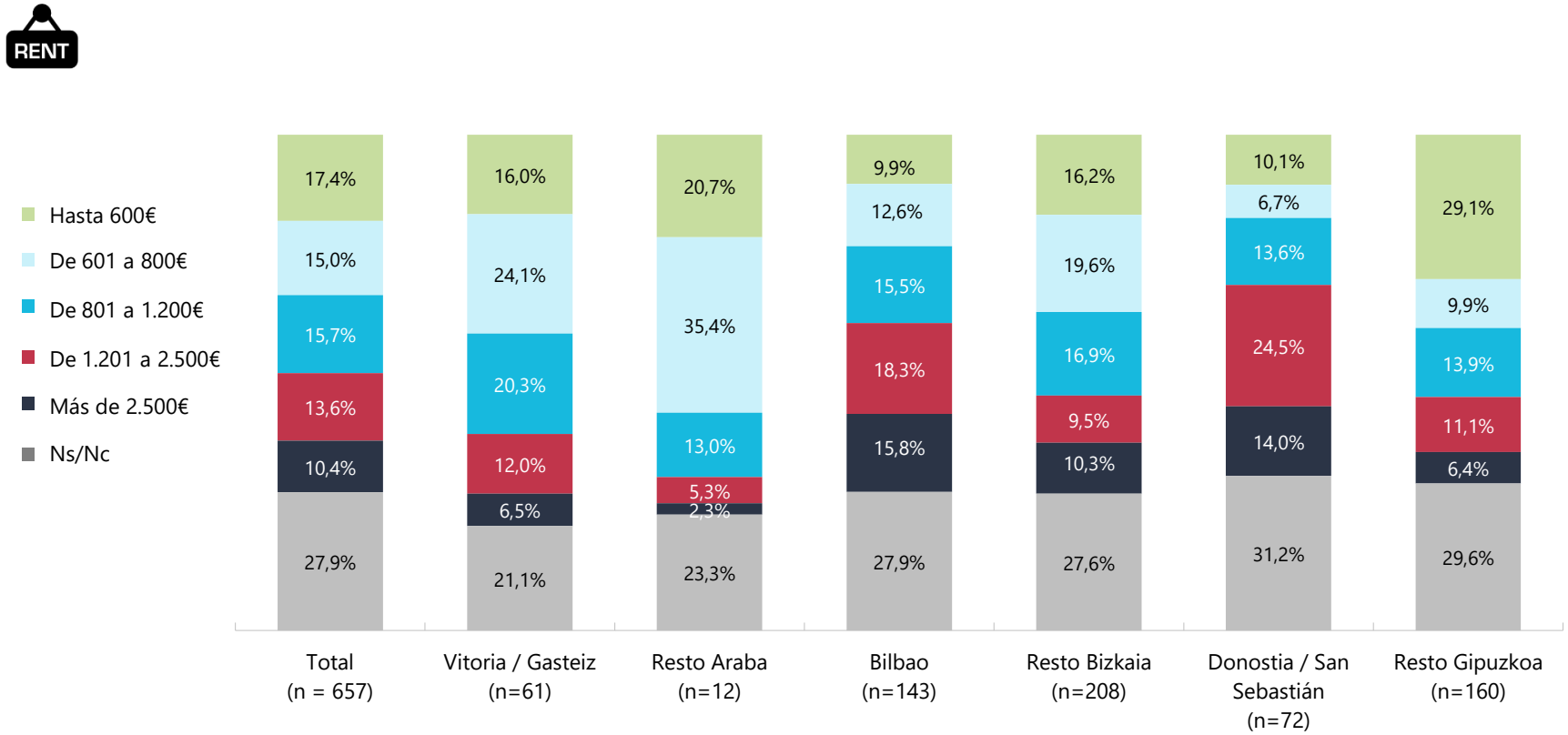
Base: Total de comercios con el local en régimen de alquiler (n=657)



** Importe de alquiler sobre respuesta abierta*

*P.34.: Importe mensual del alquiler**

Base: Total de comercios con el local en régimen de alquiler (n=657)

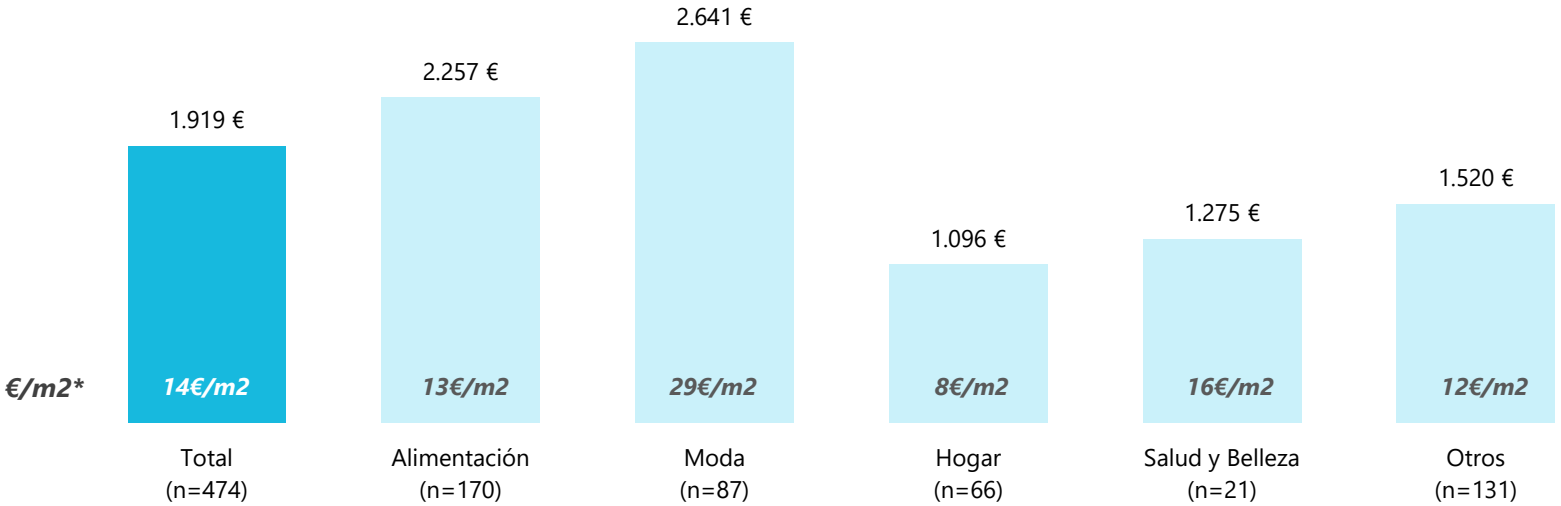


** Importe de alquiler sobre respuesta abierta*

P.34.: Importe medio mensual del alquiler

Base: Total de comercios con el local en régimen de alquiler que contestan (n=474)

Precio medio del alquiler



Alimentación en establecimientos no especializados
n=22
10.065€
13€/m2

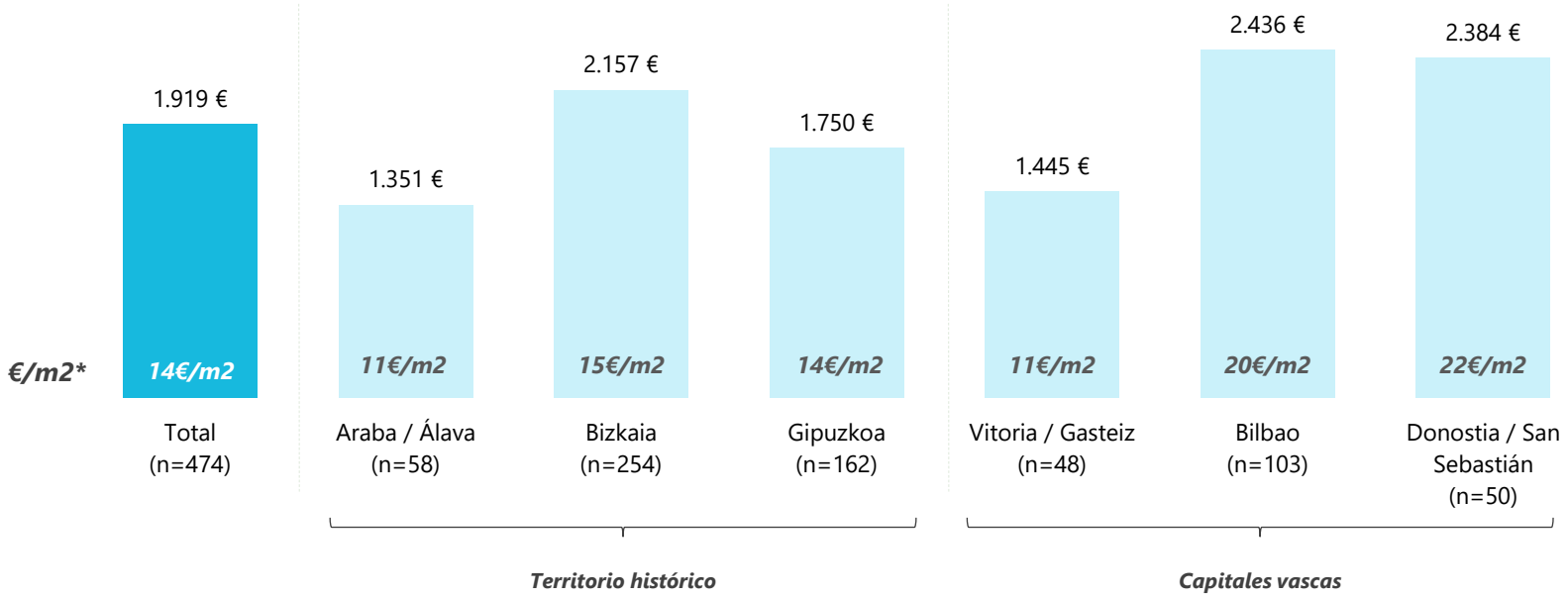
Alimentación en establecimientos especializados
n=147
1.067€
22€/m2

** Importe de alquiler medio entre superficie media de los comercios en régimen de alquiler.*

P.34.: Importe medio mensual del alquiler

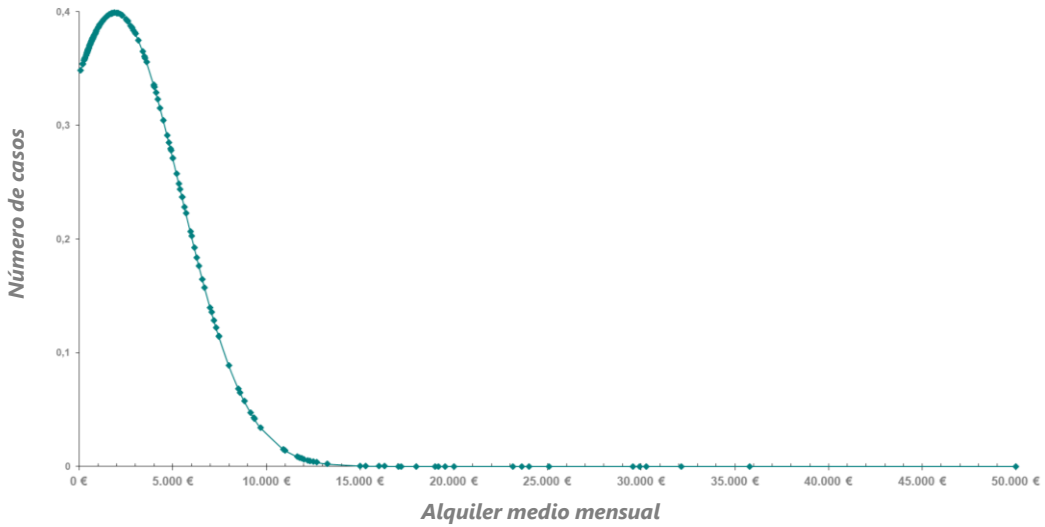
Base: Total de comercios con el local en régimen de alquiler que contestan (n=474)

Precio medio del alquiler

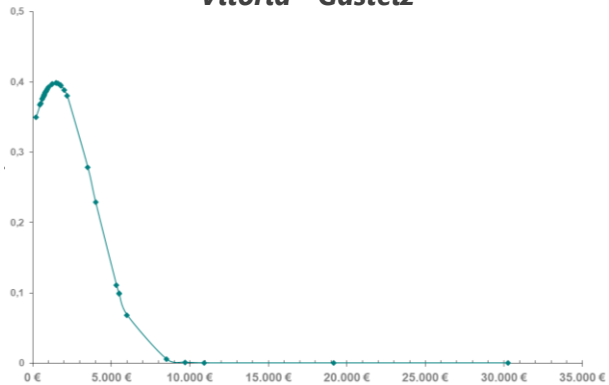


** Importe de alquiler medio entre superficie media de los comercios en régimen de alquiler.*

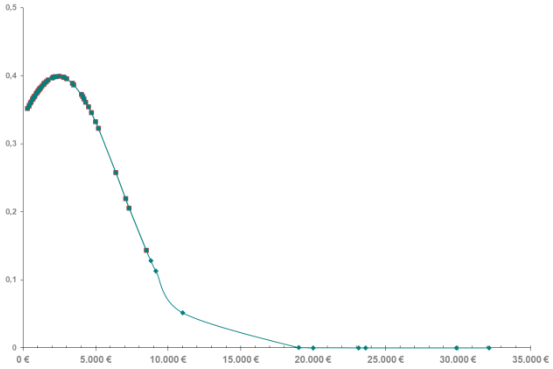
Curva de Gauss del alquiler del comercio vasco en la CAE



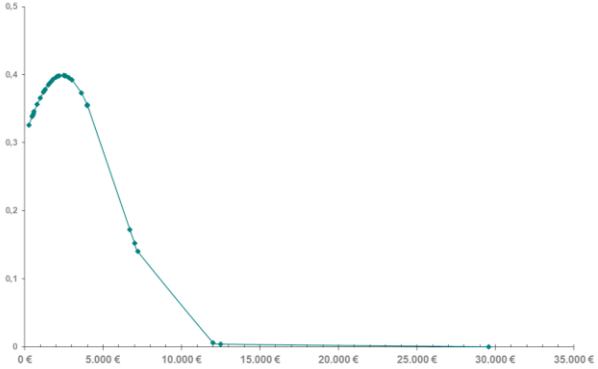
Vitoria - Gasteiz



Bilbao



Donostia / San Sebastián



Estadísticos descriptivos de la media de alquiler mensual del comercio vasco

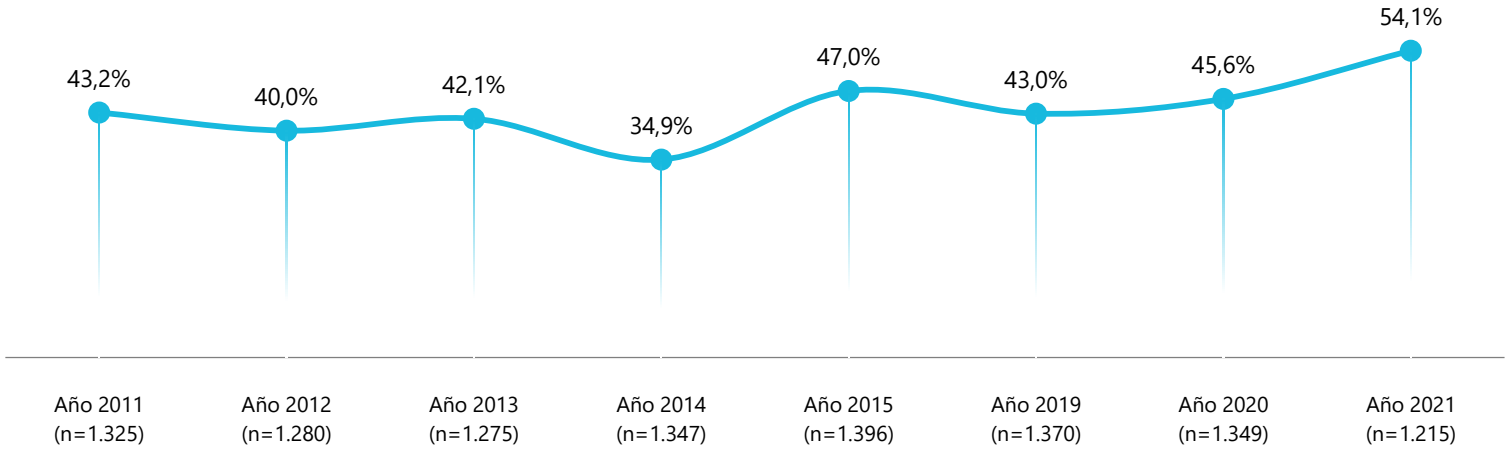
Base: Total de comercios entrevistados con el local en régimen de alquiler y que contestan

	Total	Vitoria/ Gasteiz	Bilbao	Donostia/ San Sebastián
Recuento (sin ponderar)	*657*	*61*	*143*	*72*
N válido (sin ponderar)	*474*	*48*	*103*	*50*
Media	1919	1445	2436	2384
Mediana	900	800	1200	1300
Percentil 25	650	680	700	1000
Percentil 75	1600	1200	2200	2500
Moda	700	700	700	1000
Máximo	50000	30258	32150	29563
Mínimo	92	200	306	270
Rango	49908	30058	31844	29293
Desviación estándar	3504,5	2426,3	4234,2	3329,9
Asimetría	5,925	7,310	5,179	4,525
Curtosis	47,678	75,691	31,120	29,763

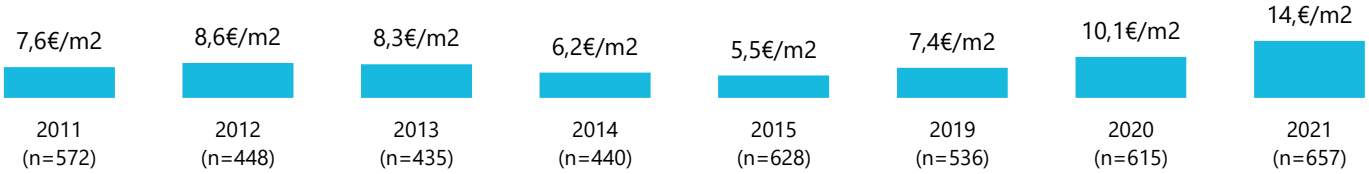
*P.33: El comercio vasco en régimen de alquiler**

Base: Total de comercios

Porcentaje de comercio vasco en régimen de alquiler



Evolución del precio medio del alquiler por m2



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

9.2. La negociación del importe del alquiler

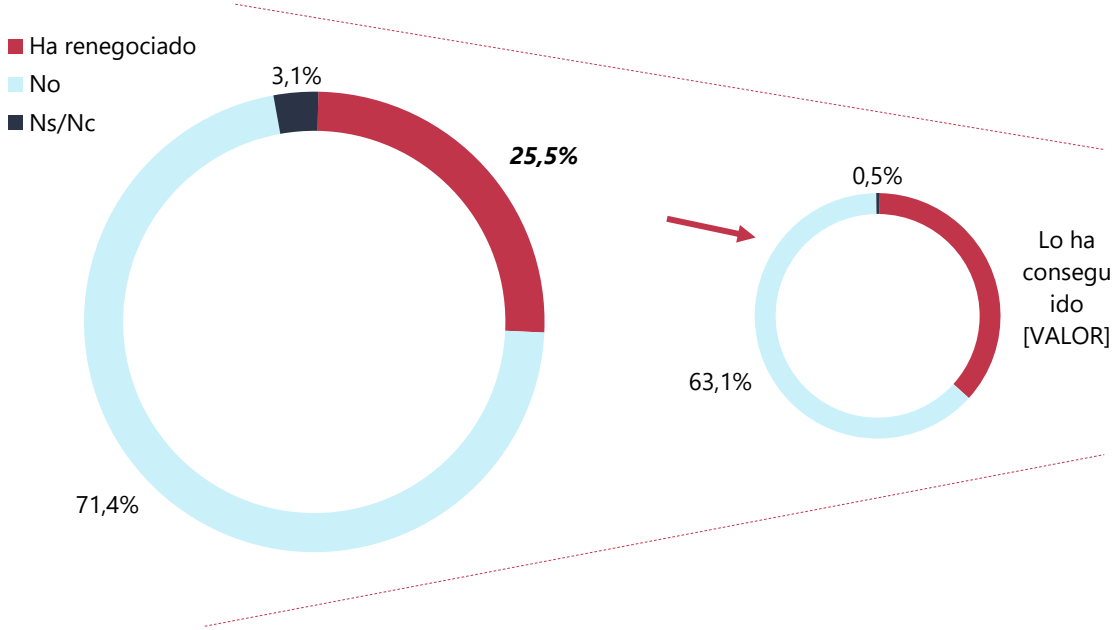
La negociación del importe del alquiler

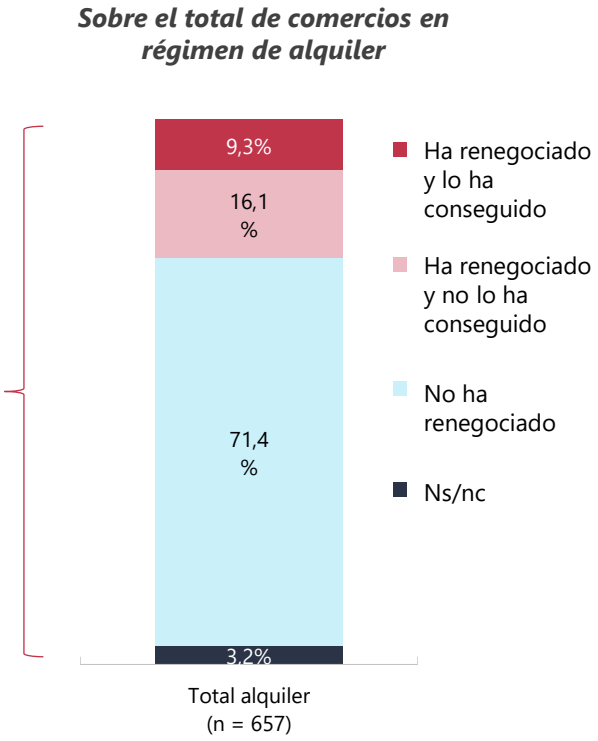
Durante el ejercicio del 2021, uno de cada cuatro comercios que confirma la tenencia del local en régimen de alquiler, el 25,5%, ha tratado de renegociar el precio del mismo con el propietario, siendo un 9,3% los que lograron con éxito reducir a la baja el precio de su alquiler el pasado año.

De todos los sectores analizados es el comercio de Moda el que en mayor grado ha tratado de reducir el importe destinado al alquiler del local en el 2021 y también, quien ha obtenido una mayor tasa de éxito. En términos totales el 18,4% del sector ha conseguido mejorarlo.

P.36/P.37: : Establecimientos que han renegociado el precio del alquiler en 2021 y porcentaje que lo ha conseguido

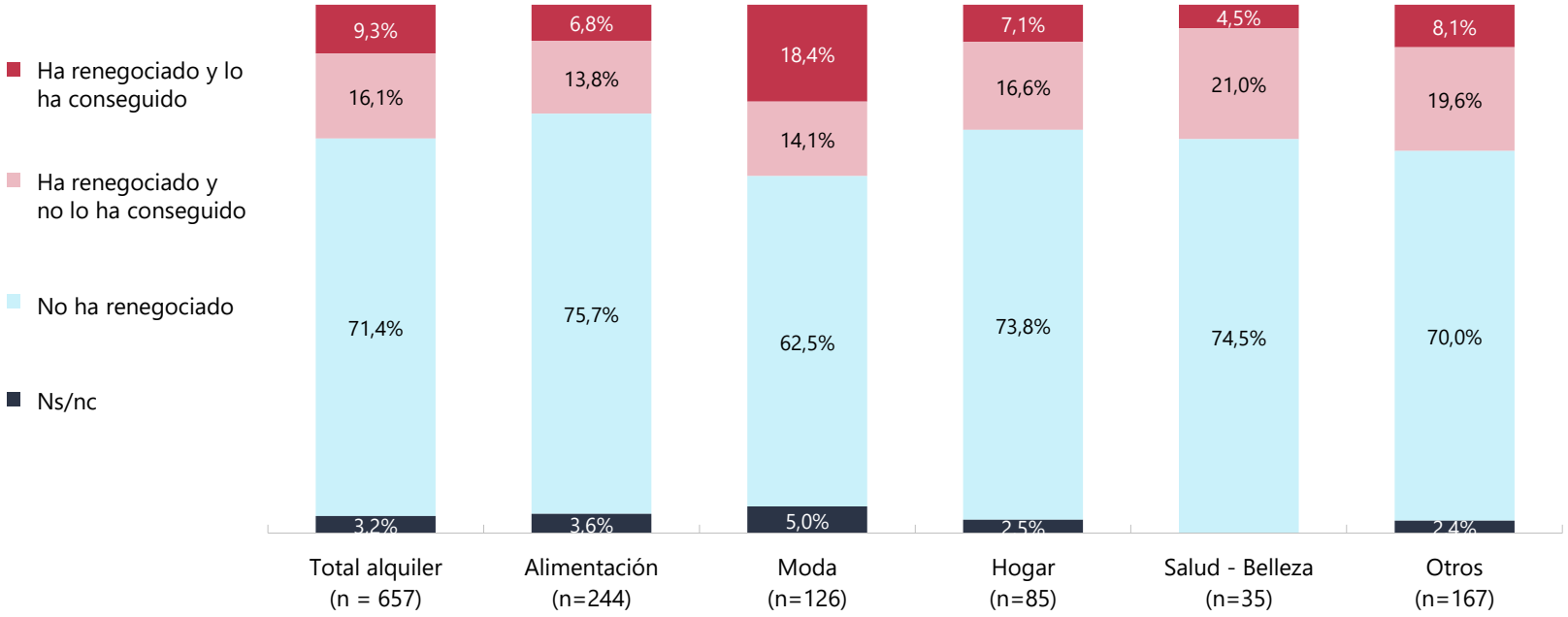
Base: Total de comercios entrevistados con el local en régimen de alquiler (n=657)





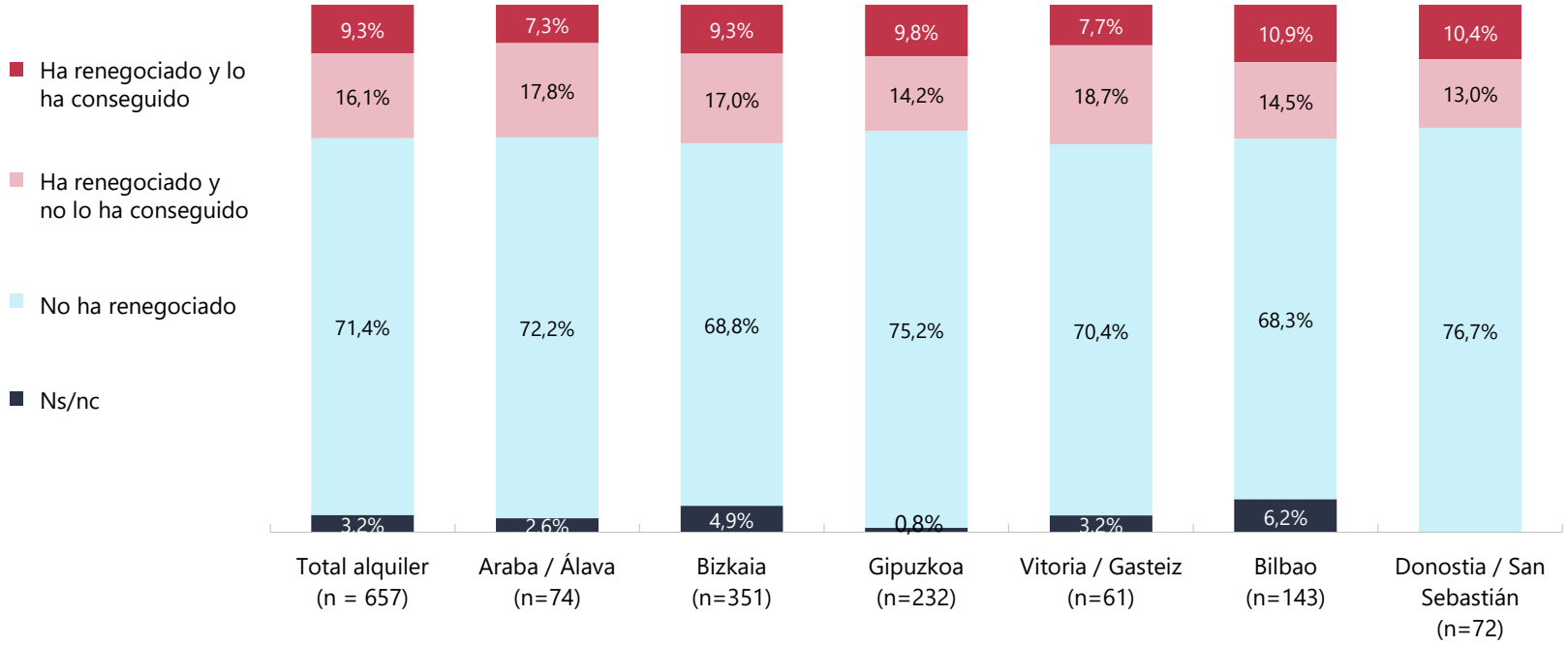
P.36/P.37: : Establecimientos que han renegociado el precio del alquiler en 2021 y porcentaje que lo ha conseguido

Base: Total de comercios entrevistados con el local en régimen de alquiler (n=657)



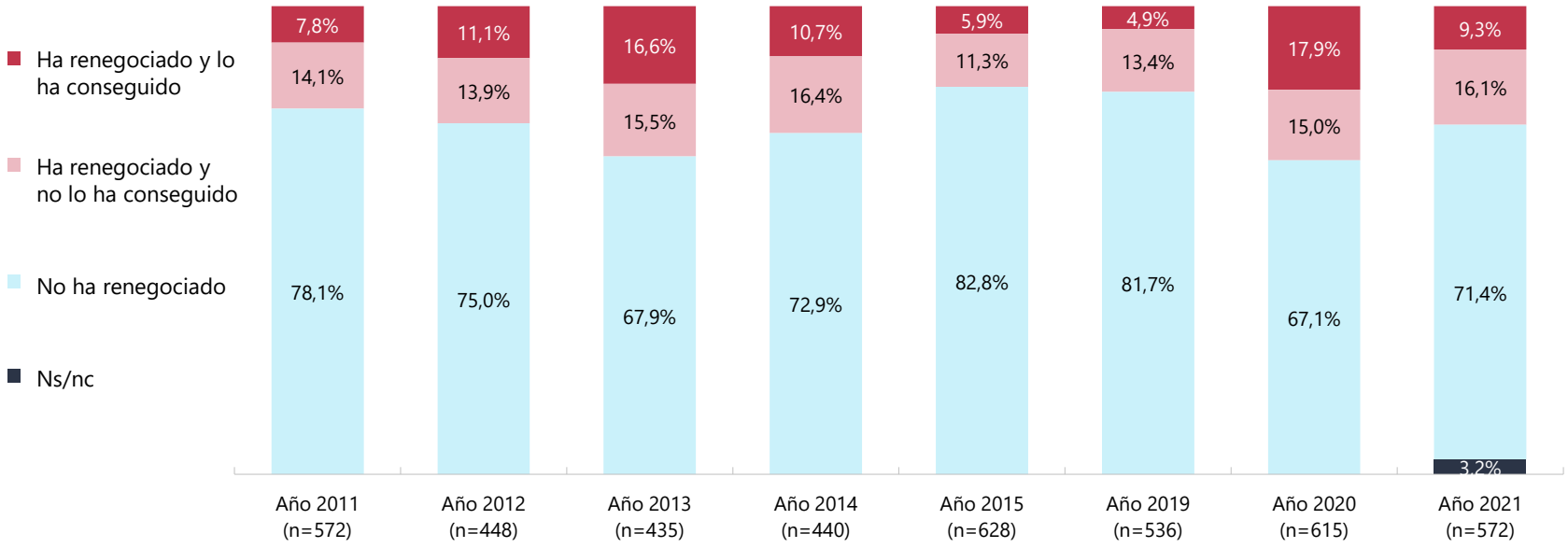
P.36/P.37: : Establecimientos que han renegociado el precio del alquiler en 2021 y porcentaje que lo ha conseguido

Base: Total de comercios entrevistados con el local en régimen de alquiler (n=657)



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

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



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

10. INVERSIONES Y RENOVACIONES ACOMETIDAS POR EL COMERCIO VASCO

10.1. Inversiones y renovaciones en el comercio

Inversiones y renovaciones en el comercio

Tomando como referencia el periodo de los últimos seis años, siete de cada diez comercios vascos – el 73,7%- ha llevado a cabo alguna reforma o renovación en el establecimiento o, en la marca o rotulo comercial. Las acciones más presentes han sido las de pintar (el 58,3%) y cambiar la iluminación (el 53,7%).

Una tasa algo menor del sector, el 40,0%, ha acometido inversiones en la renovación del mobiliario. También un 19,1% ha cambiado la distribución del local de manera significativa.

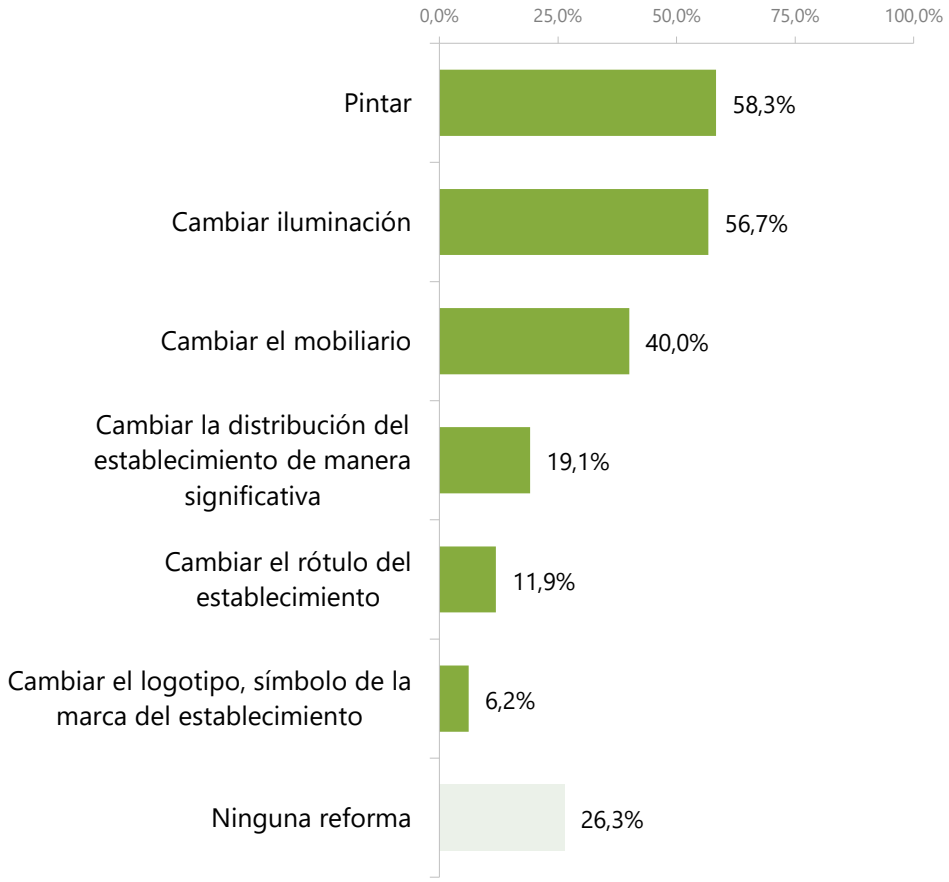
Por otro lado, son menos los establecimientos que han abordado un *restyling* de su imagen de marca en aspectos como el rótulo comercial (11,9%) o el propio logotipo o marca (9,3%).

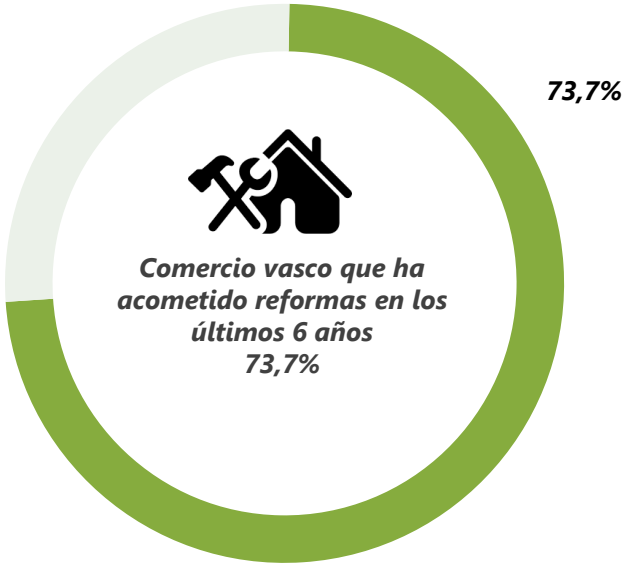
Este tipo de inversiones destinadas a la renovación del local o marca en los últimos seis años, han estado más presentes en el sector de Salud y Belleza y en el de Moda (76,9% y 76,1%, respectivamente). En el caso del comercio de Alimentación, la tasa que ha renovado su local o marca desciende en cinco puntos porcentuales respecto a Salud y Belleza (el 71,0%).

Igualmente, a mayor tamaño de empleo, mayor es la tasa de comercios que en los últimos 6 años han realizado inversiones. Por otro lado, el comercio de los territorios históricos de Bizkaia y Gipuzkoa presenta una tasa de renovación superior a la de Araba / Álava.

D.32.: Tasa de comercio vasco que ha realizado renovaciones en los últimos seis años

Base: Total de comercios

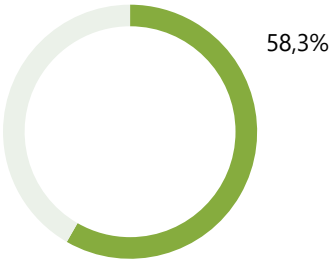




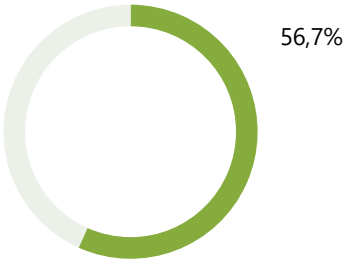
D.32.: ¿Ha realizado alguna de las siguientes reformas en su establecimiento en los últimos seis años?

Base: Total de comercios

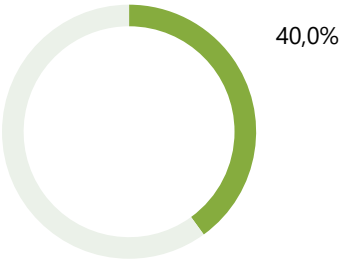
Pintar



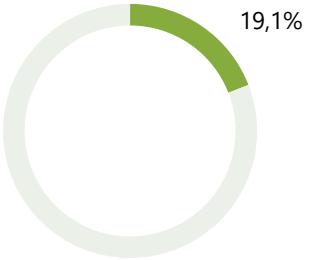
Cambiar la iluminación



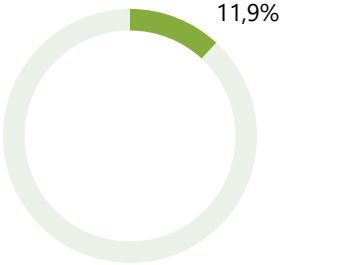
Cambiar el mobiliario



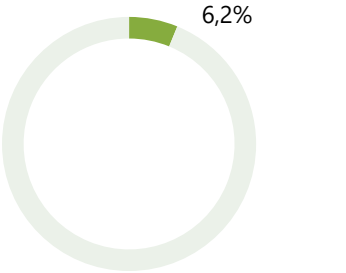
Cambiar la distribución



Cambiar el rótulo



Cambiar el logotipo/marca



D.32.: Tasa de comercio vasco que ha realizado renovaciones en los últimos seis años

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
Pintar	58,3%	57,3%	62,6%	59,3%	58,4%	55,6%
Cambiar iluminación	56,7%	57,8%	59,0%	59,3%	62,5%	49,2%
Cambiar el mobiliario	40,0%	33,4%	46,0%	47,7%	42,2%	40,3%
Cambiar la distribución del establecimiento de manera significativa	19,1%	16,8%	20,6%	26,8%	25,5%	14,6%
Cambiar el rótulo del establecimiento	11,9%	9,5%	12,5%	13,8%	16,0%	13,0%
Cambiar el logotipo, símbolo de la marca del establecimiento	6,2%	4,1%	7,1%	10,8%	11,0%	4,0%
Tasa de comercios con renovaciones	***73,7%***	***71,0%*** ↘	***76,1%***	***75,5%***	***76,9%*** ↗	***73,8%***

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

D.32.: Tasa de comercio vasco que ha realizado renovaciones en los últimos seis años

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Una persona (n = 428)	Dos personas (n = 441)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n=79)	De 10 a 19 personas (n= 27)	20 o más personas (n= 23)
Pintar	58,3%	54,7%	57,5%	59,8%	68,5%	67,9%	82,1%
Cambiar iluminación	56,7%	51,5%	59,3%	56,7%	58,3%	67,0%	87,7%
Cambiar el mobiliario	40,0%	35,2%	38,4%	42,2%	55,2%	57,4%	69,3%
Cambiar la distribución del establecimiento de manera significativa	19,1%	14,6%	19,1%	18,1%	33,0%	38,7%	43,8%
Cambiar el rótulo del establecimiento	11,9%	6,7%	13,2%	10,5%	24,2%	29,1%	35,6%
Cambiar el logotipo, símbolo de la marca del establecimiento	6,2%	5,0%	5,4%	6,8%	8,7%	14,3%	17,3%
Tasa de comercios con renovaciones	***73,7%***	***70,9%*** ↘	***74,0%***	***73,4%***	***79,8%***	***81,8%***	***91,6%*** ↗

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

D.32.: Tasa de comercio vasco que ha realizado renovaciones en los últimos seis años

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava			Bizkaia			Gipuzkoa		
		Total Araba / Álava (n=152)	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 29)	Total Bizkaia (n=636)	Bilbao (n = 229)	Resto de Bizkaia (n = 407)	Total Gipuzkoa (n=427)	Donostia / San Sebastian (n = 131)	Resto Gipuzkoa (n = 295)
Pintar	58,3%	53,5%	52,3%	58,1%	59,9%	57,9%	61,0%	57,8%	53,1%	59,8%
Cambiar iluminación	56,7%	51,3%	49,9%	57,4%	57,2%	56,8%	57,4%	58,0%	53,0%	60,2%
Cambiar el mobiliario	40,0%	36,4%	36,1%	37,2%	41,4%	44,4%	39,7%	39,4%	37,1%	40,4%
Cambiar la distribución del establecimiento de manera significativa	19,1%	15,5%	13,0%	26,0%	21,5%	18,4%	23,3%	16,9%	17,6%	16,6%
Cambiar el rótulo del establecimiento	11,9%	9,5%	8,8%	12,2%	12,4%	13,7%	11,7%	12,0%	14,5%	10,9%
Cambiar el logotipo, símbolo de la marca del establecimiento	6,2%	5,8%	6,5%	3,1%	6,6%	6,5%	6,6%	5,7%	7,6%	4,9%
Tasa de comercios con renovaciones	***73,7%***	***67,7%***	***65,9%*** ↘	***75,5%***	***74,7%***	***75,0%*** ↗	***74,5%***	***74,2%***	***73,9%***	***74,4%***

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

10.2. Inversión y renovación de equipamiento tecnológico

Inversión y renovación en equipamiento tecnológico

En lo que respecta a la renovación o incorporación de dispositivos tecnológicos, un 41,6% del comercio vasco ha acometido inversiones de este tipo tomando como referencia el plazo de los dos últimos años. Las incorporaciones o renovaciones más presentes han sido:

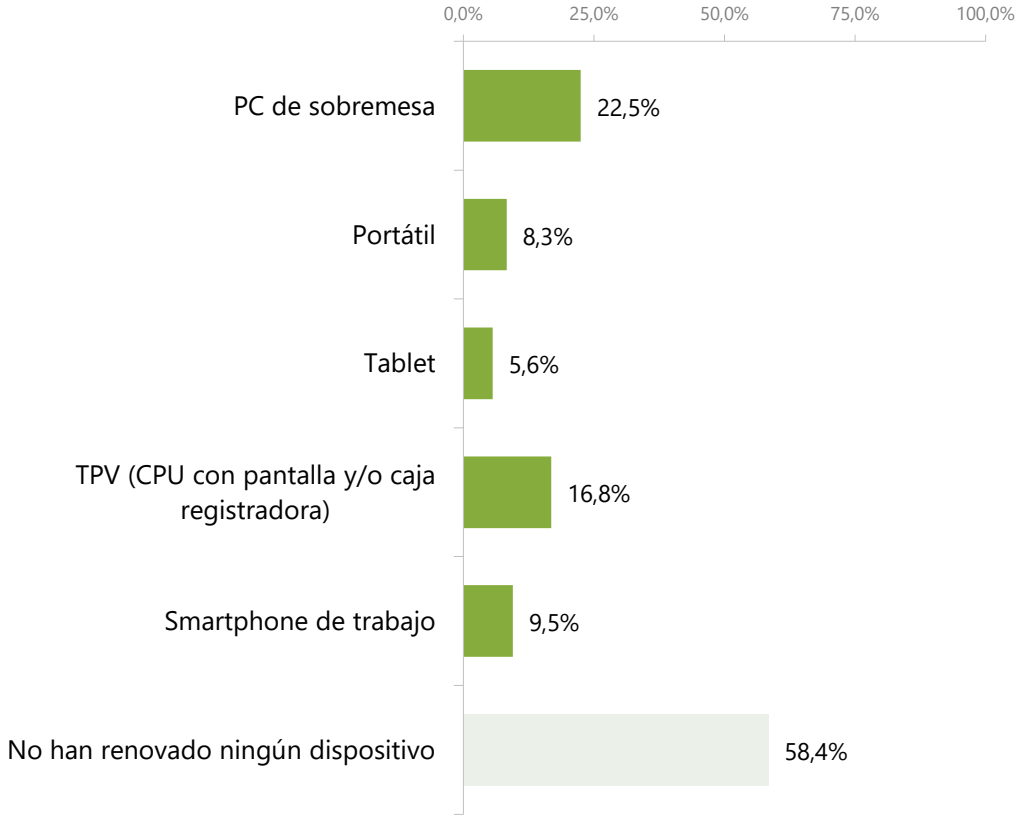
- Un 22,5% ha renovado o incorporado un PC de sobremesa
- El 16,8% ha renovado o sumado a sus dispositivos el Terminal Punto de Venta.

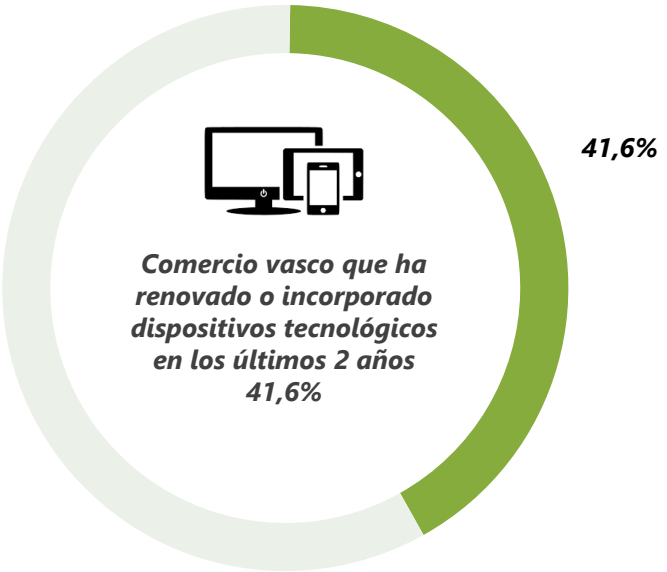
De todos los sectores de actividad, destaca la tasa de renovación de tecnologías del comercio de venta de artículos de Salud y Belleza que en los últimos dos años asciende a seis de cada diez (el 62,1%), fundamentalmente PC's y TPV's. Por el contrario, el comercio de Alimentación presenta la tasa más baja de inversión en renovación tecnológica; el 31,1%.

Al igual que con las renovaciones en el local, las inversiones en dispositivos TIC's en los dos últimos años en el comercio con mayor número de personas empleadas es significativamente mayor que en los más pequeños, los negocios que emplean a una o dos personas.

D.32.A.: Tasa de comercio vasco que ha renovado o incorporado dispositivos tecnológicos en los últimos dos años

Base: Total de comercios





D.32.A.: Tasa de comercio vasco que ha renovado o incorporado dispositivos tecnológicos en los últimos dos años

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
PC de sobremesa	22,5%	13,3%	19,2%	31,1%	44,6%	27,9%
Portátil	8,3%	3,8%	7,9%	12,0%	10,3%	13,1%
Tablet	5,6%	5,6%	7,6%	3,5%	6,1%	5,2%
TPV (CPU con pantalla y/o caja registradora)	16,8%	17,6%	16,9%	12,5%	20,7%	17,0%
Smartphone de trabajo	9,5%	7,8%	9,1%	12,3%	13,8%	9,5%
Tasa de comercios que han renovado o incorporado dispositivos tecnológicos	***41,6%***	***31,1%*** ↘	***41,2%***	***47,5%***	***62,1%*** ↗	***49,2%***

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

D.32.A.: Tasa de comercio vasco que ha renovado o incorporado dispositivos tecnológicos en los últimos dos años

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Una persona (n = 428)	Dos personas (n = 441)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n=79)	De 10 a 19 personas (n= 27)	20 o más personas (n= 23)
PC de sobremesa	22,5%	12,1%	25,6%	28,0%	36,6%	29,9%	45,8%
Portátil	8,3%	7,9%	6,3%	7,4%	16,5%	10,8%	30,7%
Tablet	5,6%	3,3%	1,2%	5,6%	19,1%	31,8%	55,8%
TPV (CPU con pantalla y/o caja registradora)	16,8%	16,5%	12,2%	18,3%	28,4%	25,4%	48,6%
Smartphone de trabajo	9,5%	7,2%	8,2%	6,8%	22,9%	26,0%	35,8%
Tasa de comercios que han renovado o incorporado dispositivos tecnológicos	***41,6%***	***33,2%*** ↘	***40,3%***	***46,0%***	***60,8%***	***67,6%***	***85,9%*** ↗

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

D.32.A.: Tasa de comercio vasco que ha renovado o incorporado dispositivos tecnológicos en los últimos dos años

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava			Bizkaia			Gipuzkoa		
		Total Araba / Álava (n=152)	Vitoria /Gasteiz (n = 123)	Resto de Araba (n = 29)	Total Bizkaia (n=636)	Bilbao (n = 229)	Resto de Bizkaia (n = 407)	Total Gipuzkoa (n=427)	Donostia / San Sebastián (n = 131)	Resto Gipuzkoa (n = 295)
PC de sobremesa	22,5%	21,4%	21,2%	21,9%	20,5%	19,1%	21,2%	25,8%	26,3%	25,6%
Portátil	8,3%	8,8%	6,9%	16,8%	7,5%	8,2%	7,1%	9,3%	11,5%	8,4%
Tablet	5,6%	5,1%	4,8%	6,2%	5,6%	5,5%	5,6%	5,8%	6,0%	5,8%
TPV (CPU con pantalla y/o caja registradora)	16,8%	15,5%	16,8%	10,1%	16,5%	15,4%	17,0%	17,8%	16,4%	18,4%
Smartphone de trabajo	9,5%	7,7%	6,5%	12,6%	10,4%	12,0%	9,5%	8,8%	7,7%	9,3%
Tasa de comercios que han renovado o incorporado dispositivos tecnológicos	***41,6%***	***41,0%***	***40,4%***	***43,6%***	***40,5%***	***40,7%***	***40,3%***	***43,5%***	***43,6%***	***43,5%***

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

11. PERCEPCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LA AFLUENCIA, EL VOLUMEN DE NEGOCIO Y ACCESO A AYUDAS

11.1. Percepción de la evolución de la afluencia

Percepción de la evolución de la afluencia

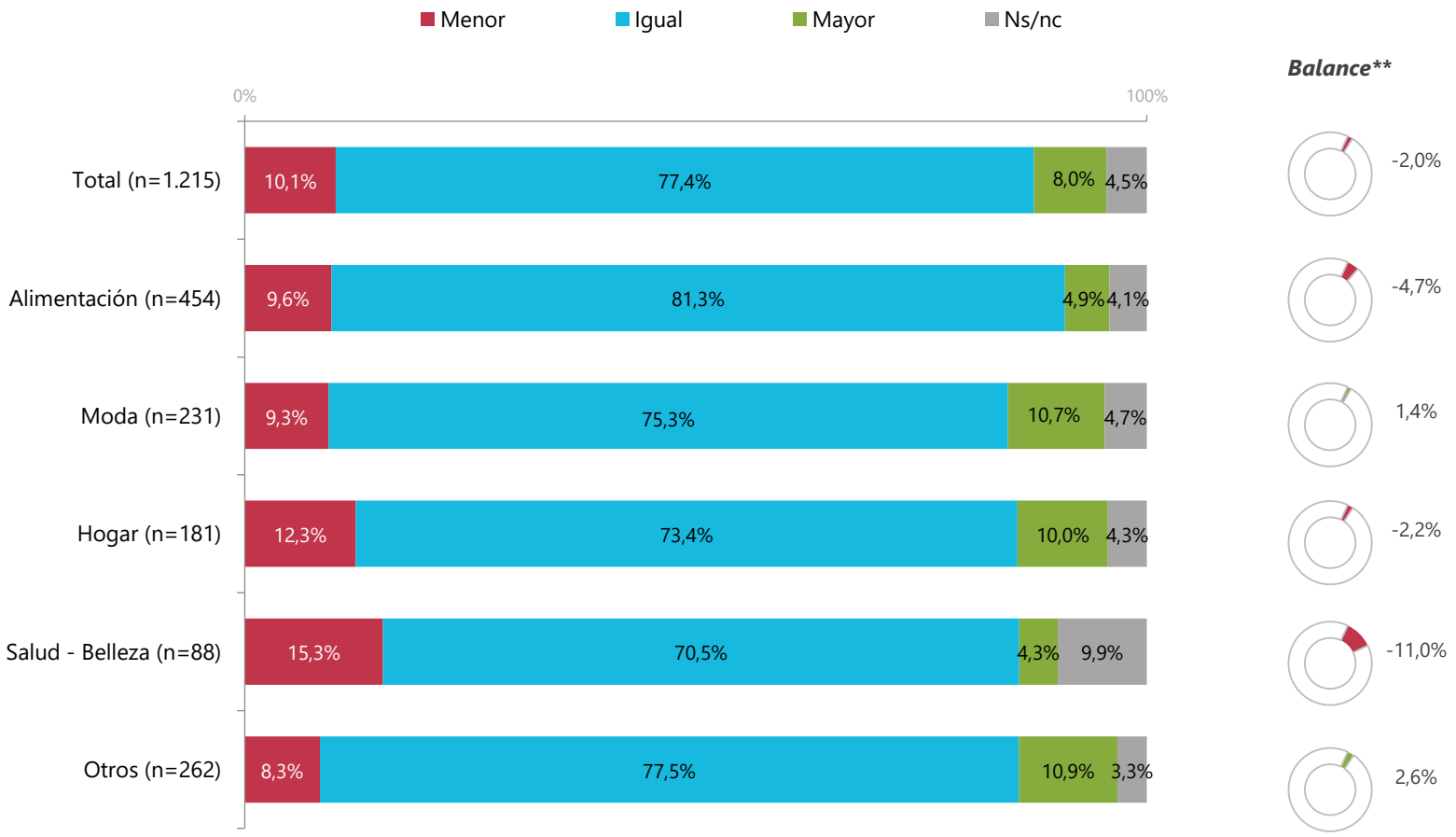
El Barómetro del Comercio vasco ha mostrado a lo largo del histórico de datos la percepción del sector comercial respecto al comportamiento y evolución de las personas visitantes, es decir, quienes no realizan compra o gasto, en el año de referencia en comparación con el ejercicio anterior.

En lo que respecta al 2021, el 77,4% de los comercios dice haber tenido un volumen de visitantes que no realizan gasto similar al del año previo, un escenario de continuidad más cercano a los resultados del Barómetro de 2019. Por su parte, un 8,0% considera que ha sido mayor y el 10,1%, menor. El balance entre quienes consideran que ha sido mayor y menor, da un resultado ligeramente negativo.

De todos los sectores de actividad, es Salud y Belleza donde mayor tasa de comercios consideran que el número de clientes que no realizan gasto ha sido menor que año anterior, si bien la gran mayoría apunta a la estabilidad general. También en el comercio de más de 10 personas empleadas se aprecia una mayor proporción de comercios que han visto como la entrada de clientes que no realizan gasto ha sido menor que en el año anterior.

*P.16.: El número de clientes que han entrado en su establecimiento y no han realizado gasto durante el año 2021, ¿diría que ha sido mayor, igual o menor comparado con el anterior?**

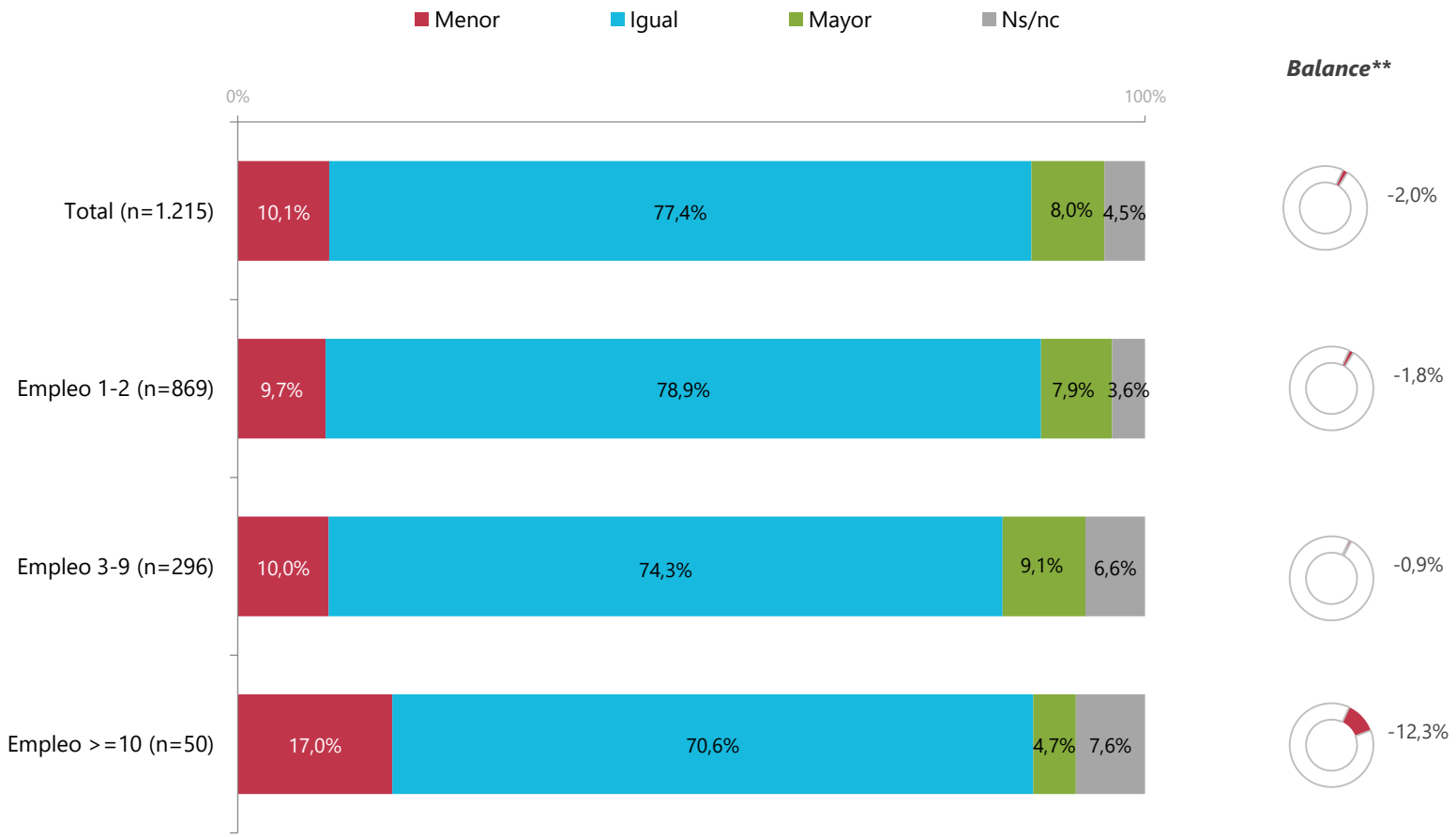
Base: Total de comercios



** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción

*P.16.: El número de clientes que han entrado en su establecimiento y no han realizado gasto durante el año 2021, ¿diría que ha sido mayor, igual o menor comparado con el anterior?**

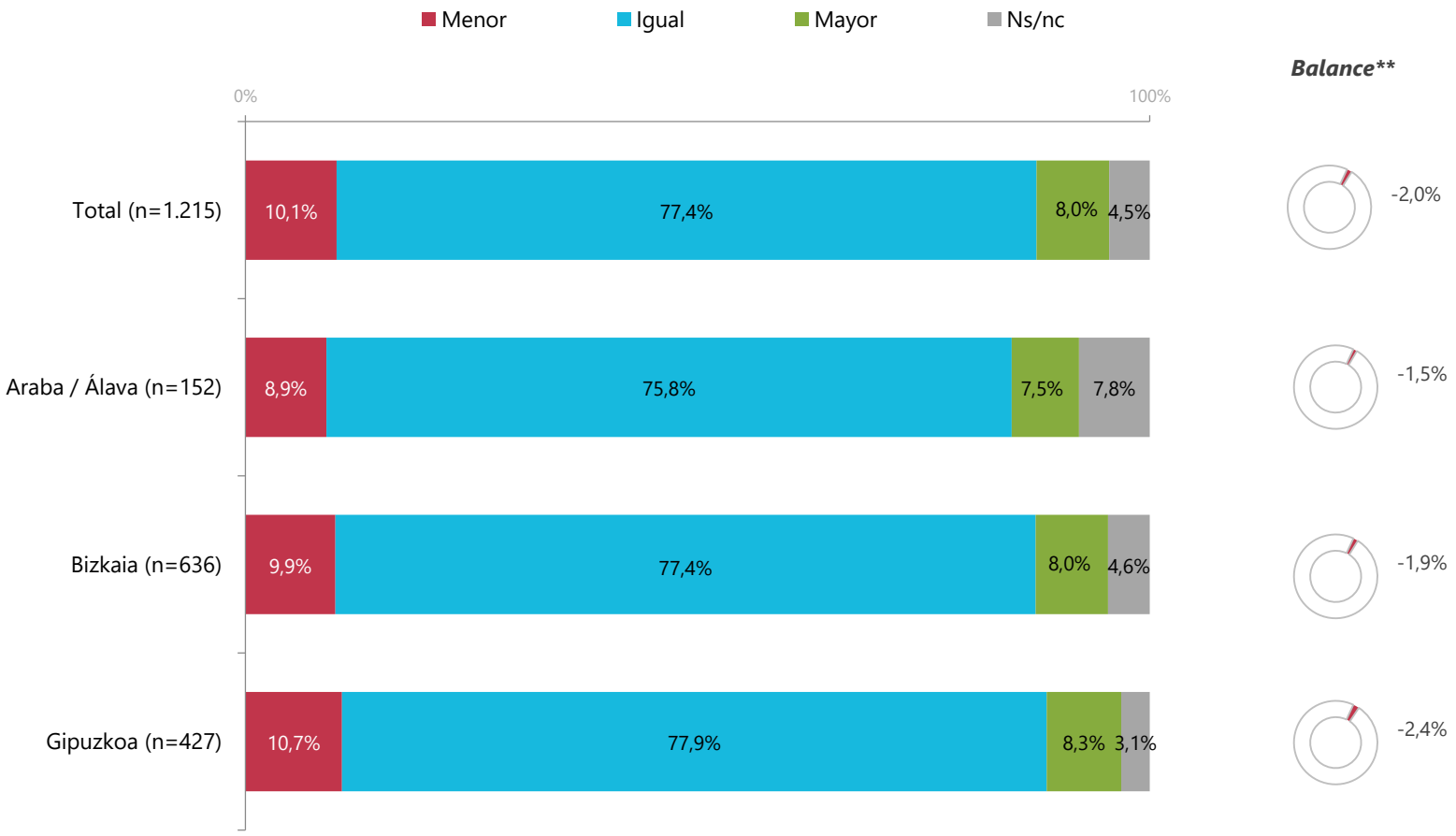
Base: Total de comercios



** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción

*P.16.: El número de clientes que han entrado en su establecimiento y no han realizado gasto durante el año 2021, ¿diría que ha sido mayor, igual o menor comparado con el anterior?**

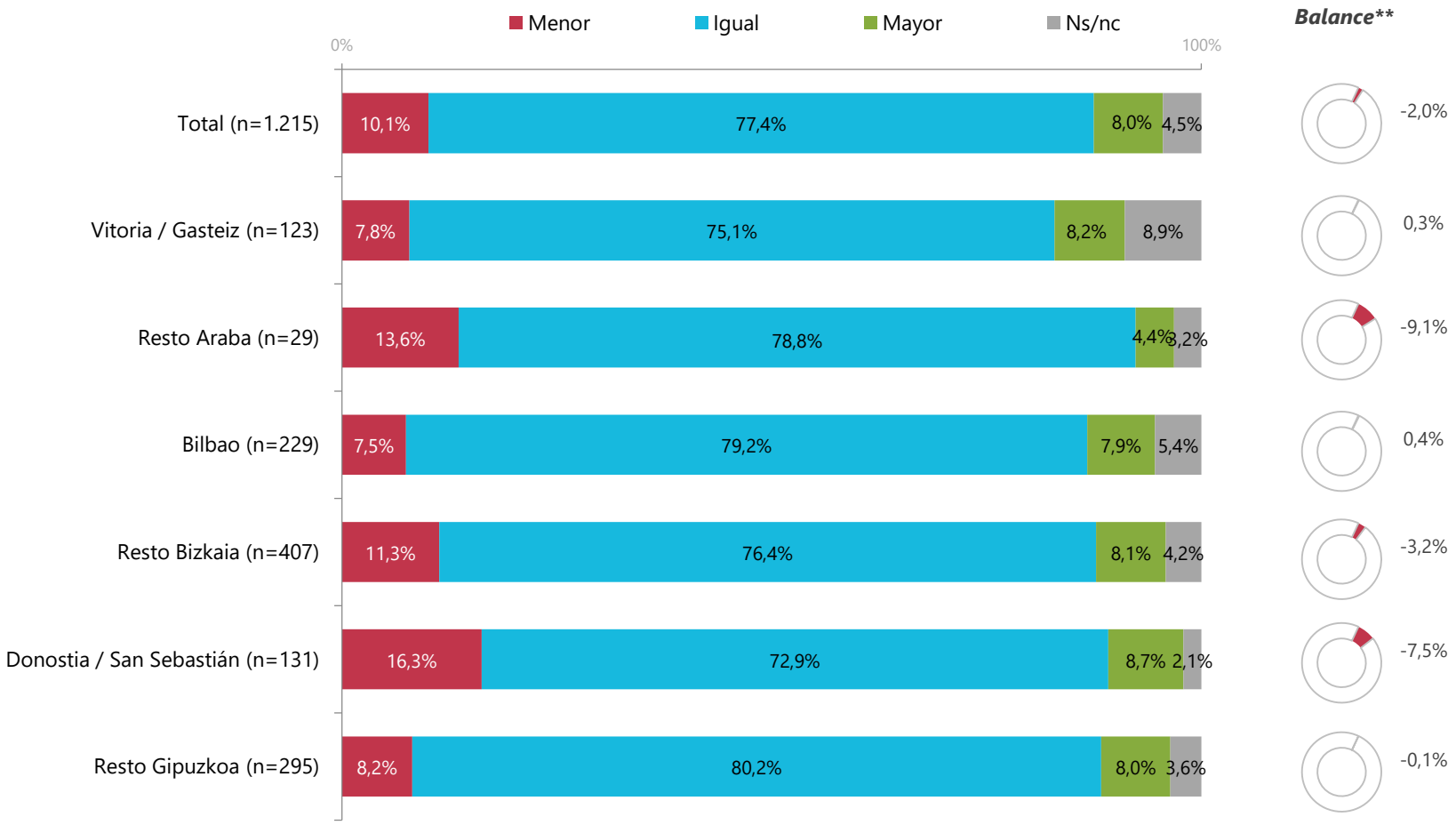
Base: Total de comercios



** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción

*P.16.: El número de clientes que han entrado en su establecimiento y no han realizado gasto durante el año 2021, ¿diría que ha sido mayor, igual o menor comparado con el anterior?**

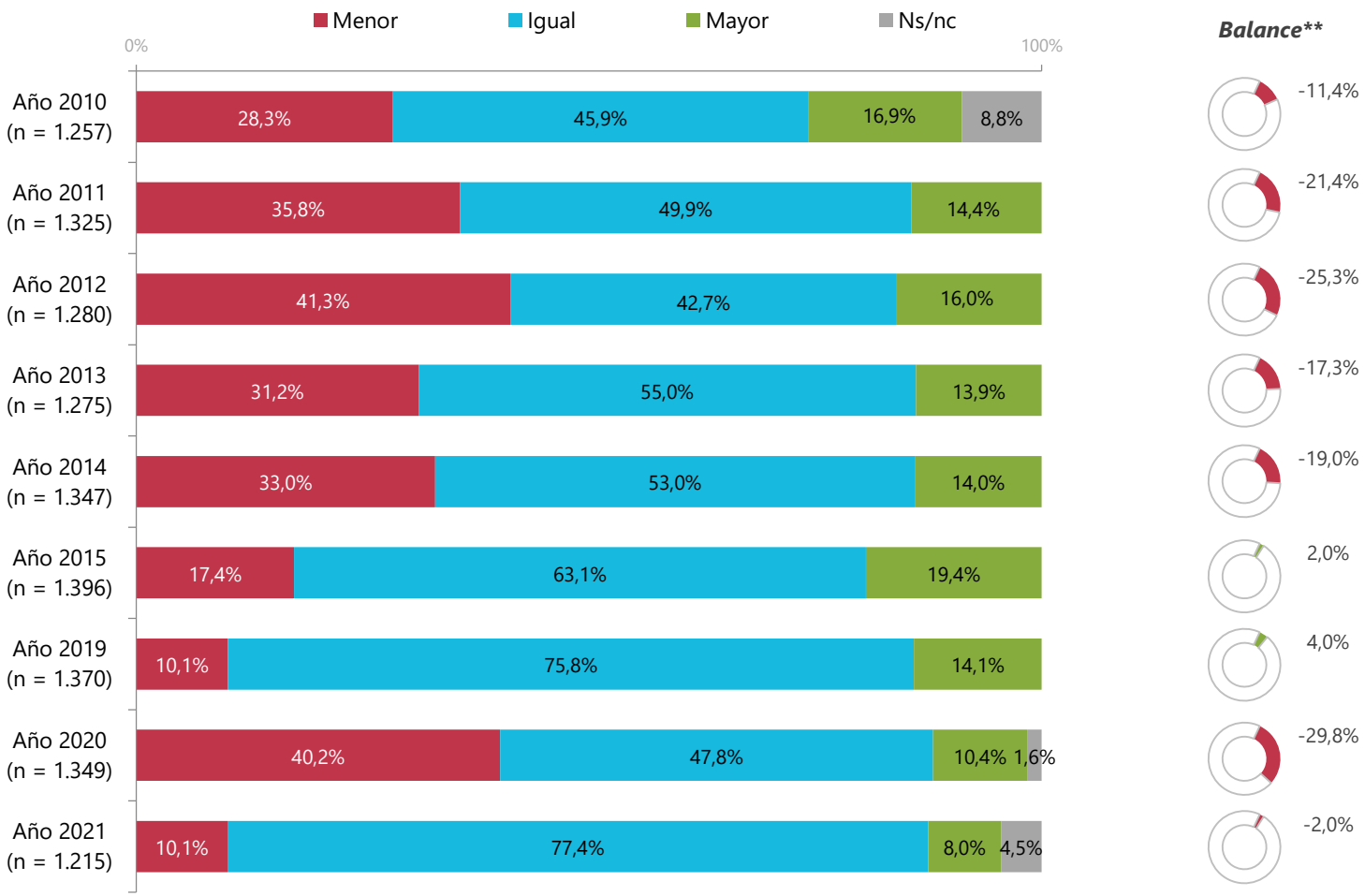
Base: Total de comercios



*** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción*

*P.16.: Afluencia de visitantes que no han realizado gasto al comercio comparado con el año anterior**

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

*** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción*

11.2. Evolución del volumen de negocio en el comercio vasco

Percepción de la evolución del volumen de negocio

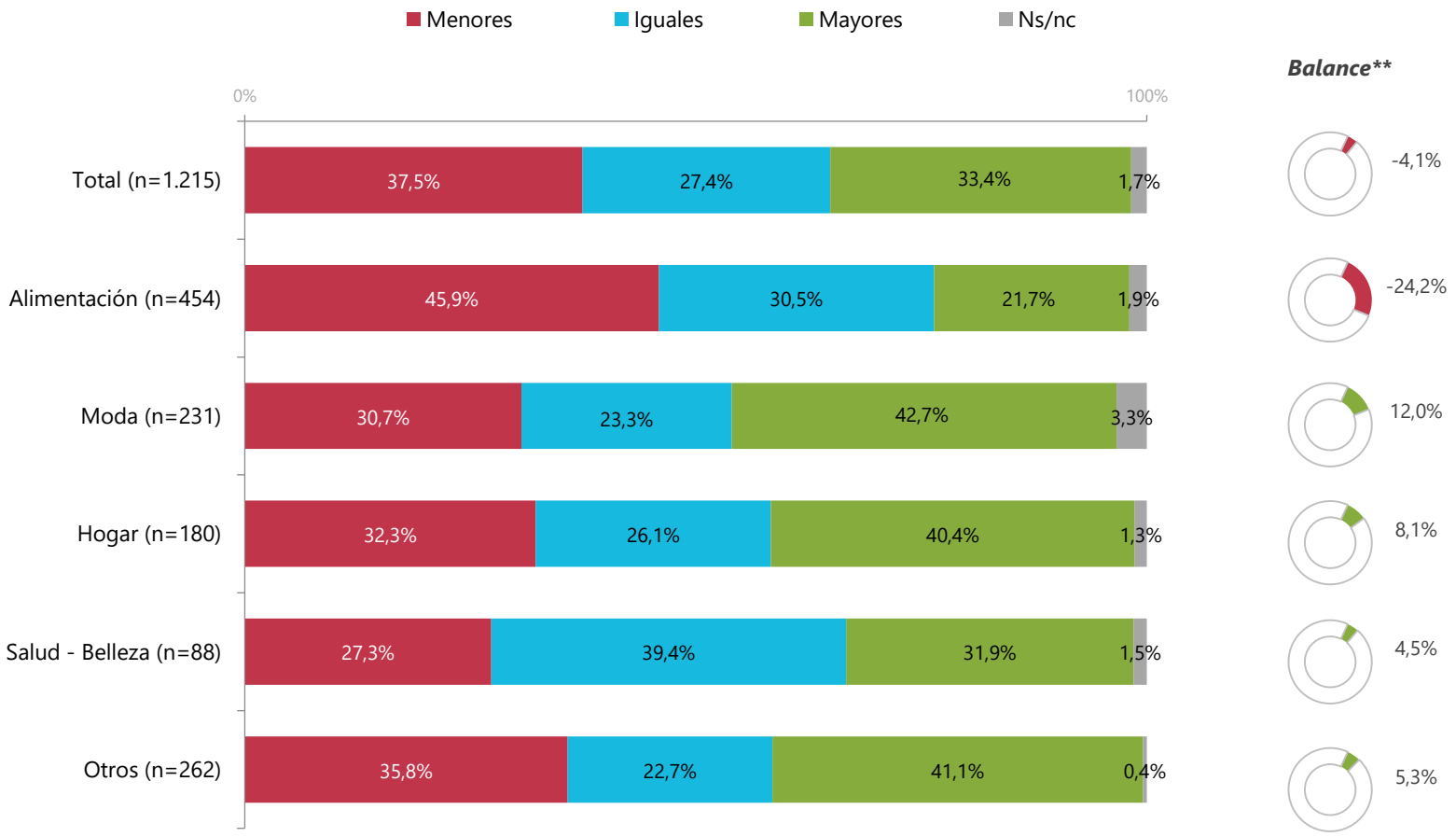
En lo que respecta al comportamiento de las ventas en 2021 comparado con el ejercicio anterior, los resultados del sector comercial en su conjunto siguen mostrando un ligero retroceso. Dato que viene condicionado por el sector de la Alimentación que reduce su cuota tras el despegue observado en el año de estallido de la pandemia. El resto de sectores de actividad comercial por el contrario, aprecian una mejoría en las ventas.

En concreto, el balance más positivo se aprecia en el comercio de venta de artículos de equipamiento de la persona, Moda, con la mayor tasa de comercios que ha mejorado sus ventas. En este grupo, el 42,7% de los establecimientos señala que sus ventas en 2021 han mejorado respecto al año previo y un 23,3%, que se han mantenido igual.

La evolución positiva de las ventas respecto al año anterior se materializa preferentemente en el comercio de mayor tamaño. Un balance que es positivo a partir de las 3 personas empleadas pero que en el caso del comercio que emplea a una o dos personas, sigue mostrando contracción y no acaba de recuperar.

P.14.: ¿Cómo se comportaron las ventas del establecimiento durante el año 2021, comparado con el año anterior?

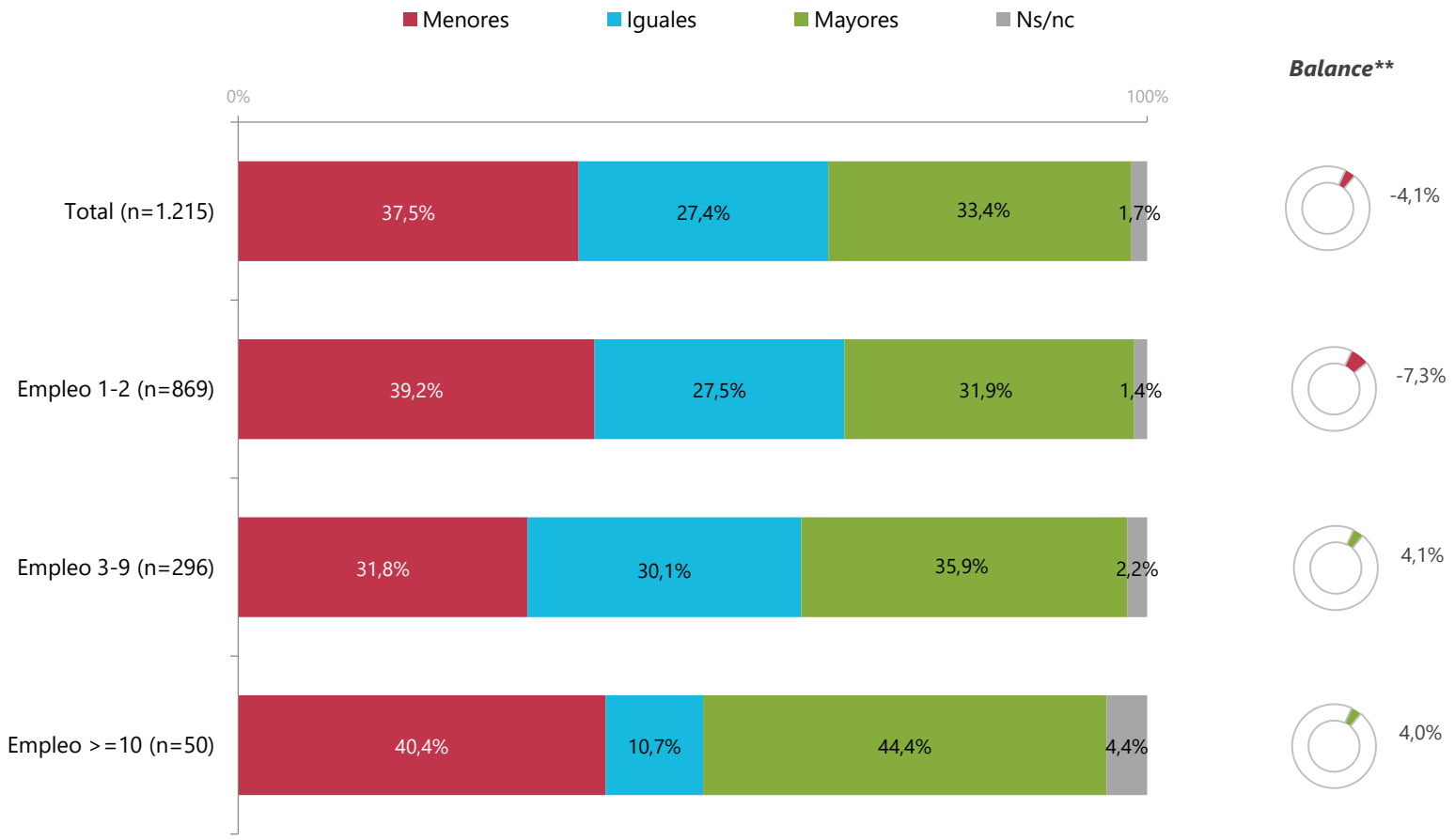
Base: Total de comercios



*** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción*

P.14.: ¿Cómo se comportaron las ventas del establecimiento durante el año 2021, comparado con el año anterior?

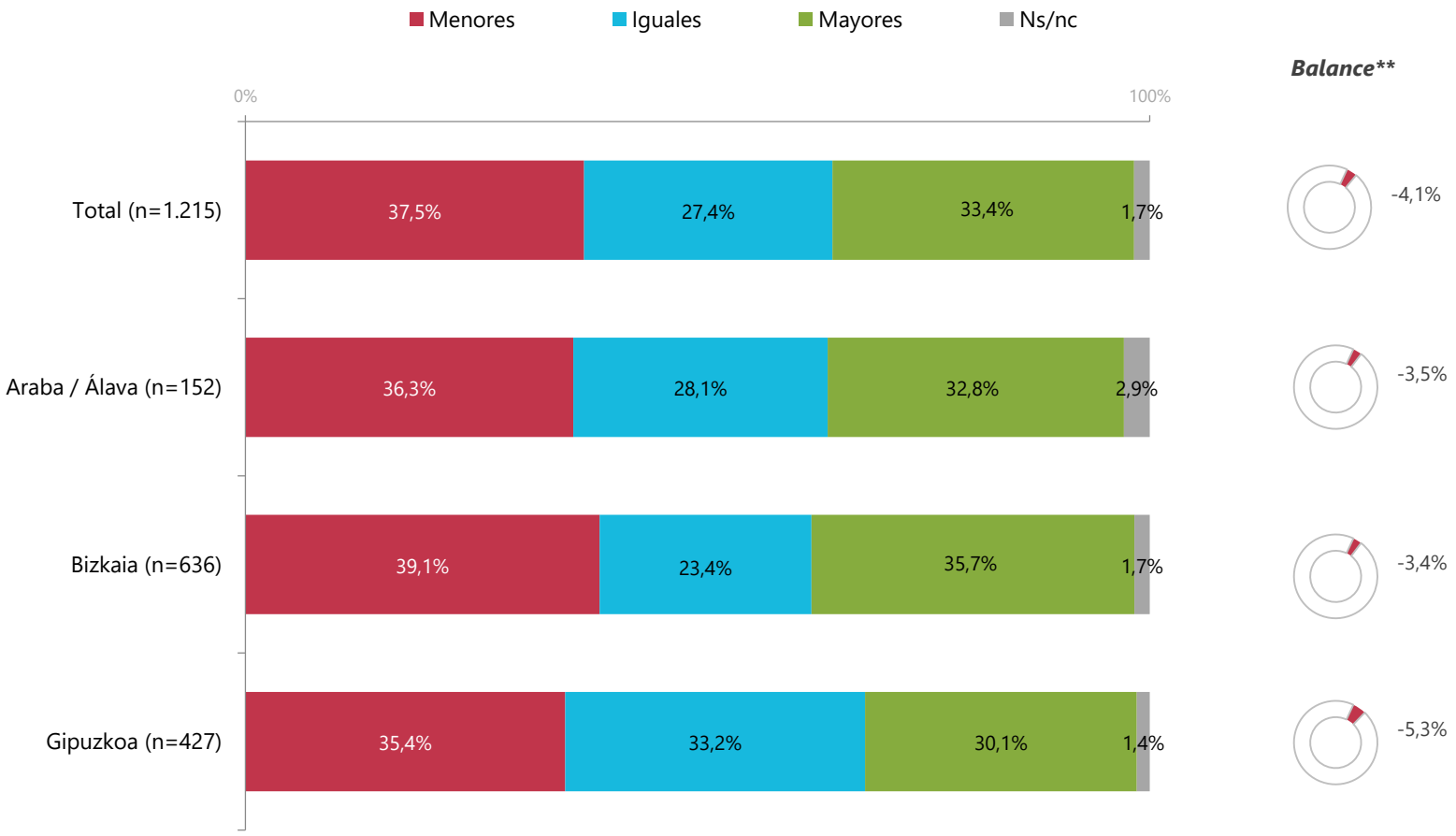
Base: Total de comercios



** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción

P.14.: ¿Cómo se comportaron las ventas del establecimiento durante el año 2021, comparado con el año anterior?

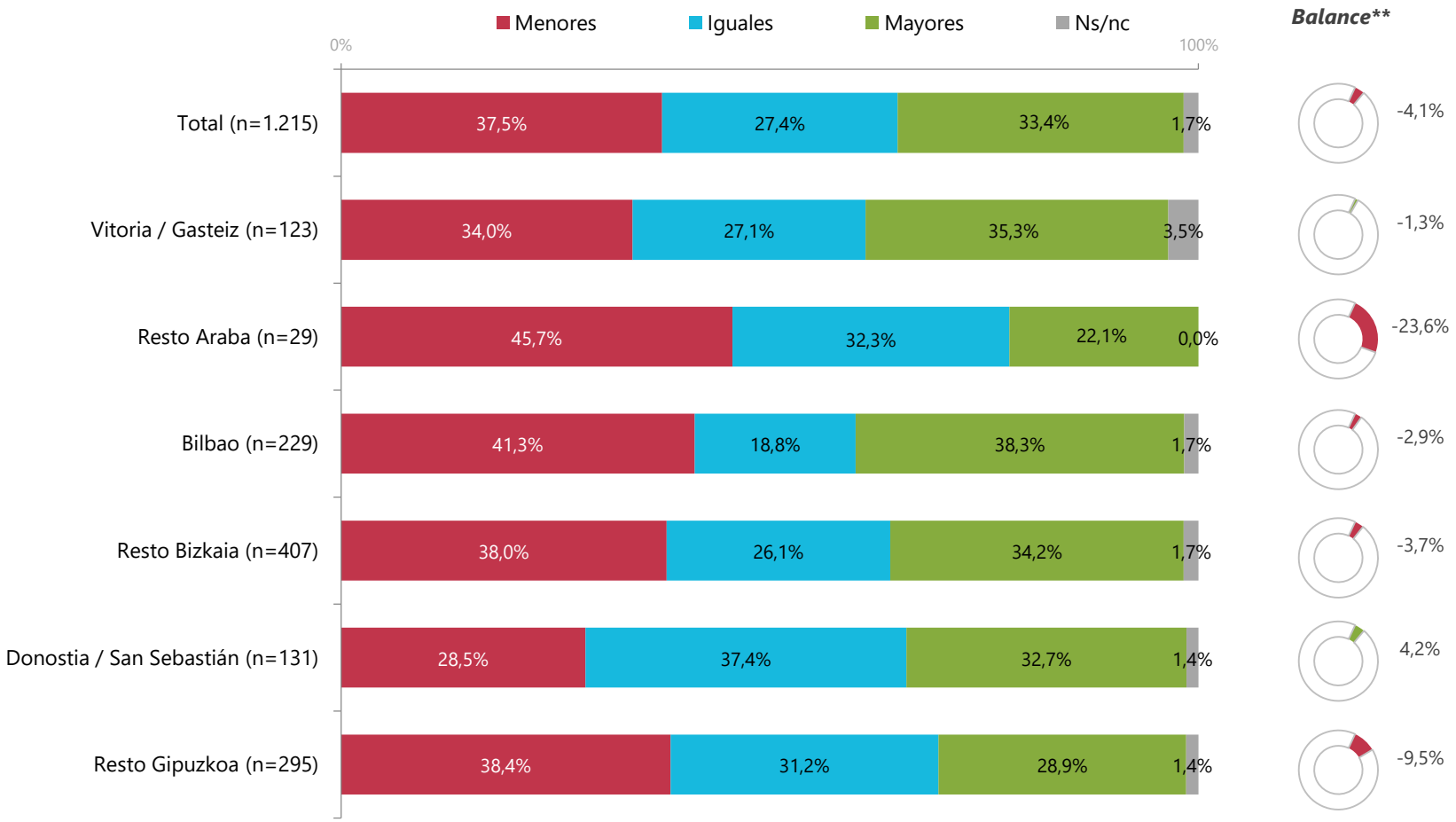
Base: Total de comercios



*** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción*

P.14.: ¿Cómo se comportaron las ventas del establecimiento durante el año 2021, comparado con el año anterior?

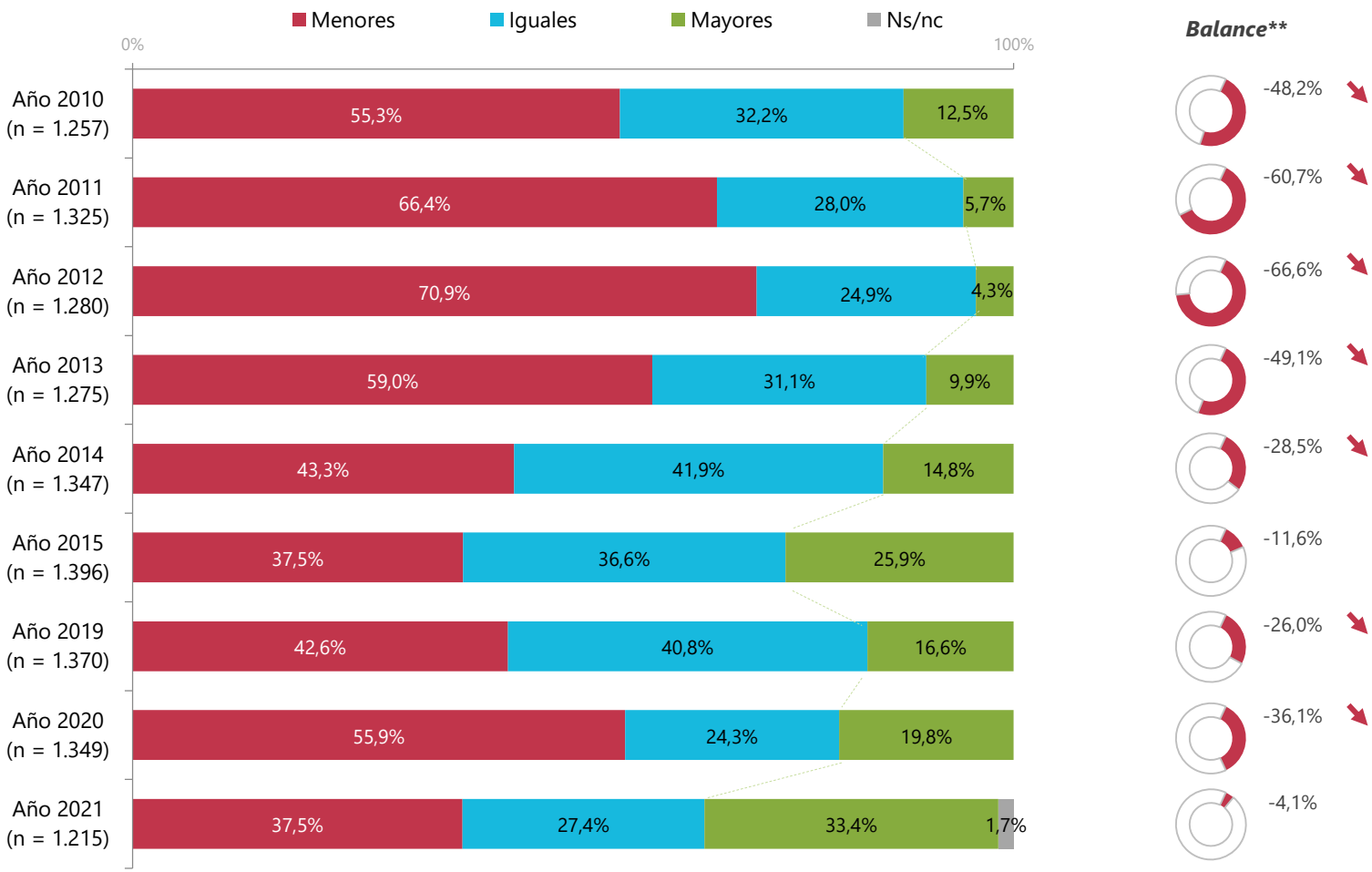
Base: Total de comercios



*** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción*

P.14.: ¿Cómo se comportaron las ventas del establecimiento durante el año 2021, comparado con el año anterior?

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

*** Balance: el % Mayor - % Menor= Tendencia crecimiento vs Tendencia de contracción*

11.3. Acceso a ayudas dirigidas al sector comercial

Acceso a ayudas dirigidas al sector comercial

Tres de cada diez comercios vascos se han acogido a ayudas procedentes de la Administración Pública para el sector comercial durante el 2021; el 30,8%.

El sector de venta de artículos de Moda aglutina una mayor tasa de comercios que se ha acogido a ayudas destinadas al sector durante el 2021 (un 63,4%).

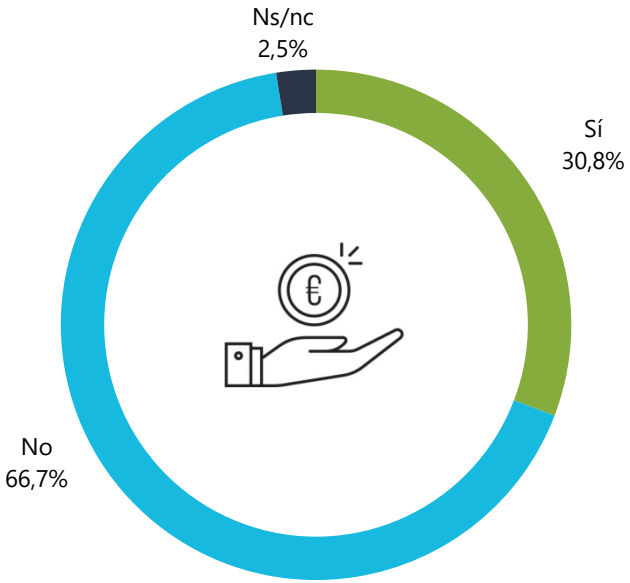
Por el contrario, esta tasa se reduce al mínimo entre el comercio de Alimentación donde solo un 13,5% se ha acogido a alguna ayuda.

También la percepción de ayudas de la administración ha sido mayor en el caso de los comercios que dan empleo a una o dos personas (el 32,8%).

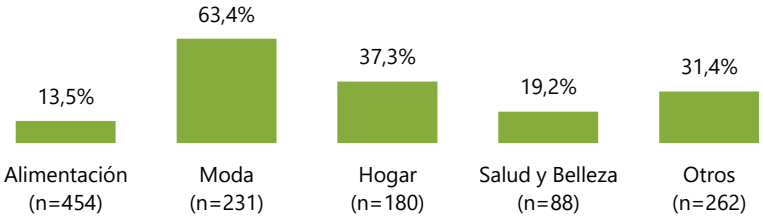
Por otro lado, la prestación pública ha tenido más incidencia en el comercio del territorio histórico de Gipuzkoa.

P.40.: ¿Su establecimiento se ha acogido durante el año 2021 a algún tipo de ayuda o prestación otorgada por las administraciones públicas?

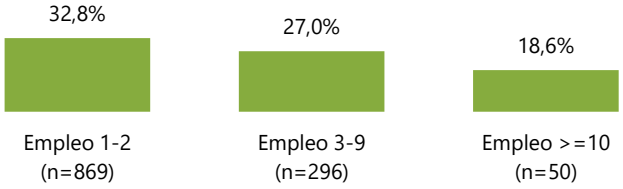
Base: Total de comercios



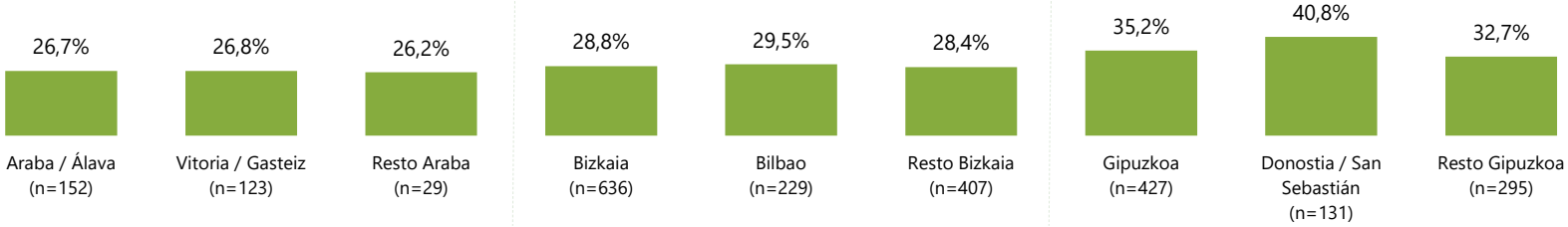
Porcentaje de comercio vasco que ha accedido a ayuda o prestación pública por sector



Porcentaje de comercio vasco que ha accedido a ayuda o prestación pública por tamaño empleo



Porcentaje de comercio vasco que ha accedido a ayuda o prestación pública por territorio histórico y capitalidad/resto del territorio



12. EL USO DEL EUSKERA EN EL COMERCIO VASCO

Capacidad del comercio vasco para atender en euskera

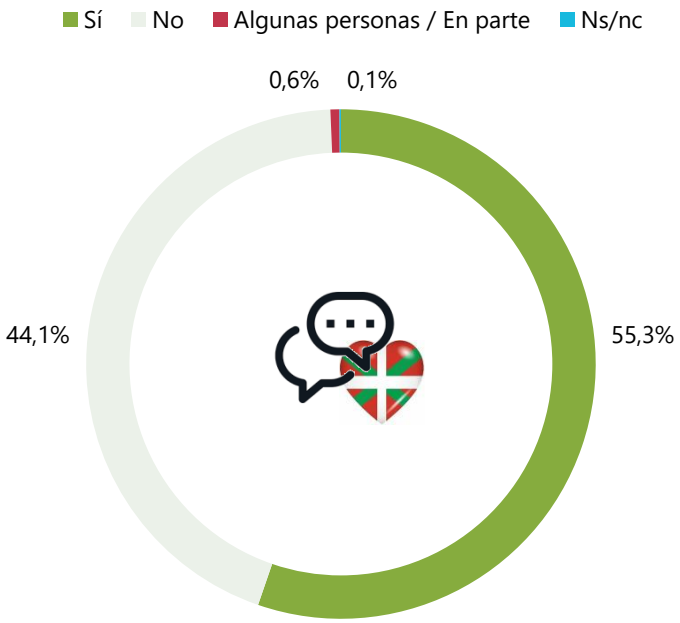
La mayoría del comercio minorista vasco, el 55,3% dice estar capacitado para atender a sus clientes en euskera, frente al 44,1% que tendría dificultades. En cuanto a las diferencias por sector de actividad, destaca el comercio de Salud y Belleza, ya que el 74,7% de los establecimientos dice tener las capacidades necesarias para atender en euskera. Por el contrario, el comercio de venta de artículos de Hogar estaría menos preparado.

En este punto, la variable geográfica, de territorio histórico, es la que pone de manifiesto las mayores diferencias en el sector. En Gipuzkoa, la tasa de establecimientos con competencias para atender en euskera alcanza al 76,7% del sector, a gran distancia del 44,5% en Bizkaia y del 40,3% en Araba / Álava.

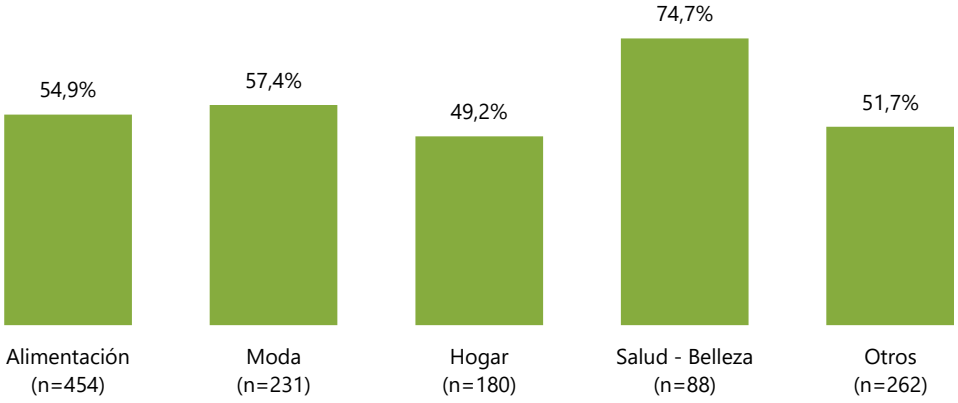
Las competencias necesarias para atender en euskera se incrementan a medida que el establecimiento tiene un mayor tamaño de empleo o personal trabajando. En el caso de los comercios que dan empleo a una persona, la tasa con capacidad para atender en euskera se reduce al 38,0%, incrementándose hasta el 90,7% en el caso de los comercios de más de 20 trabajadores/as.

*P.48.: ¿Su establecimiento está capacitado para atender en euskera?**

Base: Total de comercios



Porcentaje de comercio vasco capacitado para atender en Euskera según sector de actividad

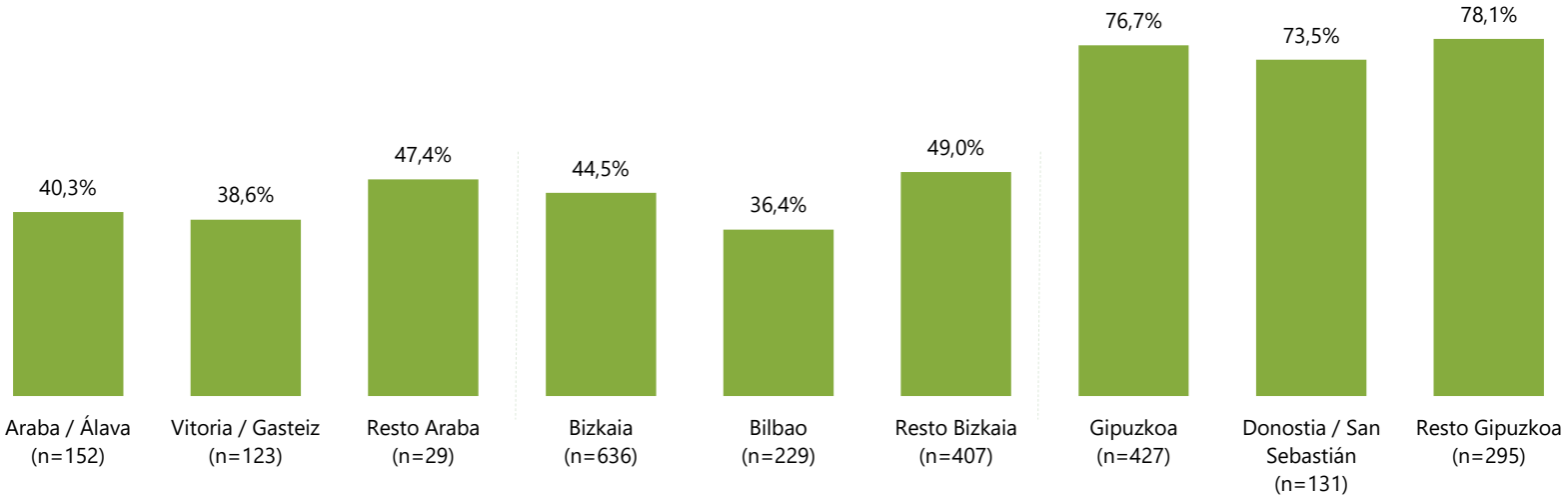


** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.48.: ¿Su establecimiento está capacitado para atender en euskera?**

Base: Total de comercios

Porcentaje de comercio vasco capacitado para atender en Euskera según territorio histórico y Capitalidad/Resto del Territorio

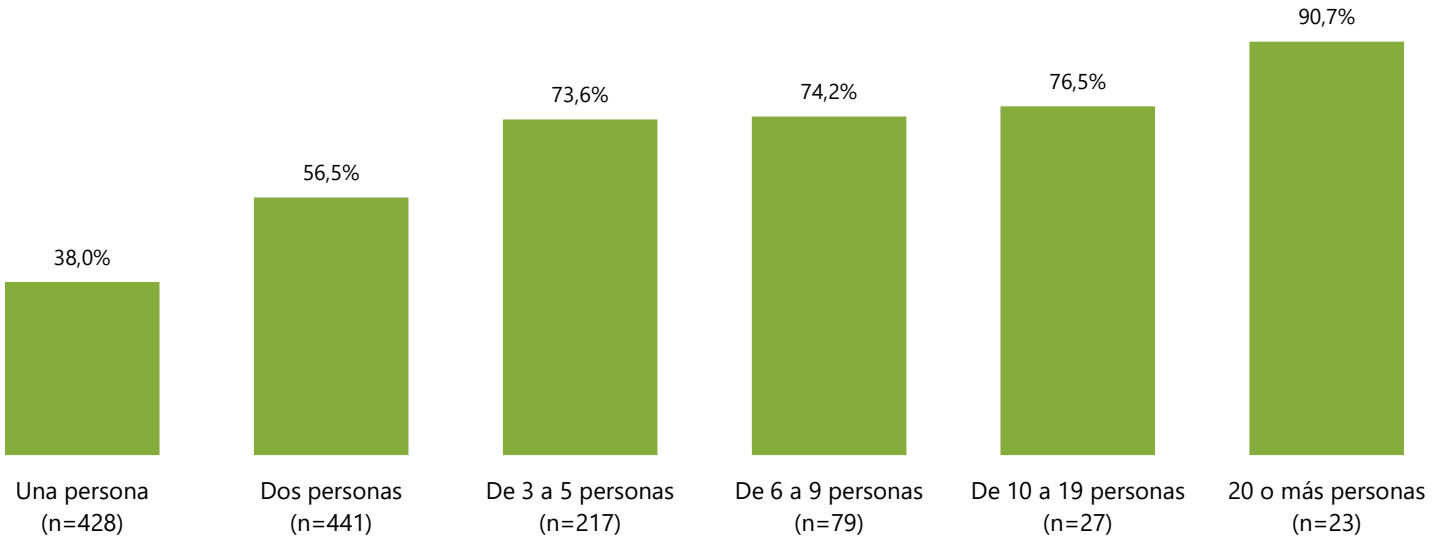


** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

*P.48.: ¿Su establecimiento está capacitado para atender en euskera?**

Base: Total de comercios

Porcentaje de comercio vasco capacitado para atender en Euskera según tamaño de empleo



** Se leyeron las opciones de respuesta. Única respuesta*

Clientela con euskera como lengua preferente

Más allá de las competencias en euskera disponibles en el comercio vasco para la atención al público, se ha querido conocer la proporción de clientes que emplea el euskera como lengua vehicular, en opinión del sector.

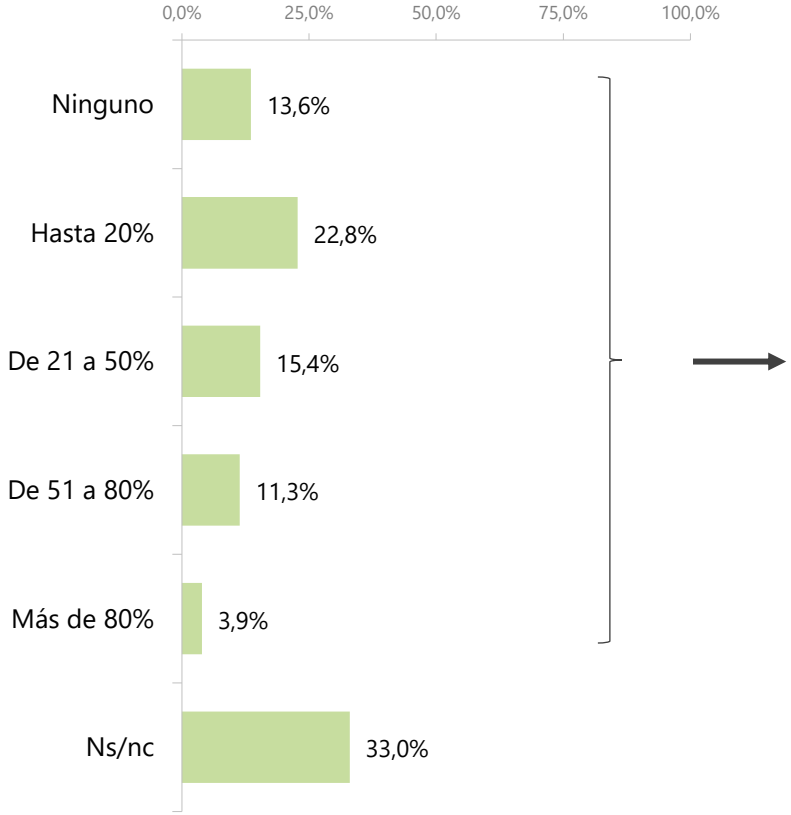
Más concretamente, un 22,8% del comercio establece en un máximo del 20% respecto al total de clientes, el peso de los clientes vascoparlantes que emplean el euskera de forma preferente. El 15,4% del sector lo sitúa entre un 20 y un 50% de su clientela, y el 15,2%, en más del 50% de su clientela. Por el contrario, un 13,6% del sector lo reduce a ninguno de sus clientes en su caso particular.

Por otra parte, un 33,0% de los comercios no ha ofrecido respuesta por desconocimiento.

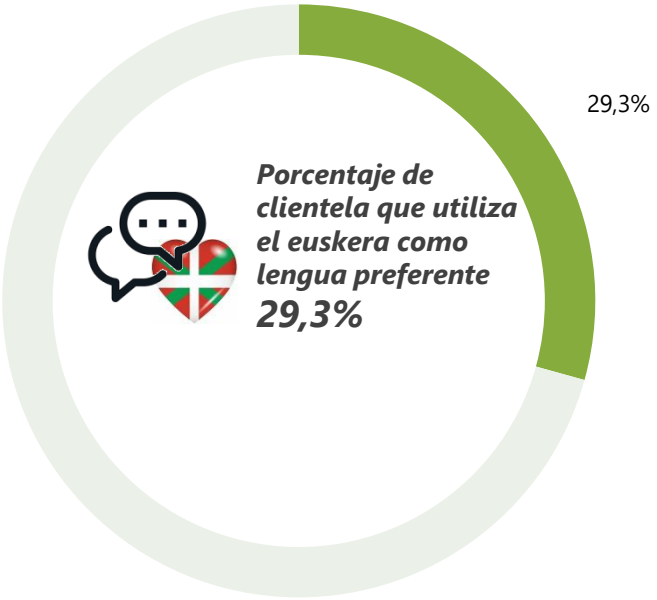
El comercio vasco establece de media que un 29,3% de su clientela tiene como lengua vehicular el euskera. La distribución por territorios históricos permite observar que en Araba / Álava el peso de la clientela que utiliza el euskera como idioma preferente supone el 12,1%, subiendo en Bizkaia al 20,7% del público, en tanto que en Gipuzkoa representarían el 43,5% del total de la afluencia.

*P.49.: ¿Que porcentaje sobre el total de su clientela utiliza como lengua preferente el euskera?**

Base: Total de comercios



Peso medio sobre el total de la clientela

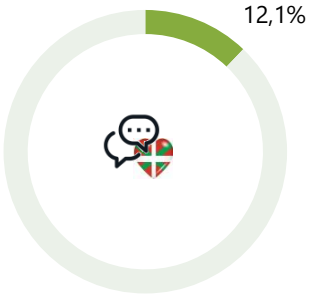


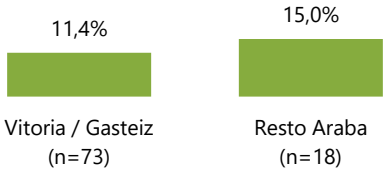
* *Respuesta abierta*

*P.49.: ¿Que porcentaje sobre el total de su clientela utiliza como lengua preferente el euskera?**

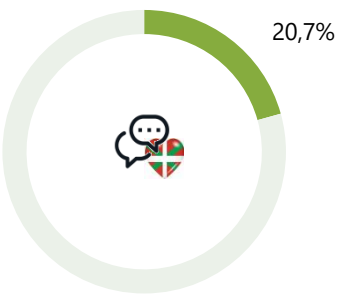
Base: Total de comercios que contestan (n=814)

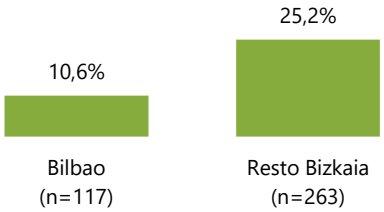
Araba / Álava
(n=91)



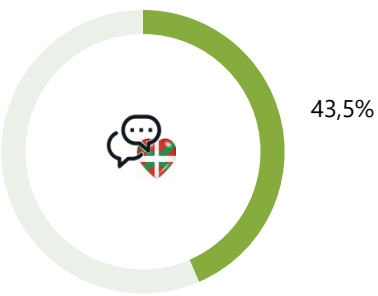


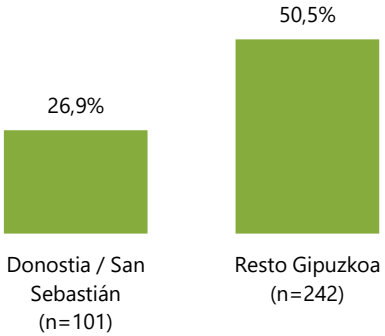
Bizkaia
(n=380)





Gipuzkoa
(n=343)





** Media sobre respuesta abierta*

13. INICIATIVAS DE SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL EN EL SECTOR COMERCIAL VASCO

Iniciativas de sostenibilidad medioambiental

La sostenibilidad medioambiental está presente en la agenda del sector comercial vasco que desarrolla iniciativas encaminadas a la mejora y preservación del entorno. Siete de cada diez comercios manifiesta haber llevado a cabo algún tipo de iniciativa medioambiental en el año 2021 (el 69,8%). Entre las más presentes:

- Un 52,3% está comprometido en la reducción o eliminación de las bolsas de plástico
- El 49,4% ha reciclado los embalajes
- Un 24,5% hace uso de energía de bajo consumo
- Un 12,5% incluye productos a la venta de Km0, eco o bio

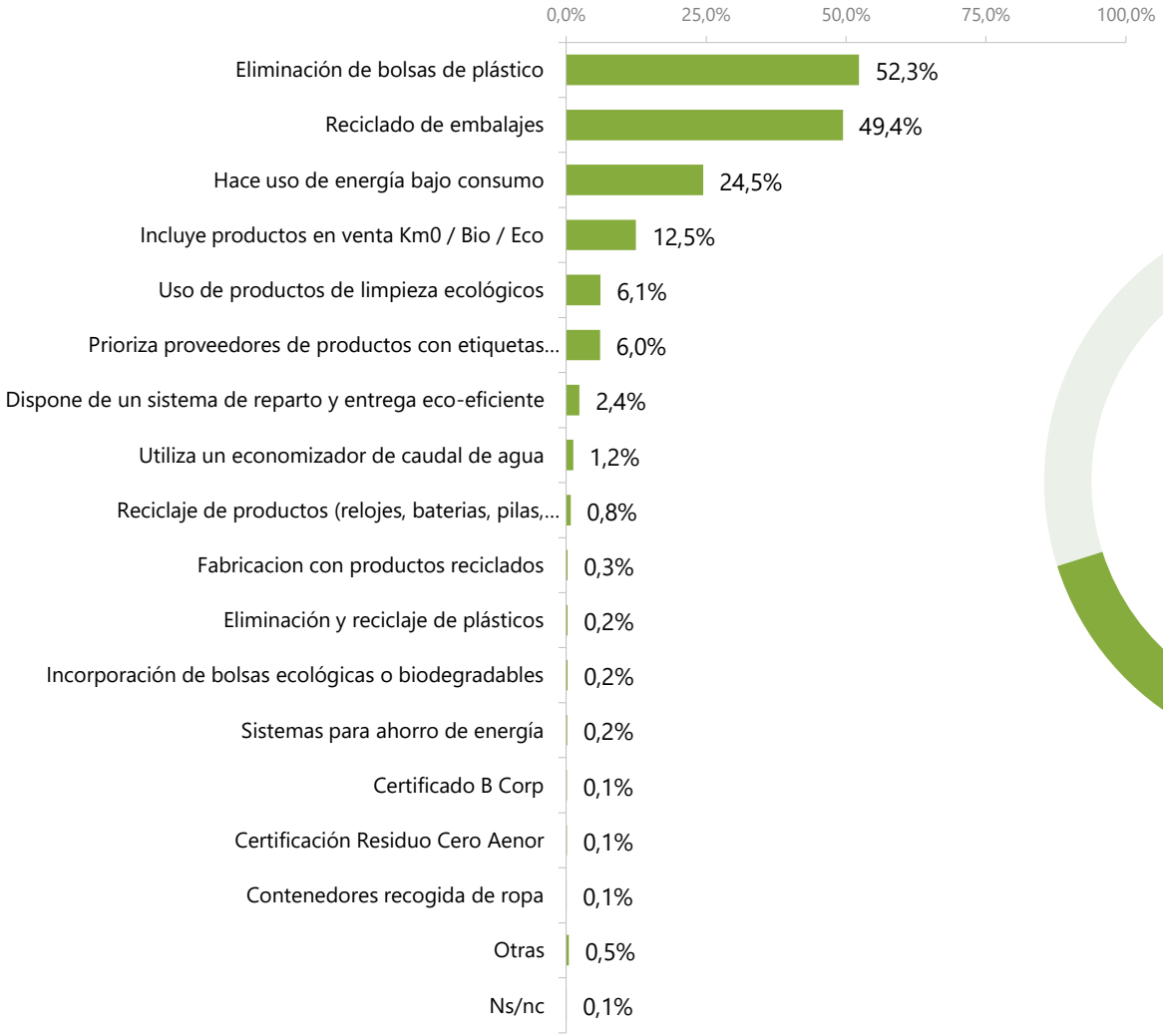
De todas las especialidades comerciales, destaca el grupo de Salud y Belleza, seguido de Alimentación, como los ramos que aglutinan mayor tasa de establecimientos con iniciativas en sostenibilidad medioambiental en el 2021.

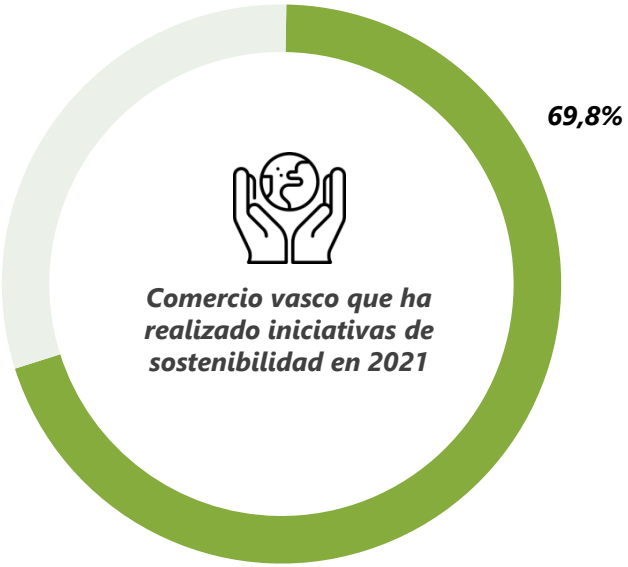
Resulta relevante destacar que las iniciativas en pos de la sostenibilidad medioambiental no solo son práctica habitual en las grandes empresas del sector de la distribución comercial, sino que incluso los comercios unipersonales asumen compromisos en su mayoría, especialmente en lo que concierne a la eliminación de plásticos y el reciclado de embalajes.

Por otra parte, un 13,7% de los establecimientos consultados dice tener previsto incorporar nuevas medidas en el presente año, dato que alcanza a la mayoría cuando hablamos de las que dan empleo a más de 10 personas. Reducir plásticos, reciclar e incorporar vehículos eléctricos o híbridos a sus flotas de reparto, son las principales áreas de trabajo del comercio vasco.

*P.45.: ¿A lo largo del 2021 ha realizado su comercio algún tipo de iniciativa relacionada con la sostenibilidad medioambiental?**

Base: Total de comercios





** Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple*

*P.45.: ¿A lo largo del 2021 ha realizado su comercio algún tipo de iniciativa relacionada con la sostenibilidad medioambiental?**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
Eliminación de bolsas de plástico	52,3%	52,8%	51,7%	44,5%	70,6%	51,3%
Reciclado de embalajes	49,4%	51,5%	41,6%	51,1%	63,2%	47,0%
Hace uso de energía bajo consumo	24,5%	24,0%	25,0%	28,4%	34,2%	18,9%
Incluye productos en venta Km0 / Bio / Eco	12,5%	24,1%	5,9%	2,4%	12,3%	5,1%
Uso de productos de limpieza ecológicos	6,1%	6,2%	7,6%	4,2%	10,4%	4,6%
Prioriza proveedores de productos con etiquetas medioambientales	6,0%	3,4%	10,0%	5,9%	11,1%	5,5%
Dispone de un sistema de reparto y entrega eco-eficiente	2,4%	4,6%	2,0%	0,8%	0,7%	0,5%
Utiliza un economizador de caudal de agua	1,2%	1,4%	1,5%	0,6%	1,1%	1,1%
Reciclaje de productos (relojes, baterías, pilas, neumáticos...)	0,8%	0,1%	0,5%	0,7%	4,6%	1,1%
Fabricación con productos reciclados	0,3%	--	1,3%	--	--	--
Eliminación y reciclaje de plásticos	0,2%	0,7%	--	--	--	--
Incorporación de bolsas ecológicas o biodegradables	0,2%	0,2%	0,9%	--	--	--
Sistemas para ahorro de energía	0,2%	0,1%	0,2%	--	0,9%	0,1%
Certificado B Corp	0,1%	--	--	--	1,5%	--
Certificación Residuo Cero Aenor	0,1%	--	0,1%	--	--	0,3%
Contenedores recogida de ropa	0,1%	--	0,4%	--	--	--
Otras	0,5%	0,9%	--	0,4%	0,9%	0,1%
Ns/nc	0,1%	0,1%	-	--	0,4%	--
Ha acometido acciones de sostenibilidad	***69,8%***	***70,2%***	***67,9%***	***65,7%*** ↘	***83,2%*** ↗	***69,2%***

↗ / ↘ Valores destacados respecto a la media del conjunto

** Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple*

*P.45.: ¿A lo largo del 2021 ha realizado su comercio algún tipo de iniciativa relacionada con la sostenibilidad medioambiental?**

Base: Total de comercios

	Total (n = 1.215)	Una persona (n = 428)	Dos personas (n = 441)	De 3 a 5 personas (n = 217)	De 6 a 9 personas (n = 79)	De 10 a 19 personas (n = 27)	20 o más personas (n=23)
Eliminación de bolsas de plástico	52,3%	43,9%	55,0%	59,8%	60,5%	52,7%	57,7%
Reciclado de embalajes	49,4%	46,0%	46,3%	53,2%	60,4%	70,4%	75,8%
Hace uso de energía bajo consumo	24,5%	22,9%	19,9%	26,1%	35,3%	52,2%	55,7%
Incluye productos en venta Km0 / Bio / Eco	12,5%	8,4%	10,3%	10,3%	27,7%	37,0%	67,0%
Uso de productos de limpieza ecológicos	6,1%	4,1%	3,7%	8,9%	15,0%	15,8%	23,8%
Prioriza proveedores de productos con etiquetas medioambientales	6,0%	4,2%	5,2%	4,0%	15,9%	21,8%	22,7%
Dispone de un sistema de reparto y entrega eco-eficiente	2,4%	0,5%	0,8%	0,8%	6,6%	25,1%	40,6%
Utiliza un economizador de caudal de agua	1,2%	--	0,8%	1,0%	3,7%	10,7%	15,7%
Reciclaje de productos (relojes, baterías, pilas, neumáticos...)	0,8%	0,2%	1,1%	1,7%	--	--	1,4%
Fabricación con productos reciclados	0,3%	0,5%	--	0,4%	--	--	--
Eliminación y reciclaje de plásticos	0,2%	--	--	0,2%	--	1,0%	9,8%
Incorporación de bolsas ecológicas o biodegradables	0,2%	--	0,7%	--	--	--	--
Sistemas para ahorro de energía	0,2%	--	--	0,5%	1,0%	0,7%	--
Certificado B Corp	0,1%	--	--	0,2%	1,0%	--	--
Certificación Residuo Cero Aenor	0,1%	--	--	--	--	1,1%	3,9%
Contenedores recogida de ropa	0,1%	--	--	--	0,9%	0,7%	--
Otras	0,5%	0,2%	0,7%	0,2%	1,0%	--	2,8%
Ns/nc	0,1%	--	--	0,2%	0,8%	--	--
Ha acometido acciones de sostenibilidad	***69,8%***	***64,0%*** ↘	***69,3%***	***76,3%***	***77,3%***	***82,1%***	***85,5%*** ↗

↗ / ↘ Valores destacados respecto a la media del conjunto

** Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple*

*P.45.: ¿A lo largo del 2021 ha realizado su comercio algún tipo de iniciativa relacionada con la sostenibilidad medioambiental?**

Base: Total de comercios

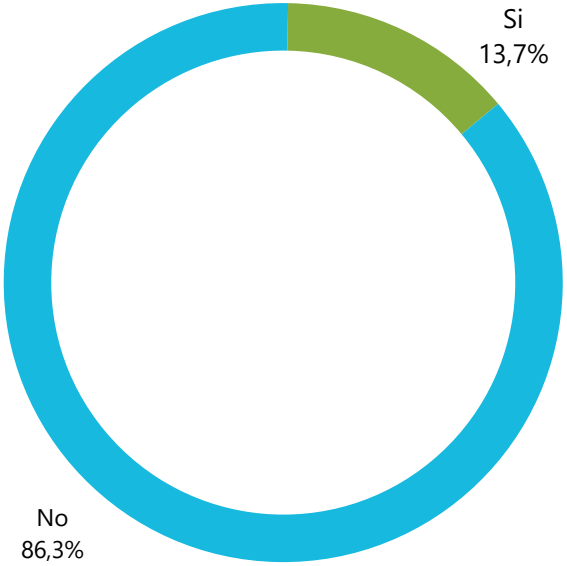
	Total (n = 1.215)	Araba / Álava (n = 152)	Bizkaia (n = 636)	Gipuzkoa (n = 427)
Eliminación de bolsas de plástico	52,3%	50,2%	51,9%	53,7%
Reciclado de embalajes	49,4%	45,8%	49,1%	51,2%
Hace uso de energía bajo consumo	24,5%	22,8%	23,8%	26,0%
Incluye productos en venta Km0 / Bio / Eco	12,5%	13,7%	12,2%	12,4%
Uso de productos de limpieza ecológicos	6,1%	9,6%	5,4%	6,0%
Prioriza proveedores de productos con etiquetas medioambientales	6,0%	8,1%	4,9%	7,1%
Dispone de un sistema de reparto y entrega eco-eficiente	2,4%	2,1%	2,6%	2,2%
Utiliza un economizador de caudal de agua	1,2%	1,3%	0,9%	1,7%
Reciclaje de productos (relojes, baterías, pilas, neumáticos...)	0,8%	1,6%	0,9%	0,3%
Fabricación con productos reciclados	0,3%	--	0,5%	--
Eliminación y reciclaje de plásticos	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%
Incorporación de bolsas ecológicas o biodegradables	0,2%	0,5%	0,3%	--
Sistemas para ahorro de energía	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%
Certificado B Corp	0,1%	--	0,1%	0,1%
Certificación Residuo Cero Aenor	0,1%	--	0,1%	0,1%
Contenedores recogida de ropa	0,1%	--	--	0,2%
Otras	0,5%	1,4%	0,6%	--
Ns/nc	0,1%	0,2%	0,1%	--
Ha acometido acciones de sostenibilidad	***69,8%***	***67,6%*** ↘	***70,3%*** ↗	***69,9%***

↗ / ↘ *Valores destacados respecto a la media del conjunto*

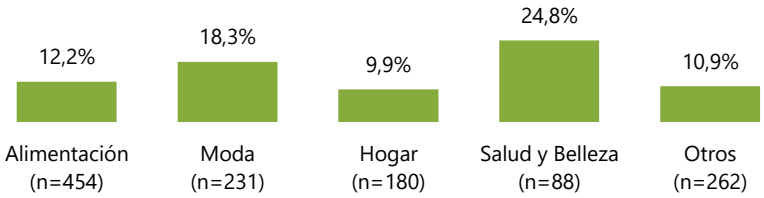
** Se sugirieron las opciones de respuesta. Respuesta múltiple*

P.46.: ¿Tiene previsto incorporar nuevas acciones para hacer su comercio más sostenible en el 2022?

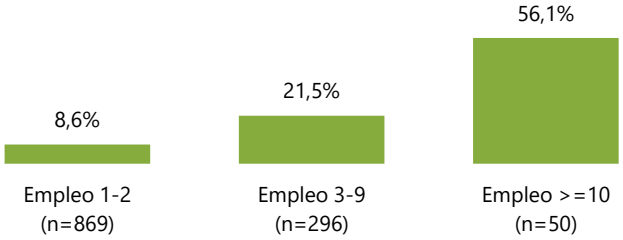
Base: Total de comercios



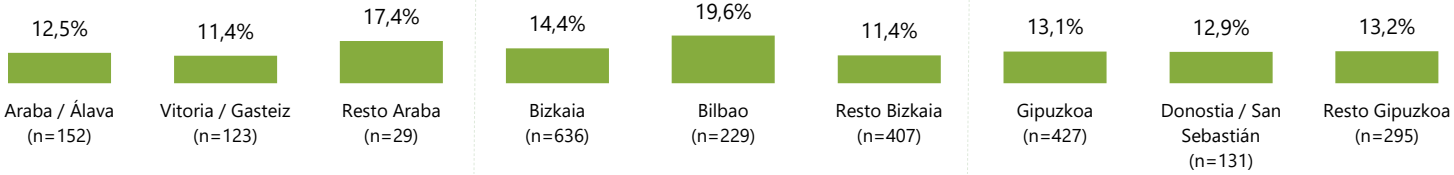
Comercio vasco que tiene previsto incorporar acciones de sostenibilidad por sector



Comercio vasco que tiene previsto incorporar acciones de sostenibilidad por tamaño empleo

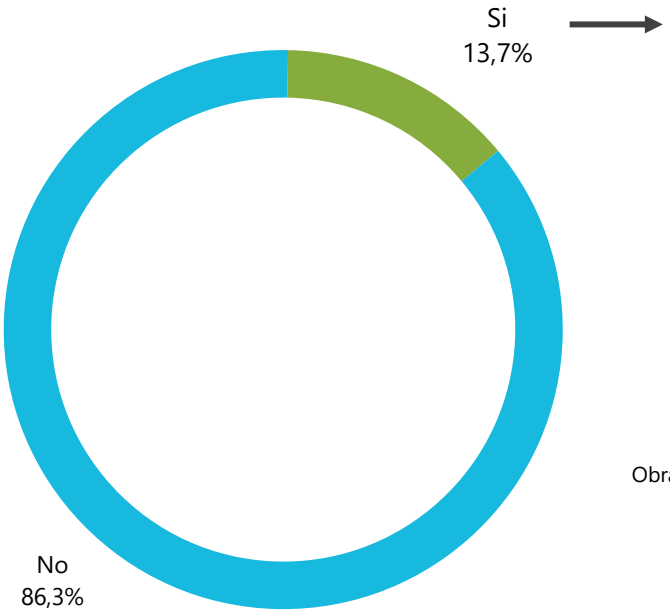


Comercio vasco que tiene previsto incorporar acciones de sostenibilidad por territorio histórico y capitalidad/resto



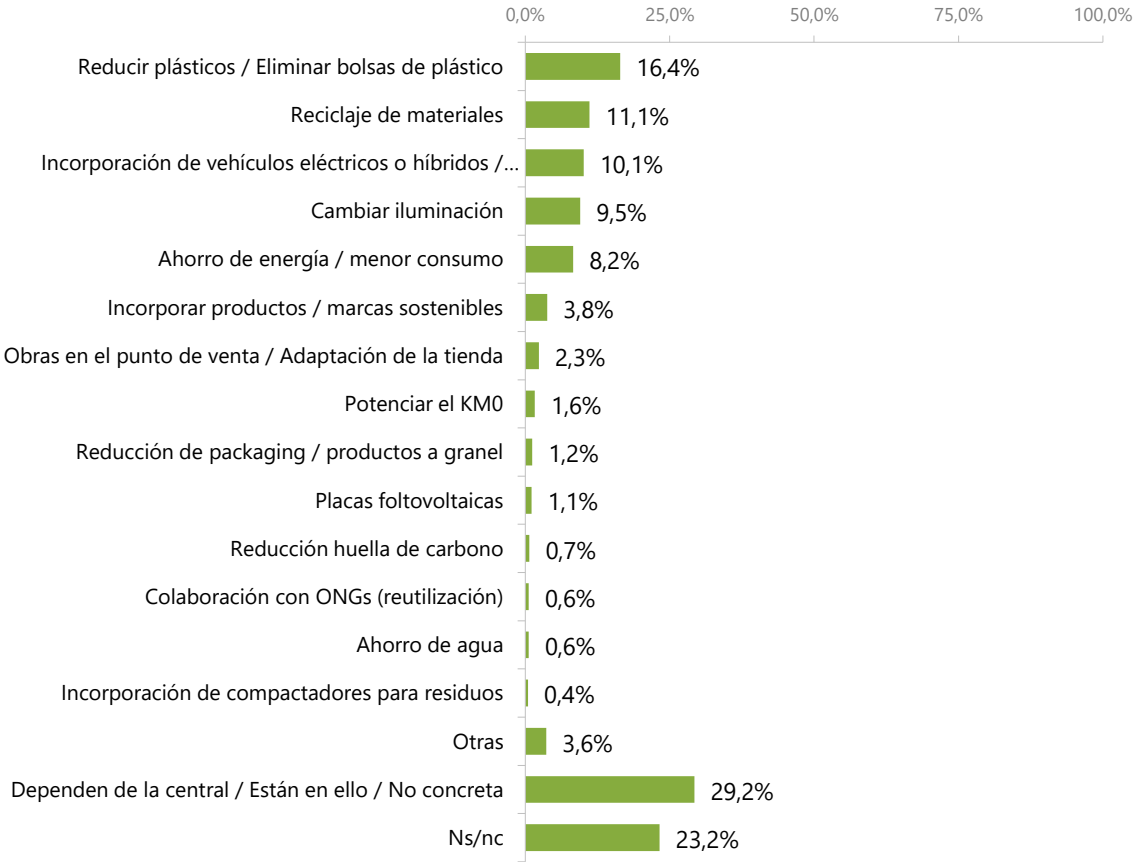
P.46.: ¿Tiene previsto incorporar nuevas acciones para hacer su comercio más sostenible en el 2022?

Base: Total de comercios



*P.47.: ¿Qué tipo de iniciativas?**

Base: Total de comercios que tiene previsto incorporar acciones en 2022 (n=166)



* *Respuesta abierta*

14. LA ACTIVIDAD PROMOCIONAL DEL COMERCIO VASCO Y BALANCE DE LAS CAMPAÑAS DE NAVIDAD Y REBAJAS

14.1. La actividad promocional del comercio vasco

La actividad promocional del comercio vasco

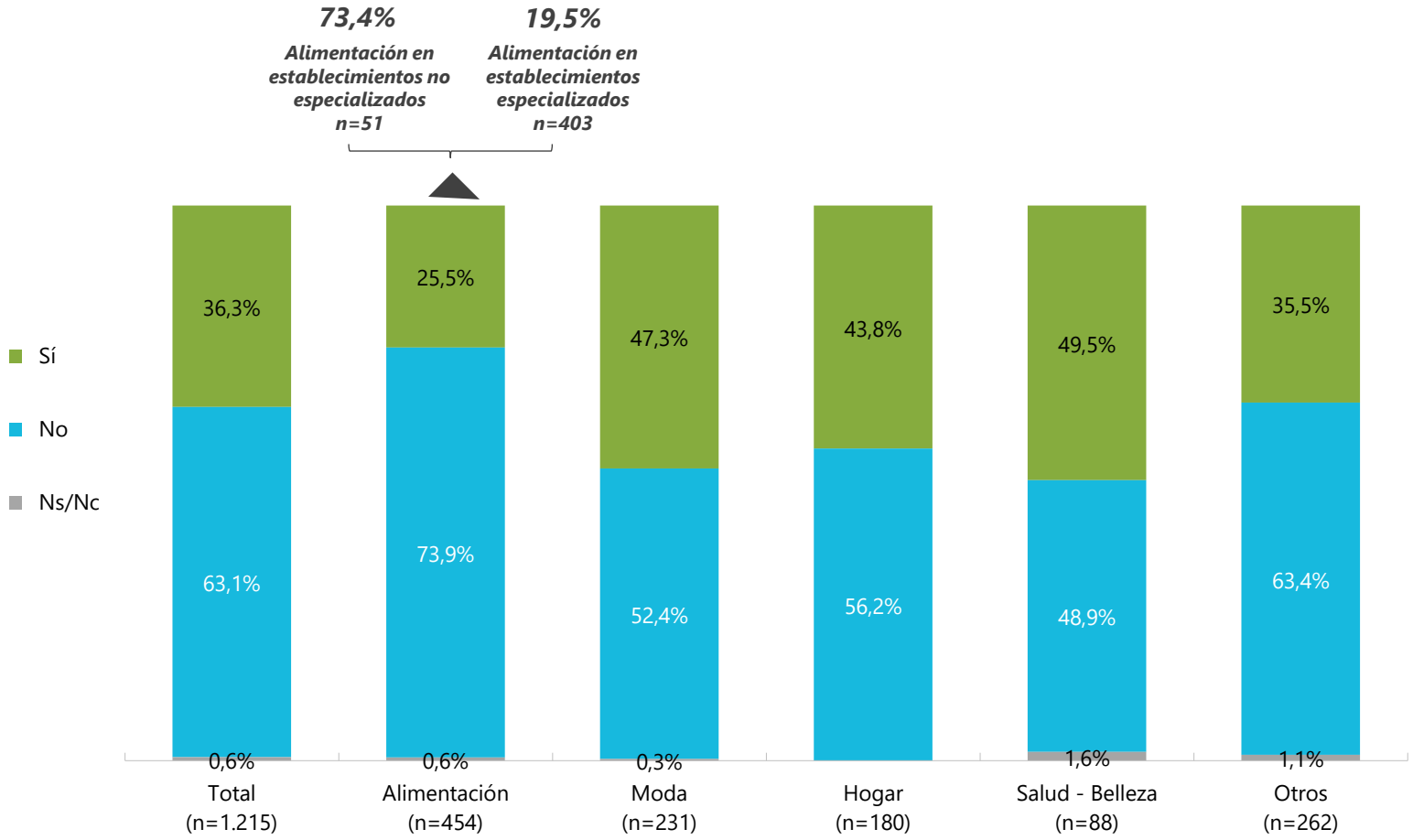
Algo más de uno de cada tres comercios vascos, el 36,3%, ha realizado alguna oferta o promoción especial fuera temporada de rebajas durante el año 2021. Los sectores de actividad más activos promocionalmente han sido el de venta de productos de Salud y Belleza, con una tasa de participación del 49,5%, seguido de cerca por Moda, 47,3%.

Por su parte, la activación de ventas vía acciones promocionales tiene un menor peso en el sector de Alimentación en su conjunto, fundamentalmente por el menor peso detectado en el comercio de alimentación especializado, ya que en el caso del comercio en establecimientos no especializados, hipermercados, supermercados, etc.., la participación en acciones promocionales afecta al 73,4% del sector.

El Barómetro permite apreciar como a mayor tamaño del comercio según número de personas empleadas, la participación en acciones de dinamización de ventas como ofertas y promociones se incrementa significativamente.

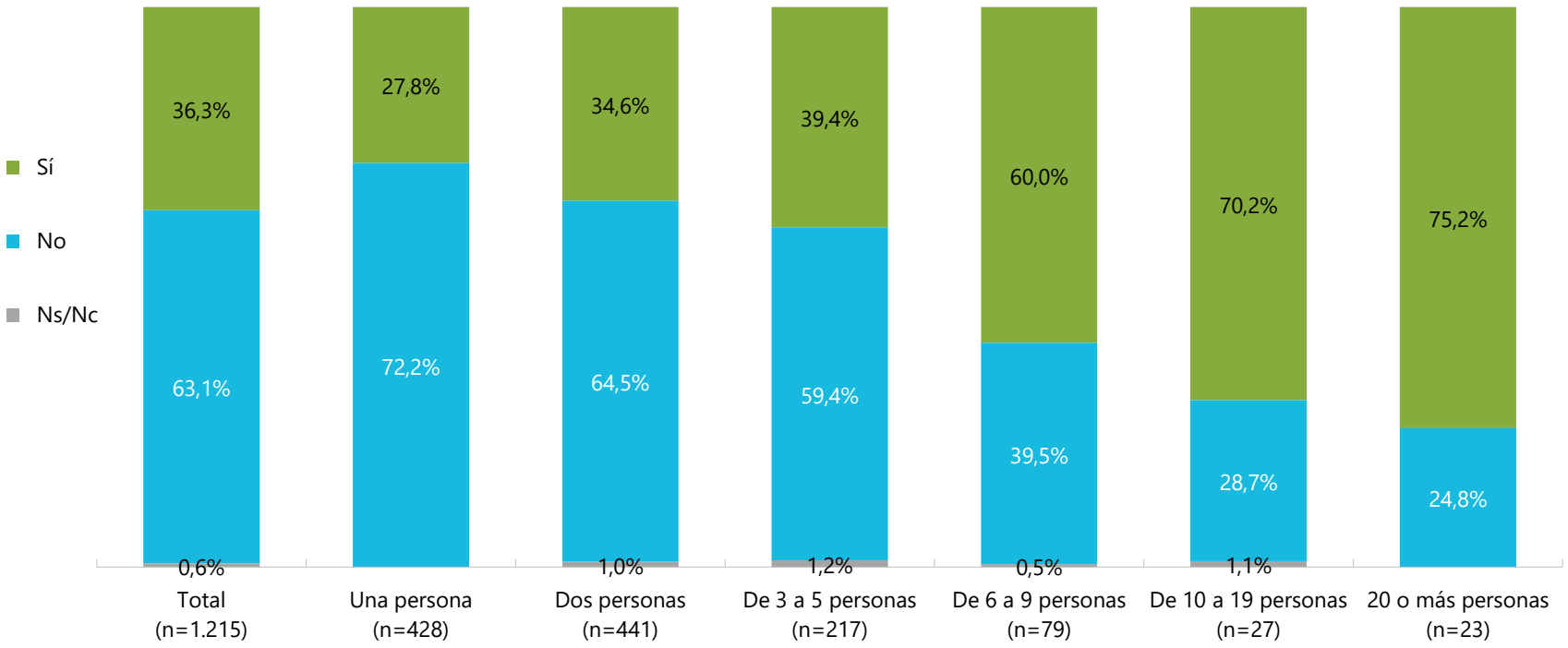
P.24A: A lo largo del año 2021, ¿ha realizado alguna oferta o promoción especial fuera de los periodos habituales de rebajas?

Base: Total de comercios



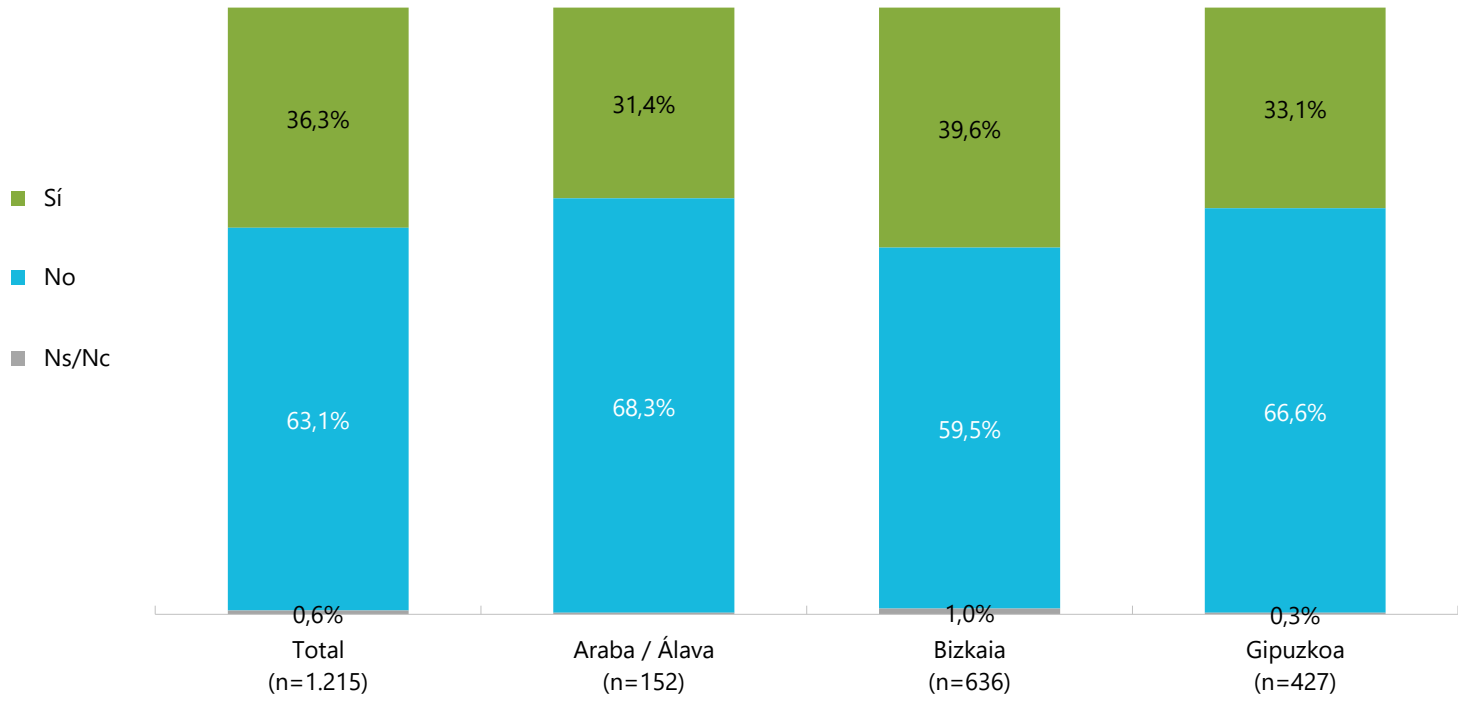
P.24A: A lo largo del año 2021, ¿ha realizado alguna oferta o promoción especial fuera de los periodos habituales de rebajas?

Base: Total de comercios



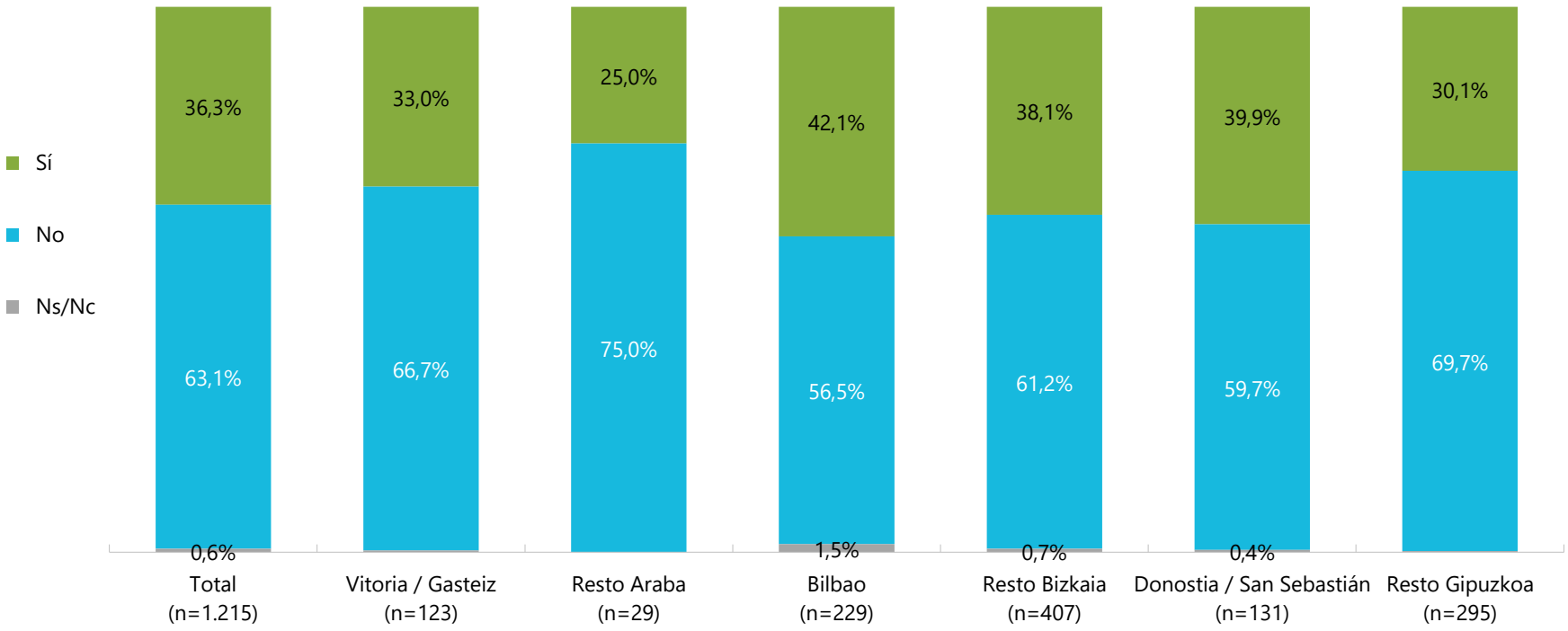
P.24A: A lo largo del año 2021, ¿ha realizado alguna oferta o promoción especial fuera de los periodos habituales de rebajas?

Base: Total de comercios



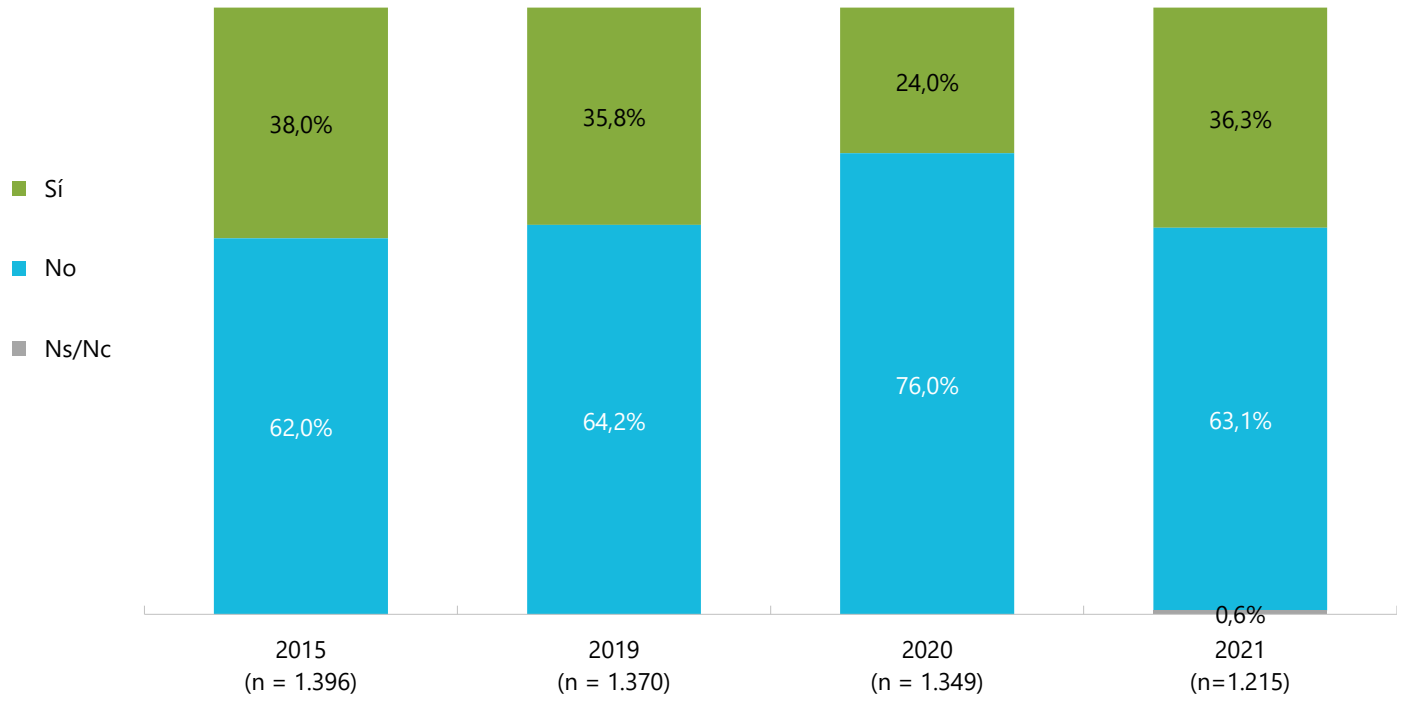
P.24A: A lo largo del año 2021, ¿ha realizado alguna oferta o promoción especial fuera de los periodos habituales de rebajas?

Base: Total de comercios



*P.24A: Desarrollo de ofertas o promociones especiales fuera de periodos habituales en el año de referencia**

Base: Total de comercios



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

14.2. La incidencia del Black Friday

La incidencia del Black Friday

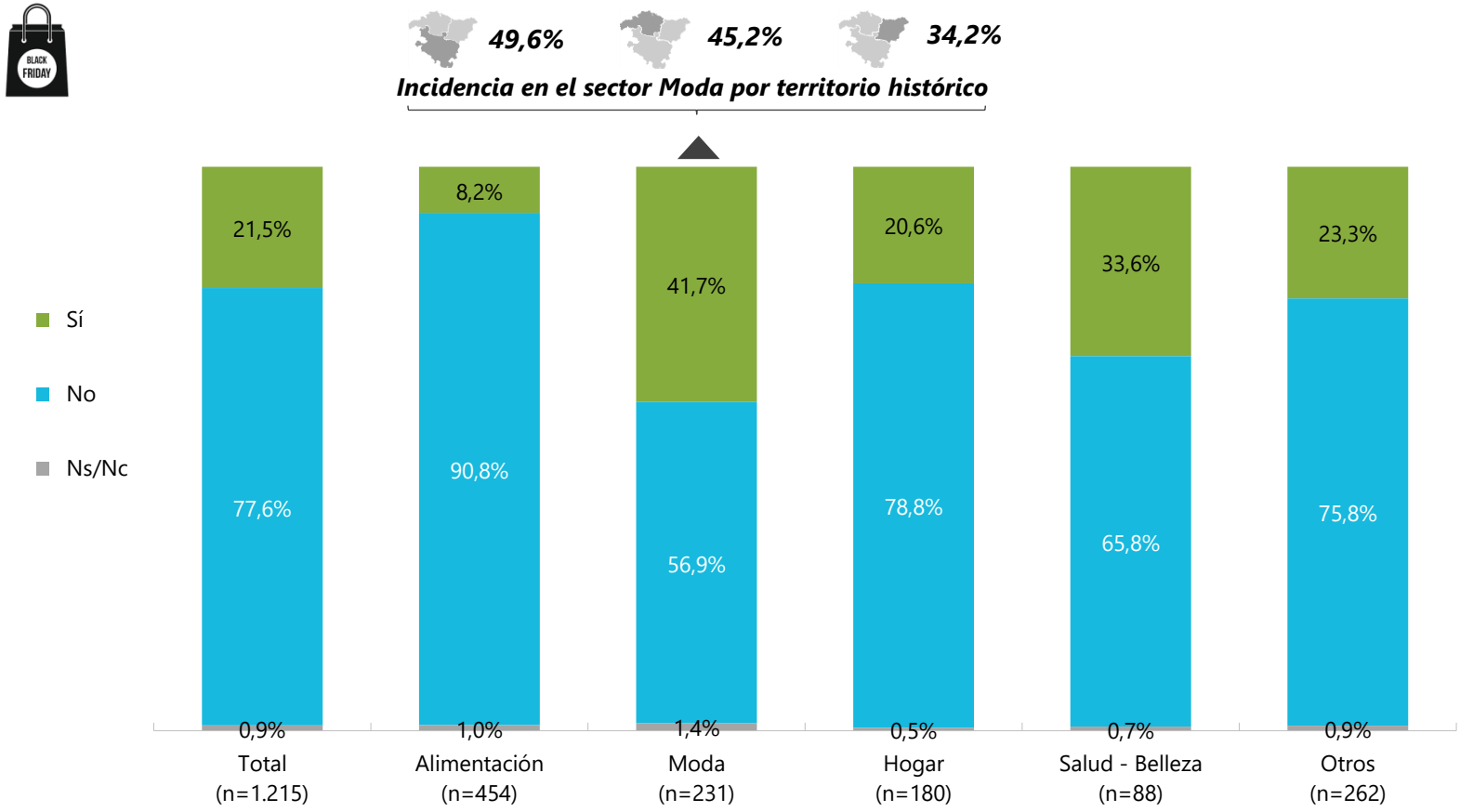
Dos de cada diez comercios vascos han participado en el pasado Black Friday correspondiente al año 2021; un 21,5%.

Es el sector de venta de artículos de Moda y Complementos el que presenta una tasa de participación mayor de todos los analizados. En este grupo, el 41,7% de los establecimientos vascos se ha sumado al "viernes negro", iniciativa especialmente seguida por el comercio de equipamiento de la persona de Araba / Álava, seguido de Bizkaia.

El análisis del banco de datos del Barómetro, pese a las novedades introducidas en la metodología, permite apreciar una consolidación del Black Friday entre el comercio vasco.

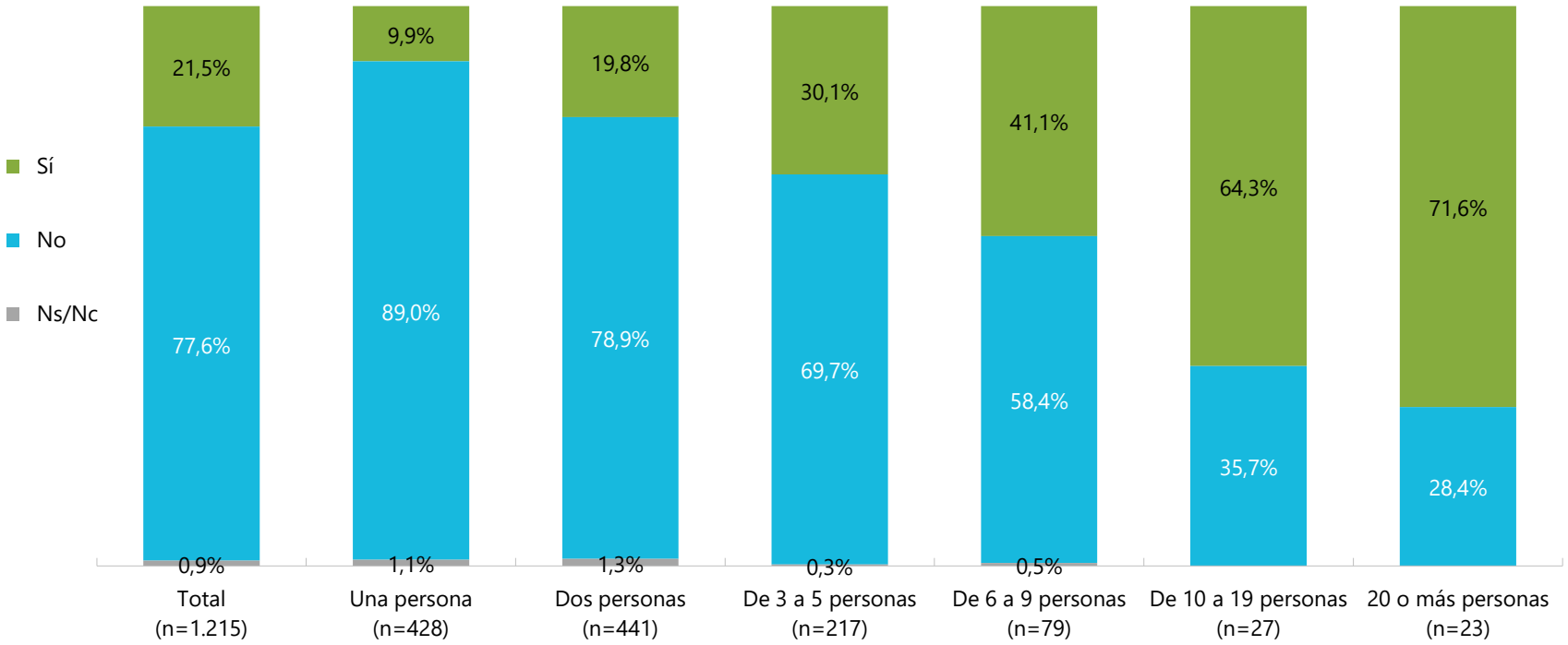
P.24D: ¿Ha participado su comercio en el pasado Black Friday?

Base: Total de comercios



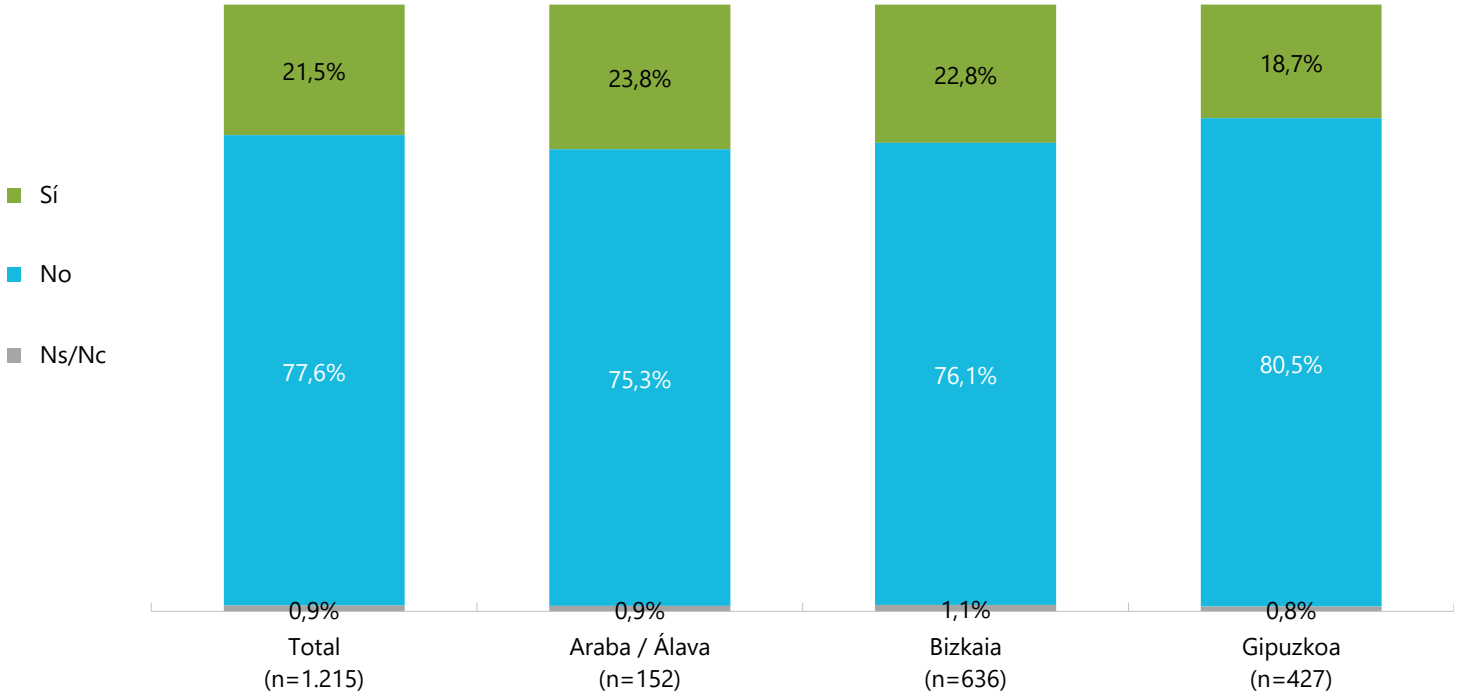
P.24D: ¿Ha participado su comercio en el pasado Black Friday?

Base: Total de comercios



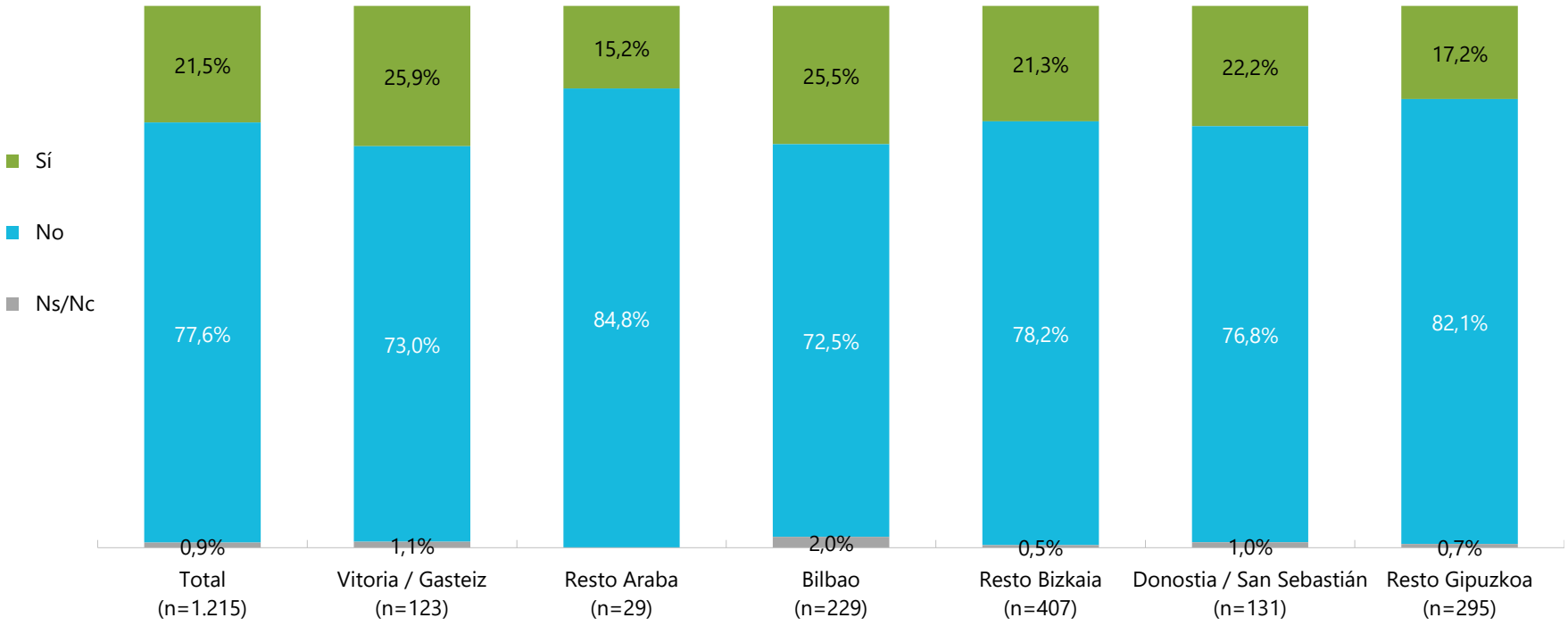
P.24D: ¿Ha participado su comercio en el pasado Black Friday?

Base: Total de comercios



P.24D: ¿Ha participado su comercio en el pasado Black Friday?

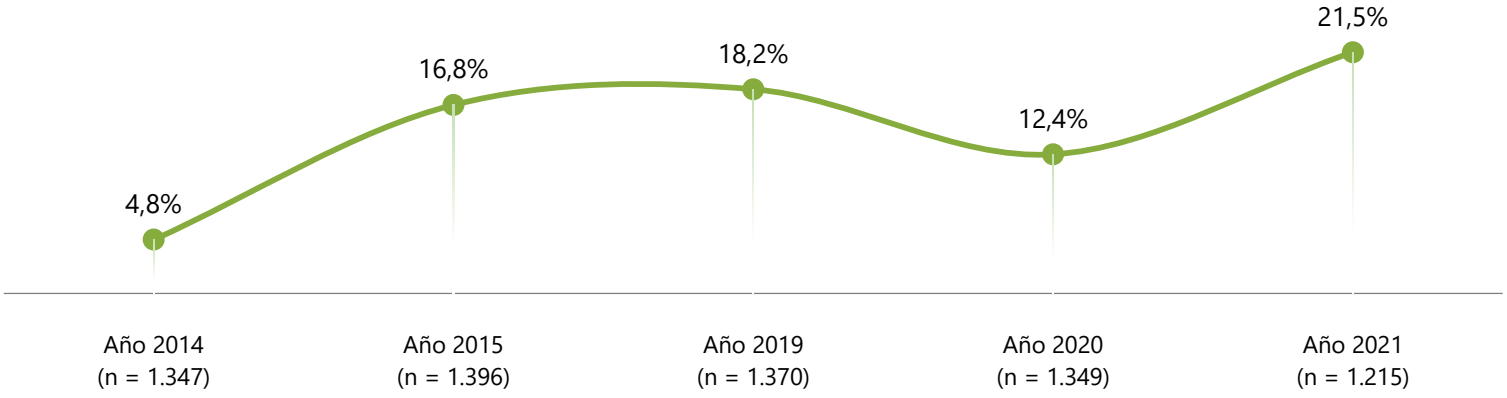
Base: Total de comercios



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

Base: Total de comercios

Evolución del porcentaje comercio vasco que ha participado en el Black Friday



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

14.3. La Campaña de Navidad

La Campaña de Navidad

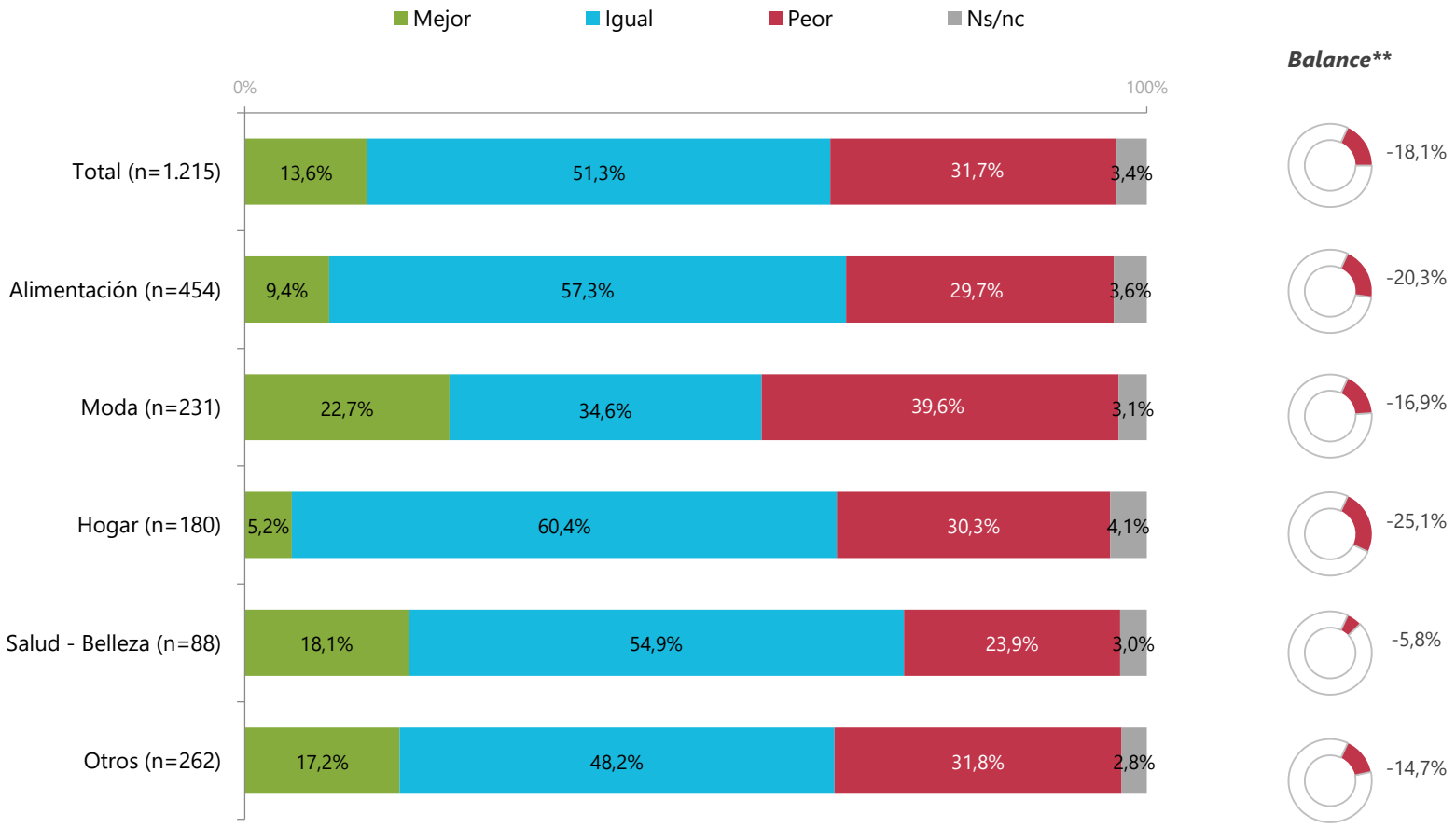
En cuanto a la campaña de Navidad 2021-2022, la percepción de los y las comerciantes arroja un balance de carácter negativo. Un 51,3% de los comercios vascos considera que las ventas en la última campaña de Navidad se comportaron igual que en la del año anterior. Por otra parte, el 31,7% manifiesta haber sufrido un retroceso, en tanto que el 13,6% vio que mejoraba, dando lugar a un saldo negativo para el conjunto.

El balance en negativo parece ser mayor en el comercio de venta de artículos de Hogar y Alimentación, especialmente.

Asimismo, el retroceso de la última campaña de Navidad parece haberse sufrido especialmente en el comercio de menor tamaño -uno o dos personas empleadas-, en contraposición a los comercios de más de tres trabajadores/as que presentan un balance de signo positivo, siendo más quienes consideran que mejoró respecto a quienes han visto empeorar sus resultados.

P.25: ¿Cómo han ido las ventas de la Campaña de Navidad respecto al año pasado? (Año 2021-2022 vs 2020-2021)

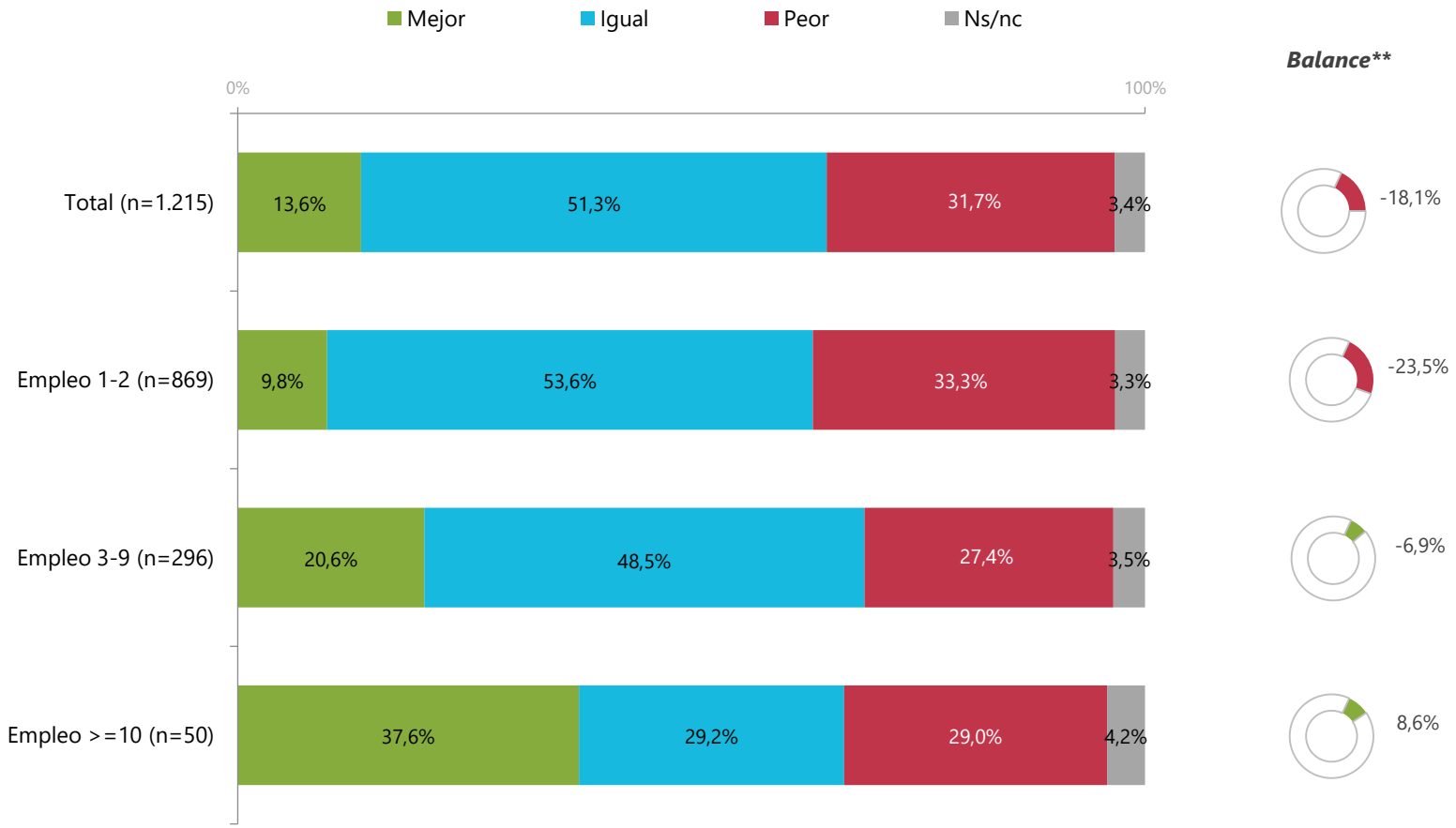
Base: Total de comercios



*** Balance: el % Mejor - % Peor= Tendencia incremento vs Tendencia decremento*

P.25: ¿Cómo han ido las ventas de la Campaña de Navidad respecto al año pasado? (Año 2021-2022 vs 2020-2021)

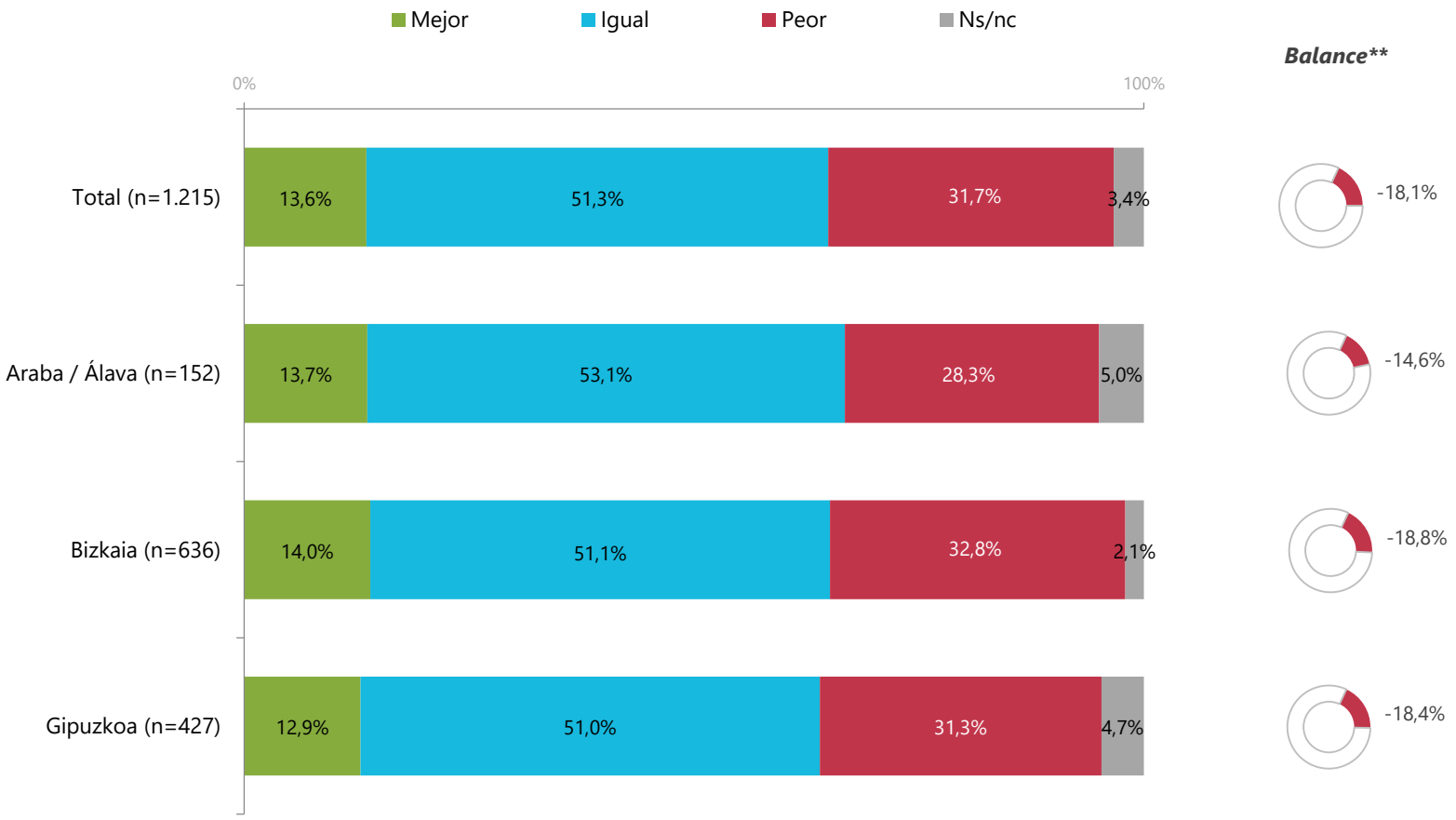
Base: Total de comercios



*** Balance: el % Mejor - % Peor= Tendencia incremento vs Tendencia decremento*

P.25: ¿Cómo han ido las ventas de la Campaña de Navidad respecto al año pasado? (Año 2021-2022 vs 2020-2021)

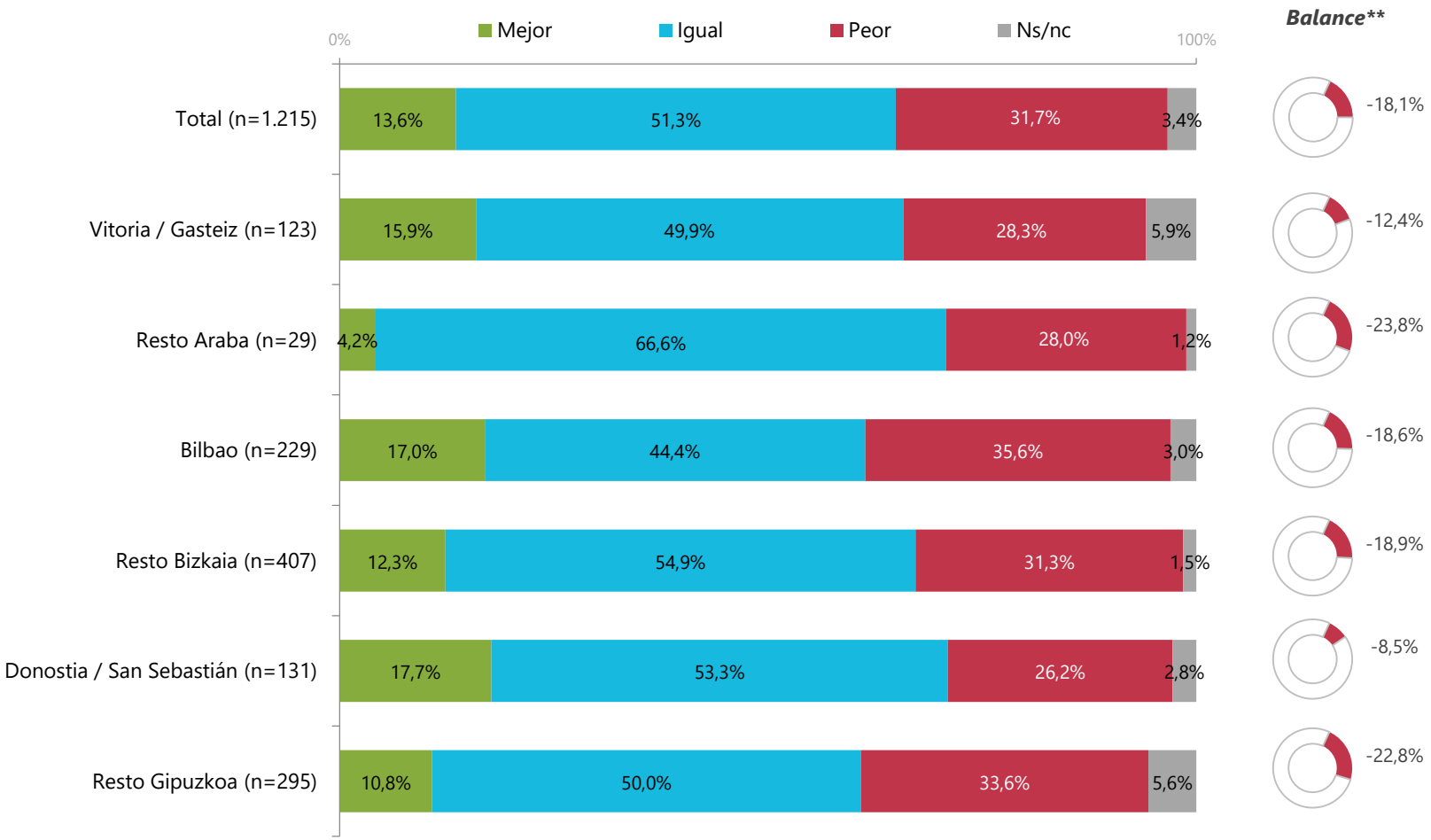
Base: Total de comercios



*** Balance: el % Mejor - % Peor= Tendencia incremento vs Tendencia decremento*

P.25: ¿Cómo han ido las ventas de la Campaña de Navidad respecto al año pasado? (Año 2021-2022 vs 2020-2021)

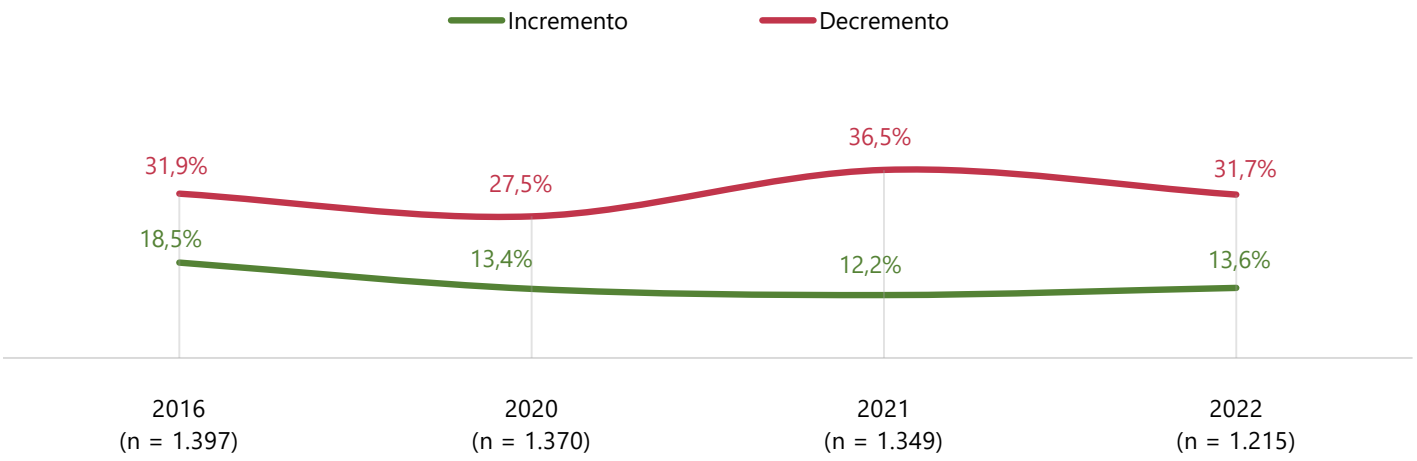
Base: Total de comercios



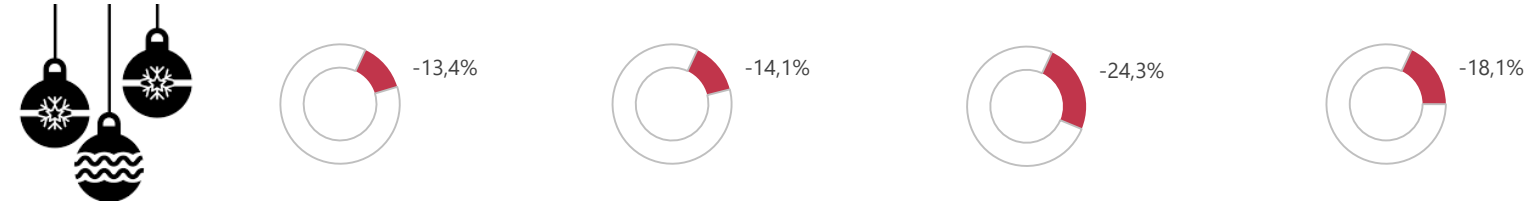
*** Balance: el % Mejor - % Peor= Tendencia incremento vs Tendencia decremento*

*P.25: Evolución de las ventas en la Campaña de Navidad respecto al año anterior**

Base: Total de comercios



Balance Campaña Navidad*



Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

*** Balance: el % Mejor - % Peor= Tendencia incremento vs Tendencia decremento*

14.4. La Campaña de Rebajas invierno

La Campaña de Rebajas invierno

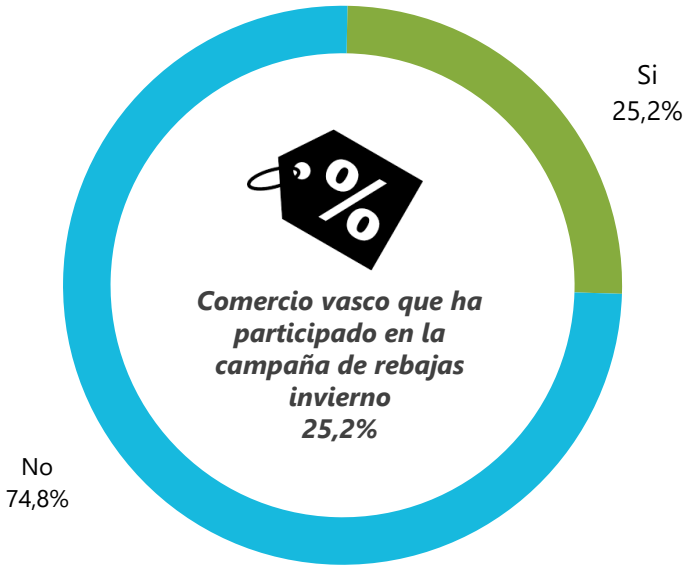
Uno de cada cuatro comercios vascos, el 25,2%, participa en la campaña de rebajas de invierno, algo mayoritario en el sector de moda, calzado y complementos en el que se suma un 76,7% del total.

La campaña de rebajas de invierno, ya entrado el año 2022 y a tenor de las opiniones recabadas, ha supuesto un retroceso en ventas comparado con el año previo para buena parte del sector (el 37,8%). Y es cierto que el año arrancó con un clima social de preocupación por la inflación interanual alcanzada que puede haber hecho mella en los resultados del sector.

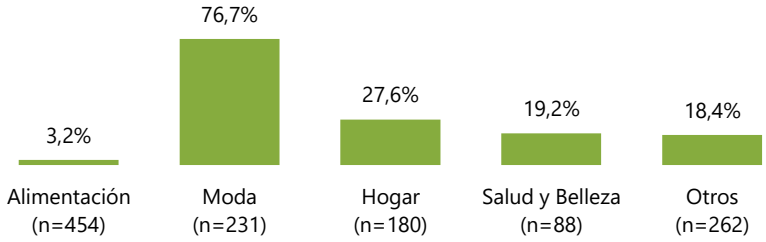
El balance entre quienes han visto mejores resultados y peores, vuelve a traer un saldo en negativo, si bien éste es mucho más moderado que en el Barómetro del pasado año, momento en el que se vivió una campaña de rebajas manifiestamente atípica y nada dinámica a consecuencia de la elevada incidencia en las cifras del Covid.

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

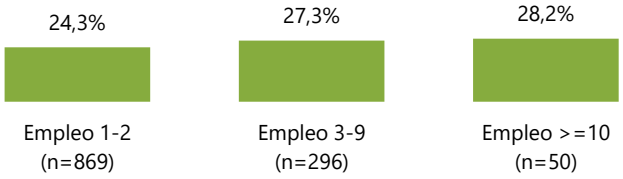
Base: Total de comercios



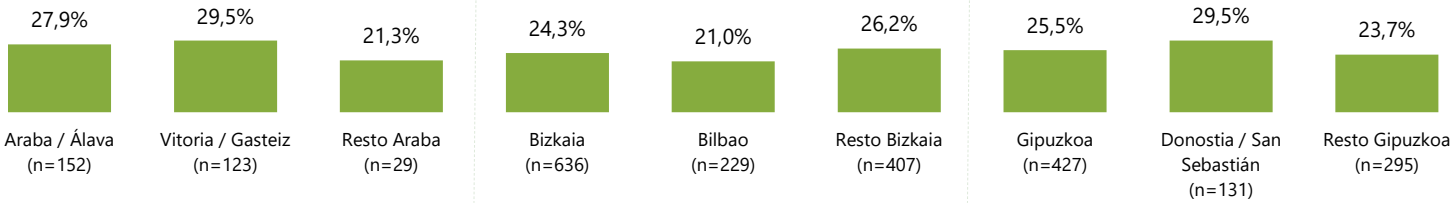
Comercio vasco que participa en la campaña de rebajas por sector



Comercio vasco que participa en la campaña de rebajas por tamaño empleo

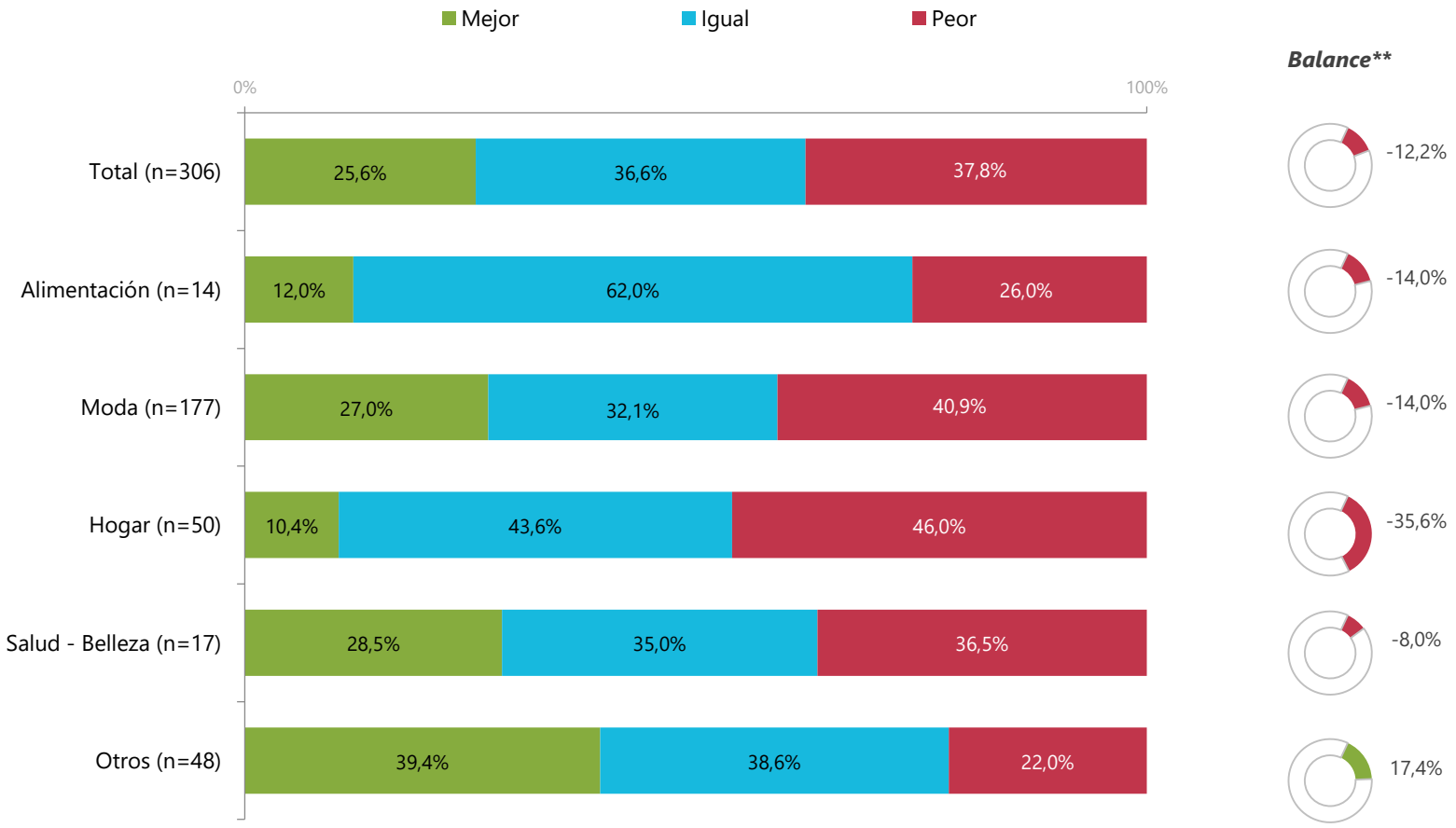


Comercio vasco que participa en la campaña de rebajas por territorio histórico y capitalidad/resto del territorio



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

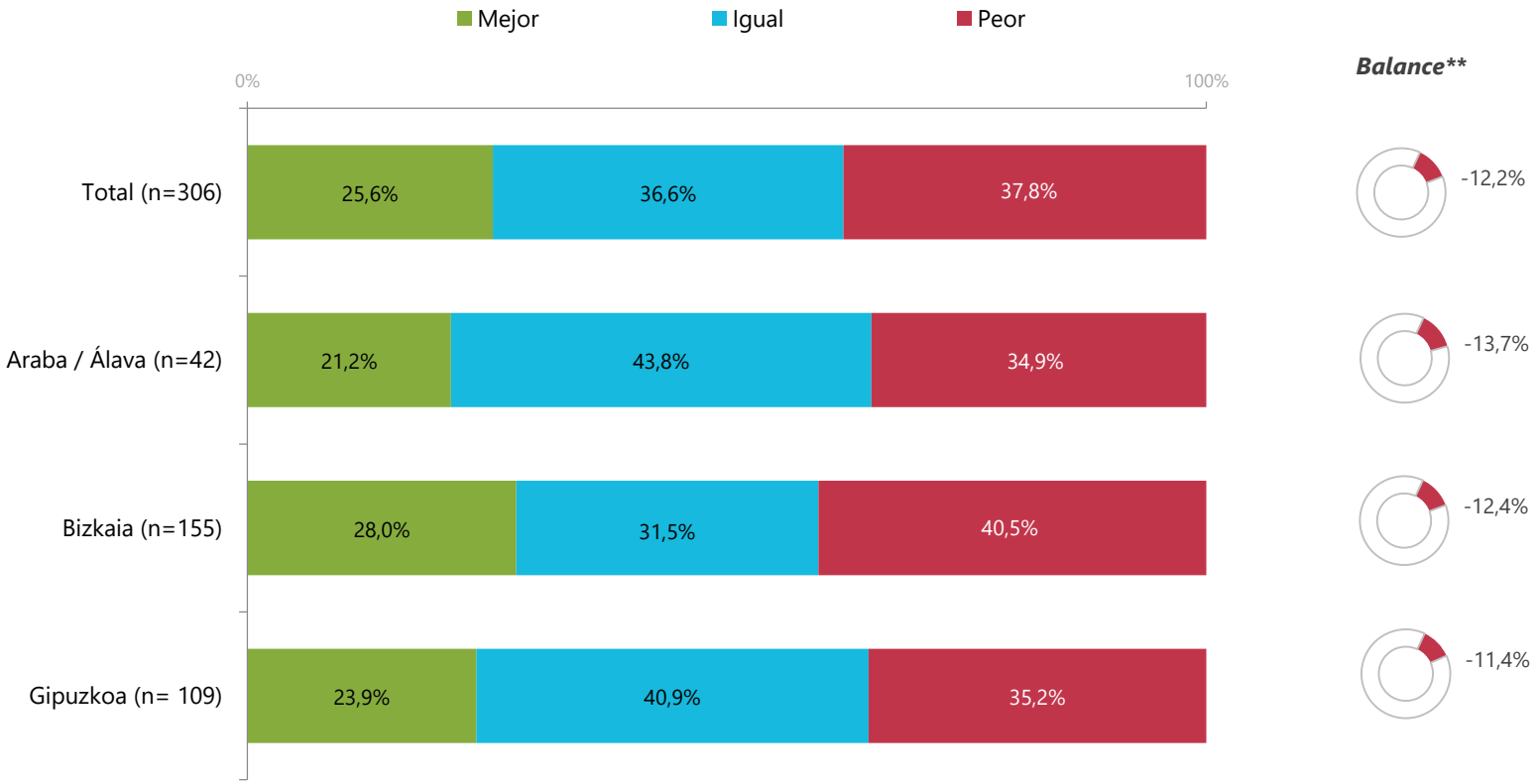
Base: Total de comercios que han participado en la campaña de rebajas (n= 306)



*** Balance: el % Mejor - % Peor= Tendencia incremento vs Tendencia decremento*

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

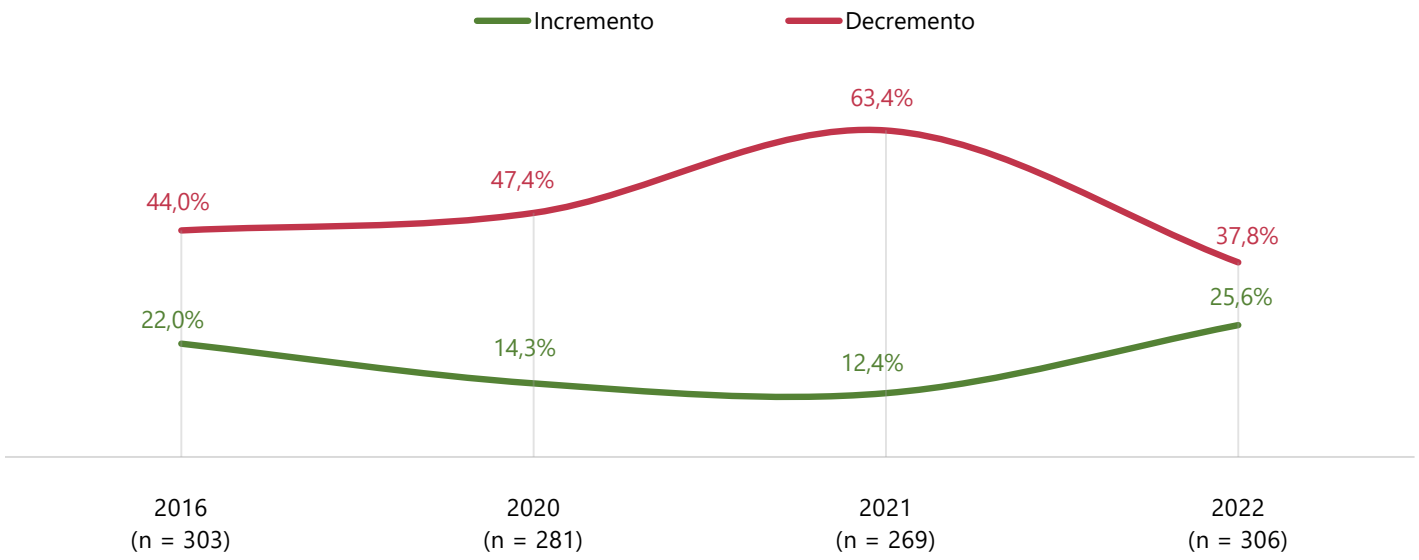
Base: Total de comercios que han participado en la campaña de rebajas (n= 306)



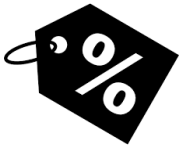
*** Balance: el % Mejor - % Peor= Tendencia incremento vs Tendencia decremento*

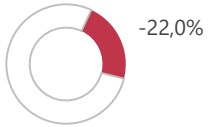
*P.28: Evolución de la campaña de rebajas de invierno con relación al año anterior**

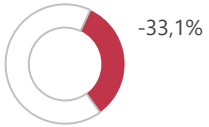
Base: Total de comercios que han participado en la campaña de rebajas

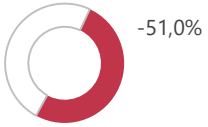


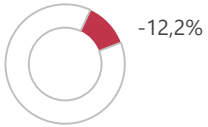
Balance Campaña Rebajas*











Serie histórica del Barómetro del Comercio Vasco

**Cambio metodológico a partir de 2021*

*** Balance: el % Mejor - % Peor= Tendencia incremento vs Tendencia decremento*

15. VALORES COMERCIALES

15.1. Estilos de actividad comercial

Estilos de actividad comercial

Los Barómetros del Comercio Vasco han tratado de profundizar a lo largo de sus olas en la actitud comercial de los y las gestoras, conociendo los "estilos" de la praxis comercial a través de un ratio que permitiera segmentarlos. Este indicador pretende conocer que tasa de comercio que apuesta por una practica comercial más en línea con la volatilidad del mundo que nos rodea, la digitalización y los cambios que se suceden a gran velocidad que implican una escucha constante, frente a quien mantiene un estilo de práctica comercial más estático y tradicional.

Este indicador de estilos de actividad comercial se calcula a partir de las respuestas otorgadas a diferentes cuestiones planteadas*, otorgándoles un valor según se considere más dinámico o estático, proactivo o reactivo, dando como resultado un rango de variabilidad en el Indicador de mínimo 0 puntos a un máximo de 21 puntos.

Para la lectura de los resultados se han establecido cuatro categorías en función de la importancia atribuida a valores comerciales desde un perfil más tradicional a otro más dinámico, de digitalización y renovación, como son:

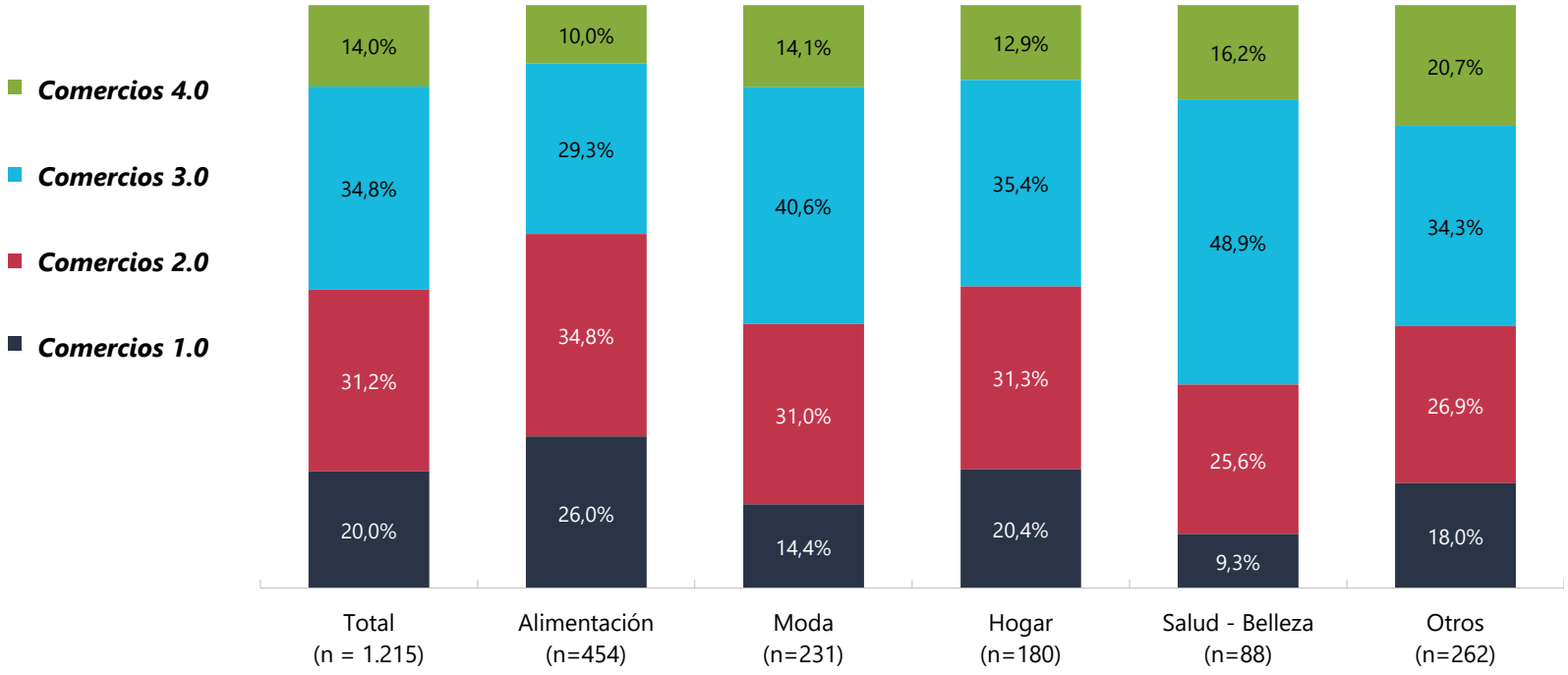
- Comercios 1.0: puntuaciones menores de 5 puntos
- Comercios 2.0: puntuaciones entre 5 y 7 puntos
- Comercios 3.0: puntuaciones entre 7 y 10 puntos
- Comercios 4.0: puntuaciones por encima de los 11 puntos

En términos generales, un 20,0% del comercio vasco presenta un estilo de actividad del tipo 1.0, el más tradicional. El 31,2% se situaría en un estadio más avanzado, el comercio 2.0. Un 34,8% del sector muestra un perfil más dinámico y digital y el 14,0% constituiría el nivel más avanzado, de escucha al mercado, de comercio 4.0.

* Preguntas P.42., P.43., P.23.1, P.12A,P.12.1.,D.6A.,D.8.,D.6B.,P.32 y P.32A

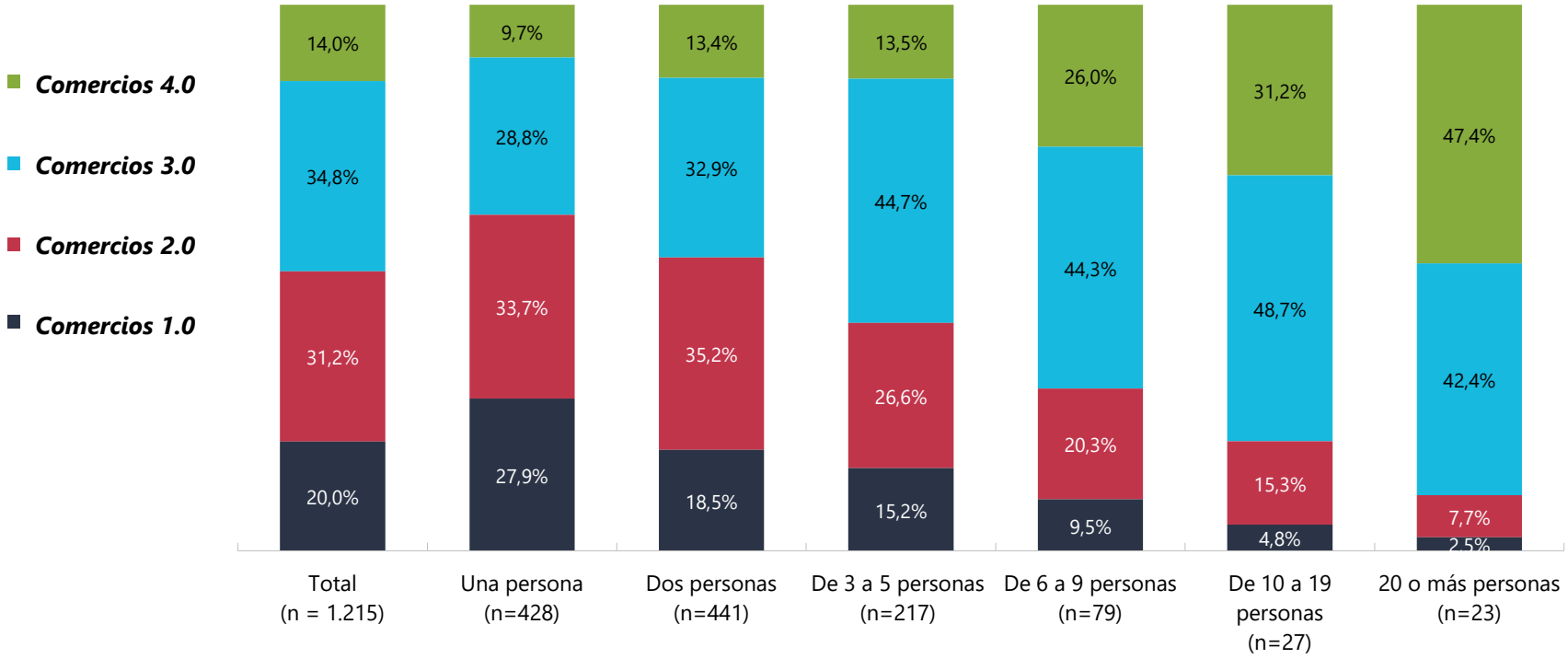
*Indicador de estilos de actividad comercial**

Base: Total de comercios



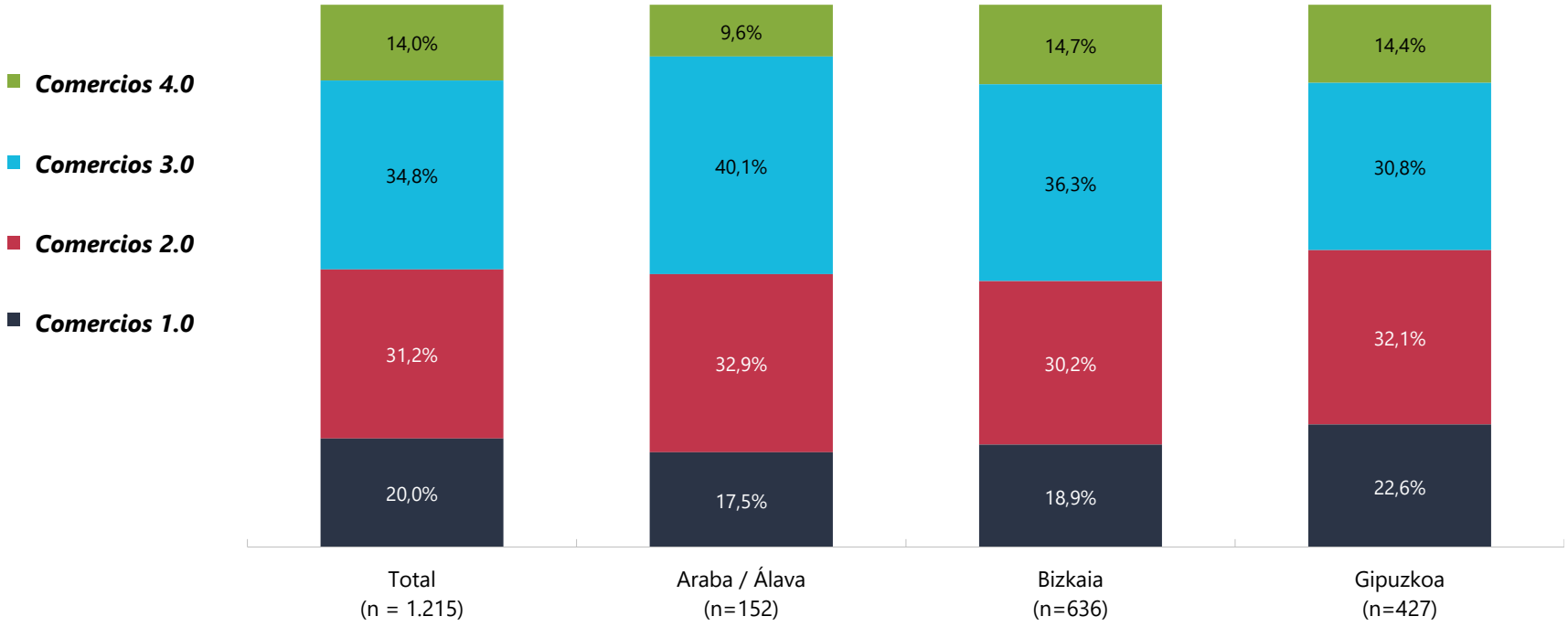
*Indicador de estilos de actividad comercial**

Base: Total de comercios



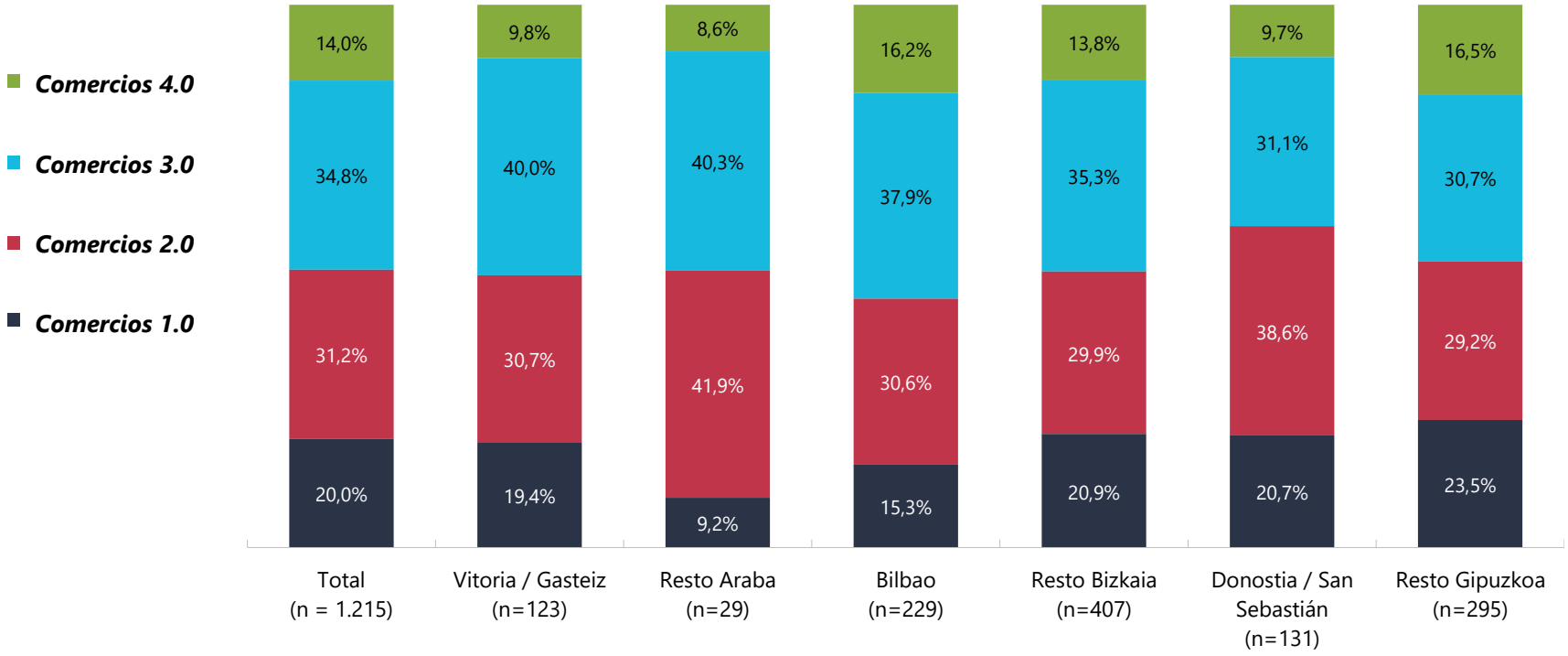
*Indicador de estilos de actividad comercial**

Base: Total de comercios



*Indicador de estilos de actividad comercial**

Base: Total de comercios



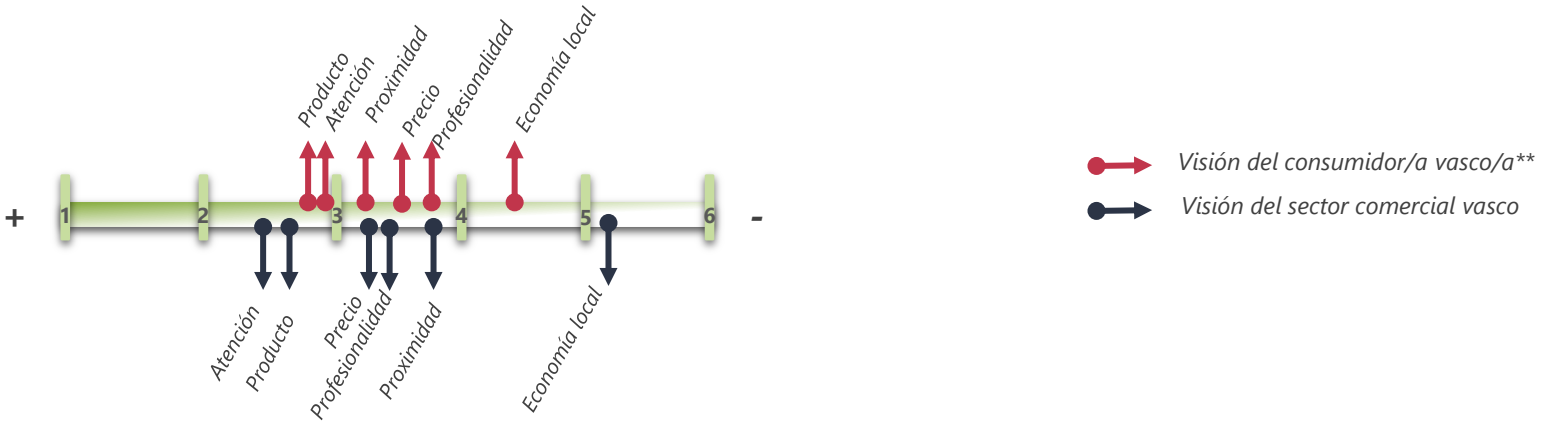
15.2. Valores atribuidos al consumidor/a

Valores atribuidos al consumidor/a

El sector comercial ha otorgado su opinión respecto al grado de importancia que creen que sus clientes atribuyen a diferentes factores de la actividad comercial, al igual que se realiza en el Barómetro del Consumo, 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 vasco considera en su conjunto que sus clientes valoran en la elección del establecimiento de compra la *atención personal*, seguido del *producto en sí mismo*. El sector sitúa en tercer plano la importancia que sus clientes conceden al *precio ajustado a las características del producto*.

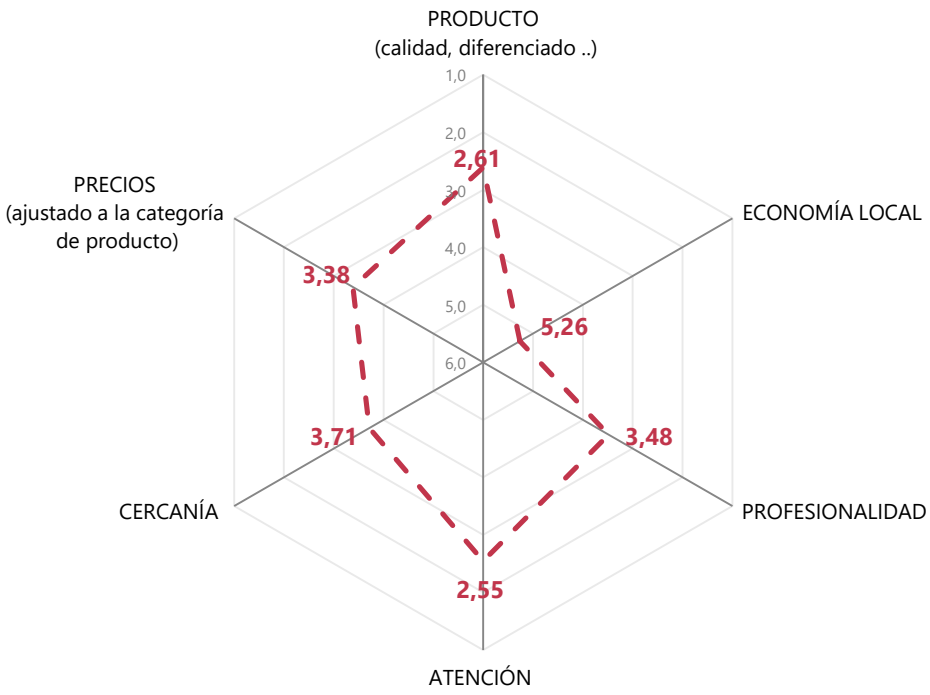
La visión del consumidor recabada en el Barómetro del Consumo 2021 de Enfoka-mer pone en primer lugar el producto en si mismo, seguido de la atención y la proximidad.



*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
**Datos del Barómetro del Consumo 2021

*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



	Visión del consumidor**	Visión del sector comercial
La atención	2,93	2,55
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	2,86	2,61
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,65	3,38
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	3,70	3,48
La cercanía / proximidad	3,36	3,71
Ser comercio local / economía local	4,49	5,26

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*
***Datos del Barómetro del Consumo 2021*

*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

	Total (n = 1.215)	Alimentación (n = 454)	Moda (n = 231)	Hogar (n = 180)	Salud y Belleza (n = 88)	Otros (n = 262)
La atención	2,55	2,55	2,47	2,51	2,18	2,76
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	2,61	2,54	2,50	2,59	3,34	2,61
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,38	3,42	3,18	3,48	3,97	3,24
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	3,48	3,84	3,53	3,10	2,61	3,39
La cercanía / proximidad	3,71	3,57	3,89	4,04	3,53	3,64
Ser comercio local / economía local	5,26	5,09	5,44	5,27	5,37	5,35

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

	Total (n = 1.215)	Empleo 1-2 (n = 869)	Empleo 3-9 (n = 296)	Empleo >=10 (n = 50)
La atención	2,55	2,59	2,48	2,28
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	2,61	2,60	2,62	2,78
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,38	3,37	3,41	3,44
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	3,48	3,50	3,35	3,86
La cercanía / proximidad	3,71	3,67	3,78	4,08
Ser comercio local / economía local	5,26	5,27	5,36	4,56

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

	Total (n = 1.215)	Araba / Álava (n = 152)	Bizkaia (n = 636)	Gipuzkoa (n = 427)
La atención	2,55	2,59	2,49	2,61
El producto (de calidad, diferenciado, variado, etc.)	2,61	2,63	2,62	2,59
El precio ajustado (a la categoría de producto que vende)	3,38	3,37	3,41	3,34
La profesionalidad (asesoramiento, conocimiento..)	3,48	3,36	3,44	3,59
La cercanía / proximidad	3,71	3,63	3,77	3,66
Ser comercio local / economía local	5,26	5,42	5,26	5,20

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*

16. CONSIDERACIONES FINALES

El Barómetro del comercio minorista vasco, en su última edición, ha permitido una aproximación detallada a la realidad del sector comercial vasco.

- ✓ Un sector comercial que cuenta con una antigüedad media de 24 años, integrando tanto comercio de larga andadura -cerca de uno de cada dos establecimientos tiene más de 20 años-, junto a nuevas iniciativas empresariales y aperturas. En este sentido, desde el 2020, el sector ha tenido una tasa de renovación del 6,5%.

- ✓ Son establecimientos que disponen de una superficie de atención al público media de 126 m^2, si bien la mayoría – el 52,3%- no supera los 50 m^2 de sala de venta, aspecto que se ve condicionado por la presencia de grandes operadores de la distribución comercial.

- ✓ Siete de cada diez establecimientos dan empleo a una o dos personas (el 71,5%). Un dato que ha ido reduciéndose paulatinamente a lo largo del histórico del Barómetro. En esta ocasión, el empleo medio alcanza las 3,7 personas.

- ✓ Y hablamos de un empleo feminizado –el 67% son mujeres-, en el que el 22,0% de los puestos están ocupados por personal con estudios universitarios y el 28,7%, con estudios profesionales. Donde tres de cada diez puestos están ocupados por personal mayor de 54 años y en el que los menores de 34 años representan uno de cada diez empleos.

La senda de profesionalización del sector continua avanzando con la incorporación de herramientas y dispositivos tecnológicos para la gestión.

- ✓ Los Terminales Punto de Venta compuestos por ordenador, pantalla y/o caja registradora siguen al alza (el 86,4%), al igual que las tablets y los Smartphones como herramienta de trabajo.

- ✓ En este sentido, un 41,6% de los establecimientos ha renovado o incorporado dispositivos o equipamiento tecnológico en los últimos dos años.

- ✓ Crece también el uso de software de gestión respecto al último Barómetro (65,5%), pero resulta relevante que en los comercios de menor tamaño, que dan empleo a una persona, casi la mitad de ellos carece de este tipo de herramientas.

En el apartado de digitalización del sector comercial, algunos indicadores permiten apreciar avances progresivos:

- ✓ En el horizonte próximo el sector comercial afronta la adecuación al TicketBAI, sistema para digitalizar la facturación a través de software, que dice tener ya adaptado un 13,8%.

- ✓ Un 14,5% de los establecimientos consultados dispone de venta online, dato que desciende ligeramente respecto al último Barómetro realizado en el auge de la pandemia.

- ✓ Sin embargo, se aprecia un desarrollo más profesionalizado de la venta online a través de web o plataforma propia y con sistemas de control de stockage respecto a las unidades en tienda física y virtual.

- ✓ Hoy por hoy, el volumen de ventas a través de e-commerce tiene para la mayoría un peso inferior al 5% del total. No obstante, la cifra media alcanzada - un 13,8%-, da muestras de un incremento paulatino respecto a Barómetros anteriores.

- ✓ En el comercio de artículos de Moda y de Hogar el “social commerce” o la venta digital a través de redes sociales representa una alternativa destacada.

- ✓ Por otra parte, se van incorporando nuevas formas de cobro al sector. El pago en con tarjeta bancaria ha representado el 47,2% de las transacciones de comercio en el 2021, por encima del efectivo. Los pagos con el móvil han supuesto un 1,7% del total y mediante Bizum, un 1,4% de las ventas.

En cuanto a los servicios de atención al público del comercio vasco:

- ✓ El comercio ofrece en su mayoría un horario de atención al público partido (el 72,8%), pero respecto a anteriores Barómetros observamos un incremento del horario de apertura continuo, fundamentalmente asociado al mayor tamaño comercial y actividades concretas como Alimentación, Moda o, Salud y Belleza.

- ✓ También la configuración actual de la muestra permite reparar en un incremento de la apertura en sábado a lo largo de todo el día y no solo hasta mediodía. En este punto inciden diversas variables como la actividad de venta o la localización del comercio, bien sea en zona comercial o no.

- ✓ Resulta relevante que la tasa de visitas atribuidas al sábado se cifra en el 14% para quienes abren medio día y asciende al 20%, entre quienes abren el sábado completo, siendo el día de mayor afluencia de la semana.

- ✓ Por otro lado, un 55,3% de los comercios dispone de las competencias necesarias para atender a su clientela en euskera incrementándose seis puntos porcentuales respecto a anteriores Barómetros.

- ✓ Y siete de cada diez comercios proporciona servicios adicionales a sus clientes, entre los más nombrados la compra o reserva por teléfono o mail, así como la comunicación por WhatsApp.

El Barómetro del comercio minorista ha permitido conocer el comportamiento atribuido a la demanda en el año 2021 comparado con el ejercicio anterior, así como el balance de las principales campañas:

- ✓ En términos generales el sector aprecia un balance positivo en las ventas en 2021, a excepción del sector de Alimentación que fue el único que despuntó en el tiempo de pandemia. Pero también dicho balance se ciñe a las empresas de más de 3 trabajadores/as, en tanto que el pequeño comercio no ha acabado de percibir una mejoría.

- ✓ La última campaña de Navidad tampoco resultó más positiva que la anterior, pudiendo haber quedado condicionada por el clima social de preocupación ante el incremento sostenido de los precios.

- ✓ Por otra parte, la valoración de la campaña de Rebajas invierno, ya en 2022, mejora respecto al fracaso atribuido por el sector el pasado año, aunque los resultados siguen a la baja apuntando a cierta pérdida de influencia o la propia inflación.

- ✓ El comercio vasco ha activado en mayor grado respecto al 2020 promociones y ofertas fuera de temporada (el 36,3%), e iniciativas como el Black Friday han ganado peso (un 21,5%), especialmente en sectores como Moda, Salud y Belleza y Otras actividades de comercio.

- ✓ Las ayudas de la Administración Pública han llegado a tres de cada diez comercios que se han acogido en 2021. Preferentemente han prestado soporte a un perfil de comercio del sector Moda y de menor tamaño.

El sector comercial vasco en su mayoría dispone del local comercial en régimen de alquiler (el 54,1%).

- ✓ Casi uno de cada tres comercios paga mensualmente menos de 800€, pero en este punto los metros de superficie disponible y la localización en ejes de mayor o menor dotación comercial, dan lugar a más dispersión.

- ✓ El importe medio declarado del sector arroja una cifra en torno a 14€/m^2 al mes. El impacto para el comercio de las capitales vascas es notable. Así, Donostia / San Sebastián cuenta con el precio de alquiler más elevado por m^2, seguido de Bilbao.

- ✓ Un 9,3% de los establecimientos ha logrado renegociar a la baja el precio de su alquiler, cuota que se ha reducido respecto al éxito logrado en el Barómetro anterior, en el inicio de la pandemia.

Por último, el sector comercial vasco se muestra implicado en la preservación del entorno como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Casi siete de cada diez comercios dice llevar a cabo alguna iniciativa en pos de la sostenibilidad medioambiental, trabajando en la eliminación de bolsas de plástico y reciclaje de embalajes, así como en un consumo de energía más eficiente.

enfokamer
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