

1.- PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO



1.1. Objetivos de la encuesta de hábitos de consumo

El Observatorio del Comercio de Euskadi, Enfokamer se consolida como una herramienta esencial para el análisis y la planificación económica y comercial de Euskadi. A través del análisis continuo de indicadores clave, su objetivo es proporcionar información estratégica de valor sobre los hábitos de consumo y las tendencias de compra de la población vasca. La presente edición, integrada en la estadística oficial del Gobierno Vasco por segundo año consecutivo, ha abordado un cambio metodológico en la toma de datos que debe tenerse en cuenta a la hora de analizar los resultados en perspectiva con años anteriores.

La Encuesta de Hábitos de Consumo persigue el objetivo de analizar, describir y monitorizar los patrones de compra de las personas consumidoras. Esto permite no solo identificar los potenciales cambios en la demanda y anticipar la evolución de las conductas de compra, sino también fortalecer la competitividad del sector comercial vasco. Los resultados obtenidos son relevantes para dotar a los agentes socioeconómicos y a las instituciones de la información precisa para la mejora continua.

Los objetivos específicos de información de la encuesta comprenden:

- Situación y clima de opinión de la ciudadanía vasca a través de los principales problemas identificados
- Valoración de la situación actual y expectativas con relación a la economía vasca, la economía familiar y la movilidad laboral que configuran el Indicador de Confianza del Consumidor/a Vasco/a
- Percepción de la situación económica personal y capacidad de ahorro de la ciudadanía.
- Hábitos de consumo de la población para diferentes categorías de compra; frecuencia de consumo, elección del establecimiento de compra, consumo intra/extra municipal, medio de desplazamiento y factores comerciales valorados...
- Percepción en torno a las variaciones en el consumo de diferentes categorías de compra, tanto en frecuencia como en gasto, así como en la elección de las tipologías de establecimientos de compra.
- Incidencia de la compra Online y el consumo colaborativo.
- Y, percepción del consumidor y consumidora respecto al sector comercial

1.2. Ficha técnica de la encuesta



Público objetivo

El público objetivo de la operación estadística Encuesta de Hábitos de Consumo es la población de entre 18 y 80 años residente en viviendas familiares de la Comunidad Autónoma de Euskadi y en sus territorios históricos.



Fechas de realización

El trabajo de campo de operación estadística encuesta de hábitos de consumo se realizó entre el 3 de octubre y el 23 de octubre de 2025.



Marco y diseño de la base muestral

El marco de la operación estadística oficial ha sido constituido por Eustat. El proceso de extracción de la base muestral sobre la que realizar el trabajo de campo ha seguido un muestreo estratificado en una sola etapa y equilibrado tanto por la variable grupo de edad y sexo por territorio, contando con la diferenciación entre residentes en la capital y resto de municipios. La extracción realizada por Eustat ha utilizado el método CUBE que realiza un equilibrio por variables y asegura una distribución del número de personas para representar la población.

Se ha estimado la necesidad de contar con una base sobre la que realizar el sondeo de 6.400 registros de cara a alcanzar una muestra resultante óptima. De los 6.400 registros inicialmente extraídos por Eustat y tras cruzar los datos con el Padrón de habitantes, ha dado como resultado una base muestral definitiva compuesta por 6.380 casos.

Universo objeto de estudio

		GRUPO DE EDAD Y SEXO												TOTAL
		De 18 a 29 años		De 30 a 39 años		De 40 a 49 años		De 50 a 59 años		De 60 a 69 años		De 70 a 80 años		
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
TERRITORIO HISTÓRICO	Araba / Álava	20.040	19.018	17.534	17.278	25.785	25.361	26.967	26.630	21.564	23.445	16.779	19.678	260.079
	Bizkaia	46.951	44.341	36.946	36.674	51.151	51.026	57.498	56.694	47.668	51.197	37.517	44.971	562.634
	Gipuzkoa	69.319	65.537	59.349	58.817	83.302	83.332	91.190	93.010	79.030	87.367	58.237	72.565	901.055
TOTAL		136.310	128.896	113.829	112.769	160.238	159.719	175.655	176.334	148.262	162.009	112.533	137.214	1.723.768

1.2. Ficha técnica de la encuesta



Diseño del trabajo de campo, muestra y error estadístico

Una vez obtenida la base muestral extraída por Eustat, se procedió al envío de una carta informativa a las personas seleccionadas poniendo en su conocimiento la operación estadística y proporcionando un acceso personalizado al cuestionario online.

A diferencia de años anteriores la consecución de la muestra y el trabajo de campo se ha realizado combinando la recogida de datos online y offline, empleando tanto CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) como CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*).

Finalmente, la muestra obtenida alcanza las 1.804 entrevistas a la población vasca entre 18 y 80 años, lo que supone un margen de error de $e = \pm 2,3\%$ (para un nivel de confianza del 95,5%, 2 s respecto de μ siendo $p=q=0,5$). El 71,4% de la muestra se realizó vía CAWI y el 28,6%, CATI



Estructura de la muestra realizada y equilibrado

A continuación, se exponen los resultados del muestreo realizado según variables de estratificación y la muestra resultante una vez ponderada o equilibrada a la verdadera proporcionalidad del universo de estudio.

Estructura de la muestra realizada sin ponderar

		GRUPO DE EDAD Y SEXO												TOTAL
		De 18 a 29 años		De 30 a 39 años		De 40 a 49 años		De 50 a 59 años		De 60 a 69 años		De 70 a 80 años		
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
TERRITORIO HISTÓRICO	Araba / Álava	29	33	25	24	37	39	40	40	43	34	34	30	408
	Bizkaia	60	60	50	55	72	69	79	76	68	73	52	63	777
	Gipuzkoa	51	51	39	40	52	57	62	58	58	58	47	46	619
TOTAL		140	144	114	119	161	165	181	174	169	165	133	139	1804

Estructura de la muestra realizada ponderada

		GRUPO DE EDAD Y SEXO												TOTAL
		De 18 a 29 años		De 30 a 39 años		De 40 a 49 años		De 50 a 59 años		De 60 a 69 años		De 70 a 80 años		
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
TERRITORIO HISTÓRICO	Araba / Álava	21	20	18	18	27	27	28	28	23	25	18	21	272
	Bizkaia	73	69	62	62	87	87	95	97	83	91	61	76	943
	Gipuzkoa	49	46	39	38	54	53	60	59	50	54	39	47	589
TOTAL		143	135	119	118	168	167	184	185	155	170	118	144	1804

1.3. Descripción metodológica de los indicadores de la encuesta

El Índice de Confianza del Consumidor/a Vasco/a

El Indicador de Confianza del Consumidor/a Vasco/a – I.C.C.V.- del Observatorio del comercio Enfokamer, viene definido por dos indicadores parciales; el Indicador de Situación Actual, que valora la percepción entorno a la Economía Vasca, la Economía Familiar y la Movilidad laboral y, el Indicador de Expectativas, que hace referencia a la situación esperada en el plazo de seis meses.

- Para su elaboración se calcula el saldo, para cada una de las preguntas, entre el porcentaje de respuestas que indican una mejora y el porcentaje de respuesta que indican un empeoramiento de la situación, sumando 100 puntos para su normalización.
- Cada indicador parcial -Situación Actual y Expectativas-, se calcula como la media aritmética de los tres índices que los definen.
- Por último, el I.C.C.V. de Enfokamer se construye como la media aritmética de los dos indicadores parciales - Situación Actual y Expectativas-.

El rango de variabilidad que puede tomar el Índice y sus indicadores parciales oscila, por tanto, entre 0 y 200 puntos y la interpretación de los valores que puede tomar el I.C.C.V., es la siguiente:

- Entre 100 y 200: percepción favorable.
- Igual a 100: percepción neutra.
- Entre 0 y 100: percepción desfavorable

El Índice de Capacidad de Ahorro y Consumo

El cálculo, así como la interpretación de estos indicadores, es el mismo que el empleado en el Indicador de Confianza del Consumidor/a Vasco/a, con la salvedad de las variables empleadas para su construcción.

Así, el Indicador de Capacidad de Ahorro se construyen a partir de las siguientes cuestiones:

- Capacidad de ahorro respecto al primer semestre 2025 (Balance actual)
- Capacidad de ahorro de cara al futuro, en los próximos seis meses (Balance de expectativas)

En el caso del Indicador de Consumo, la elaboración sigue la misma metodología sobre las cuestiones del cuestionario relativas a:

- Frecuencia de consumo en diferentes categorías de compra
- Gasto declarado en diferentes categorías de compra