



# Barómetro del Comercio Minorista Vasco 2021

Resumen ejecutivo



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO

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



[behatokia-merkataritza@euskadi.eus](mailto:behatokia-merkataritza@euskadi.eus)



Donostia-San Sebastián, 1  
01010 Vitoria-Gasteiz



[www.euskadi.eus/gobierno-vasco/observatorio-comercio](http://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/observatorio-comercio)

## 1. CAMBIOS METODOLÓGICOS EN EL BARÓMETRO DE COMERCIO

La presente edición de la operación estadística oficial "Barómetro del 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. Dicho soporte ha permitido contar con un perfil diferente de establecimientos con menor representatividad en el panel, ya que incluye tanto a comercio independiente como a 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.

## 2. DESCRIPCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA VASCO: HIGH LINES


El Barómetro del Comercio Vasco permite hacer una descripción de algunas de las variables estructurales del mismo.

- **SUPERFICIE DE VENTA AL PÚBLICO:** Tamaño medio de **126 m<sup>2</sup> disponibles, siendo el valor más repetido el de 50 m<sup>2</sup>**. De todos, el valor más recurrente\* en el comercio vasco son 50 m<sup>2</sup>, 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<sup>2</sup>. Le sigue el comercio de venta de artículos para el Hogar, con 130 m<sup>2</sup> disponibles. También en Alimentación la media del sector es elevada, 125 m<sup>2</sup>, 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<sup>2</sup>, frente al comercio de alimentación especializado que cuenta con 47 m<sup>2</sup> 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<sup>2</sup> de media y los de Moda, con 86 m<sup>2</sup>. 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.

- **EMPLEO:** 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.
- **ANTIGÜEDAD:** La antigüedad media del comercio minorista vasco se estima **en 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.
- **RENOVACIÓN:** 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%). Otro tipo de iniciativas con afán de renovación de la imagen que afectan a un menor número de establecimientos, son:
  - Cambiar el mobiliario; 40,0%
  - Cambiar la distribución; 19,1%

Por otro lado, son menos los establecimientos que han abordado un restyling de su imagen de marca en aspectos como el rótulo comercial (11,93,0%) o el logotipo o marca (9,3%). Como se puede apreciar renovar el comercio continúa teniendo más implicaciones tangibles (pintar, cambiar la iluminación o el mobiliario) que intangibles (marca).



- **FORMA JURÍDICA:** El 66,5% de los comercios minoristas son explotados bajo la forma de **persona física (empresario individual 57,3% o comunidad de bienes 9,0%)**. Esta es la forma de organización jurídica más generalizada, teniendo en cuenta la dimensión del comercio minorista vasco (por dimensión entendemos el número de personas empleadas).
- **RÉGIMEN DE TENENCIA:** El régimen de tenencia del comercio minorista vasco se articula principalmente en base a **dos situaciones:** el **comercio de sucesión familiar (29,3%)** y el **nuevo comercio (46,3%)** el restante **17,4%**, ha accedido a través de un **traspaso**.
- **TECNOLOGIZACIÓN:** 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. 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.
  - **Ordenador de sobremesa: un 61,1% dispone de esta TIC** en su negocio. Ha descendido respecto al anterior Barómetro en 4,3 puntos porcentuales.
  - **Portátil: un 26,6% dispone de ordenador portátil** suponiendo un decremento de 2,8 puntos porcentuales en referencia a valores del Barómetro anterior.
  - **Tablet: el 19,6% de los comercios dispone de Tablet.** Porcentaje que ha aumentado en 4,2 puntos respecto al último Barómetro.
  - **TPV: un 86,4% dispone de TPV** suponiendo un incremento de 3,5 puntos porcentuales en referencia a valores del Barómetro anterior.
  - **Smartphone: el 45,7% de los comercios dispone de smartphone.** Porcentaje que ha aumentado en 9,4 puntos respecto al último Barómetro.
  - **Internet: un 87,2% de los comercios disponen de conexión a Internet.** El dato ha decrecido respecto al anterior Barómetro en 1,8 puntos porcentuales.
  - **Software de Gestión: un 65,5% dispone de este tipo de aplicación.** Cifra que ha crecido respecto al último Barómetro en 3,3 puntos porcentuales.

### 3. MEDIOS DE COBRO

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. 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.


## 4. LOS GESTORES DEL COMERCIO VASCO

Respecto al perfil de las personas responsables, dueños o dueñas del comercio minorista vasco disponemos de la siguiente información:

- **Antigüedad:** 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.
- **Género:** 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.
- **Edad:** 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%.
- **Nivel Formativo:** 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.



## 5. EL PERSONAL EMPLEADO EN EL COMERCIO MINORISTA VASCO

- **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.
  - **Género:** 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.
  - **Edad:** 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.
  - **Nivel Formativo:** **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.
- 

## 6. EL ESTILO / LA FORMA DE RELACIÓN DEL COMERCIO

El estilo o forma de actividad comercial es un ratio o variable virtual que permite segmentar a los comercios minoristas vascos por su forma de relación con la y el cliente.

Hay **cuatro grandes estilos de actividad**, 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.

El comercio minorista vasco ha experimentado durante los últimos años una **lenta pero positiva evolución** hacia formatos en los que se asume como necesaria la incorporación de innovaciones tanto tecnológicas como de talento. Estos comercios 4.0 tienen una mayor presencia en Bizkaia 14,7%, seguida de Gipuzkoa con un 14,4% y Araba/Álava con el 9,6%.

Por sectores el de **Salud y belleza destaca entre los más innovadores** al integrar al 16,2% de los comercios 4.0 mientras que el de alimentación es el más tradicional al registrar tan solo al 10,0% más innovadores.

En base al tamaño de empresa **los comercios de 10 a 19 trabajadores y de 20 o más son los de perfil más innovador** al captar al 31,2% y 47,4% de los comercios 4.0. Se da para todos los tramos de empleo una clara correlación entre el tamaño de la plantilla y el número de comercios 4.0.

## 7. LOS VALORES DEL COMERCIO VASCO

Se ha pedido a los comerciantes entrevistados que valoren el grado de importancia que creen que sus clientes atribuyen a diferentes factores de la actividad comercial, al igual que se realiza en el Barómetro 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 minorista vasco considera en su conjunto que sus clientes valoran por encima de todo en la elección del establecimiento de compra **la atención personal, seguido 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**.

Esta misma cuestión se plantea en el Barómetro del Consumo que se realiza en el mes de septiembre resultando **relevante que para las personas consumidoras el producto en si**



***mismo es el factor preeminente en la elección del comercio, seguido de la atención y la proximidad.***

Resulta asimismo destacable en la comparativa que confronta ambas visiones, el valor otorgado por el consumidor al **hecho de ser economía local**, bastante más elevado que el que otorga el propio comercio.

## 8.- HORARIOS Y AFLUENCIA AL COMERCIO VASCO

**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.

En lo que respecta a la apertura en 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.

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.

## 9.- PERCEPCION DE LA EVOLUCION DE LA AFLUENCIA, VOLUMEN DE NEGOCIO Y ACCESO A AYUDAS

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.

En relación a las ventas en 2021, comparadas con el ejercicio anterior, los resultados del sector en

su conjunto siguen mostrando un ligero retroceso. Dato 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 comercios señala que sus ventas en 2021 han mejorado respecto al año previo y un 23,3%, que se han mantenido igual. La evolución interanual positiva de las ventas 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.

En relación a las ayudas dirigidas al sector comercial procedentes de la Administración Pública, tres de cada diez comercios vascos se han acogido a ellas, concretamente 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 podido acoger 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.

## 10. INVERSIONES Y RENOVACIONES ACOMETIDAS POR EL COMERCIO VASCO

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.

## 11. EL USO DEL EUSKERA EN EL COMERCIO VASCO

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.

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.

## 12.- 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.

## 13.- LAS VENTAS ONLINE

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.

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.

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 sí, no de forma inmediata. Esta intención es más patente entre el comercio del sector de Moda así como en el de Otras actividades.





## 14. EL ALQUILER DE LOS LOCALES COMERCIALES

**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.

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<sup>2</sup> 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<sup>2</sup> 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<sup>2</sup> alcanza los 13€ de media. Por el contrario, los establecimientos especializados pagan de media 1.067€ al mes, con un importe de 22€/m<sup>2</sup>.

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<sup>2</sup> de alquiler más elevado de las tres (22€/m<sup>2</sup>), seguido por Bilbao (20€/m<sup>2</sup>) y a distancia, Vitoria / Gasteiz (11€/m<sup>2</sup>), 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.

## 15. OFERTAS, CAMPAÑA DE NAVIDAD Y REBAJAS

**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.

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.

**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.

**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.

## 16. CONCLUSIONES

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<sup>2</sup>, si bien la mayoría – el 52,3%- no supera los 50 m<sup>2</sup> 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<sup>2</sup> 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<sup>2</sup>, 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.

