

PRIMER SONDEO DEL OBSERVATORIO DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN

PRINCIPALES RESULTADOS

-Mayo 2020-

PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS DEL PRIMER SONDEO SOBRE LA SITUACIÓN DEL COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN Y CONSECUENCIAS DERIVADAS DEL COVID-19

La Confederación de Comercio de Castilla y León, dentro de las actuaciones puestas en marcha en relación con esta situación sin precedentes provocadas por el COVID -19, lanzó un cuestionario al comercio de la comunidad el pasado 21 de abril de 2020 con el objetivo de conocer de primera mano la situación y necesidades del sector, así como las principales medidas y ayudas que demandan a las administraciones públicas, para reforzar el discurso y criterio que desde CONFERCO se está ofreciendo en los diferentes foros y conversaciones mantenidas con los representantes de los agentes socioeconómicos y responsables políticos.

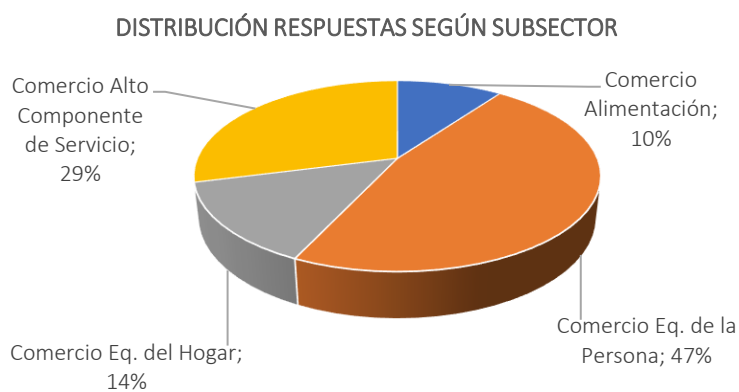
Este primer cuestionario dará paso a otros sucesivos que profundizarán en nuevos temas de interés para el sector, y que serán llevados a cabo próximamente.

Es un momento decisivo para afrontar cambios en el sector, y desde CONFERCO se continua, más que nunca, prestando ayuda en estos momentos tan críticos a nuestro comercio, por ello, estamos desarrollando una estrategia que permita recuperar nuestro ritmo lo antes posible, partiendo del conocimiento que pueden llegar a ofrecer estos estudios que toman el pulso al comercio.

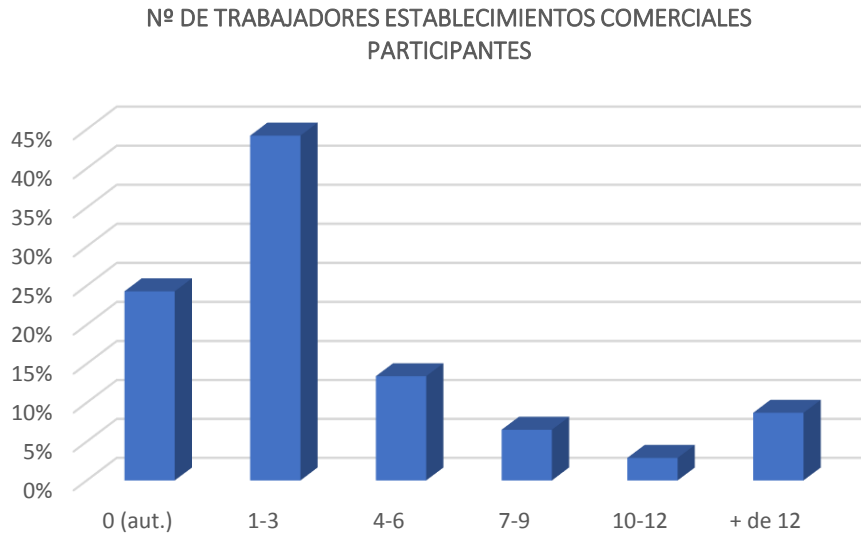
En este sentido, se trasladan los diferentes resultados del cuestionario desarrollado por parte de CONFERCO a mediados de abril, a través de las diferentes organizaciones provinciales que integran la organización.

Un breve formulario que ha contado con 406 respuestas, de las cuales válidas son 401 (repeticiones de correo, sin respuesta...)

Estas 401 encuestas cumplimentadas por los empresarios del comercio, se distribuyen según su actividad en estos cuatro grandes grupos:

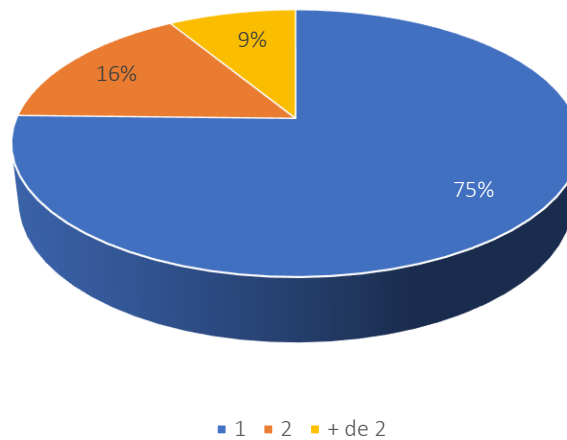


Respecto al tamaño de sus plantillas, el 82% ha trasladado que se encuentra en el intervalo de 0 a 6 trabajadores. En concreto el 44% de los que han respondido, su empresa mantiene plantillas del 1-3 empleados.



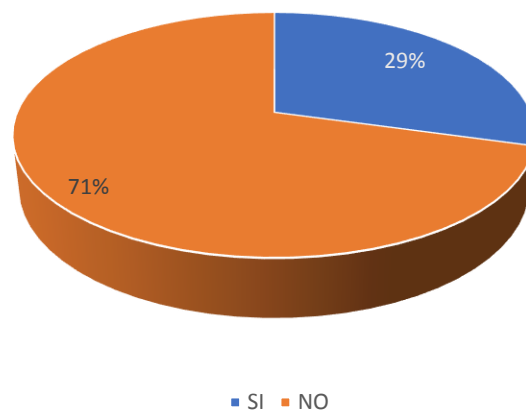
En esta línea de conocer su estructura empresarial, el 75% solo cuenta con 1 punto de venta física bajo un mismo CIF.

ESTRUCTURA DEL SECTOR. Nº DE PUNTOS DE VENTA



Tras esta primera introducción a la tipología de empresa que ha participado en este estudio, y en relación con la situación excepcional en la que nos encontramos, el 71% de empresas señala que se encuentra cerrado (obligatorio, cierre forzoso) por no ser considerado servicio esencial.

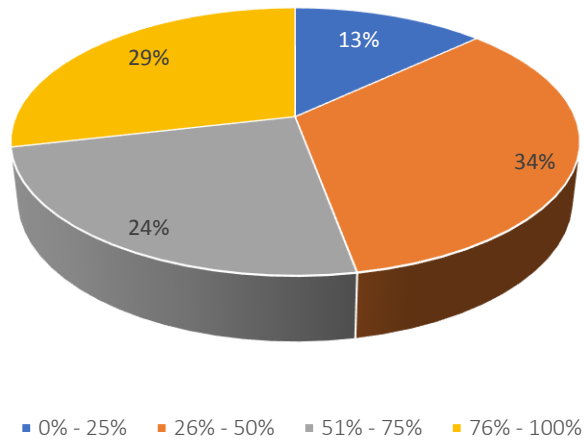
CLASIFICACIÓN DE COMERCIOS CONSIDERADOS NO ESENCIALES
/ ESENCIALES



En función de esta premisa, se ha realizado una pregunta orientada a conocer la estimación de pérdida de facturación para una hipotética duración del Estado de Alarma exclusivamente de dos meses, obteniendo los siguientes resultados:

Para la mayoría (un 52%) de comercios que han sido considerados como servicio esencial las pérdidas anuales se estiman en el intervalo de 0-50%, mientras que para aquellos que se han visto obligados a cerrar esta previsión alcanza del 50 al 100% (de las respuestas obtenidas para no esenciales el 54% manifiesta esta pérdida). La previsión más pesimista (del 76 al 100% de reducción de facturación anual derivada de esta crisis) se encuentra en los establecimientos dedicados a la venta de ropa seguida por los establecimientos de calzado, complementos, librerías y muebles. Los más optimistas (del 0 al 25%) que coincide fundamentalmente con los establecimientos considerados esenciales, son los comercios que se engloban en el grupo de alimentación.

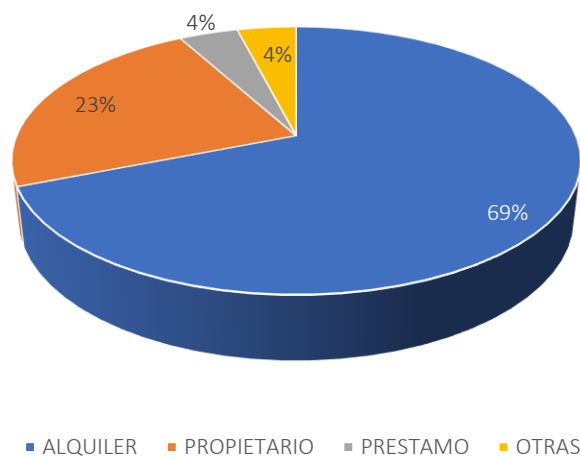
ESTIMACIÓN DE PÉRDIDAS



Respecto a la pregunta sobre la posibilidad de negociar el alquiler ante el cese de actividad y/o la reducción de facturación las respuestas se agrupan en:

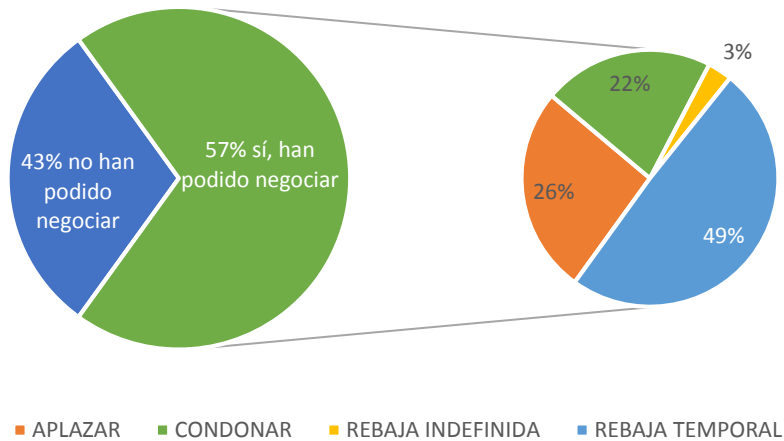
- 69% ha respondido que su local se encuentra en régimen de alquiler, un 23% son propietarios, mantienen préstamos un 4% y en otras situaciones un 4%.

SITUACIÓN DEL LOCAL



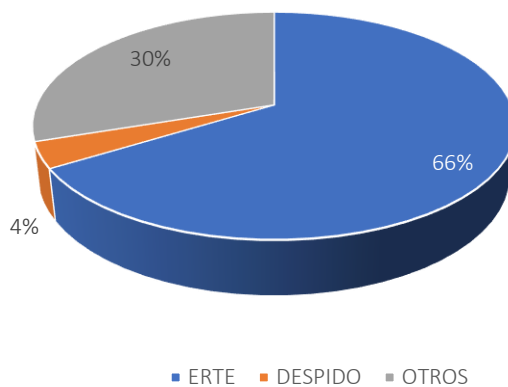
- De este 69% que se encuentra en régimen de alquiler, el 57% de respuestas obtenidas han manifestado que sí han podido negociar su precio. En concreto, un 26% han aplazado su pago, el 22% han negociado una condonación, el 3% una rebaja por tiempo indefinido y el 49% una rebaja temporal.

NEGOCIACIÓN DEL ALQUILER



En relación con la aplicación de medidas a la plantilla solo un 10% manifiesta no haber tenido que acogerse medidas en su equipo de trabajo frente al 90% que se han visto obligados a poner en marcha:

MEDIDAS EN MATERIA DE EMPLEO



- ERTE (66% de aquellos que han aplicado medidas)
- Despido (4% de aquellos que han aplicado medidas)
- Otras medidas (30% de aquellos que han aplicado medidas)

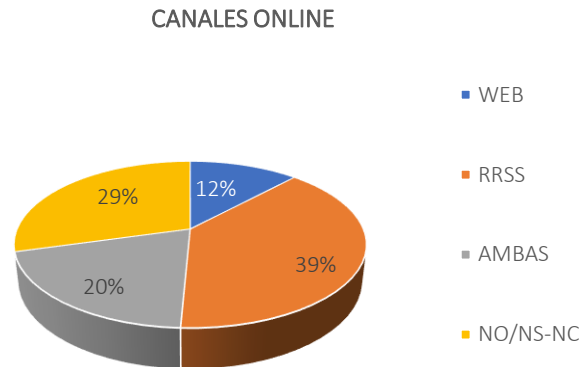
Por otro lado, el 54% de los que han participado en esta encuesta señalan que ha solicitado un préstamo.

Para aquellos que han solicitado un préstamo, los participantes han comentado que han contado con determinadas barreras tales como el retraso en la confirmación de su concesión e ingreso de la cantidad solicitada, denegaciones de las solicitudes, el agotamiento presupuestario de los ICO,

la desinformación sobre los tipos de interés a aplicar y el recurso a otras alternativas de financiación como son los propios familiares.

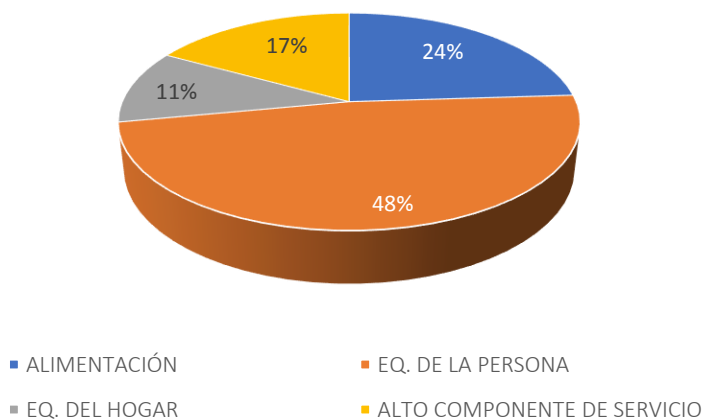
Con el objetivo de conocer la multicanalidad del sector, se ha preguntado sobre la disponibilidad de página web de venta online y/o redes sociales de su establecimiento comercial, con el siguiente resultado:

- El 12% tiene página web para la venta online
- El 39% cuenta con RRSS de la empresa
- El 20% cuenta con ambas herramientas
- El 29% no dispone de página web ni RRSS de la empresa



Para aquellos que cuentan con estos canales (71%), el 28% ha manifestado que ha realizado ventas a través de estos medios. Estas ventas se han realizado en aquellos comercios cuya actividad se dedica a: 24% alimentación, 48% equipamiento de la persona, 11% equipamiento del hogar y 17% en comercio con un alto componente de servicio.

SUBSECTORES QUE HAN REALIZADO VENTA A TRAVÉS DE CANAL DIGITAL



Pero también se debe destacar, que sobre aquellos que han podido realizar venta a través de estos canales, el 85% señala que la facturación ha sido residual o nula.

Respecto a las medidas que se consideran necesarias y urgentes poner en marcha por parte de las administraciones para paliar la reducción y/o nula actividad como consecuencia del Estado de Alarma se han destacado las siguientes (se agrupan en las principales):

- La condonación, rebaja y/o aplazamiento de los impuestos y tasas debido a la falta de ingresos, incluidos los de la Seguridad Social y el pago de autónomos
- Una menor presión fiscal. Ayudas fiscales y sociales. Reducción del IVA
- Ayudas directas a los autónomos que no cuentan con ningún tipo de ingreso
- Flexibilidad de los ERTES, en relación con la incorporación progresiva de los empleados en función de las necesidades de los empresarios
- Realización de test a la población para limitar las posibilidades de propagación
- Ayudas para el pago de alquiler de los locales comerciales y para el resto de costes fijos que siguen manteniendo
- Medidas reales que garanticen la liquidez. Facilidades para la financiación y reforzar créditos
- Permitir la apertura progresiva del comercio de forma escalonada
- Implantar planes de modernización del pequeño comercio
- Realizar campañas que incentiven el consumo en el pequeño comercio (de promoción y a través de bonos)
- Potenciar la venta online y la utilización de canales digitales.

Con la previsión de apertura de su establecimiento, los principales materiales y/o productos que van a necesitar para seguir trabajando en la protección de la salud de sus trabajadores y de los clientes son los siguientes (respuestas múltiples):

- Máscaras de protección: 96%
- Guantes: 93%
- Geles Hidroalcohólicos: 94%
- Rotulación sobre pautas para mantener la seguridad: 67%
- Datáfono/ pago con móvil 9%

Y sobre los proveedores de estos materiales, un 80% ha respondido que Sí que va a necesitar contactos nuevos para su aprovisionamiento.

Respecto a qué medidas considera necesarias para sensibilizar y ganar de nuevo la confianza del consumidor en el comercio de Castilla y León, las principales respuestas son:

- Realizar test a la población para garantizar la seguridad de los usuarios/clientes.
- Trasladar información fiable y tranquilizadora y contar con los medios necesarios para garantizar la salud de empleados y clientes
- Campañas de apoyo y publicidad al comercio local
- Campañas para la normalización de una nueva realidad cuanto antes
- Apoyar el consumo local mediante bonos / descuentos
- Sensibilizar al consumidor para que apoye a la economía local
- Inyectar liquidez también en los hogares para contrarrestar la incertidumbre económica
- Ayudas directas al sector
- Mayores impuestos para las grandes plataformas de distribución online y regular su venta

Por último y en relación con el apoyo que puede ofrecer CONFERCO al sector, el comercio nos solicita (son respuestas múltiples):

- Desarrollar proyectos de promoción de los subsectores: 52%
- Formación y reciclaje: 24%
- Apoyo a la digitalización: 32%
- Campañas de sensibilización al consumidor: 84%
- Acuerdos con empresas para que suministren materiales y EPI's para compras agrupadas que reduzcan costes: 55%
- Convenios con entidades financieras que mejoren las condiciones para el comercio: 51%

SOLICITUD APOYO DESDE CONFERCO

