



OBSERVATORIO DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN



# II Sondeo del Observatorio de Comercio de Castilla y León

Principales resultados

-10 de julio de 2020-

La Confederación de Comercio de Castilla y León ha puesto en marcha el II sondeo del Observatorio de Comercio de Castilla y León con el objetivo de conocer la evolución y necesidades del sector durante estas últimas semanas en las que progresivamente se ha ido restaurando la apertura de nuestros establecimientos.

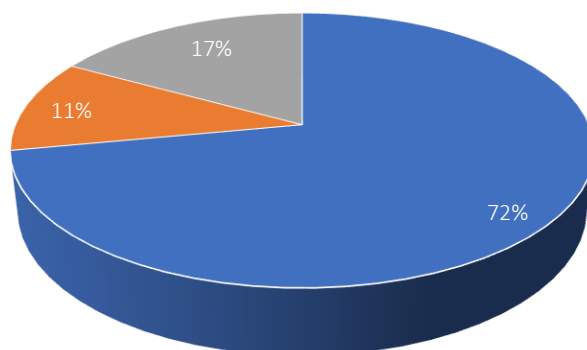
Los destinatarios en esta ocasión solo han sido los **Establecimientos considerados NO esenciales durante el Estado de Alarma.**

El cuestionario diseñado con Google Forms, ha sido difundido a través de diferentes canales tales como: e-mailing y redes sociales.

El cuestionario se abrió el pasado día 9 de junio y se cerró el 10 de julio de 2020.

En este sentido la distribución de respuestas trasladadas desde los **comercios considerados NO ESENCIALES** ha sido la siguiente:

DISTRIBUCIÓN RESPUESTAS SEGÚN SUBSECTOR

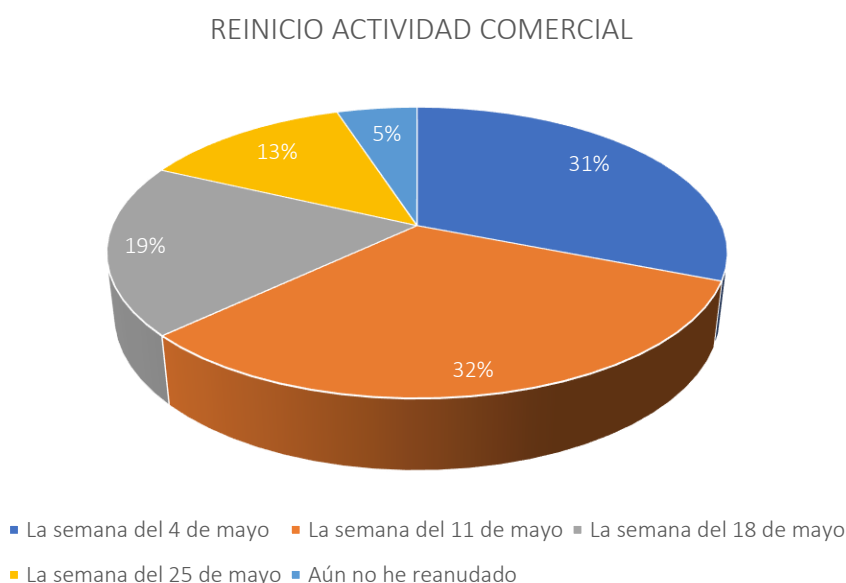


■ EQ. DE LA PERSONA ■ EQ. DEL HOGAR ■ SERVICIOS

Mayoritariamente han respondido a este cuestionario los comercios cuya actividad principal se encuadra en el Equipamiento de la Persona con un 72% (calzado, ropa, complementos...), seguido de los establecimientos que se integran en el denominado comercio con un alto componente de servicio 17%

(droguerías, perfumerías, y floristerías) y por último los establecimientos del equipamiento del hogar con un 11% en el que se incluyen comercios dedicados a la venta del mueble, bricolaje y ferretería.

En relación con el proceso de desescalada, el reinicio de la actividad ha sido progresivo. En concreto la distribución de respuestas ofrece los siguientes resultados sobre el reinicio de la actividad:

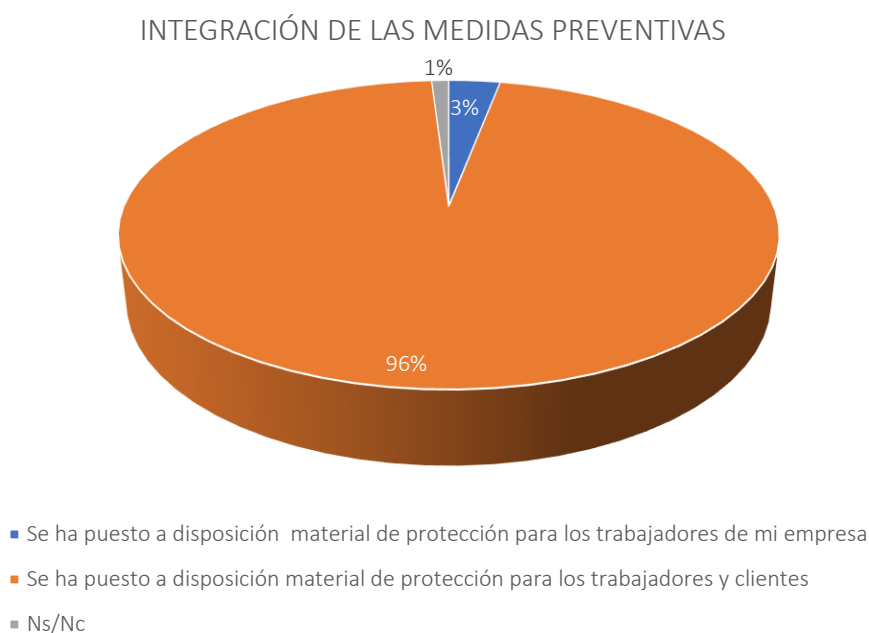


Respecto a la reapertura de los establecimientos, tal y como se observa ha sido gradual, siendo los comercios dedicados a la venta de equipamiento deportivo, ropa, joyería, complementos y regalos los más tardíos en la apertura.

En el lado contrario, los comercios que abrieron en cuanto se les fue permitido y adoptando las condiciones dispuestas, son los establecimientos de venta de vehículos y maquinaria, muebles, librerías, floristerías, algún comercio de moda..etc.

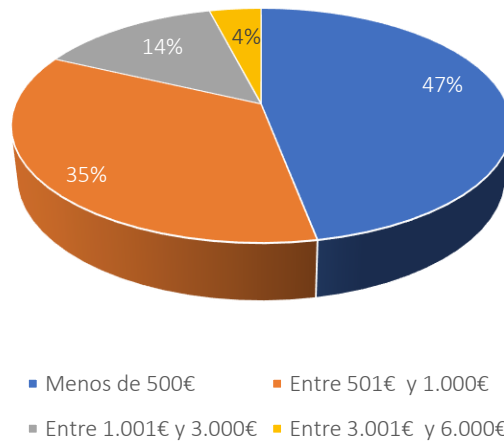
La apertura en términos generales ha estado condicionada por la propia estructura empresarial (salvando las limitaciones normativas): cuánto más pequeña es la empresa más flexible y mayor capacidad de adaptación.

Sobre las medidas preventivas que han adoptado en el sector, todos los empresarios que han respondido a este sondeo, manifiestan que han invertido e integrado medidas preventivas en su establecimiento, tanto para salvaguardar la salud de los empleados como la de los clientes.



La incorporación de estas medidas ha supuesto una inversión dispar en función del subsector. Equipamiento de la persona y el comercio del equipamiento del hogar han realizado inversiones relevantes para adoptar e integrar las medidas de seguridad oportunas. Estas inversiones también varían en función del tamaño de la empresa. En este sentido son varias las empresas que han manifestado haber realizado desembolsos de 3.000 a 6.000€ en adopción de las medidas preventivas necesarias, aunque en un 49% las inversiones se han localizado en un intervalo de 500 a 3.000€ (véase desglose en gráfico).

## CUANTÍA DE LA INVERSIÓN REALIZADA



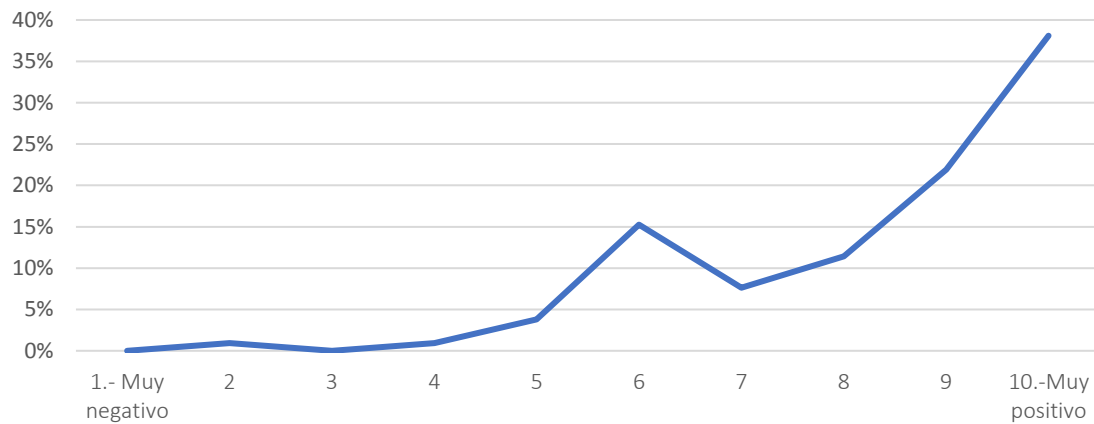
Entre las medidas y material preventivo integrado por parte del sector, se encuentran principalmente:

- Gel hidroalcohólico para trabajadores y clientes
- Mascarillas y pantallas de protección para los trabajadores
- Señalética para recordar la distancia interpersonal recomendada
- Guantes
- Pulverizadores

En concreto y de forma diferenciada, el comercio dedicado a la venta de ropa, calzado y complementos ha incorporado máquinas de ozono como medida de desinfección, así como pulverizadores. Estas medidas adicionales se han puesto en marcha debido a la tipología de producto y características de la compra-venta, y con la finalidad de ofrecer una mayor seguridad y confianza ante el cliente.

Respecto a los clientes, estos aprueban la adaptación del comercio a esta nueva situación con la incorporación de estas medidas de prevención sanitaria. Un 9 es la puntuación media que se ha obtenido de las respuestas recogidas de los empresarios del sector en relación con la percepción de los clientes sobre estas actuaciones.

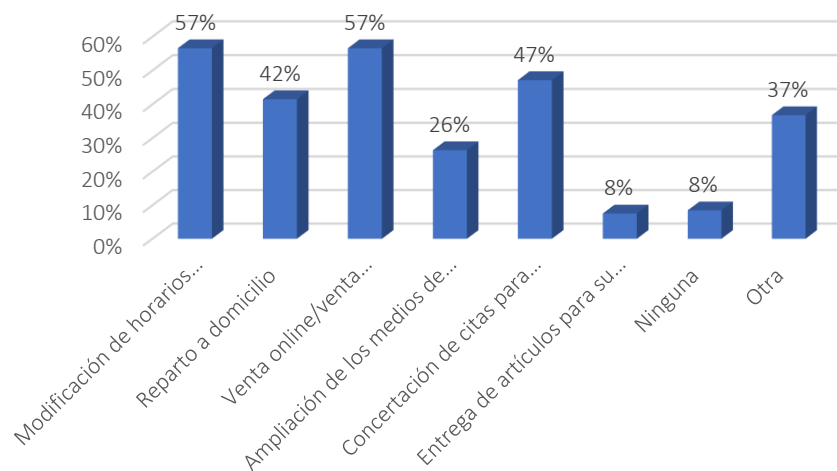
### ACOGIDA DE LAS MEDIDAS POR PARTE DE LOS CLIENTES



Una de las cuestiones que se ha trasladado es la previsión del mantenimiento a medio plazo de actuaciones y medidas que se han puesto en marcha en los establecimientos comerciales a raíz de la crisis sanitaria. Sobre estas prácticas comerciales, los participantes de este segundo sondeo han manifestado que mantendrán entre otras (respuesta múltiple)

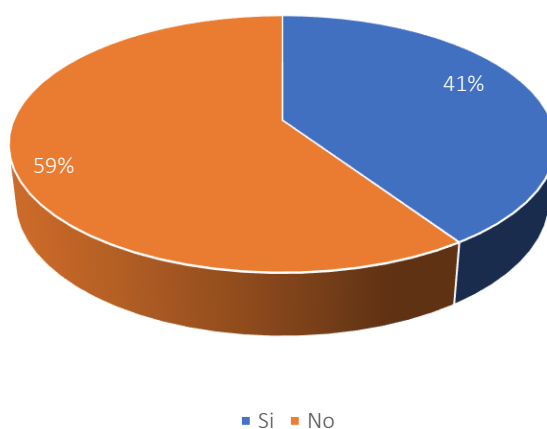
- La venta online/ telefónica/ WhatsApp
- Nuevos horarios comerciales
- Cita Comercial
- Reparto a domicilio

### PRÁCTICAS COMERCIALES PUESTAS EN MARCHA

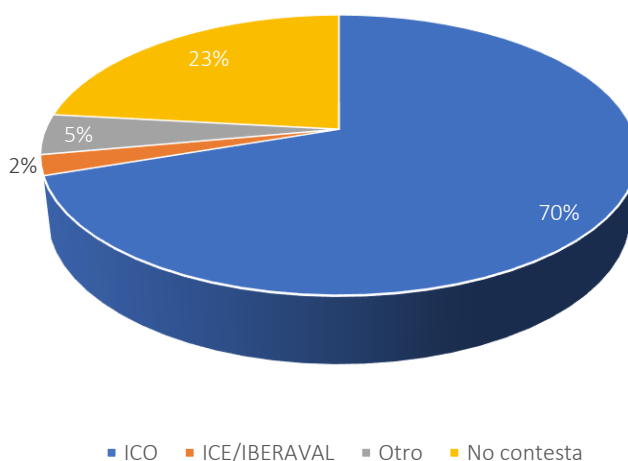


Otra de las cuestiones clave durante este periodo ha sido la financiación de las pymes del sector. Por ello y ante la pregunta ¿has tenido que solicitar financiación? La respuesta en este sentido se observa un mayor número de pymes que no se han visto obligadas a solicitar un préstamo (59%) en relación con aquellos han requerido de una financiación externa a través de la fórmula del préstamo (41%).

SOLICITUD DE PRÉSTAMOS

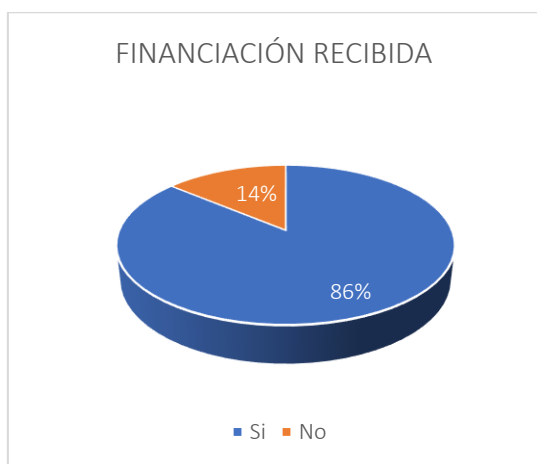


TIPO DE PRÉSTAMO SOLICITADO

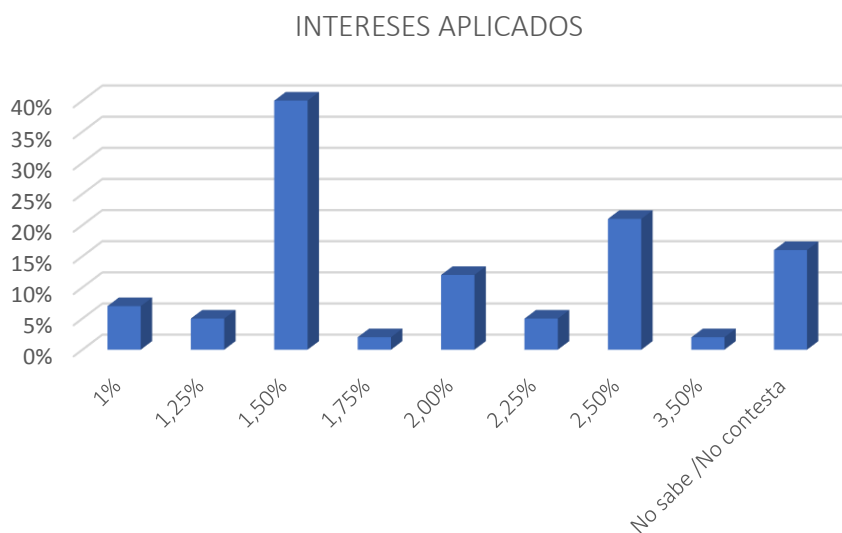


De las respuestas afirmativas obtenidas, mayoritariamente han manifestado que han sido los préstamos ICO a los que se han concurrido para solicitar esta financiación.

De aquellos que han solicitado financiación, el 86% ha manifestado que han sido concedidos los préstamos y el 81% han respondido que las condiciones fijadas para este tipo de préstamos se han respetado.



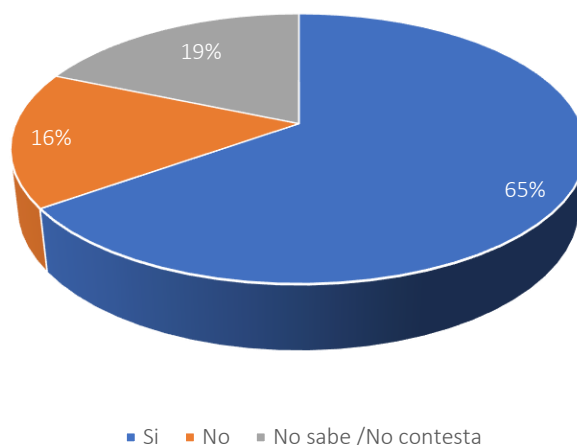
Sobre el tipo de interés aplicado, las respuestas obtenidas son:





También de forma mayoritaria han respondido afirmativamente sobre el cumplimiento de los plazos en el desembolso de la financiación solicitada, tal y como se muestra en el gráfico elaborado.

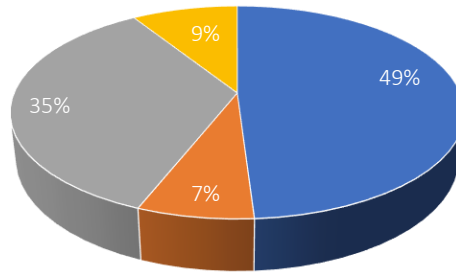
CUMPLIMIENTO DE LOS PLAZOS DEL DESEMBOLSO DE LA FINANCIACIÓN



Respecto a las garantías exigidas para su concesión: un 72% ha respondido que no le han solicitado ninguna. Otras respuestas obtenidas señalan que le han exigido avales, contrataciones de seguros..etc.

Con el objetivo de conocer el estado de la vuelta a la normalidad comercial, una de las cuestiones que se trasladó en el sondeo se encuentra relacionada con los horarios de apertura que se mantienen tras la reapertura. Esta situación se encuentra condicionada por los nuevos hábitos de los “consumidores”. Con muchos trabajadores en ERTE, y con niños y jóvenes sin clases, ha modificado los horarios de compra “habituales”.

## HORARIOS TRAS LA REAPERTURA

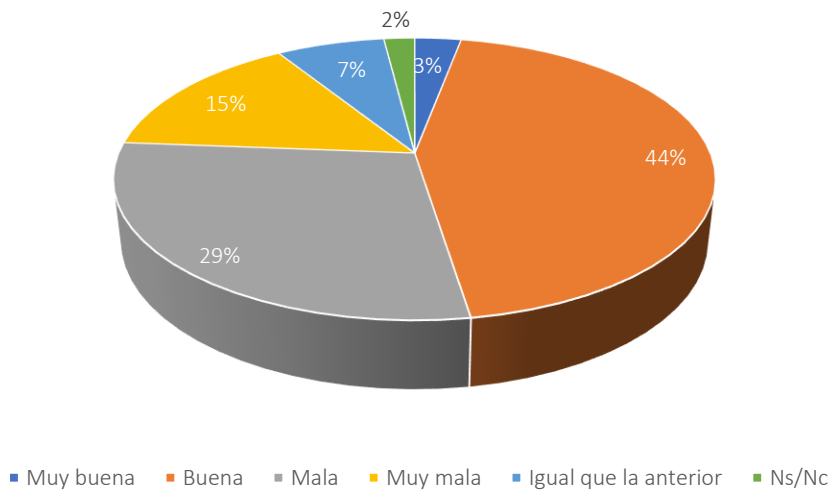


- He vuelto a restablecer los horarios previos a la crisis sanitaria
- He modificado los horarios, ampliando la apertura al público
- He modificado los horarios, reduciendo la apertura al público
- No sabe / No contesta

Sobre la afluencia de los clientes a los establecimientos en estas últimas dos semanas, el 45% manifiesta que la respuesta ha sido buena e incluso muy buena en un 3% de las respuestas. También se recoge la valoración de aquellos que han trasladado que la afluencia ha sido mala en este periodo (29%) y muy mala (15%). En este sentido, se debe destacar el efecto “reencuentro” que ha acercado a los clientes al comercio en los primeros días de apertura.

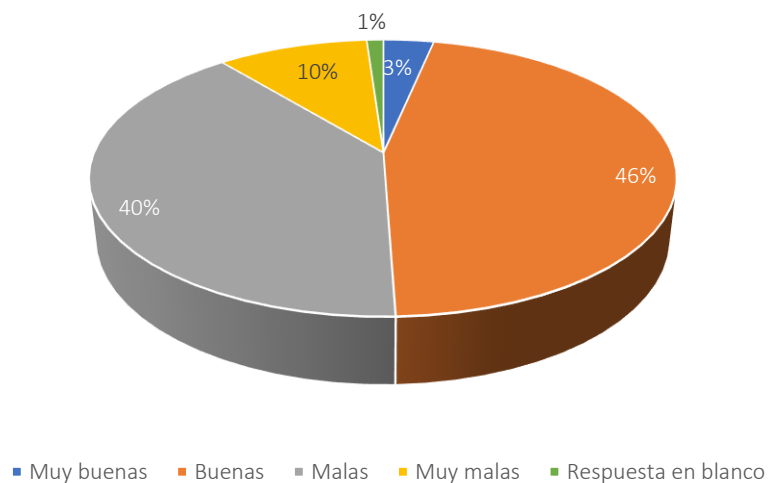
Respecto al mejor comportamiento en la afluencia de clientes, las valoraciones más positivas se encuentran en el subsector de equipamiento del hogar, muebles, bricolaje (67%) y en el comercio con un alto componente de servicio, maquinaria (33%). Aquellos que han manifestado una valoración más negativa se encuentran los comercios englobados en el equipamiento de la persona, los cuales han coincidido en esta respuesta.

### AFLUENCIA DE CLIENTES



Relacionado con la pregunta anterior, las respuestas obtenidas señalan en un 50% que las ventas han sido malas o muy malas.

### RELACIÓN DE LAS VENTAS RESPECTO A LA AFLUENCIA DE CLIENTES

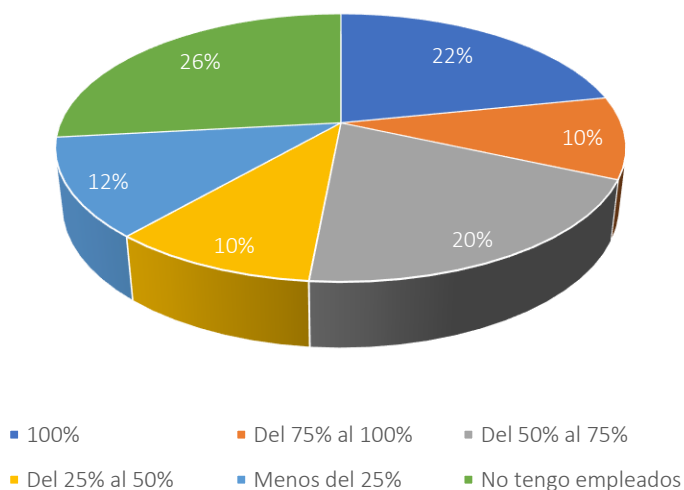


Las respuestas más favorables han sido obtenidas del subsector comercio con alto contenido en servicio. El sector de equipamiento de la persona consideran que las ventas han sido malas o muy malas aquellos comercios cuya actividad

es complementos y regalos y jugueterías, siendo más dispar en las respuestas de ropa y calzado.

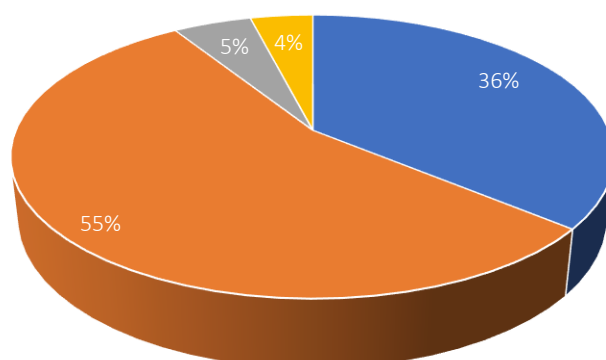
En relación con el empleo y el grado de incorporación de la plantilla a su puesto de trabajo, las respuestas recogidas hacen referencia a que solo el 22% de los que han respondido ya cuentan con el 100% de sus trabajadores incorporados, frente al 52% que aun cuentan con personal que no ha comenzado a trabajar. El 26% ha señalado no contar con empleados.

GRADO DE PLANTILLA INCORPORADA



Sobre la previsión de restablecer al menos el 50% de tu plantilla, para aquellos que han respondido que se encuentran por debajo de esta cifra actualmente, han señalado que pasarán de 1 a 3 meses cuando alcancen este nivel de ocupación (55% respuestas).

## PREVISIÓN DE LA INCORPORACIÓN DEL 50% DE LA PLANTILLA

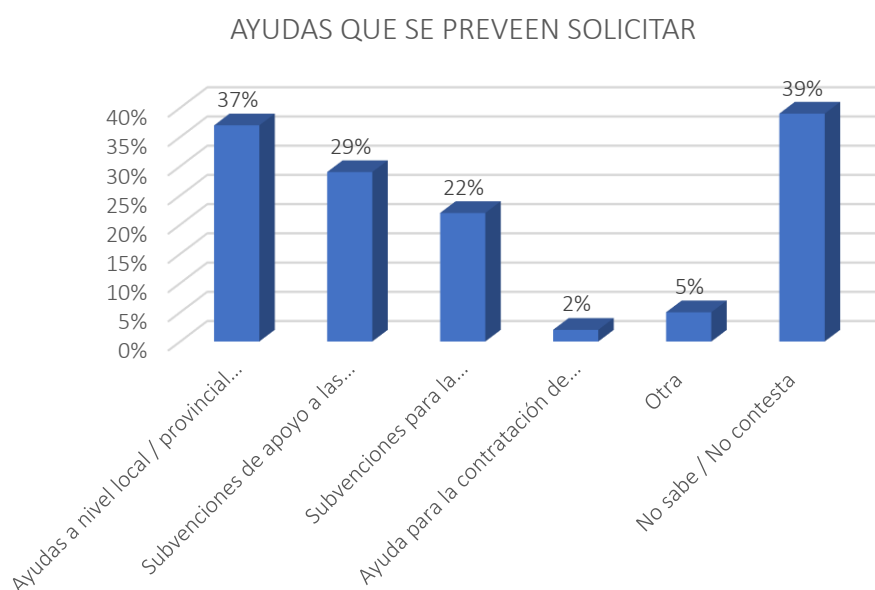


- En menos de un mes
- Entre uno y tres meses
- Entre tres y seis meses
- No sabe / No contesta

En relación con esta cuestión, y recurriendo a las afiliaciones de la Seguridad Social para el mes de mayo de 2020, se ha establecido el % de autónomos en las diferentes provincias en relación con el número total de trabajadores, con el objetivo de establecer el escenario laboral de cada territorio.

PROVINCIA	REGIMEN GENERAL		RETA		TOTAL		% AUTONOMOS	POBLACIÓN PROVINCIA (Enero 2019 INE)
	COMERCIO	TODOS SECTORES	COMERCIO	TODOS SECTORES	COMERCIO	TODOS SECTORES		
Ávila	4.711,90	35.041,50	3.057,30	14.087,00	7.769,20	49.128,50	39,35	157.640
Burgos	14.297,65	111.124,05	5.592,25	27.129,40	19.889,90	138.253,45	28,12	356.958
León	18.541,50	112.095,10	7.789,20	36.107,05	26.330,70	148.202,15	29,58	460.001
Palencia	6.078,35	46.674,70	2.667,40	13.025,10	8.745,75	59.699,80	30,50	160.980
Salamanca	12.877,60	84.863,45	6.022,20	26.051,55	18.899,80	110.915,00	31,86	330.119
Segovia	5.862,30	42.194,55	2.731,35	14.170,90	8.593,65	56.365,45	31,78	153.129
Soria	2.975,50	28.893,65	1.349,05	7.751,05	4.324,55	36.644,70	31,20	88.636
Valladolid	23.230,35	167.332,15	8.433,70	35.480,90	31.664,05	202.813,05	26,63	519.546
Zamora	5.490,95	36.208,10	3.436,80	16.501,85	8.927,75	52.709,95	38,50	172.539
<b>CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>94.066,10</b>	<b>664.427,25</b>	<b>41.079,25</b>	<b>190.304,80</b>	<b>135.145,35</b>	<b>854.732,05</b>	<b>30,40</b>	<b>2.399.548</b>

También se ha preguntado sobre la concurrencia a ayudas y subvenciones de las administraciones públicas obteniendo los siguientes resultados, aunque destaca de forma evidente la escasa demanda de las ayudas destinadas a la contratación de desempleados.



Sobre la función de CONFERCO en relación con la reclamación de ayuda y medidas a las diferentes administraciones públicas, fundamentalmente el comercio de Catilla y León, necesita campañas de promoción, bonos al consumo, aplazamiento de impuestos, e incluso una regularización de las rebajas.

Por último la previsión para el desarrollo de la actividad estos próximos meses (de junio a septiembre) la valoración que realiza el comercio es incierta en el 41% de los casos. Un 19% de los que han respondido mantienen una visión optimista sobre la situación frente al 40% que manifiesta un mayor pesimismo.

Los sectores que mantienen un mayor optimismo son los comercios del equipamiento del hogar y el sector con alto componente de servicio, y los más pesimistas son los pertenecientes al equipamiento de la persona.

#### PREVISIÓN DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EN LOS PRÓXIMOS MESES

