



Federación de Empresarios de Comercio de Burgos

OBSERVATORIO COMERCIO DE BURGOS



II Sondeo del Observatorio de Comercio de Burgos

Principales resultados

-22 de junio de 2020-

La Federación de Comercio de Burgos ha puesto en marcha el II sondeo del Observatorio de Comercio de Burgos 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.

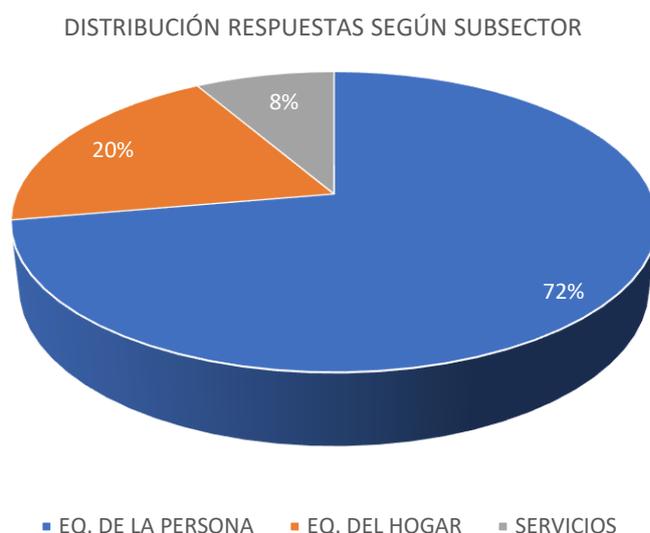
Los destinatarios en esta ocasión solo han sido los **Establecimientos considerados NO esenciales durante el Estado de Alarma.**

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 29 de mayo y se cerró el 18 de junio

Se ha obtenido un total de 96 encuestas, de las cuales válidas son 93 eliminando repetidas y no válidas.

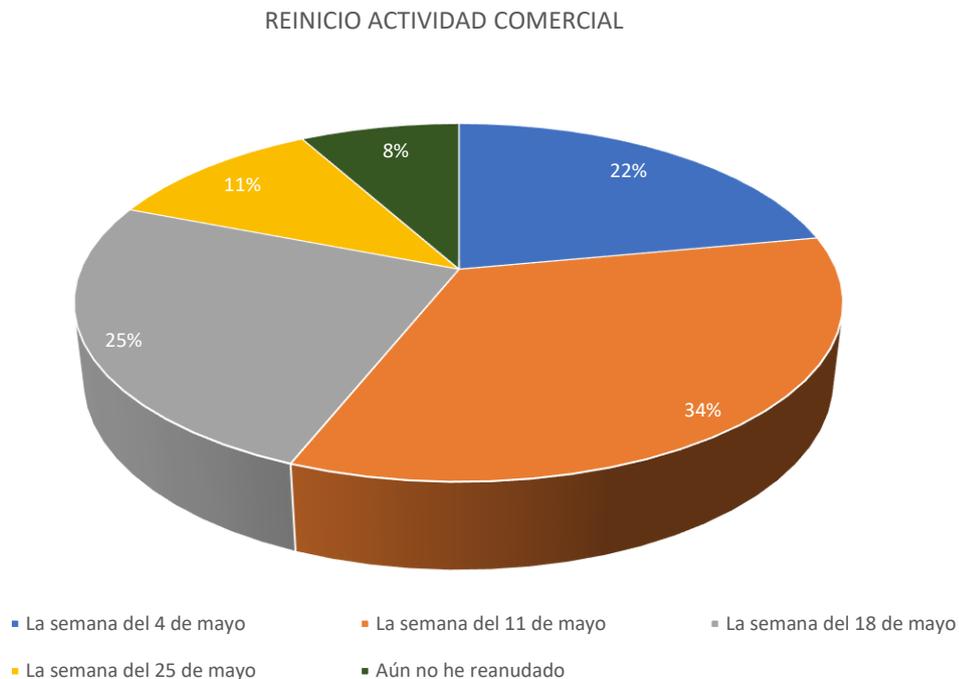
Los destinatarios de este sondeo han sido los comercios de la provincia de Burgos considerados **No Esenciales**, y en este sentido la distribución de respuestas ha sido la siguiente:



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 del equipamiento del hogar con un 20% en el que se incluyen comercios dedicados a la venta del mueble, cocinas... y por último aquellos que se integran en el denominado comercio con un alto componente de servicio como droguerías, perfumerías, floristerías....

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:

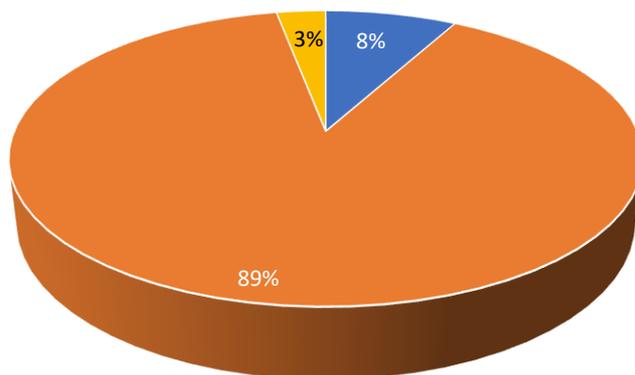


Respecto a la reapertura de los establecimientos, tal y como se observa ha sido gradual, siendo los comercios dedicados a la venta de equipamiento deportivo, artesanía y artículos destinados al turismo los más tardíos en la apertura.

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 materiales de construcción, librerías, 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.

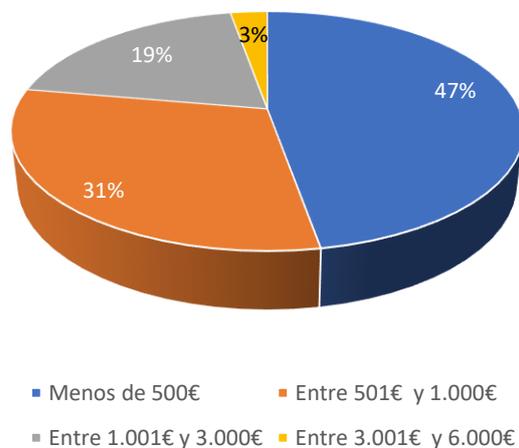
INTEGRACIÓN DE LAS MEDIDAS PREVENTIVAS



- Se ha puesto a disposición material de protección para los trabajadores de mi empresa
- Se ha puesto a disposición material de protección para los trabajadores y clientes
- Ns/Nc

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 los responsables de los establecimientos que han manifestado haber realizado desembolsos de 3.000 a 6.000€ en adoptar las medidas preventivas necesarias, aunque en un 50% las inversiones se han localizado en un intervalo de 500 a 3.000€ (véase detalle en gráfico).

CUANTÍA DE LA INVERSIÓN REALIZADA



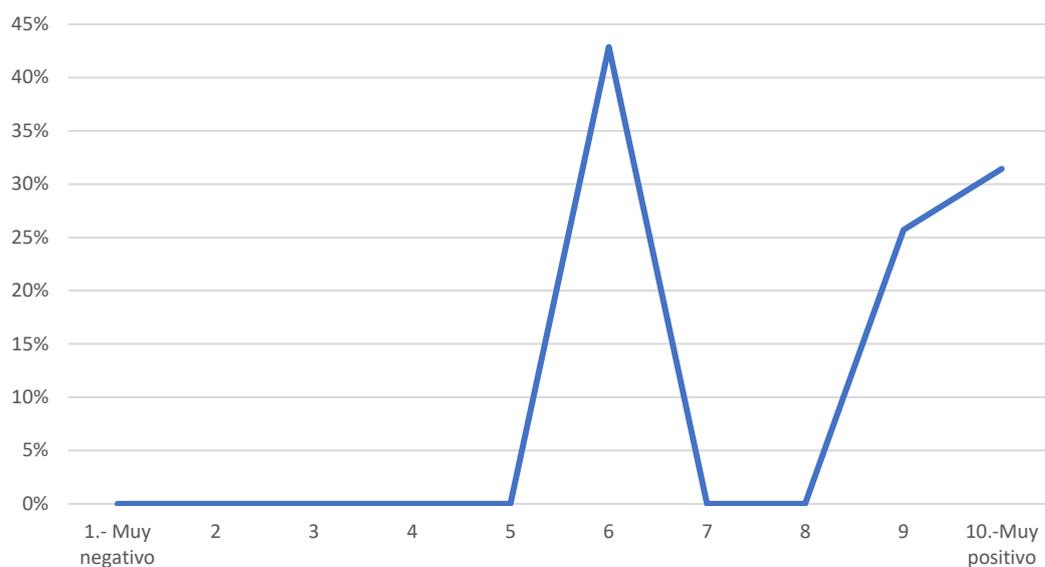
Entre las medidas y material preventivo integrado por parte del sector, se encuentran principalmente:

- Gel hidroalcohólico para trabajadores y clientes
- Mascarillas y pantallas de protección para los trabajadores
- Señalítica 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 higienizantes. 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 8 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.

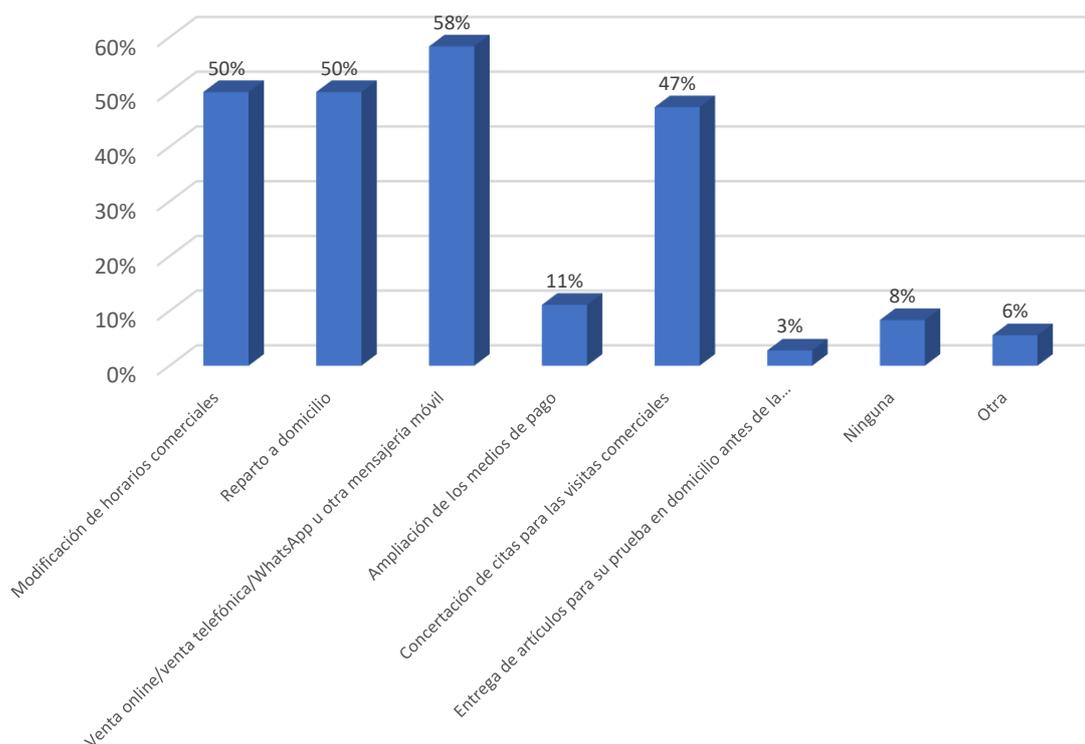
ACOGIDA DE LAS MEDIDAS PREVENTIVAS POR PARTE DE LOS CLIENTES



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)

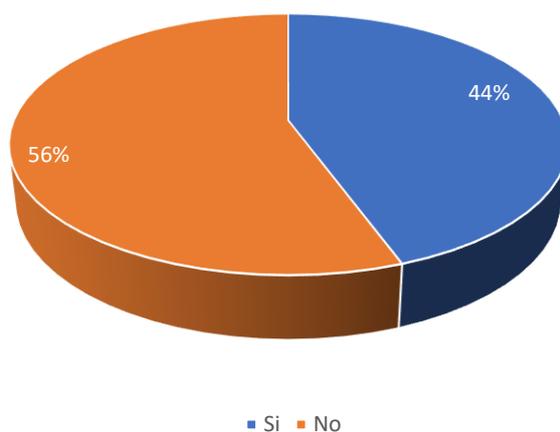
- La venta online/ telefónica/ WhatsApp
- Nuevos horarios comerciales
- Reparto a domicilio
- Cita comercial

PRÁCTICAS COMERCIALES PUESTAS EN MARCHA

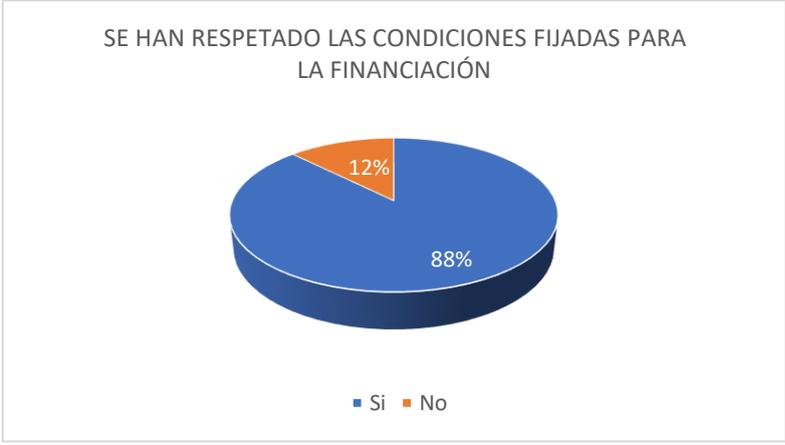


Otra de las cuestiones clave durante este periodo ha sido la financiación de las pymes del sector. Por ello y ante la pregunta *¿has tenido que solicitar financiación?* La respuesta en este sentido se mantiene prácticamente al 50% en relación con aquellos han requerido de una financiación externa a través de la fórmula del préstamo.

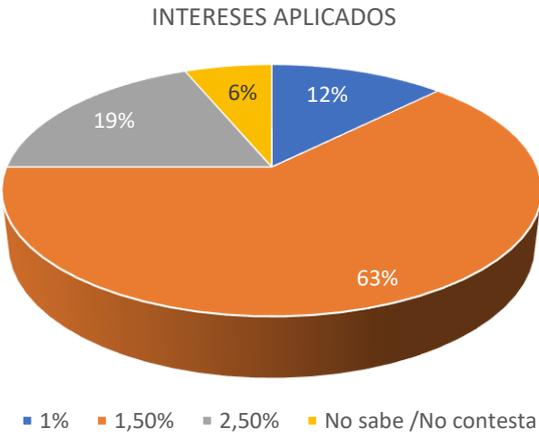
SOLICITUD DE PRÉSTAMOS



De las respuestas afirmativas obtenidas, mayoritariamente han manifestado que han sido los préstamos ICO a los que han concurrido para solicitar esta financiación. De aquellos que han solicitado financiación, el 94% ha manifestado que han sido concedidos los préstamos y en las condiciones fijadas para este tipo de préstamos.

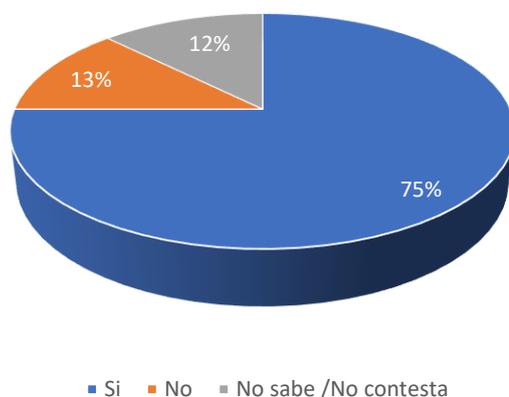


Sobre el tipo de interés aplicado, las respuestas obtenidas son:



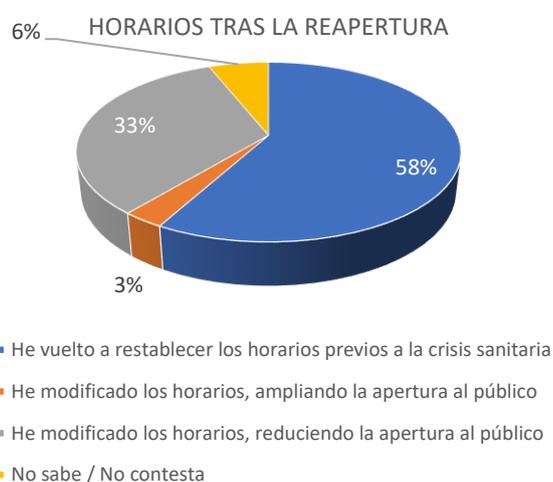
También de forma mayoritaria han respondido afirmativamente sobre el cumplimiento de los plazos en el desembolso de la financiación solicitada, tal y como se muestra en el gráfico elaborado.

CUMPLIMIENTO DE LOS PLAZOS DEL DESEMBOLSO DE LA FINANCIACIÓN

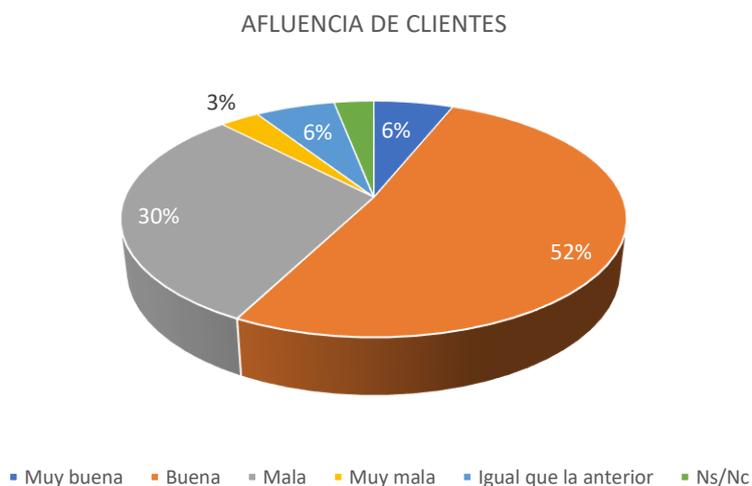


Respecto a las garantías exigidas para su concesión: un 69% ha respondido que no le han solicitado ninguna. Otras respuestas obtenidas señalan que le han exigido avales, contrataciones de seguros..etc.

Con el objetivo de conocer el estado de la vuelta a la normalidad comercial, una de las cuestiones que se trasladó en el sondeo fue en relación con los horarios de apertura que mantenían tras la reapertura. La recuperación de los horarios a tiempos “pre-pandemia” viene condicionado por factores como los hábitos de consumo de los clientes: existe un % significativos de trabajadores que se encuentran aun en ERTE y que realizan sus compras en horarios diferentes a los que mantendrían si estuviesen incorporados a sus respectivos empleos. Por otro lado, circunstancias como la falta de clases escolares también ha modificado las pautas de compra de los clientes.

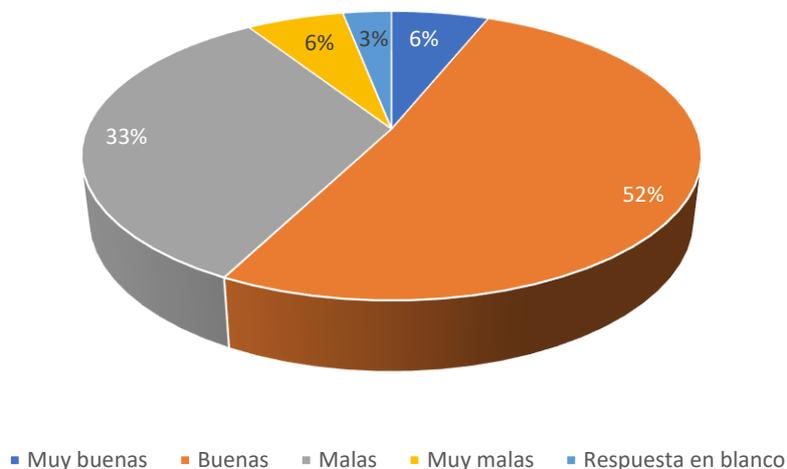


Sobre la afluencia de los clientes a los establecimientos en estas últimas dos semanas, el 52% manifiesta que la respuesta ha sido buena e incluso muy buena en un 6% de las opiniones. También se recoge la valoración de aquellos que han trasladado que la afluencia ha sido mala en este periodo (30%) y muy mala (3%). Respecto al mejor comportamiento en la afluencia de clientes, las valoraciones más positivas se encuentran en el subsector de equipamiento del hogar (50%) y en el comercio con un alto componente de servicio (50%). 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.



Relacionado con la pregunta anterior, las respuestas se mantienen prácticamente en consonancia con la afluencia. El “efecto reencuentro” en el mes de mayo llevó a la gente a las tiendas, y su afluencia ha ido aminorando a medida que han discurrido las semanas.

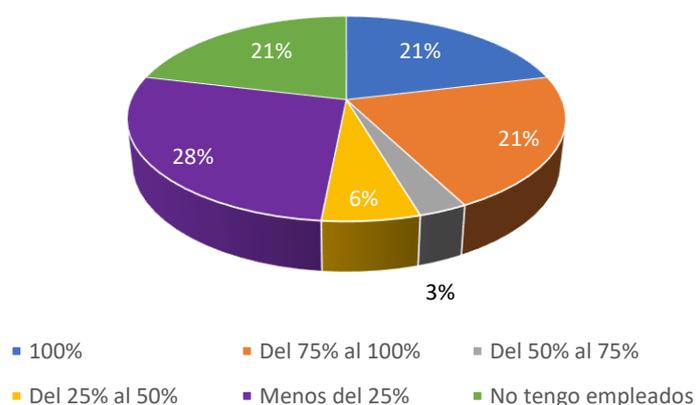
RELACIÓN DE LAS VENTAS RESPECTO A LA AFLUENCIA DE CLIENTES



Las respuestas más favorables han sido obtenidas del subsector comercio con alto contenido en servicio (telefonía, fitosanitarios, floristerías y jardinería..)

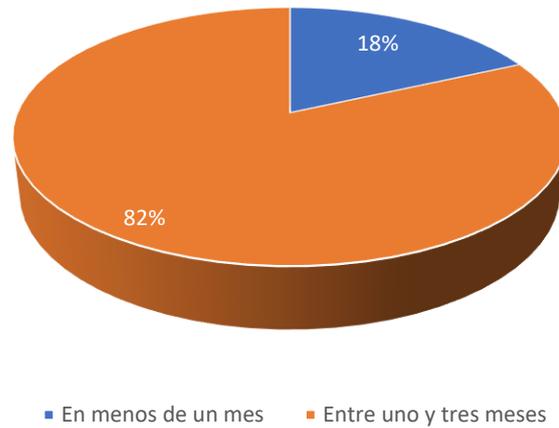
En relación con el empleo y el grado de incorporación de la plantilla a su puesto de trabajo, las respuestas recogidas hacen referencia a que solo el 21% de los que han respondido ya cuentan con el 100% de sus trabajadores incorporados, frente al 58% que aun cuentan con personal que no ha comenzado a trabajar. El 21% ha señalado no contar con empleados.

GRADO DE PLANTILLA INCORPORADA



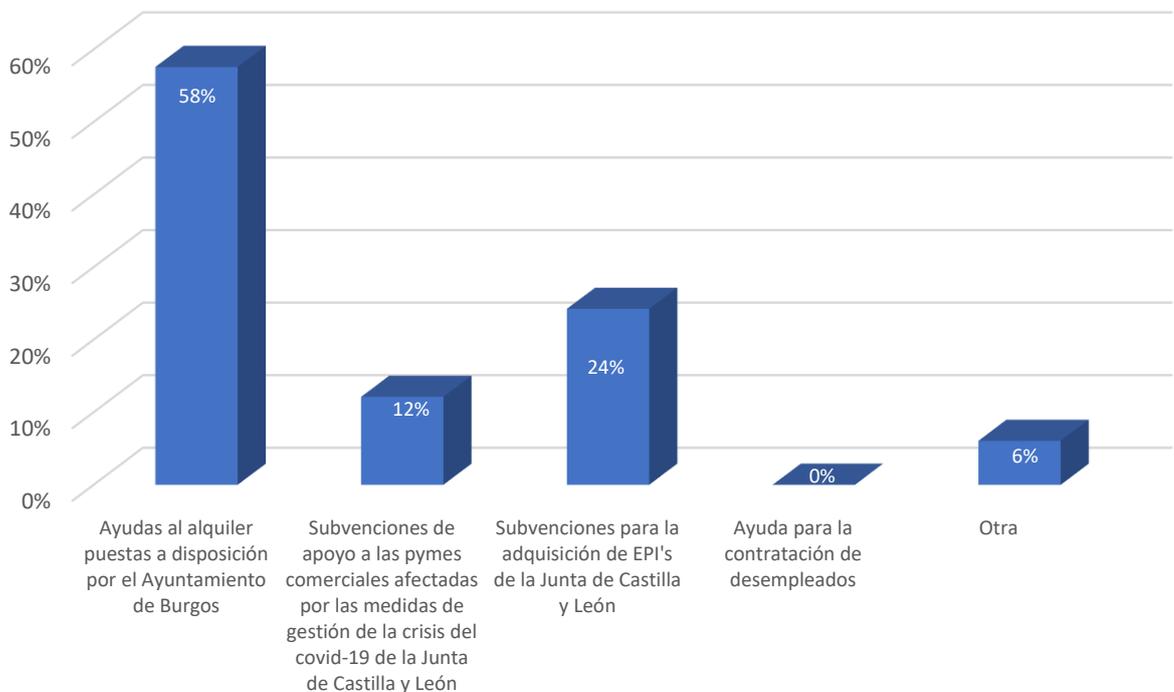
Sobre la previsión de restablecer al menos el 50% de tu plantilla, para aquellos que han respondido que se encuentran por debajo de esta cifra actualmente, han señalado que pasarán de 1 a 3 meses cuando alcancen este nivel de ocupación.

PREVISIÓN DE LA INCORPORACIÓN DEL 50% DE LA PLANTILLA



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.

AYUDAS SOLICITADAS O QUE SE PREVEEN SOLICITAR



Sobre la función de FEC en relación con la reclamación de ayuda y medidas a las diferentes administraciones públicas, fundamentalmente el comercio de Burgos, 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 42% de los casos. Un 28% de los que han respondido mantienen una visión optimista sobre la situación frente al 30% que manifiesta un mayor pesimismo.

Los sectores que mantienen un mayor optimismo son los comercios del equipamiento del hogar, y los más pesimistas son los pertenecientes al equipamiento de la persona.

PREVISIÓN DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EN LOS PRÓXIMOS MESES

