2025 Bilboko Merkataritza Plan Estrategikoa

Plan Estratégico de Comercio de Bilbao 2025

Bilbao Ekintza

PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO DE BILBAO 2025



Cuaderno de Trabajo nº 3

Análisis interno del sector comercial Bilbao y Perspectiva tejido cívico cultural

Elaborado por:
Ikertalde

PARTE I.- 2 PROCESOS DE PARTICIPACIÓN DIRECTA ABIERTA A LOS COMERCIOS DE BILBAO

A.- COMERCIOS DE BILBAO

- Envío mail (última semana octubre/1^{era} Semana noviembre)
- Envío mail recordatorio 2ª Semana noviembre

83 Respuestas
(Fecha: 9 Noviembre 2020)

B) RED DE COMERCIOS COLABORADORES PECB2025



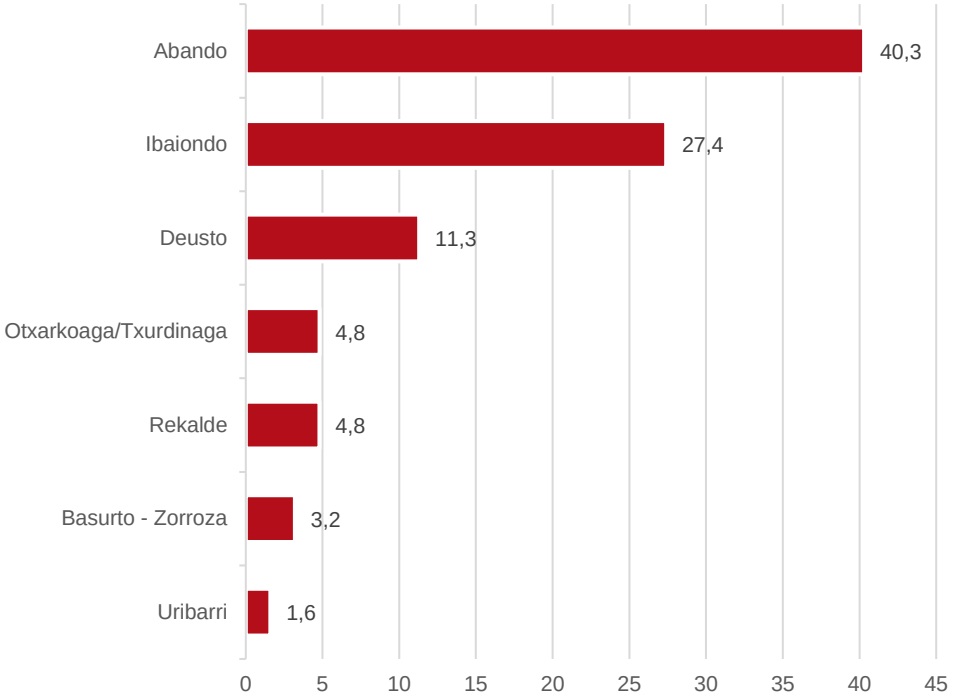
- Envío mail (última semana octubre)
- Contacto telefónico (1^{era} Semana y 2ª Semana de noviembre)

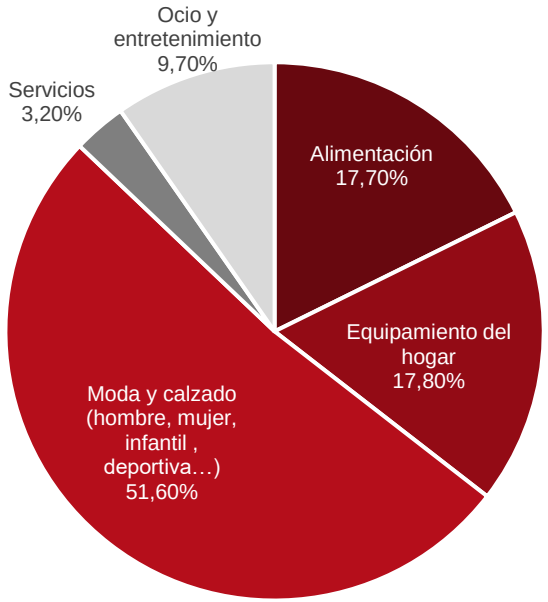
16 Respuestas
(Fecha: 9 Noviembre 2020)

A) COMERCIOS DE BILBAO

FICHA TÉCNICA ENCUESTACIÓN

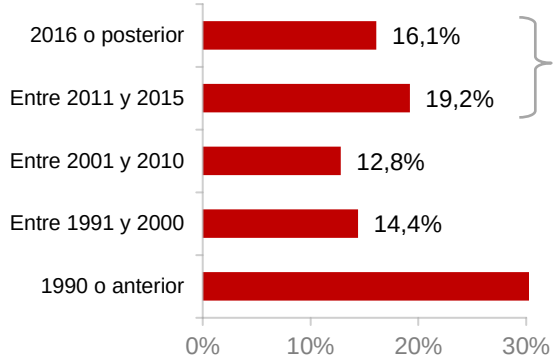
62 establecimientos participantes (04/11/2020)





Caracterización del establecimiento

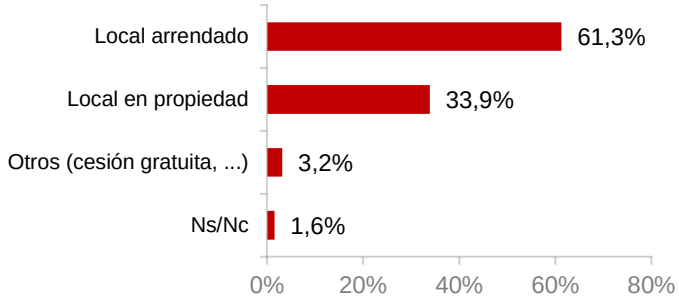
Antigüedad del parque comercial (%)



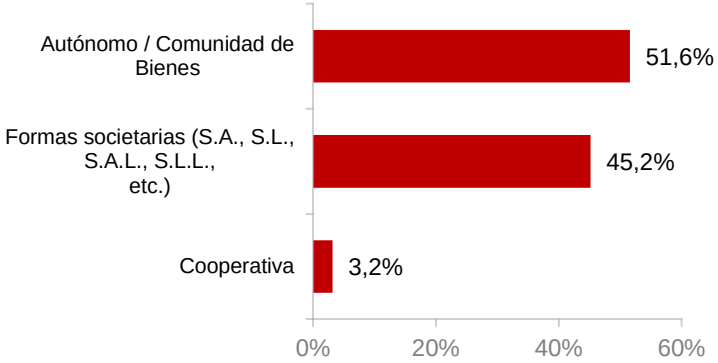
35% recientes (con menos de 5 años de trayectoria)

Antigüedad media **28 años**

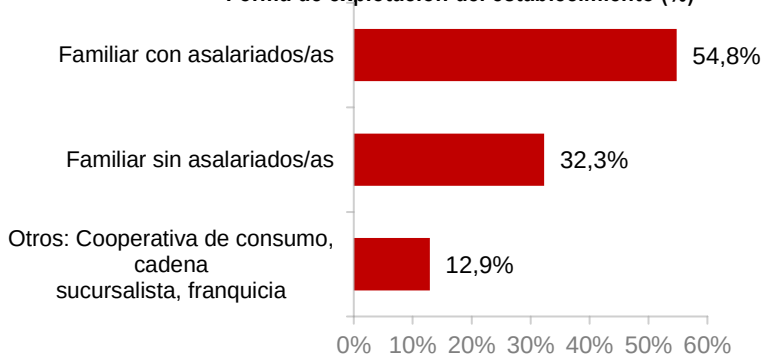
Situación respecto a la propiedad del local (%)



Forma Jurídica del Establecimiento (%)

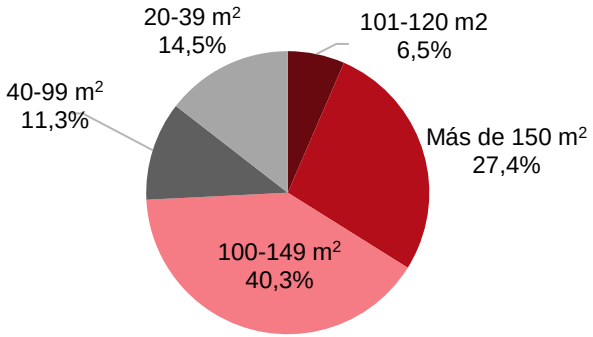


Forma de explotación del establecimiento (%)

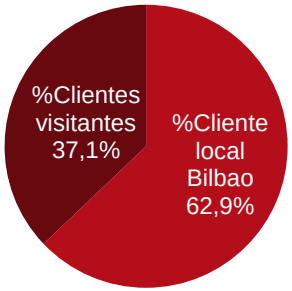


Caracterización del establecimiento

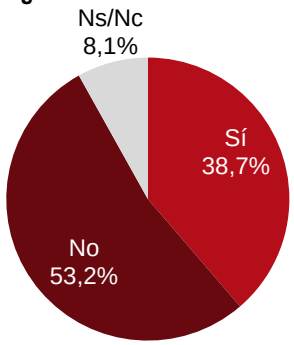
Tamaño del establecimiento m² (%)



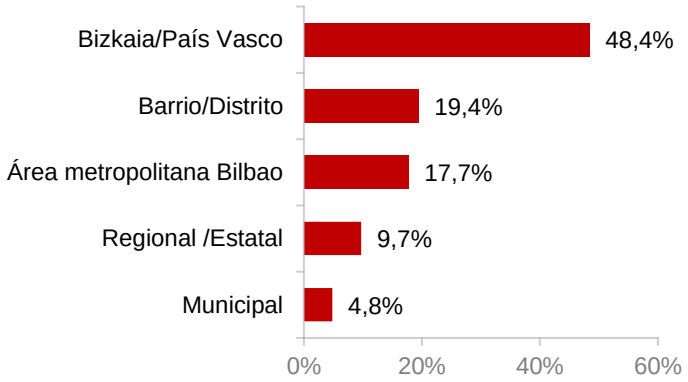
Distribución de la facturación total entre la clientela residente y la clientela de fuera de Bilbao



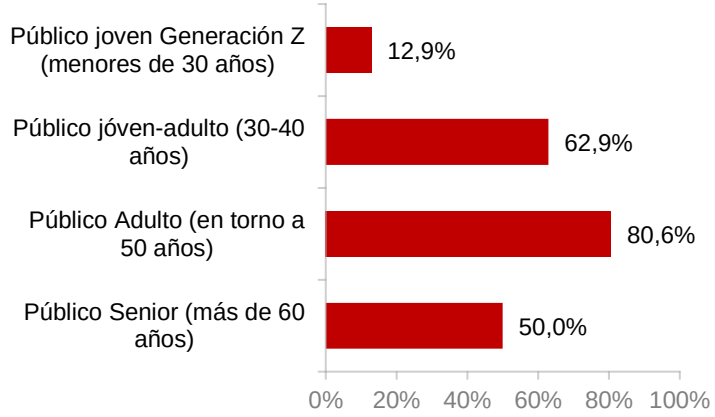
Importancia otorgada al Turismo en la actividad comercial



Área de influencia (origen clientela) el establecimiento (%)

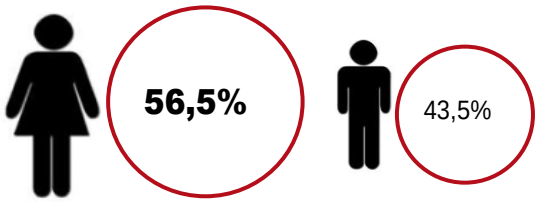


Principales segmentos de edad de la clientela

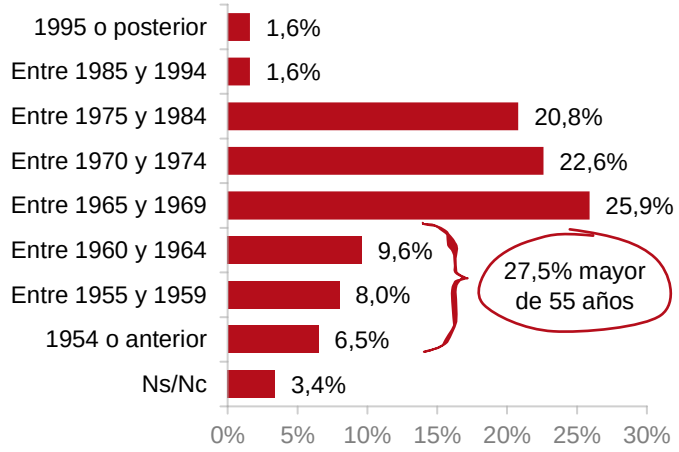


Perfil del empresario

Sexo del empresariado (%)



Año de nacimiento de la persona responsable del establecimiento (%)



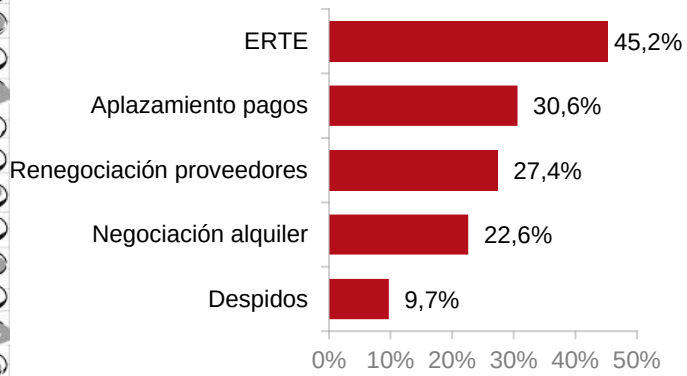
Entre los mayores de 55 años

27,5%

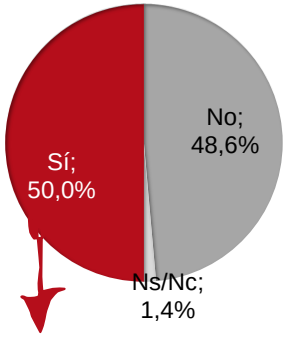
83% empresas no ha previsto la sucesión

Impacto de la Covid-19

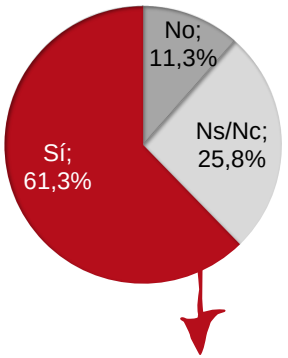
Medidas adoptadas en caso de cierre y/o descenso de la facturación (%)



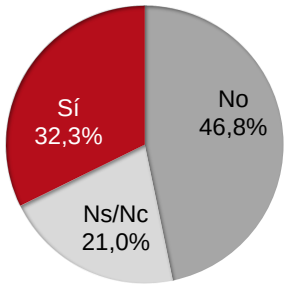
Debido a la Covid-19, ha tenido que modificar su Modelo de Negocio (%)



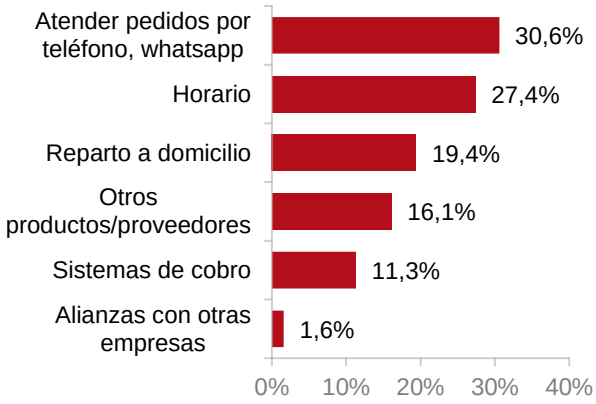
De cara a afrontar el 2º semestre 2020 y 2021 ¿requerirías de algún tipo de ayuda?



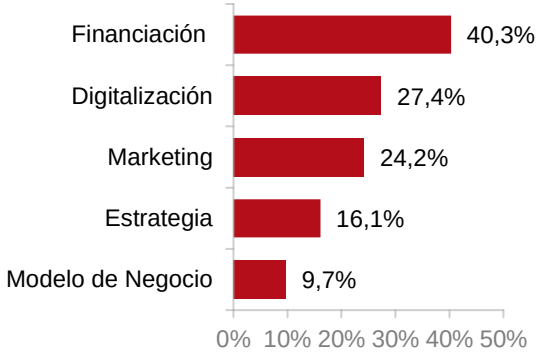
Considera el cierre del negocio como una realidad factible en 2020-2021



Modificaciones en sus Modelos de Negocio (%)

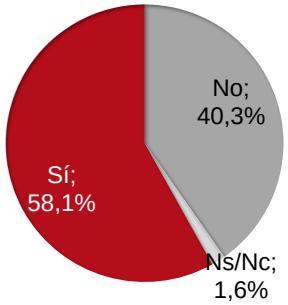


En caso de sí necesitar apoyo, en qué área (%)

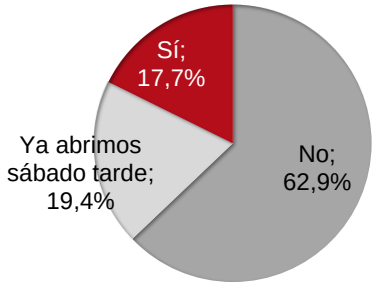


Actividad empresarial y expectativas

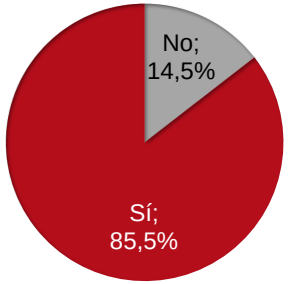
¿Se ha planteado modificar el horario?



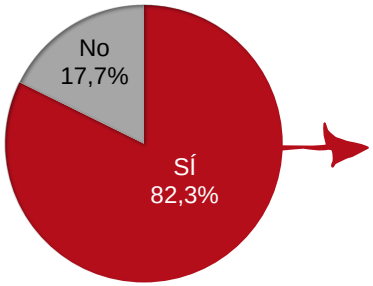
% Comercios partidarios de abrir sábados por la tarde en temporada estival



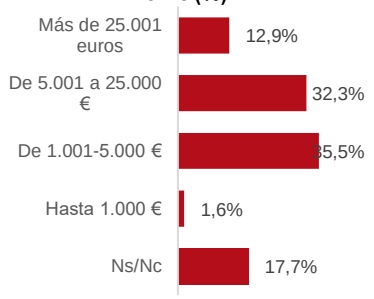
Utiliza las redes sociales en su actividad profesional



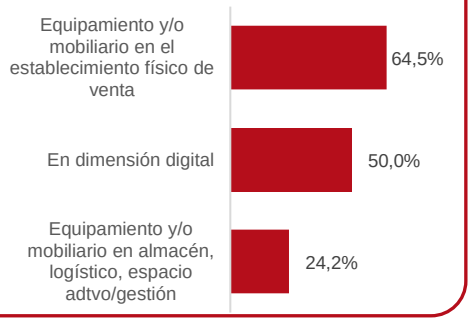
Establecimientos que han realizado INVERSIONES en los últimos 2 años (%)



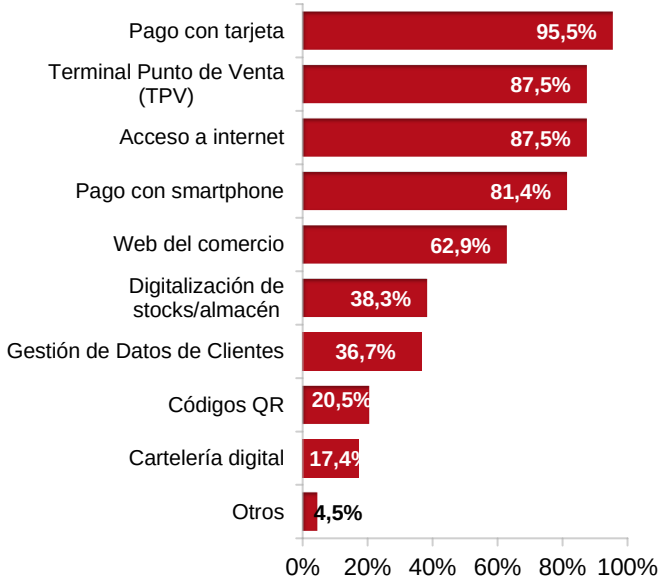
Importe de las inversiones en € (%)



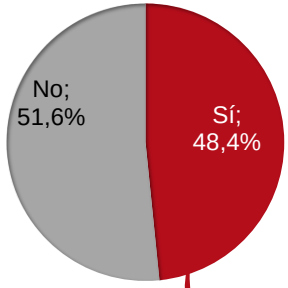
Ámbitos en los que ha desarrollado la inversión



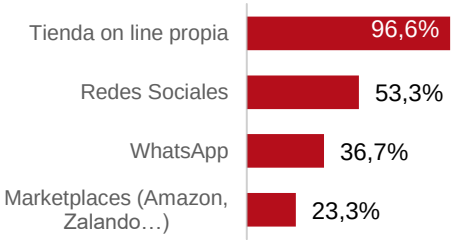
Dispone de las siguientes herramientas (%)



Realiza venta online (%)

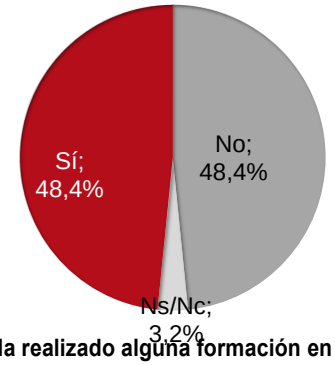


A través de que canal (%)
-entre quienes realizan venta on line-

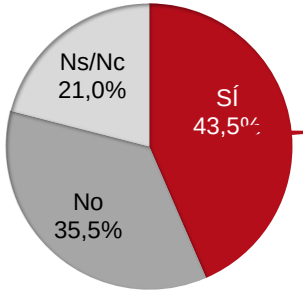


Actividad empresarial y expectativas

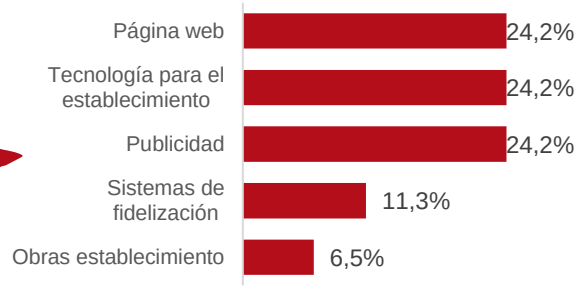
¿ Establecimientos que realizan algún tipo de PUBLICIDAD en sus negocios (%)



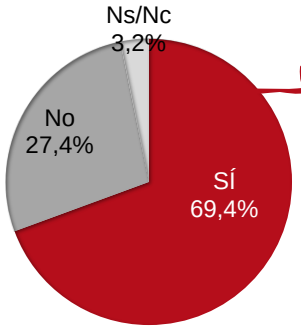
Inversiones previstas para los próximos 3 años (%)



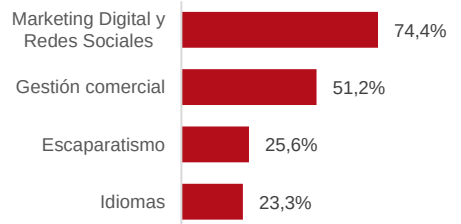
Áreas en las que invertir (%)



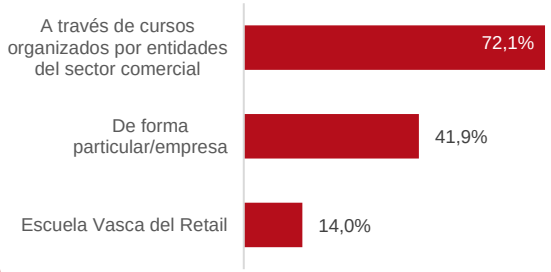
Ha realizado alguna formación en los últimos 3 años



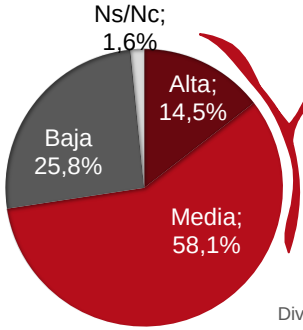
Áreas en las que formarse (%)



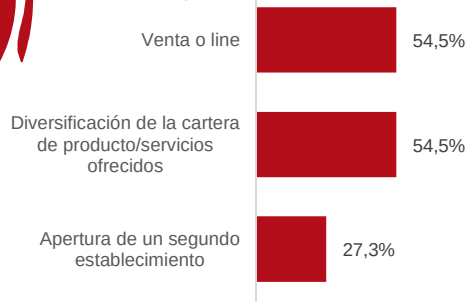
Gestionada a través de…



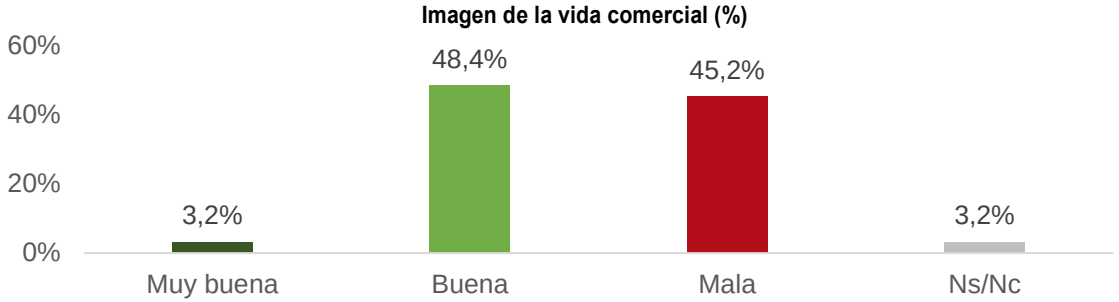
Proyección/viabilidad a medio plazo

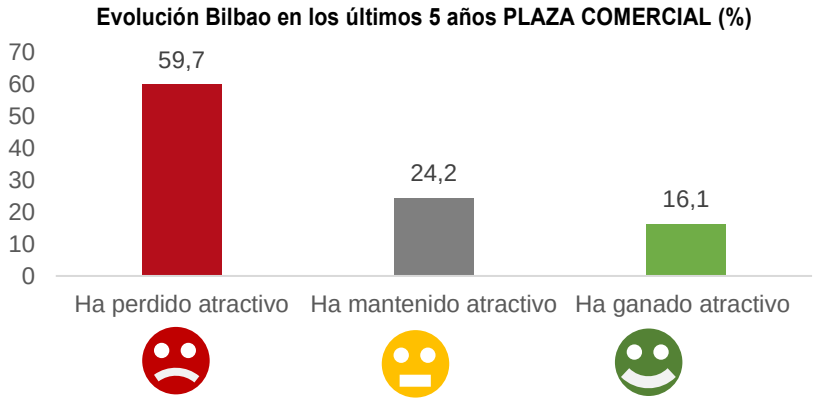


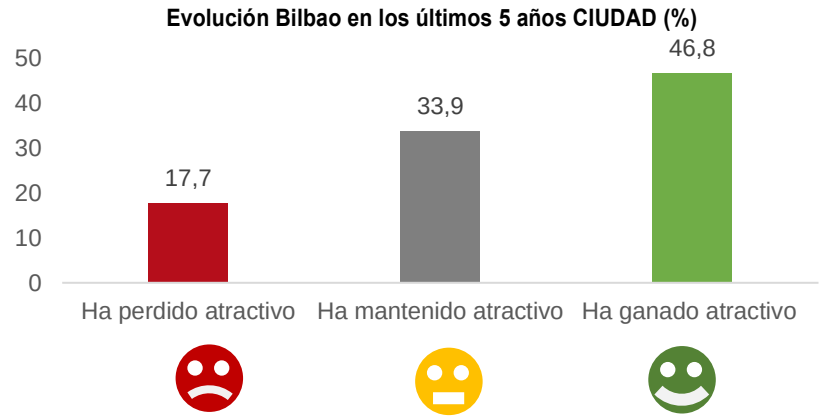
Ha previsto crecer / ampliar su negocio | 18% a través de….

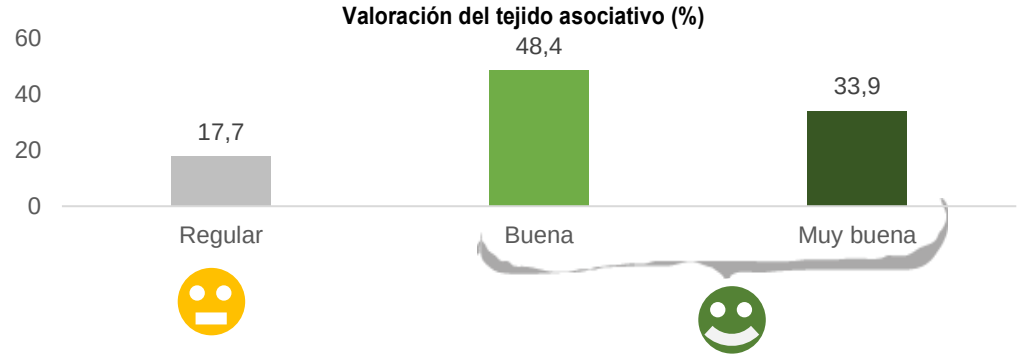


Dinamismo comercial urbano



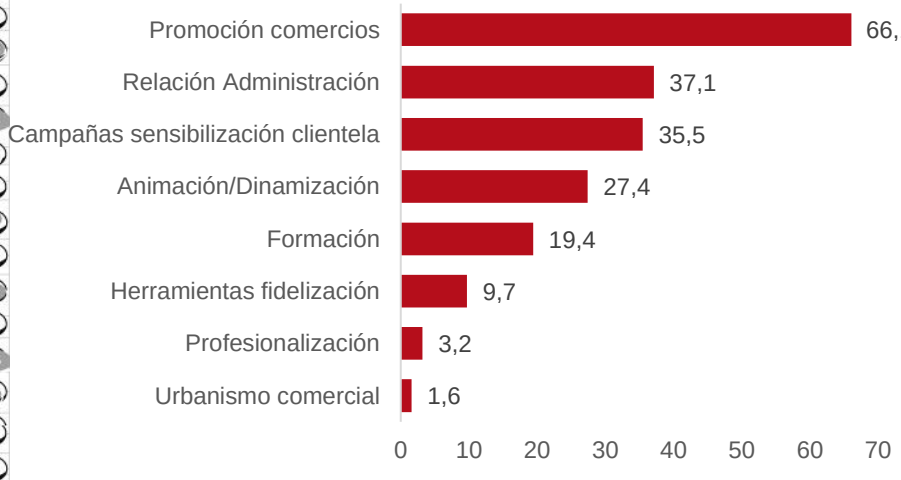




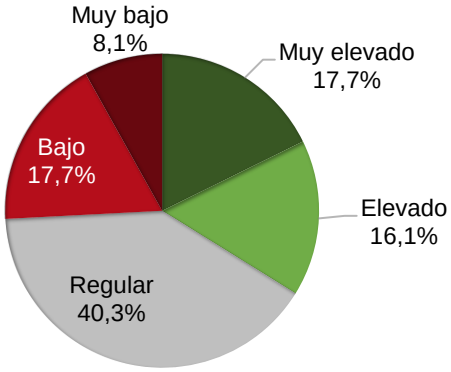


Dinamismo comercial urbano

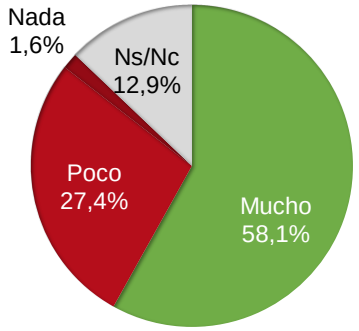
Ámbitos en los que debería apoyar el tejido asociativo (%)



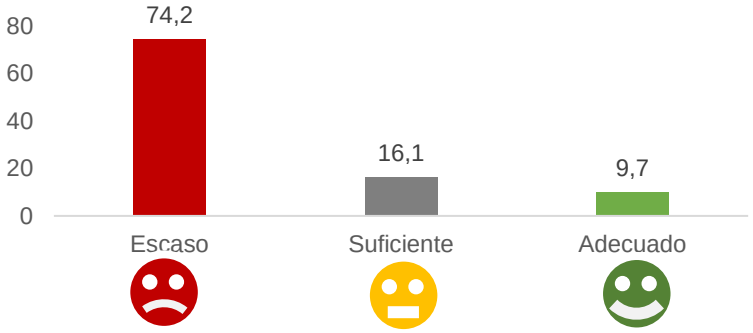
Grado de participación en la asociación (%)



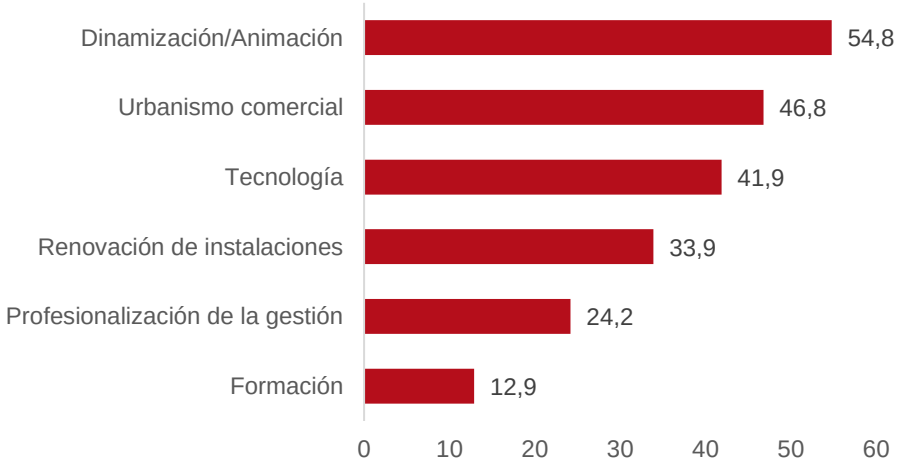
Margen de maniobra para animar la actividad comercial (%)



Valoración del apoyo recibido por parte Ayto. Bilbao (%)



Ámbitos en los que deberían apoyar las Administraciones (%)



B) RED DE COMERCIOS COLABORADORES PECB2025

b.1.- Relación de Comercios Colaboradores participantes[1]

1.	Mal de Ojo	Óptica
2.	Bolsos Pili	Moda y calzado (Hombre, mujer, infantil, deportiva…)
3.	Customeus	Moda y calzado (Hombre, mujer, infantil, deportiva…)
4.	Ruiz de Ocenda	Floristería, Perfumería, Artesanía, Diseño, Complementos
5.	Rzik	Reciclaje
6.	Regalos Omega	Regalos, complementos
7.	Joker	Ocio y entretenimiento (periódico, libros, música…)
8.	Cerrajería Wilma	Cerrajería
9.	Trendy 22	Moda y calzado (Hombre, mujer, infantil, deportiva…)
10.	Joyería Illana	Joyería y complementos
11.	Optikari	Óptica
12.	Sombreros Gorostiaga	Sombrerería
13.	Loteria Ormaechea	Lotería
14.	Atakontu	Moda y calzado (Hombre, mujer, infantil, deportiva…)
15.	Paragüería Leoz	Paragüería

b.2.- Distribución de los comercios por distritos

- Casco Viejo: 5
- Abando: 4
- Rekalde: 2
- Zorroza: 2
- Uribarri: 1[2]

[1] Panel de 54 comercios Red de Comercios PECB 2025
[2] Sin representación de Deusto y Begoña

0.- RASGOS BÁSICOS

Dimensión media

Nº Establecimientos
1

Empleo medio:
2,7

Mínimo: 1
(Customeus, Rzik, Trendy, Joyería Illana, Optikari Sombreros Gorostiaga Paragüeria Leoz)

Máx:8-9
(Joker, Ormaechea)

Los 3 más antiguos vs. los tres más "jóvenes"

1857	1933	1941	2014	2016	2017
Sombreros Gorostiaga	Paragüería Leoz	Lotería Ormaechea	Rzik	Custemeus	Mal de Ojo

1.- DEFINICIÓN DE LOS NEGOCIOS…

Zapatos a medida

Bolsos equipajes reciclaje

Floristería + Perfumería + Artesanía + Diseño + Complementos

- *Aromas difíciles de encontrar*
- *Para que el que busca algo diferente…*

Especialización en cómic

- *Equipo librero formado*
- *"Potente" stock*
- *+300 m² de espacio*

Optika Atelier

73% de los negocios ha adaptado su negocio en los 3 últimos años

"Hasta Coca – Cola que vende siempre lo "mismo" se reinventa…"

DIGITAL

- Redes sociales como escaparate "previo" a la tienda física
- Publicación de novedades
- Refuerzo web

Whatsapp

FÍSICA

- Reforma local – "actualización" imagen

1.- DEFINICIÓN DE LOS NEGOCIOS…

FORTALEZAS

Honestidad

Producto exclusivo

Responsabilidad

Profesionalidad

Transparencia

Buen trato
"el tiempo que haga falta"

"Solucionador"

Calidad

DEBILIDADES

Venta on line

Falta de recursos para darse a conocer

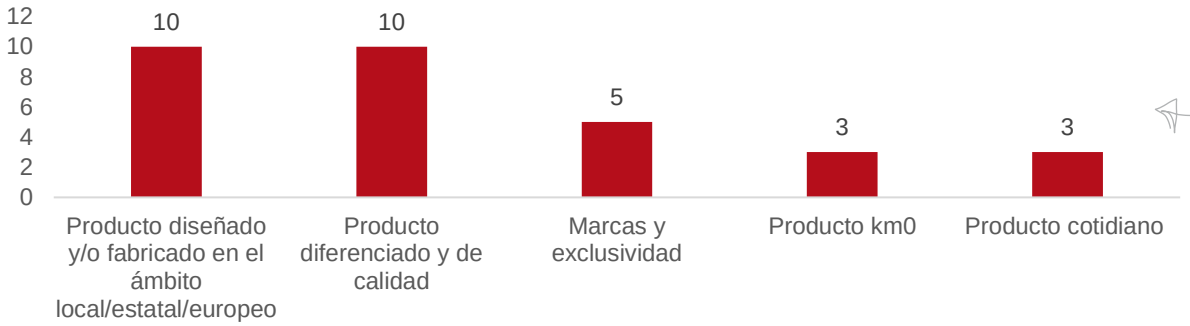
Contexto económico

Venta directa del fabricante al consumidor

"Llegar al segmento joven"

1.- DEFINICIÓN DE LOS NEGOCIOS…

A) PRODUCTO



Confección artesana y ecológica

Confección con materiales naturales

Posibilidad de adaptar el producto a los gustos del cliente

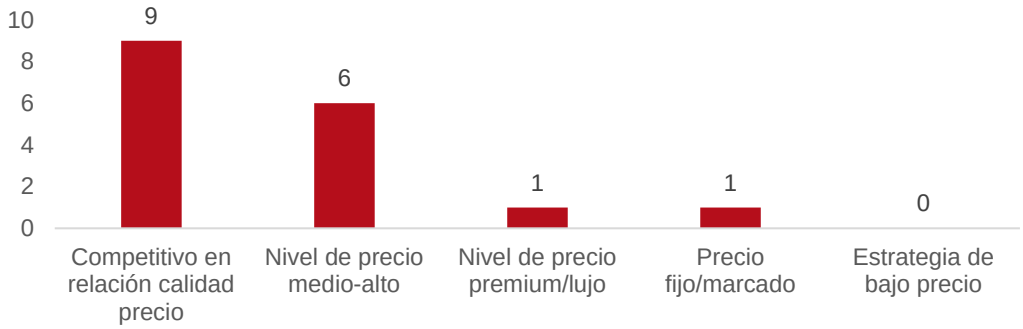
Lo "más km 0 posible" (en gafas)

Productos fabricados en Estado (a veces es imposible…)

Producto exclusivo de gran calidad

Variedad de producto y diseño

B) PRECIO



Mantener relación "calidad – precio"

·"Equilibrado" "Justo"

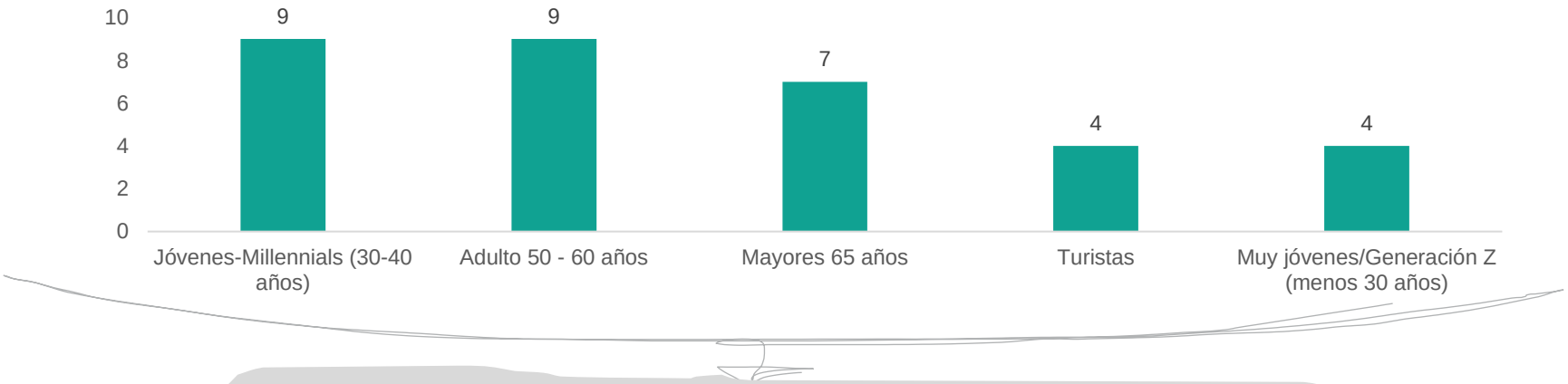
Precio fijo….tarjetas de fidelización en la que se acumula 3% de las compras

Ofrecer producto de diverso precio para todos los públicos

"Ramitos de 15 € o Ramos a 100 €"

1.- DEFINICIÓN DE LOS NEGOCIOS…

C) SEGMENTO CLIENTES



Clientela que agradece que le asesores

Moda para "todas las edades"

Clientela que busca un "capricho"

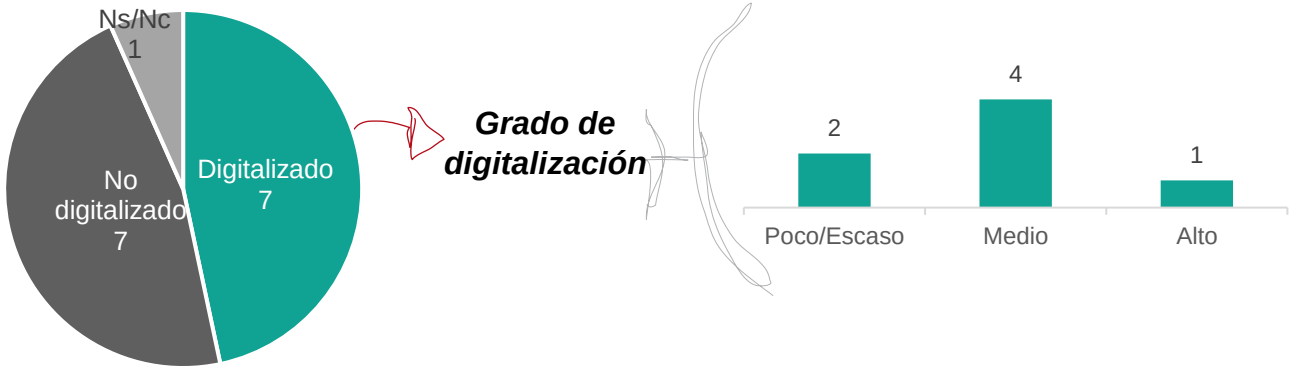
Personas con sensibilidad por la sostenibilidad y el producto local

Clientela con una necesidad muy específica

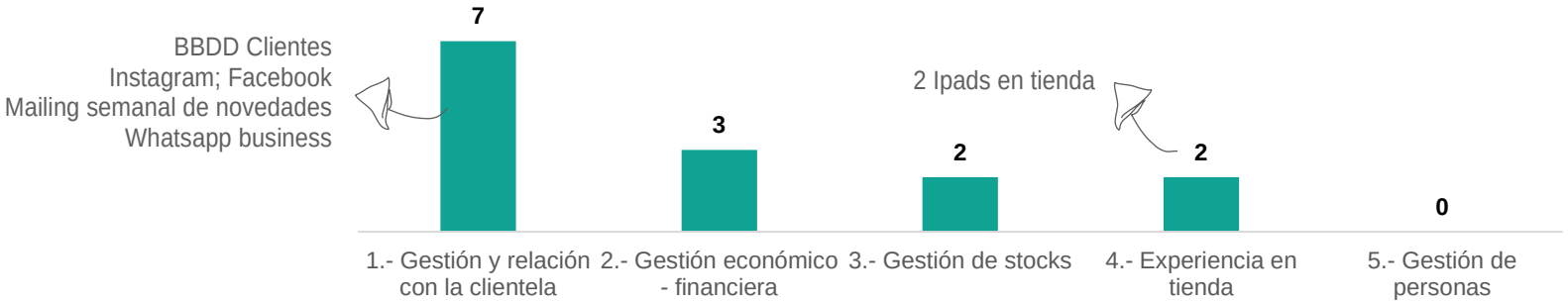
Convivencia de público senior con personas de más de 35 años

2.- DIGITALIZACIÓN

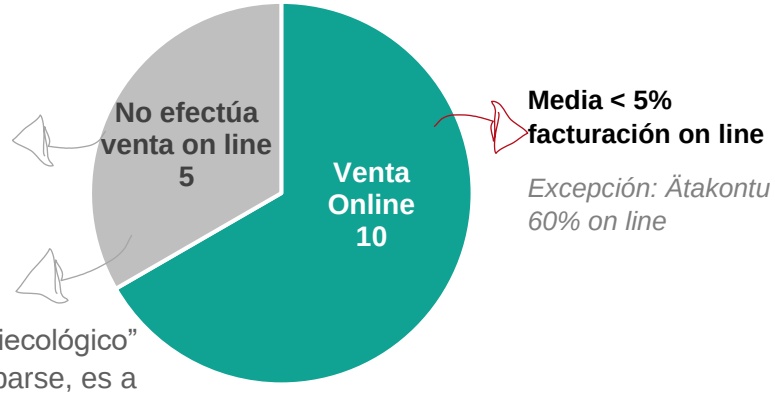
Nº comercios digitalizados vs no digitalizados



En qué actividades se incorpora la digitalización…



3.- VENTA ON LINE



1 Prevé incorpora venta on line

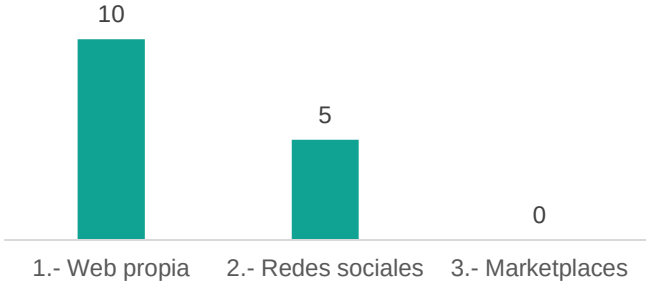
Media < 5% facturación on line

Excepción: Ätakontu 60% on line

Barreras..

- La venta on line es “antiecológico”
- El cliente tiene que probarse, es a medida y merece una explicación “en directo”

Canales de venta on line…



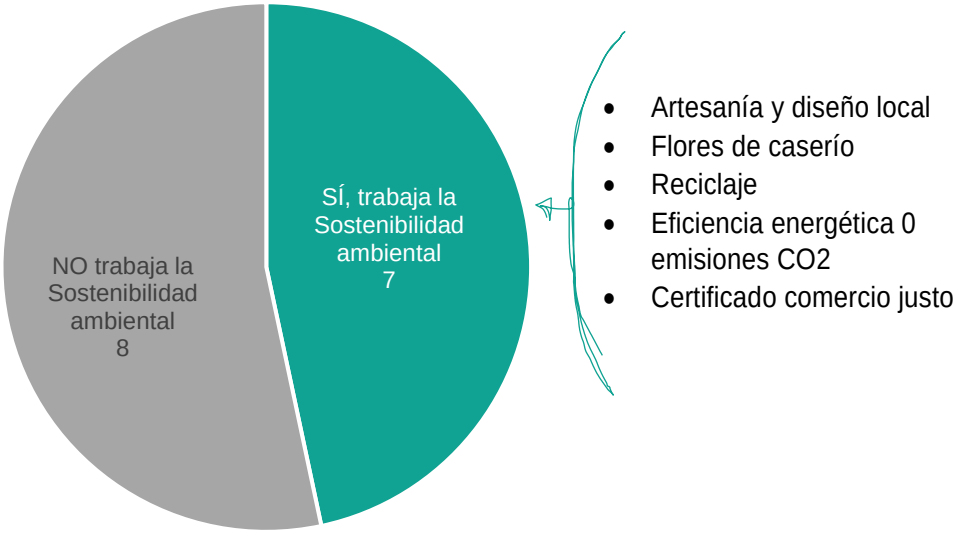
Gestión de envíos y entrega producto



Amazon, Zalando y resto de marketplaces ¿Competencia directa del negocio?



4.- SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL



Sólo 8 Comercios (de los 15) opina que el consumidor valora este aspecto a la hora de efectuar las compras…

5.- SOSTENIBILIDAD SOCIAL

- **13 de los 15 comercios** establece contacto directo con tejido social de calle/barrio

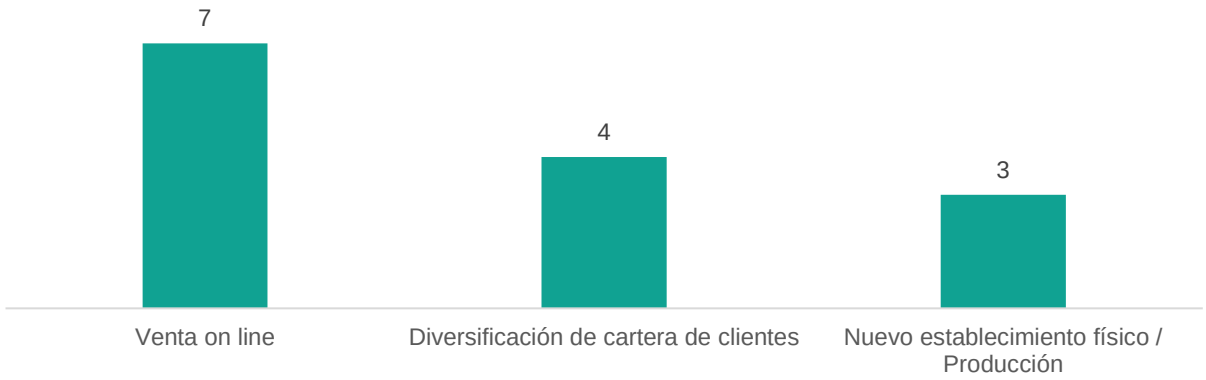
- **8 de los 15 comercios**
  - compra/produce en mercados exteriores
  - puede delegar funciones en su equipo

- **Menos de la mitad (7 de 15)** participa en acciones formativas
  Equilibrio formato presencial y on line

- **"Solo" 5 comercios** establece rotación de turnos

6.- CRECIMIENTO EMPRESARIAL

- **10 Comercios se han planteado el crecimiento empresarial**



- **5 muestran interés en encontrar socios/partners para intraemprender o desarrollar nuevos proyectos empresariales comerciales**

7.- COLABORACIÓN EMPRESARIAL

7 Comercios se han planteado la colaboración empresarial

- *Compartir instalaciones (3)*
- *Colaboración local*
- *Publicidad conjunta*
- *Compras conjuntas*

¿Con quién?

"Clusters urbanos":

- *Diseñadores/as, sastres, floristas, restaurantes, wedding planners…*
- *Talleres mecánicos de coches, instaladores de alarmas en automoción, empresas de alquiler de vehículos…*

Comercios Bilbao:

- *Terai Cosmética natural y ecológica* (Gordóniz Kalea, 27)
- *Thai Spa* (Rampas de Uribitarte 2)
- *B54* (Colón de Larreátegui Kalea, 39)
- *Cloché* (García Rivero Maisuaren Kalea, 6)

PARTE II.- PROCESOS DE PARTICIPACIÓN DIRECTA ABIERTA AL TEJIDO CÍVICO, SOCIAL Y CULTURAL DE LOS DISTRITOS/BARRIOS BILBAO

2-3 valores que asociarías a vuestro barrio

- ***Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola:*** *Historia Tradición Compromiso*
- ***Deusto Bizirik:*** *Comercio local, Cultura, Deporte, Historia y Tradición, Gastronomía, Compromiso social, Juventud, Euskera.*

Valoración del nivel de vida sociocultural del barrio

- ***Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola:*** ***ESCASA*** *(+Programación de actividades)*
- ***Deusto Bizirik:*** ***INTENSA***

Eventos del barrio de mayor interés y participación del comercio

- ***Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola:*** ***ninguna*** ***No hay participación del comercio***
- ***Deusto Bizirik:*** *Deusto Bier Festa, Carnavales, Fiestas Deusto* ***El comercio participa de forma activa y protagonista***

VALORACIÓN DEL COMERCIO Y ECONOMÍA URBANA DEL BARRIO

a) Satisfacción necesidad comercial cotidiana



b) Valoración comercio

CANTIDAD

Bienes cotidianos…

Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola: ***Escasa***

Deusto Bizirik: *Satisfactoria/Adecuada*

Bienes comparativos …

Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola: ***Escasa***

Deusto Bizirik: *Suficiente/Razonable*

CALIDAD

Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola: ***Baja***

Deusto Bizirik: *Alta*

c) Qué tipo de comercio echáis en falta…

Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola: ***De todo***

Deusto Bizirik: *Perfumería y en el futuro Pastelería*

d) Rol del comercio

Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola: ***No ha sabido adaptar su servicio en este nuevo escenario***

Deusto Bizirik: *Juega un rol relevante para la cohesión y calidad de vida del barrio*

e) Áreas de mejora

- ✓ ***Impulso digital***
- ✓ ***Comunicación y refuerzo de la imagen comercial***

VALORACIÓN DEL RESTO DE LA ECONOMÍA URBANA DEL BARRIO

a) Oferta Servicios

Asociación de Vecinos Urazurrutia-Zamakola: ***Escasa***
Deusto Bizirik: ***Suficiente/Razonable***

b) Hostelería

Asociación Vecinos Urazurrutia-Zamakola: ***Escasa***

Deusto Bizirik: ***Suficiente/Razonable***

SEGMENTOS DE DEMANDA MÁS PRÓXIMOS AL COMERCIO DEL BARRIO

Segmentos	***"Próximo"***	***"Alejado"***
Familias jóvenes con hijos/as	0	3
Familias asentadas en el barrio desde hace décadas	2	1
Personas mayores que viven solas	2	0
Población de origen extranjero	1	1
Turistas	0	2
Estudiantes residentes	1	2

Cambios poblacionales..

- ✓ ***Asociación Vecinos Urazurrutia-Zamakola:*** *Llegada de población joven y a su vez envejecimiento*
- ✓ ***Deusto Bizirik:*** *Envejecimiento*

VALORACIÓN ESPACIO URBANO Y MOVILIDAD

Aspectos valorados	*Muy mala*	*2*	*3*	*Muy buena*
Peatonalizaciones	**Uzai**			
Mobiliario urbano	**Uzai**			
Seguridad ciudadana		**Uzai/Deusto Bizirik**		**1**
Limpieza de las calles		**Uzai/Deusto Bizirik**		
Iluminación		**Uzai**	**Deusto Bizirik**	
Ruido			**Uzai/Deusto Bizirik**	
Aparcamientos	**Deusto Bizirik**	**Uzai**		
Tráfico		**Uzai/Deusto Bizirik**		
Accesibilidad	**Uzai**		**Deusto Bizirik**	

Observaciones…

- ✓ ***Asociación Vecinos Urazurrutia-Zamakola:*** *Falta de todo un poco, servicios, accesibilidad etc (Urazurrutia-Zamakola)*
- ✓ ***Deusto Bizirik:*** *Mejorar el transporte en la parte baja del barrio. Ría;.Avda. lehendakari Aguirre ralentizar el trafico y la vía que sea más amable para los peatones.*