

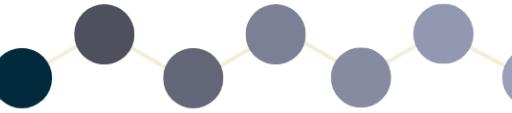
# SERVICIO DE MONITORIZACIÓN SECTORIAL

Extracto de los resultados obtenidos en el proyecto



# SEGUIMIENTO COMERCIAL A CONSUMIDORES

---



## SEGUIMIENTO COMERCIAL

El seguimiento comercial como actuación integrada en el **SERVICIO DE MONITORIZACIÓN SECTORIAL DEL SECTOR**, ha concentrado la observación y estudio en el 2021, en un **grupo de clientes a lo largo de 6 semanas** con el objetivo de CONOCER los formatos que eligen para la adquisición de los diferentes **PRODUCTOS**, profundizar sobre los hábitos de consumo, y dar respuesta a las siguientes cuestiones:



1

¿EL CONSUMIDOR  
ES COHERENTE EN  
SU DISCURSO?



2

¿EL CLIENTE  
COMPRA  
DONDE DICE  
QUE LO HACE?



3

¿QUÉ MOTIVOS  
CONDICIONAN LA  
SELECCIÓN DE  
UN FORMATO  
FRENTE A OTRO?



4

EL COMERCIO  
LOCAL  
¿MANTIENE O HA  
CAMBIADO SUS  
REFERENTES Y  
FACTORES DE  
ATRACCIÓN?



5

¿EL  
CONSUMIDOR  
SIGUE EL MISMO  
PATRÓN DE  
COMPRA PARA  
LOS DIFERENTES  
PRODUCTOS?  
¿ES FIEL AL  
FORMATO?

## RESUMEN: SEGUIMIENTO COMERCIAL POR PRODUCTO

Los productos con mayor repetición de compra durante la realización del seguimiento comercial han sido aquellos relacionados con la alimentación, representando un **73%** del total de las adquisiciones.

Dentro del grupo de la alimentación, **el pan y los lácteos**, con un **27%** de las adquisiciones, han sido los productos más requeridos. El pan y los lácteos mantienen una elevada recurrencia de compra, a **lo largo de la semana**, incluidas las compras en domingo. Las horas más recurrentes para adquirir estos productos han sido de **12h a 14h y de 18h a 20h y en formato físico**.

Los siguientes productos con mayor frecuencia de compra, pertenecen al grupo de **equipamiento de la persona (13% de las compras)**.

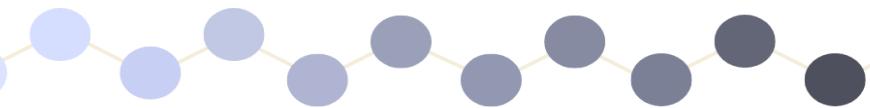
El producto con mayor recurrencia de compra ha sido **la ropa (55% de las adquisiciones)**. Las compras se han realizado mayoritariamente en **cadenas**, bajo formato de **autoservicio** y que se visitan de manera **ocasional** y generalmente **a pie**, en **Bilbao**. **El ticket medio** oscila entre los **10 y 50€**, y el tiempo de compra varía entre **10 y 30 minutos**.

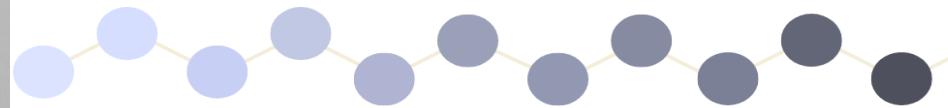
El **comercio con alto componente de servicio** es la subcategoría que ocupa el tercer lugar de compras realizadas en este seguimiento comercial con un **12%**.

**La droguería y perfumería**, con un **59%** de las adquisiciones, han sido los productos con un mayor volumen de compra. Los consumidores prefieren los **sábados** para adquirir productos de esta familia, en horas que oscilan entre **las 9h y 12h y las 18h y 20h**. Por norma general acuden a **comercios físicos habituales** que principalmente se sitúan en **Bilbao** y son **cadenas**.

Por último, el subgrupo que menos compras se ha observado durante las 6 semanas ha sido el **equipamiento del hogar (2%)**.

El producto que destaca en este subgrupo ha sido **el bricolaje y la decoración** con un **60%** de las compras. Los locales elegidos se han dividido entre **Bilbao y Leioa** y los consumidores han acudido tanto en **transporte privado** como **a pie**. Estas compras han sido principalmente **asistidas** y han durado **menos de 10 minutos**. El gasto medio ha sido **menor de 20 €**.



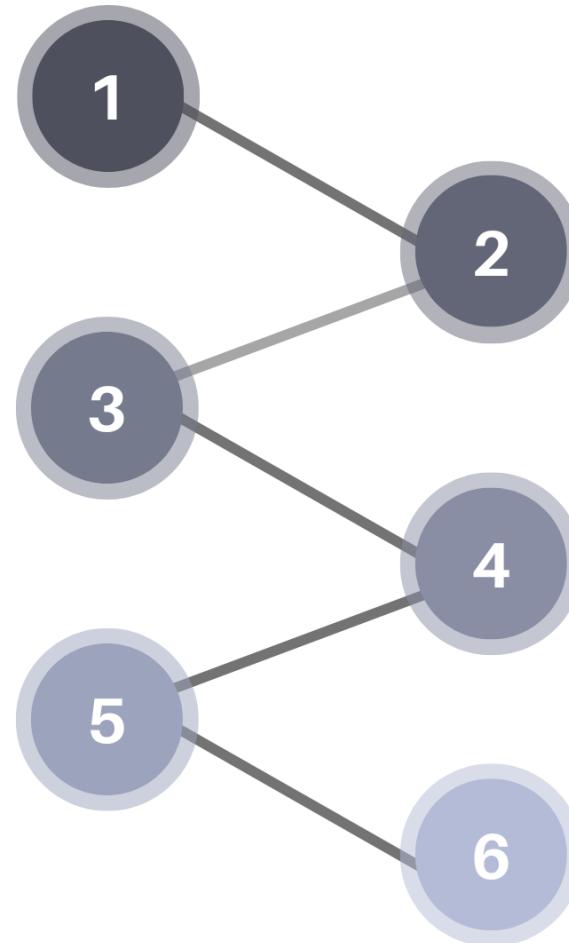


## RESUMEN: SEGUIMIENTO COMERCIAL POR PRODUCTO

El **sábado** es el día de la semana en el que más compras se realizan, y las horas punta son **9h a 12h**

La mayoría de los consumidores apuesta por grandes cadenas de distribución.

**El 73 % de las compras del grupo de alimentación se realizan a pie mientras que el resto (Eq. Persona, Eq. del hogar y comercio con alto componente de servicio...) utilizan el coche como medio de transporte**



La alimentación seca, el pan y los lácteos son los productos con mayor recurrencia de compra a lo largo de la semana.

El grupo de edad de **57-71 años es el que se ha identificado con mayor volumen de compra de artículos** (429 productos).

Las compras se realizan de forma preferente en el **canal físico**.



# SEGUIMIENTO COMERCIAL

## RESUMEN: SEGUIMIENTO COMERCIAL POR FORMATO

### CADENA DE DISTRIBUCIÓN



#### Producto Fresco



El horario, la comunicación y la ubicación son factores que condicionan la compra de productos frescos en las cadenas de distribución.

La atención en el proceso de compra y el asesoramiento del producto se valoran negativamente.



#### Alimentación Seca

Para el consumidor, la compra de alimentación seca en una cadena de distribución es la atención al cliente, destaca por la ausencia de asesoramiento.



#### Equipamiento de la persona

El conocimiento de producto por parte de los dependientes y la calidad de este, son los factores que más echan en falta los clientes a la hora de comprar en cadenas.



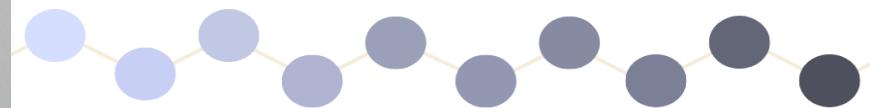
#### Equipamiento del Hogar

El asesoramiento y el servicio postventa de las grandes cadenas de distribución no cuentan con una valoración positiva.



#### Comercio con Alto Contenido en servicio

La falta de conocimiento del producto por parte de los vendedores, desvirtúa la experiencia de compra.



# SEGUIMIENTO COMERCIAL

## RESUMEN: SEGUIMIENTO COMERCIAL POR FORMATO

### COMERCIO LOCAL



#### Producto Fresco

El conocimiento y el asesoramiento son los atributos estrella de la compra en el comercio local.

Como debilidad, una menor oferta de promociones desincentiva las compras en el comercio local.



#### Alimentación Seca

Productos de calidad, atención, rapidez en la compra, también destacan en el comercio local.

La política de devoluciones se ha convertido en una de las principales debilidades del formato, junto con la comunicación (RRSS).



#### Equipamiento de la persona

Tanto la calidad como la atención son los ítems mejor valorados por los usuarios hacia el comercio local.

Las políticas de devolución y la comunicación son aspectos a mejorar en el comercio local del equipamiento de la persona según los consumidores.



#### Equipamiento del Hogar

El asesoramiento profesional y el poder obtener al momento el producto son los puntos más apreciados.

Tanto el precio como la diversidad de productos son factores a mejorar.



#### Comercio con Alto Contenido en servicio

La proximidad y cercanía de los establecimientos, son factores positivos que favorecen al comercio local.

Los usuarios destacan de forma negativa, el tiempo de compra-espera y la falta de adecuación de las políticas de devolución.



COMERCIO LOCAL

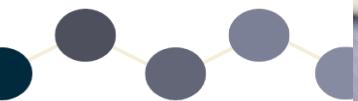
VS

GRAN CADENA

# SIMULACIÓN DE COMPRA ONLINE

## Mystery Shopping Digital

# ESTUDIO DE SEGUIMIENTO COMERCIAL ONLINE



## COMPRA IMPULSIVA

Precio

Posicionamiento web

Gastos de envío

Opciones de recogida y de reparto

Métodos de pago y códigos promocionales

Registro previo a la compra

Accesibilidad, estética, analítica web

Tiempo de compra

Los avances de la tecnología han hecho que el uso de internet sea omnipresente en todos los ámbitos de la sociedad. En este escenario, también el comercio online se ha instalado y normalizado en la vida de los consumidores. Tanto grandes cadenas de distribución como comercios locales, han adoptado este punto de venta adicional y alguno de los casos exclusivo.

La elevada oferta de productos que se pueden adquirir a un simple click, ha potenciado las compras no planificadas en este sentido. Vinculadas al ocio, se ha definido en el marco de esta actuación como aquellas **compras no meditadas, que obedecen al impulso de consumo.**

Para poder obtener resultados significativos en relación con las acciones de compra del consumidor, se han recreado simulaciones de adquisición de artículos a través de este canal, tanto en grandes cadenas de distribución como en comercios locales, para analizar cuales son sus debilidades y fortalezas.

Las simulaciones se han realizado en un total de **48 establecimientos**, en los que se ha procedido a recrear la compra a través de sus páginas webs, para observar las diferencia entre ambos formatos.

Para obtener conclusiones, ha sido necesario estudiar un amplio número de establecimientos, puesto que, las compras “impulsivas” se basan en diferentes factores durante el proceso, como pueden ser: la navegación por la web, el SEO y el SEM, los costes de envío, etc.

El propósito final de la **simulación ha sido identificar las oportunidades de mejora y las mejores prácticas de comercio a través de este canal.**



# ALIMENTACIÓN FRESCA: CANAL ONLINE

## CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Los gastos de envío incrementan el precio final. En varias de las cadenas observadas el coste es superior a 6 euros



Estos comercios priorizan la tarjeta como medio de pago, pero algunos de ellos incorpora opciones como paypal o tarjetas propias del establecimiento.



Es necesario registrarse como cliente en un porcentaje elevado de cadenas, siendo este trámite inicial el que ralentiza la compra



Las cadenas ofrecen un servicio de recogida en tienda y envío a domicilio



La mayoría de estos establecimientos cuentan con opción de ofertas exclusivas online



No se ha observado la utilización de SEM cuando se busca el nombre concreto del establecimiento



Compra LENTA - El tiempo de compra en las cadenas conlleva de medida de 7-10 minutos que incluye los trámites de gestión y registro



VS



## COMERCIO LOCAL



Los gastos de envío varían de los 4€ a los 12€. En la mayoría el envío es gratuito cuando el pedido supera los 60€



Se permite realizar pago con tarjeta o mediante transferencia bancaria



En dos de los comercios el trámite de registro es opcional



Todos contemplan la opción de reparto a domicilio



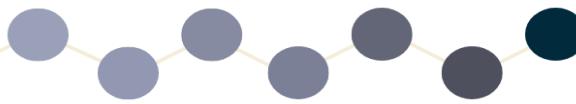
Los códigos promocionales son canjeables en varias de estas páginas



La página web de cada uno de estos establecimientos está ACTUALIZADA e INTUITIVA. Hacen uso del SEO y SEM la mayoría de ellos



Compra MEDIA-RÁPIDA - El tiempo de compra estimado es de 5-7 minutos en estas páginas



# ALIMENTACIÓN SECA: CANAL ONLINE

## CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Los gastos de envío en cadenas varía entre 5-6€ y gratuitos cuando la compra supera un importe mínimo



Estos comercios utilizan principalmente la tarjeta como método de pago, pero algunos de ellos incorporan opciones como Amazon Pay u otras



Es necesario registrarse como cliente en todas las páginas para finalizar la compra



Las cadenas cuentan con un servicio de recogida en tienda y envío a domicilio



La mayoría de estos establecimientos cuentan con promociones y descuentos



Por norma general, estas cadenas realizan tanto SEO como SEM para favorecer su posicionamiento en buscadores. En cuanto a la estética y accesibilidad, las páginas están cuidadas y la compra es INTUITIVA



Compra RÁPIDA - La compra se realiza en unos 5 minutos vía online



VS



## COMERCIO LOCAL



Cuando la compra no llega a un mínimo, el envío supone un incremento de entre 5€ y 7€



En cuanto al abono, todos los establecimientos admiten transferencia, tarjeta y PayPal, algunos de ellos incorporan BIZUM...



No se observa la obligatoriedad del registro previo a la compra



Todos ellos contemplan la opción de envío a domicilio o recogida en tienda



Los códigos promocionales son canjeables en la mayoría de estas páginas



Son webs ACTUALIZADAS y de FÁCIL USABILIDAD. El inconveniente es que no cuentan con un buen posicionamiento web



Compra RÁPIDA - Para realizar compras a través de este canal en estos comercios se invierte una media de 4-6 minutos



# EQUIPAMIENTO DE LA PERSONA: CANAL ONLINE

## CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Las cadenas de distribución fijan por término medio el envío gratuito del pedido en compras mínimas de 30 euros



Aceptan una amplia variedad de métodos de pago, exceptuando BIZUM



Facilidad de compra. No es necesario registrarse



Alternativas en los métodos de envío:

- Envío rápido (llega al domicilio en 24h)
- Envío estándar (48-72h)
- Recogida en tienda



Códigos promocionales presentes en un alto % de las firmas



La navegación en la página es CÓMODA e INTUITIVA. Son webs con una estética cuidada



Compra RÁPIDA - Tiempo de compra 4/5 min



VS



## COMERCIO LOCAL



Se deben realizar compras superiores a 100 euros para que el envío del pedido sea gratuito



Posibilidad de uso de BIZUM como opción de pago, método valorado positivamente por los clientes



No es necesario el registro, pero se exigen datos personales que no son solicitados por las grandes cadenas, como por ejemplo: DNI, el teléfono fijo...



Envío a partir de 48 horas. No hay opción de envío rápido



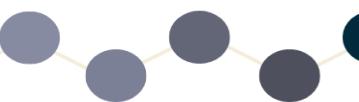
Apartado visible y estandarizado para canjear promociones o códigos de descuento



Las páginas son FÁCILES de usar. La estética es agradable en la mayoría, hay algunas páginas con demasiada carga visual



Compra MEDIO-RÁPIDO (5/7 min). El tiempo de carga de una página de la web a otra se demora en algunas transiciones



# EQUIPAMIENTO DEL HOGAR: CANAL ONLINE

## CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Los gastos de envío en la mayoría de las cadenas superan los 30€



Variedad de medios de pago, así como con tarjetas propias.



El registro como cliente es necesario en todas las páginas web



Las cadenas cuentan con un servicio de recogida en tienda y envío a domicilio. Opción de instalación del producto



La mayoría de las cadenas NO cuentan con una opción de canjeo de promociones



Tanto la estética como el uso de la web es FÁCIL e INTUITIVO para el consumidor. Todas las cadenas utilizan herramientas SEO y SEM



Compra LENTA - La compra se realiza en unos 8-10 minutos vía web



VS



## COMERCIO LOCAL

Envío gratuito dependiendo del coste de la compra. El coste de envío se encuentra entre los 10€ y 30€



Los medios de pago de estos canales son por transferencia bancaria, tarjeta de crédito o débito y PayPal



Facilidad de compra. No se pide un registro en la mayoría de los comercios analizados



Por lo general, cuentan con envío a domicilio y recogida en tienda



En un elevado porcentaje de los comercios locales NO existe un apartado visible para canjear promociones de forma online



La web de estos comercios no siempre está actualizada. En cuanto al posicionamiento, es difícil "encontrar" estos establecimientos si no se conocen



Compra LENTA - El tiempo que se invierte en estas compras NO es superior a 10 minutos





# ALTO COMPONENTE DE SERVICIO: CANAL ONLINE

## CADENA DE DISTRIBUCIÓN



Los gastos de envío de las cadenas de distribución son menores a los de los comercios locales. Desde 2,99 €



Amplia variedad de métodos de pago aceptados, así como con tarjetas propias



Necesidad de registro en un elevado porcentaje de las cadenas



Las cadenas cuentan con innovadores métodos de envío o recogida como el click and GO



Opción de códigos promocionales aplicable en la mayoría de las cadenas



La estética de la webs es LIMPIA, haciendo uso de los colores corporativos. Además, el uso de la página es PRÁCTICO y ACCESIBLE



Las cadenas son RÁPIDAS en la gestión de la compra/venta (4-5 minutos)



VS



## COMERCIO LOCAL



Las gastos de envío en los comercios locales son superiores a los 5€



Dos métodos de pago, transferencia bancaria y tarjeta de crédito. Escasa presencia de BIZUM



Facilidad de compra. No se pide un registro en la mayoría de los comercios analizados



Envío de 24-48 horas frente a 24-72 horas en algunas cadenas



En un elevado porcentaje de los comercios locales NO existe un apartado visible para canjear promociones de forma online

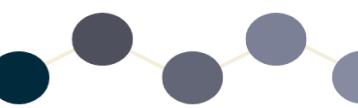


Son de uso SENCILLO. La estética de las páginas puede mejorarse y actualizarse



Compra MEDIA-RÁPIDA. Compras SIN demora. Menos de 10 minutos en realizar la compra completa

# ESTUDIO DE SEGUIMIENTO COMERCIAL ONLINE



## COMPRA REFLEXIVA



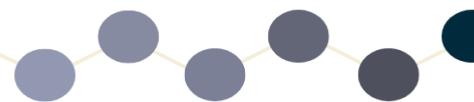
Como se ha mencionado anteriormente, se han realizado dos análisis de compra: la impulsiva y la reflexiva. Como definición y metodología utilizada en la **compra reflexiva** se ha basado en la adquisición de un **producto concreto**, a través de una compra planificada, meditada y sujeta a la comparación entre artículos.

Para investigar las diferencias de consumo entre los comercios locales y las grandes cadenas de distribución a través de internet, se han llevado a cabo simulaciones de compra online. De esta forma, se ha identificado las debilidades y las fortalezas de los comercios locales en las compras reflexivas.

Para realizar las simulaciones, se ha escogido un producto, concreto, con el que desarrollar la comparativa. De nuevo se ha analizado los cuatro grandes grupos del comercio al por menor.

Una vez seleccionado, se ha procedido a la búsqueda en Internet para ambos formatos. Los establecimientos participantes en la simulación han sido elegidos por el orden de posicionamiento en el buscador (SEO y SEM).

Se ha efectuado una compra completa, y se han detectado las diferencias de compra entre las grandes cadenas de distribución y el comercio local.



# ALIMENTACIÓN FRESCA: CANAL ONLINE

## Posicionamiento SEO/SEM

La mayoría de las cadenas hacen uso de herramientas SEO y SEM, mientras que los comercios locales se posicionan en la web habitualmente con medios orgánicos (SEO).

## Precio

Por lo general, comprar 1Kg de carne picada de ternera es más barato en las medianas superficies/hiper.

## Gastos de envío

En el comercio local los gastos son más caros, pero la diferencia no es significativa. Si se hace un pedido mínimo (que depende del establecimiento alrededor de los 100€) el envío es gratuito, tanto en cadenas como en comercio.

## Tiempo de envío

Todas las cadenas permiten elegir el día y la hora que el cliente desea que llegue su pedido, incluso en la misma jornada en la que se realiza la compra. Los comercios locales tienen envío estándar de 1 a 3 días.



## Accesibilidad, estética y analítica web

Las páginas web de los comercios locales en este caso son más limpias, fáciles de usar e intuitivas. Por el contrario las páginas de las cadenas, al tener una amplia oferta de productos puede ralentizar el proceso de compra.

## Códigos promocionales

En este aspecto no hay diferencias entre comercio local y cadenas. Todas las páginas web tienen opción para utilizar códigos promocionales a excepción de Mercadona.

## Opciones de recogida y reparto

Las cadenas tienen una amplia variedad en las opciones de recogida o de envío a domicilio, en cambio los comercios locales sólo tienen una opción de cada uno de ellos.

## Registro previo a la compra

En todas las cadenas se ha de realizar un registro de cliente. En los comercios locales, generalmente, sólo hay que insertar los datos de la dirección de envío, lo que hace más fácil la compra.

## Métodos de pago

La mayoría de las cadenas utilizan sus propias tarjetas como medio de pago, además de los medios tradicionales. Los comercios locales hacen uso de BIZUM.



# ALIMENTACIÓN SECA: CANAL ONLINE

## Posicionamiento SEO/SEM

Por parte del comercio local, no se realiza acciones de posicionamiento, mientras que la cadena de distribución realiza SEO y SEM para aparecer en las primeras posiciones.

## Precio

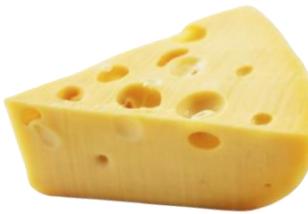
La diferencia es de 0,08€, siendo más barato la cadena de distribución

## Gastos de envío

Los gastos de envío de la cadena son de 7€, mientras que en el comercio local solo se puede recoger en tienda.

## Tiempo de envío

El comercio local tan sólo tiene la opción de recogida en tienda, mientras que la cadena permite elegir el día y hora que se desea recibir el pedido.



En el caso de la alimentación seca sólo se ha podido encontrar un comercio local con venta online del producto elegido para la simulación

## Accesibilidad, estética y analítica web

El comercio local analizado, no tiene web propia, se encuentra en el Marketplace EUP!. La cadena ofrece una amplia variedad de productos y eso hace que el tiempo de compra se ralentice, pero ambas páginas son intuitivas.

## Códigos promocionales

En el comercio local, se pueden canjear códigos promocionales. Por otro lado, la cadena analizada, da una opción en el inicio de la web, pero al realizar la compra no aparece.

## Opciones de recogida y reparto

La cadena de distribución permite recoger en tienda o reparto a domicilio, mientras que el comercio local, tan sólo cuenta con servicio de recogida en tienda.

## Registro previo a la compra

Ambos necesitan registro previo a la compra.

## Métodos de pago

El comercio local analizado permite pagar con tarjeta de crédito o vía Bizum. La cadena de distribución, con tarjeta de crédito, tarjeta propia y otras tarjetas del grupo.



# EQUIPAMIENTO DE LA PERSONA: CANAL ONLINE

## Posicionamiento SEO/SEM

Los primeros puestos del buscador son ocupados por las grandes cadenas, haciendo uso de SEM. Los comercios locales, en algunas ocasiones, no aparecen en Google.

## Precio

Los comercios locales superan favorablemente a las cadenas de distribución. El precio del producto en los comercios locales es menor que en las cadenas.

## Gastos de envío

En todos los establecimientos, menos en un comercio local, los gastos de envío son gratuitos.

## Tiempo de envío

Los comercios locales tienen envío estándar de 1 a 3 días, frente a las cadenas, que ofrecen una variedad de métodos en los que la compra puede llegar antes del envío estándar. Este tipo de envío suele tardar 24 horas.



## Accesibilidad, estética y analítica web

Las páginas web de las cadenas están mejor estructuradas, se llega al producto más fácilmente. Algunos comercios locales no ofrecen la opción búsqueda, que ayuda a encontrar el artículo.

## Códigos promocionales

En este aspecto no hay diferencias entre comercio local y cadenas. Todas las páginas webs tienen la opción de utilizar códigos promocionales a excepción de algún comercio local.

## Opciones de recogida y reparto

Las cadenas tienen varias opciones de recogida o de envío a domicilio, en cambio los comercios locales, sólo tienen una opción de cada uno de ellos, incluso hay establecimientos en las que sólo tienen entrega a domicilio.

## Registro previo a la compra

En todas las cadenas se permite realizar la compra como invitado, sin necesidad de registro. Por otro lado, en todos los comercios locales analizados, a excepción de uno, es necesario registrarse para finalizar el pago.

## Métodos de pago

Se aprecia que las cadenas utilizan una variedad amplia de métodos de pago frente al comercio local. Aunque, en esta ocasión, el método Bizum ha sido poco utilizado, tan solo por una cadena y un comercio local.



# EQUIPAMIENTO DEL HOGAR: CANAL ONLINE

## Posicionamiento SEO/SEM

Las dos cadenas se encuentran en los primeros puestos de Google utilizando SEO y SEM. En cuanto a los comercios locales se posicionan mediante SEO.

## Precio

El precio es similar en todos los establecimientos, pero son ligeramente más baratos en las cadenas.

## Gastos de envío

Los gastos de envío son gratuitos en todos los establecimientos.

## Tiempo de envío

El tiempo de envío varía entre 2-3 días tanto en cadenas como en comercios locales.

## Accesibilidad, estética y analítica web

Las webs de estos comercios tienen una estética no actualizada a excepción de un establecimiento, pero son sencillas e intuitivas, por lo que la compra es fácil.



Tras una búsqueda exhaustiva de comercios locales en Bizkaia que contaran con página web, solo se han encontrado dos de estos con el producto elegido.

## Códigos promocionales

Ambos comercios locales tienen la opción de introducir códigos de descuento, pero en este caso, las cadenas no ofrecen descuentos de este tipo.

## Opciones de recogida y reparto

En este caso prima el envío a domicilio, pero uno de los comercios locales también tiene la opción de recogida en tienda.

También cuentan con servicio de instalación.

## Registro previo a la compra

En las cuatro plataformas es necesario registrarse para finalizar la compra.

## Métodos de pago

Los medios de pago utilizados por todas las páginas son Paypal y tarjeta de crédito/débito. Además en el comercio local se hace uso de las transferencias bancarias, y en cadenas pagos vía Bizum o a plazos.



# ALTO COMPONENTE DE SERVICIO: CANAL ONLINE

## Posicionamiento SEO/SEM

Los comercios locales no aparecen en ninguna de las primeras páginas del buscador, mientras que las cadenas se han visto representadas tanto en SEM como SEO.

## Precio

Comparando las dos cadenas, se aprecia un cambio significativo en el precio. Por el contrario los comercios locales ofrecen el mismo producto, exactamente por el mismo precio.

## Gastos de envío

El precio de este tipo de producto suele ser elevado, por lo que el envío es gratuito, normalmente. En esta ocasión el envío está cubierto, a excepción de un comercio local.

## Tiempo de envío

Este producto está sujeto al stock y tiempo de fabricación, dependiendo de esto, el envío se realizará en un plazo o en otro: desde 24-48 horas hasta 7-10 días.



Tras una búsqueda exhaustiva de comercios locales de Bizkaia que contaran con venta online en su página web, solo se han encontrado dos de estos con el producto elegido.

## Métodos de pago

En esta ocasión, los métodos de pago no varían apenas entre las cadenas los comercios locales. Únicamente uno de los comercios gestiona Bizum, como forma de pago.

## Códigos promocionales

La opción de aplicar una oferta vía online se ve presente en la mayoría de los establecimientos.

## Opciones de recogida y reparto

Las cadenas tienen varias opciones de recogida o de envío a domicilio. En cambio los comercios locales sólo tienen una opción de cada uno de ellos, incluso, hay ocasiones en las que solo tienen entrega a domicilio.

## Registro previo a la compra

No es necesario registrarse para realizar las compras.

## Accesibilidad, estética y analítica web

Las páginas web de las cadenas están mejor estructuradas, se accede al producto más fácilmente.

# SERVICIO DE MONITORIZACIÓN SECTORIAL

