

---

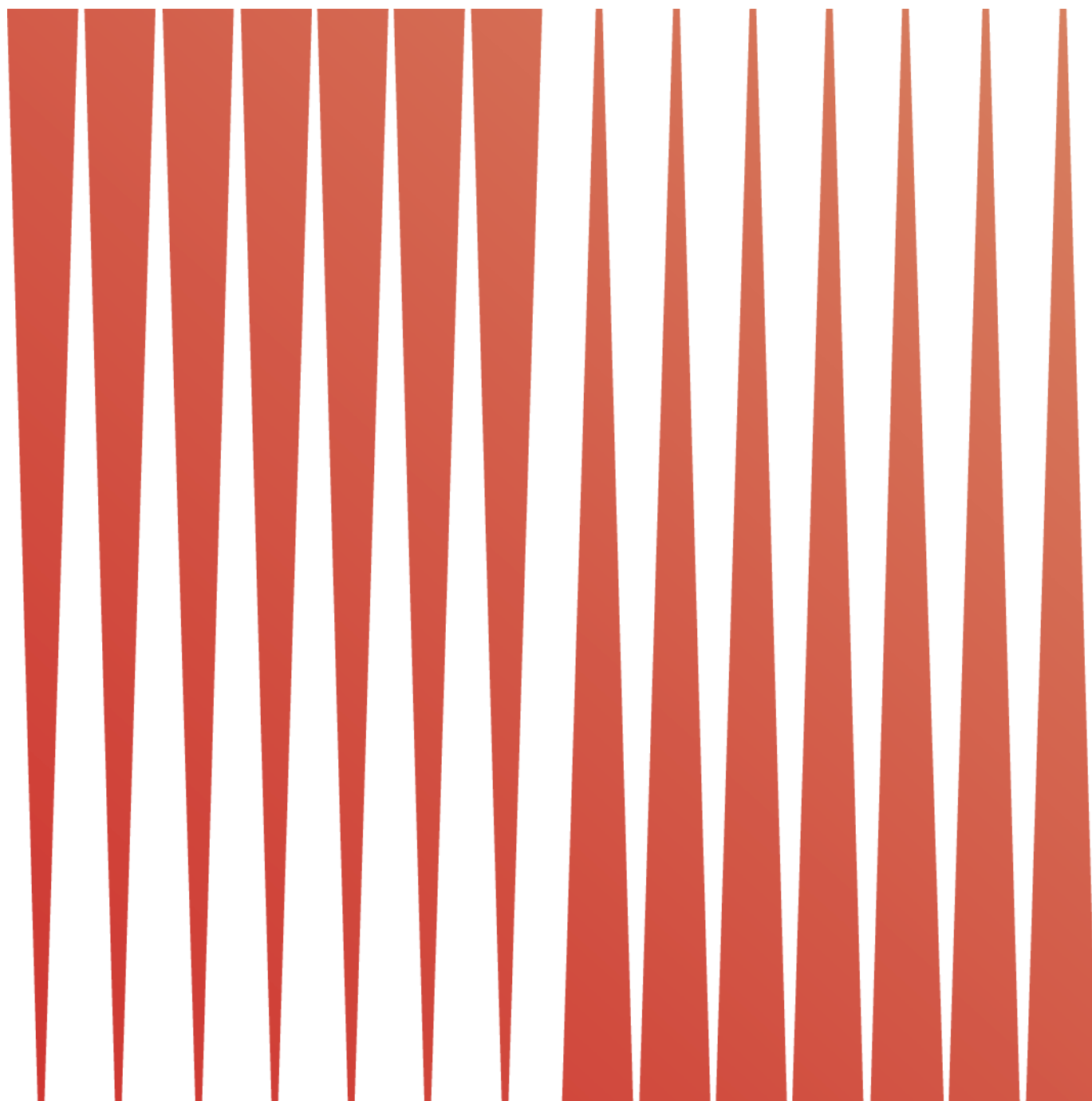
Observatori d'Empresa i Ocupació

[www.gencat.cat/empresaiocupacio](http://www.gencat.cat/empresaiocupacio)



---

Data d'actualització: 09/07/2012



© 2012 Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa i Ocupació  
Gabinet Tècnic

c/ Sepúlveda, 148-150  
08011 Barcelona  
[www.gencat.cat/empresaiocupacio](http://www.gencat.cat/empresaiocupacio)

Barcelona, juliol de 2012

ISSN: 2014-3346  
Dipòsit legal: B-22966-2012



Els continguts d'aquesta obra estan subjectes a una llicència de Reconeixement-No comercial-Sense obres derivades 3.0 de Creative commons. Se'n permet la reproducció, distribució i comunicació pública sempre que se'n citi l'autor i no se'n faci un ús comercial. La llicència completa es pot consultar a:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

# Índex

1. Presentació	3
2. Trets més destacats	3
3. Estructura empresarial	5
3.1 Empreses amb establiment	5
3.2 Empreses amb seu	6
3.3 Establiments comercials	7
4. Mercat de treball al comerç al detall	8
4.1 Ocupació	8
4.2 Afiliació a la Seguretat Social	10
4.3 Atur registrat	10
5. Evolució de les vendes	11
5.1 Vendes del comerç minorista	11
5.2 Vendes a les grans superfícies	12
5.3 Vendes per format comercial	13
5.4 Vendes per sector d'activitat	15
6. Evolució del consum	16
6.1 Factors que incideixen sobre el consum	17
7. Comportament de compra	19
7.1 Canvis a la despesa de les llars	19
7.2 Canvis als hàbits de consum	20

## 1. Presentació

1. L'Informe anual del sector del comerç detallista a Catalunya recull i amplia els continguts d'altres productes de l'Observatori d'Empresa i Ocupació relatius a aquest sector, procedents de l'Informe d'estructura empresarial, les dades d'ocupació, el Butlletí de conjuntura trimestral o el Semàfor del Comerç, i n'amplia altres, tot plegat per analitzar l'evolució a mitjà i llarg termini del comerç detallista a Catalunya, també de forma comparada en relació a altres comunitats autònomes, Espanya i Europa.

2. A banda d'analitzar el sector del comerç detallista a nivell d'estructura empresarial, densitat comercial, vendes i mercat de treball, aquest Informe anual ofereix informació sobre el consum, la seva evolució en el mitjà i llarg termini, i l'anàlisi dels principals factors que incideixen sobre la propensió al consum dels ciutadans i les llars, com per exemple: l'atur, la inflació, la renda disponible, l'estalvi de les famílies, la confiança dels consumidors o la riquesa financera i immobiliària.

Finalment, s'analitzen també els principals canvis en el comportament de compra dels consumidors l'any 2011.

## 2. Trets més destacats

- El nombre d'empreses amb establiment comercial a Catalunya es redueix interanualment un 1,9%. El nombre d'empreses amb seu disminueix un 1,9% i el d'establiments comercials un 1,1%.

- El 97,4% de les empreses detallistes amb establiment comercial a Catalunya tenen menys de 9 persones assalariades. El 65,4% del total d'aquestes empreses tenen la forma jurídica de persona física

- El comerç al detall ha perdut des de l'inici de la crisi un 13,4% de l'ocupació, mentre el total de l'economia catalana n'ha perdut un 16,8%. El nombre de persones ocupades s'ha mantingut per sobre de les 300.000, excepte el primer trimestre.

- El perfil de l'ocupació en el comerç al detall és el d'una dona, d'edat compresa entre els 25 i 44 anys i assalariada

- L'afiliació al Seguretat Social el 31 de desembre de 2011 és un 1,4% inferior a la del 31 de desembre de 2010

- La taxa de creixement de l'atur en el comerç al detall l'any 2011 (+9,6%) és superior a la del total catalana (+9,2%)

- Les vendes cauen interanualment un 6,2% a Catalunya. Aquesta davallada és superior a la mitjana a nivell estatal (-5,8%) i també a la d'altres comunitats autònomes, com per exemple la Comunitat de Madrid o el País Basc

- A les grans superfícies no especialitzades de Catalunya les vendes cauen respecte de l'any anterior un 8,6%. La davallada de vendes dels productes alimentaris i de la resta

de productes és semblant, a diferència dels anys anteriors quan la davallada de les segones eren superiors a les primeres

- A nivell estatal, el format comercial de grans cadenes (a partir de 25 establiments) és el que millor resisteix la crisi, tot i que l'any 2011 veu reduïdes les seves vendes un 0,8%

- Les petites cadenes i les empreses unilocalitzades són els formats més perjudicats, a nivell estatal, des de l'inici de la crisi. L'any 2011 redueixen les seves vendes un 8,4% i un 7,1%, respectivament

- Les vendes en grans superfícies, a nivell estatal, es redueixen un 7,2% respecte de l'any 2010. És un altre dels formats més perjudicats des de l'inici de la crisi pels canvis esdevinguts als hàbits dels consumidors, que prefereixen formats més petits i de proximitat

- Per sectors d'activitat comercial, les vendes cauen a nivell estatal, interanualment al sector de l'alimentació (-2,8), al de l'equipament de la persona (-4,1%) i al de l'equipament de la llar (-7,2%)

- La debilitat del consum s'ha fet sentir molt aquest any en el sector de la moda i continua molt afeblida en el de l'equipament de la llar

- El consum de les llars es contrau l'any 2011, tan a Catalunya com a Espanya, especialment cap a finals d'any. No només es redueix el consum, sinó que també s'estalvia menys

- El consum continua deprimat per la contínua reducció de la renda disponible. Aquest any hi incideixen negativament l'evolució del mercat de treball, la pujada d'impostos i l'increment de taxes i preus públics

- La confiança dels consumidors comença el 2011 amb una notable millora però el darrer trimestre s'enfonsa fins a nivells que no s'assolien des principis de 2009

- L'any 2011 ha estat un altre exercici molt difícil per al comerç i el preu continua sent la principal estratègia per atraure consumidors

- El comprador és més indecís i selectiu, i menys impulsiu. Compara sempre més els preus i en base a això prioritza la seva despesa. És també menys fidel a l'establiment habitual

- Les reduccions de preus, els cupons de descomptes i altres ofertes i promocions s'han transformat en descomptes permanents.

- La marca de distribuïdor assoleix una quota de mercat que es troba al voltant del 40% a Espanya, per sobre de la mitjana europea que és del 30%

- El consumidor barreja diferents canals a l'hora de fer la compra, també per Internet cada cop més, on han nascut noves eines de compra col·lectiva o *outlets*. Augmenta també l'ús del comerç electrònic a través de les xarxes socials (*social e-comerç*)

### 3. Estructura empresarial

El nombre d'empreses del comerç al detall amb establiment comercial Catalunya, és a dir, amb activitat econòmica al territori català (independentment d'on està ubicada la seva seu) es xifra, en data 1 de gener de 2011, en 79.892.

Respecte el 2010, suposa una davallada interanual de l'1,9%, superior a la davallada del total de l'economia catalana (-1,5%) i que s'afegeix a les davallades interanuals de 2010 (-1,0%) i 2009 (-0,4%). En valors absoluts, el nombre d'empreses ha disminuït durant aquest període en unes 2.735.

*Respecte de 2008 el nombre d'empreses amb establiment comercial a Catalunya ha disminuït un 3,3%*

Pel que fa al nombre d'empreses del comerç al detall amb activitat i seu social a Catalunya, aquestes es xifren, en data 1 de gener de 2011, en 78.938. És a dir, el 98,8% de les empreses dedicades al comerç al detall a Catalunya també hi tenen la seva seu social.

L'evolució del nombre d'empreses amb seu és semblant a la de les empreses amb establiment comercial, tal i com es pot observar a la següent taula.

**Taula 1**

#### Catalunya – Empreses i establiments del comerç al detall

2009-2011. Dades a 1 de gener

	Var. interanuals			% Pes relatiu (*)					
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Empreses amb establiment	82.283	81.460	79.892	-0,4%	-1,0%	-1,9%	13,1%	13,1%	13,1%
Empreses amb seu	81.317	80.474	78.938	-0,5%	-1,0%	-1,9%	13,1%	13,2%	13,1%
Establiments	100.313	99.544	98.422	0,9%	-0,8%	-1,1%	14,6%	14,7%	14,6%

*FONT: Idescat, a partir del Directori central d'empreses (DIRCE) de l'INE*

Pel que fa al nombre d'establiments comercials, en data 1 de gener de 2011 es comptabilitzen a Catalunya 98.422, un 1,1% menys que l'any 2010. El seu pes relatiu sobre el total d'establiments empresarials a Catalunya (14,6%) és lleugerament superior al que tenen les empreses (13,1%).

#### 3.1. Empreses amb establiments

Per nombre d'assalariats, s'observa com les empreses del comerç al detall amb establiment a Catalunya són de mida molt reduïda: el 49,4% no té persones assalariades i un altre 48,0% en té entre 1 i 9. Per tant, el 97,4% de les empreses del sector té menys de 9 persones assalariades.

*El 97,4% de les empreses detallistes amb establiment a Catalunya té menys de 9 persones assalariades*

La major reducció en el nombre d'empreses es produeix en les que tenen entre 200 i 249 persones assalariades (-16,7%). En canvi, les empreses amb més de 250 persones assalariades són les úniques que augmenten (+3,8%).

Les empreses que tenen entre 10 i 49 persones assalariades es redueixen un 3,9%, i són les que més s'han vist reduïdes aquests darrers tres anys (-24,3%).

Taula 2

## Catalunya – Empreses amb establiment comercial per nombre d'assalariats i forma jurídica

2009-2011. Dades a 1 de gener

	2009	2010	2011	Var. interanuals			% Pes relatiu		
				2009	2010	2011	2009	2010	2011
<b>Nombre d'assalariats de l'empresa</b>									
0	39.832	39.678	39.442	2,2%	-0,4%	-0,6%	48,4%	48,7%	49,4%
1-9	39.939	39.640	38.381	-2,9%	-0,7%	-3,2%	48,5%	48,7%	48,0%
10-49	2.048	1.714	1.648	-4,1%	-16,3%	-3,9%	2,5%	2,1%	2,1%
50-199	288	265	258	11,2%	-8,0%	-2,6%	0,4%	0,3%	0,3%
200-249	27	30	25	8,0%	11,1%	-16,7%	0,0%	0,0%	0,0%
≥250	149	133	138	10,4%	-10,7%	3,8%	0,2%	0,2%	0,2%
<b>Condició jurídica de l'empresa</b>									
Persones físiques	54.870	53.788	52.221	-0,9%	-2,0%	-2,9%	66,7%	66,0%	65,4%
Societats anònimes	1.786	1.728	1.706	-1,1%	-3,2%	-1,3%	2,2%	2,1%	2,1%
Societats limitades	18.535	18.690	18.565	0,2%	0,8%	-0,7%	22,5%	22,9%	23,2%
Altres	7.092	7.254	7.400	2,4%	2,3%	2,0%	8,6%	8,9%	9,3%
<b>Total</b>	<b>82.283</b>	<b>81.460</b>	<b>79.892</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-1,9%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

FONT: Idescat, a partir del Directori central d'empreses (DIRCE) de l'INE

Per condició jurídica, la forma principal d'aquestes empreses és la de persona física (65,4%), seguida per la de societat limitada (23,2%). Les societats anònimes només representen un 2,1%.

Tot i ser la forma jurídica principal, la de persona física és la que presenta una davallada més gran respecte el 2010 (-2,9%), seguida per societats anònimes (-1,3%) i societats limitades (-0,7%). Les altres formes, en canvi, augmenten un 2,0%.

Les formes jurídiques de persona física i societat anònima han anat perdent pes a favor de les societats limitades i altres formes jurídiques en els darrers anys.

## 3.2 Empreses amb seu

Pel que fa al nombre d'assalariats, no hi ha moltes diferències entre la distribució de les empreses amb establiment i les empreses amb seu. Només destacar que el pes de les empreses amb seu que tenen entre 10 i 49 persones assalariades (1,9%) és inferior al del mateix tipus d'empreses amb establiments (2,1%).

Taula 3

## Catalunya – Empreses amb seu per nombre d'assalariats i forma jurídica

2009-2011. Dades a 1 de gener

	2009	2010	2011	Var. interanuals			% Pes relatiu		
				2009	2010	2011	2009	2010	2011
<b>Nombre d'assalariats de l'empresa</b>									
0	39.529	39.383	39.142	2,2%	-0,4%	-0,6%	48,6%	48,9%	49,6%
1-9	39.626	39.292	38.075	-2,9%	-0,8%	-3,1%	48,7%	48,8%	48,2%
10-49	1.881	1.540	1.477	-5,6%	-18,1%	-4,1%	2,3%	1,9%	1,9%
50-199	210	190	176	11,7%	-9,5%	-7,4%	0,3%	0,2%	0,2%
200-249	10	17	10	-41,2%	70,0%	-41,2%	0,0%	0,0%	0,0%
≥250	61	52	58	24,5%	-14,8%	11,5%	0,1%	0,1%	0,1%
<b>Condició jurídica de l'empresa</b>									
Persones físiques	54.614	53.552	52.007	-0,9%	-1,9%	-2,9%	67,2%	66,5%	65,9%
Societats anònimes	1.593	1.540	1.528	-2,3%	-3,3%	-0,8%	2,0%	1,9%	1,9%
Societats limitades	18.073	18.173	18.035	0,0%	0,6%	-0,8%	22,2%	22,6%	22,8%
Altres	6.907	7.209	7.368	0,0%	4,4%	2,2%	8,5%	9,0%	9,3%
<b>Total</b>	<b>81.317</b>	<b>80.474</b>	<b>78.938</b>	<b>-0,5%</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-1,9%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

FONT: Idescat, a partir del Directori central d'empreses (DIRCE) de l'INE

El 65,4% de les empreses detallistes amb establiment a Catalunya són persones físiques

En canvi, sí s'observen diferències a les variacions interanuals. Per exemple, les empreses amb seu que tenen entre 200 i 249 disminueixen interanualment un 41,2%, molt per sobre del -16,7% de les empreses amb establiments per aquesta mateixa mida; i les que tenen entre 50 i 199 disminueixen un 7,4%, mentre que en l'altre cas ho fan un -2,6%.

També en el cas de les empreses amb seu, les úniques que augmenten en nombre respecte el 2010 són les que tenen més de 250 treballadors (+11,5%) i ho fan en un proporció molt més elevada que en el cas de les empreses amb establiments (+3,8%).

Per condició jurídica, la forma principal és també la de persones físiques (65,9%), seguida per la de les societats limitades (22,8%). En aquest cas, la reducció del nombre de les societats anònimes (-0,8%) és inferior a la de les empreses amb establiments (-1,3%).

En el cas de les empreses amb seu, és possible conèixer la distribució de les empreses per província.

**Taula 4**

#### Catalunya – Empreses amb seu per província

2009-2011. Dades a 1 de gener

	2009	2010	2011	Var. interanuals		% Pes relatiu		
				2010	2011	2009	2010	2011
Barcelona	59.008	58.277	57.272	-1,2%	-1,7%	72,6%	72,4%	72,6%
Girona	8.342	8.491	8.294	1,8%	-2,3%	10,3%	10,6%	10,5%
Lleida	5.284	5.238	5.099	-0,9%	-2,7%	6,5%	6,5%	6,5%
Tarragona	8.683	8.468	8.272	-2,5%	-2,3%	10,7%	10,5%	10,5%
<b>Total</b>	<b>81.317</b>	<b>80.474</b>	<b>78.938</b>	<b>-1,0%</b>	<b>-1,9%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

FONT: INE, a partir del Directori central d'empreses (DIRCE)

Com es pot observar a la taula anterior, Barcelona és la província que acumula el major nombre d'empreses del sector (72,6%), seguida per la de Girona (10,5%), Tarragona (10,5%) i Lleida (6,5%).

L'any 2011, les províncies de Girona i Tarragona presenten un nombre semblant d'empreses del comerç al detall, però això no ha estat sempre així, atès que el 2009 la província de Tarragona en tenia més.

De fet, la província de Tarragona és la que més empreses en perd proporcionalment els darrers tres anys (-4,8%), seguida per la de Lleida (-3,6%), Barcelona (-2,9%) i Girona (-0,5%).

L'any 2011, la província on es produeix una davallada interanual més moderada és la de Barcelona (-1,7%), lleugerament per sota de la mitjana catalana per a aquest sector (-1,9%).

### 3.3 Establiments comercials

En data 1 de gener de 2011, el nombre d'establiments comercials a Catalunya es xifra en 98.442 i també disminueix respecte l'1 de gener de 2010 (-1,1%), acumulant dos anys de davallades consecutives.

*Els establiments comercials es redueixen interanualment un 1,1%*

Per nombre d'assalariats, l'any 2011 disminueixen els establiments comercials que tenen més de 250 persones assalariades (-7,1%) i els que en tenen entre 1 i 9 (-2,8%).



En canvi, entre els que augmenten, cal destacar els establiments que tenen entre 50 i 199 persones assalariades (+6,9%).

D'altra banda, pràcticament la meitat dels establiments comercials tenen entre 1 i 9 persones assalariades (49,3%), seguida per la proporció d'establiments sense persones assalariades (47,0%), que no ha parat d'augmentar els darrers tres anys.

Taula 5

### Catalunya – Establiments comercials per nombre d'assalariats

2009-2011. Dades a 1 de gener

	2009			2010			2011		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
<b>Nombre d'assalariats</b>									
0	45.782	46.064	46.306	3,9%	0,6%	0,5%	45,6%	46,3%	47,0%
1-9	50.470	49.937	48.521	-1,7%	-1,1%	-2,8%	50,3%	50,2%	49,3%
10-49	3.643	3.165	3.218	1,4%	-13,1%	1,7%	3,6%	3,2%	3,3%
50-199	356	321	343	5,6%	-9,8%	6,9%	0,4%	0,3%	0,3%
200-249	13	15	15	0,0%	15,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
≥250	49	42	39	2,1%	-14,3%	-7,1%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>100.313</b>	<b>99.544</b>	<b>98.442</b>	<b>0,9%</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

FONT: Idescat, a partir del Directori central d'empreses (DIRCE) de l'INE

## 4. Mercat de treball al comerç al detall

### 4.1 Ocupació al comerç al detall

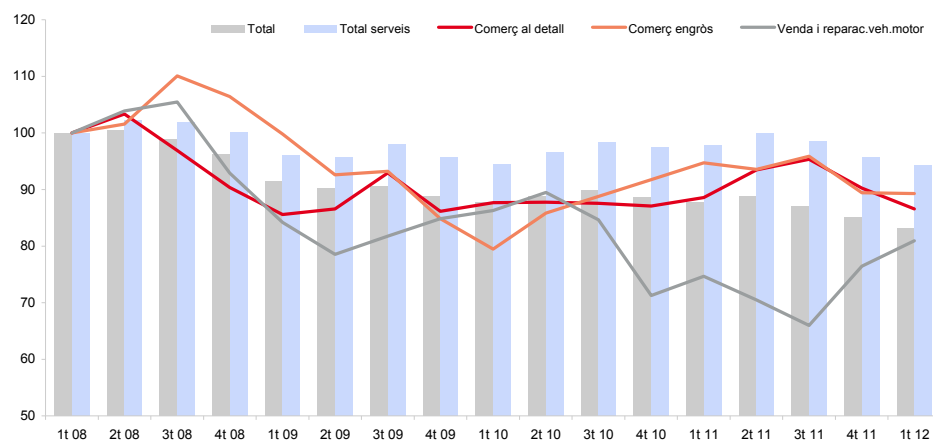
El comerç al detall, que representa aproximadament el 10% de l'ocupació catalana, ha perdut des de l'inici de la crisi un 13,4% de l'ocupació, mentre el total de l'economia catalana n'ha perdut un 16,8%.

*El comerç al detall ha perdut des de l'inici de la crisi un 13,4% de l'ocupació*

Gràfic 1

### Catalunya – Evolució de la població ocupada en el comerç i total economia (índex 100 = 1t 08)

1r trim. 2008 – 1r. trim 2012



FONT: Elaboració pròpia a partir de l'EPA (INE i Idescat)

Tot i així, al llarg de l'any 2011, el nombre de persones ocupades al comerç al detall a Catalunya s'ha mantingut per sobre de les 300.000 persones ocupades (excepte el primer trimestre) i l'ocupació mitjana al llarg de l'any s'ha situat per sobre de la del 2010. A més a més, el darrer trimestre tanca amb un 3,6% més de persones ocupades que el darrer trimestre del 2010.

Taula 6

## Catalunya – Persones ocupades en el comerç al detall per sexe, edat i situació professional

1r trim. 2011 – 4t trim. 2011

					Var. Intertrimestral				Var. interanuals			
	1t 11	2t 11	3t 11	4t 11	1t 11	2t 11	3t 11	4t 11	1t 11	2t 11	3t 11	4t 11
<b>Per sexe</b>												
Homes	94,1	92,9	101,7	99,9	-0,9%	-1,3%	9,5%	-1,8%	-3,2%	-0,5%	10,0%	5,3%
Dones	201,3	218,9	216,3	201,0	2,9%	8,7%	-1,2%	-7,1%	3,2%	9,9%	7,3%	2,8%
<b>Per edat</b>												
16-24 anys	33,7	40,2	39,3	36,8	-0,3%	19,3%	-2,2%	-6,4%	-10,8%	3,3%	5,3%	8,9%
25-44 anys	158,7	156,8	162,0	150,9	3,6%	-1,2%	3,3%	-6,9%	-3,9%	-6,3%	1,8%	-1,4%
45-54 anys	62,9	74,0	74,6	71,0	1,4%	17,6%	0,8%	-4,8%	21,2%	41,5%	23,3%	14,5%
55 i més anys	40,1	40,7	42,1	42,2	-4,0%	1,5%	3,4%	0,2%	6,9%	19,4%	8,3%	1,2%
<b>Per situació professional</b>												
Assalariats	211,9	227,9	227,4	212,9	4,7%	7,6%	-0,2%	-6,4%	-0,3%	3,5%	5,0%	5,4%
No assalariats	83,5	83,9	90,6	88,2	-6,0%	0,5%	8,0%	-2,6%	4,5%	15,6%	15,9%	-0,3%
<b>Total</b>	<b>295,4</b>	<b>311,8</b>	<b>318,0</b>	<b>300,9</b>	<b>1,7%</b>	<b>5,6%</b>	<b>2,0%</b>	<b>-5,4%</b>	<b>1,1%</b>	<b>6,6%</b>	<b>8,1%</b>	<b>3,6%</b>

FONT: Idescat, a partir de l'EPA

L'ocupació en aquest sector té una forta component femenina: 65 de cada 100 persones que hi treballen són dones, que tenen un pes mig del 47%.

Per edats, la majoria de persones que hi treballen pertanyen a la franja compresa els 25 i els 44 anys, seguida per la compresa entre 45 i 54 anys. També s'observa com hi ha una proporció més elevada de persones per sobre dels 55 anys, que no pas dels joves (16-24 anys).

Per situació professional, la proporció entre personal assalariat i autònoms ha anat oscil·lant al llarg de l'any al voltant del 70% i 30%, respectivament, sense observar-se grans canvis.

*El perfil de l'ocupació és: dona, edat compresa entre 25-44 anys i assalariada*

Taula 7

## Catalunya – Persones ocupades en el comerç al detall per sexe, edat i situació professional (en %)

1r trim. 2011- 4t trim. 2011

					Pes relatiu			
	1t 11	2t 11	3t 11	4t 11	1t 11	2t 11	3t 11	4t 11
<b>Per sexe</b>								
Homes	94,1	92,9	101,7	99,9	31,9%	29,8%	32,0%	33,2%
Dones	201,3	218,9	216,3	201,0	68,1%	70,2%	68,0%	66,8%
<b>Per edat</b>								
16-24 anys	33,7	40,2	39,3	36,8	11,4%	12,9%	12,4%	12,2%
25-44 anys	158,7	156,8	162,0	150,9	53,7%	50,3%	50,9%	50,1%
45-54 anys	62,9	74,0	74,6	71,0	21,3%	23,7%	23,5%	23,6%
55 i més anys	40,1	40,7	42,1	42,2	13,6%	13,1%	13,2%	14,0%
<b>Per situació professional</b>								
Assalariats	211,9	227,9	227,4	212,9	71,7%	73,1%	71,5%	70,8%
No assalariats	83,5	83,9	90,6	88,2	28,3%	26,9%	28,5%	29,3%
<b>Total</b>	<b>295,4</b>	<b>311,8</b>	<b>318,0</b>	<b>300,9</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

FONT: Idescat, a partir de l'EPA

## 4.2 Afiliació a la Seguretat Social

Durant el mes de desembre de 2011 s'ha registrat una mitjana de 317.813 afiliats/ades en el comerç al detall a la Seguretat Social a Catalunya.

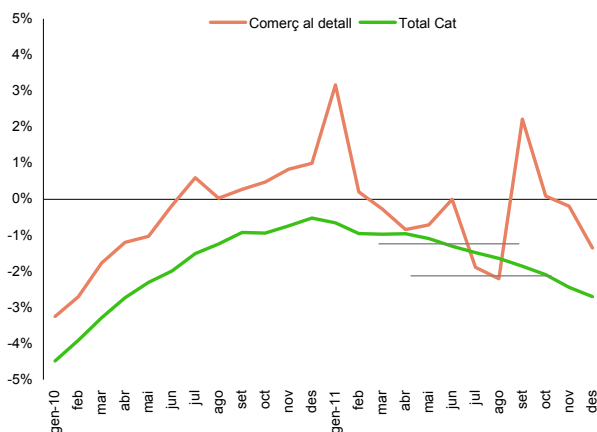
Si bé el 2010 l'afiliació augmentava lleugerament el mes de desembre (+1,0%), el desembre de 2011 aquesta disminueix interanualment un 1,4%, que representa 4.302 afiliats/ades menys que el mateix mes de l'any anterior.

En qualsevol cas, aquesta reducció interanual és inferior a la del total de Catalunya per a l'any 2011 (-2,7%).

### Gràfic 2

#### Catalunya – Variació interanual de l'afiliació a la Seguretat Social (en %)

Gener 2010 – Desembre 2011



L'afiliació a la Seguretat Social el mes de desembre és un 1,4% inferior a la de desembre de 2010

FONT: Tresoreria General de la Seguretat Social (MEYSS)

## 4.3 Atur registrat

L'any 2011 finalitza amb 54.068 aturats/ades registrats al Servei d'Ocupació de Catalunya (SOC) per al comerç al detall. Interanualment, l'atur ha augmentat en aquest sector un 9,6% (4.745 aturats/ades més).

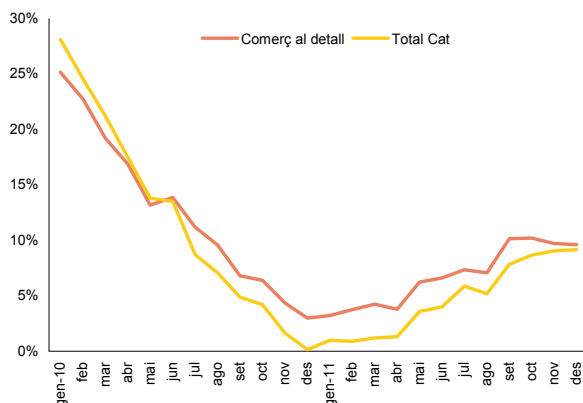
Aquesta taxa de creixement es troba lleugerament per sobre de la taxa de creixement en el conjunt de Catalunya l'any 2011 (9,2%).

Tal i com es pot observar al següent gràfic, la variació interanual de la taxa d'atur en el comerç al detall s'ha mantingut per sobre de la del total a Catalunya pràcticament al llarg de tot l'any 2011, tal i com venia succeint des de meitat del 2010. En canvi, al desembre de 2011 les dues variacions interanuals de l'atur s'han pràcticament igualat.

## Gràfic 3

## Catalunya – Variació interanual de l'atur registrat en el comerç al detall (en %)

Gener 2010 – Desembre 2011



FONT: Departament d'Empresa i Ocupació o SOC

La taxa de creixement de l'atur en el comerç al detall (9,6%) és superior a la total catalana (9,2%)

## 5. Evolució de les vendes

A finals del 2010, el comerç ja es trobava en situació crítica. La campanya de Nadal, quan s'esperava poder recuperar part de la caiguda de les vendes del 2010, va ser fluixa. La successiva campanya de Rebaixes (gener 2011) va començar amb molts descomptes, oportunitats i "vendes especials" que s'han acabat mantenint al llarg de l'any com a "promocions" per incentivar les vendes. De fet, aquest ha estat un tret distintiu del 2011 en molts sectors comercials.

Pel que fa a les Rebaixes d'estiu, aquests tampoc no van ser gaire bones i la despesa dels consumidors va ser la més baixa des de feia més de deu anys, convertint-se en les Rebaixes més austeres, fins a aquell moment, des de l'arribada de l'euro.

Les vendes del comerç al detall cauen a Catalunya un 6,2% i a Espanya un 5,8%

Amb l'arribada de la tardor, van arribar també les primeres notícies sobre la desacceleració de l'economia, l'important increment de l'atur i la possible entrada en una nova recessió a finals d'any, que van comportar una forta davallada de la confiança dels consumidors i, en conseqüència, una reducció del consum i també de les vendes del comerç al detall.

## 5.1 Vendes del comerç minorista

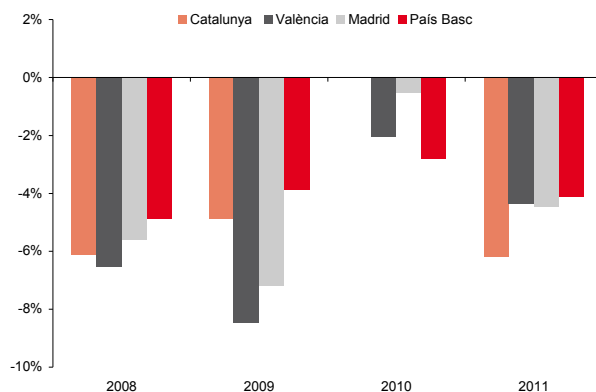
A Catalunya, les vendes del comerç al detall cauen l'any 2011 un 6,2%, una davallada per sobre de la mitjana estatal (-5,8%). En general, totes les comunitats autònomes evolucionen de forma semblant i les vendes cauen respecte el 2010.

A Catalunya i, a diferència del 2010 on les vendes no van caure tan com a Madrid, València o País Basc, l'evolució de les vendes el 2011 ha estat més negativa que a aquestes altres comunitats autònomes. Aquest evolució ha estat especialment negativa el primer i segon trimestre de l'any 2011, quan les vendes a Catalunya van caure, interanualment un 6,1% i un 5,2%, respectivament.

## Gràfic 7

## Evolució de la variació interanual de l'índex de vendes del comerç al detall per CA (en %)

2008-2012



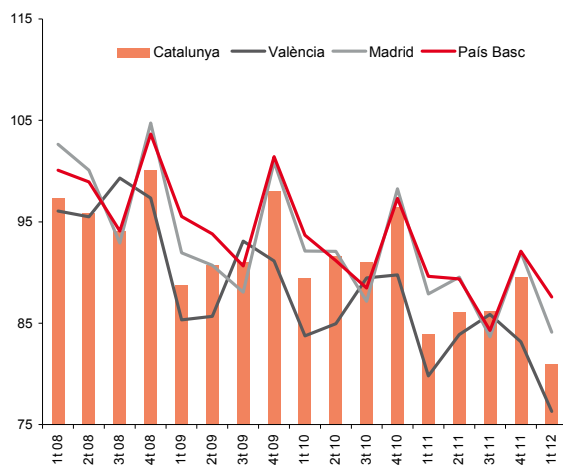
FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat

A Catalunya, l'índex de vendes es manté per sota del de les comunitats de Madrid o País Basc

## Gràfic 8

## Evolució de l'índex de vendes del comerç al detall per CA

1t trim. 08 – 1t trim. 12



FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat

## 5.2 Vendes en les grans superfícies

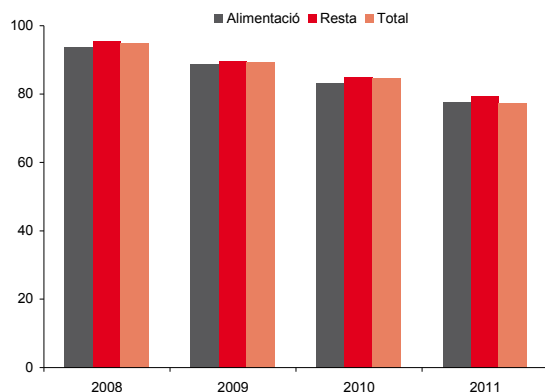
L'anàlisi de l'índex de vendes en les grans superfícies a Catalunya permet fer el seguiment de les vendes en un sector comercial molt concret: les **grans superfícies no especialitzades** (establiments amb una superfície de venda i exposició  $\geq 2.500$  m<sup>2</sup>), que inclouen uns seixanta establiments i la facturació de les quals es desagrega en productes alimentaris i no alimentaris.

L'evolució de les vendes l'any 2011 es manté a la baixa, com en els darrers anys, amb una davallada interanual del total de vendes del 8,6%.

## Gràfic 9

## Catalunya -Evolució de l'índex de vendes en grans superfícies

2008-2011



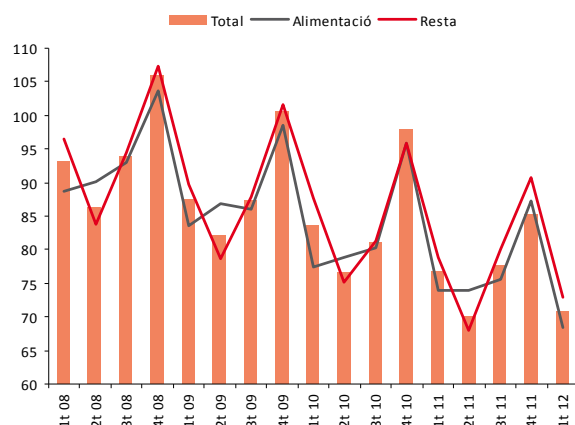
Les vendes en les grans superfícies no especialitzades cauen interanualment, a Catalunya, un 8,6%

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat

## Gràfic 10

## Catalunya -Evolució de l'índex de vendes en grans superfícies

1r trim.08- 1r trim. 12



Les davallades interanuals de les vendes són semblants entre els productes alimentaris (-6,5%) i la resta (-6,6%)

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat

El format comercial de grans superfícies continua sent un dels més perjudicats per la crisi, en part pels canvis d'hàbits dels consumidors, que s'estimen més els formats més reduïts i de proximitat.

Si bé fins el 2010 les vendes dels productes alimentaris s'havien reduït de forma més moderada, a partir del 2011 les davallades interanuals són semblants entre els productes alimentaris (-6,5%) i la resta de productes (-6,6%).

### 5.3 Vendes per format comercial

A nivell estatal, tots els formats comercials pateixen davallades interanuals de les vendes, tot i que amb diferent intensitat. Novament, i tal i com s'ha anat constatant al llarg dels darrer anys, el format comercial de les grans cadenes (a partir de 25 establiments) és el que millor resisteix la crisi i el que presenta la davallada de vendes interanual més suau (-0,8%).

El format de grans cadenes és el que millor resisteix la crisi

La resta de formats presenten davallades de les vendes més importants. A les petites cadenes són dels -8,4%, a les grans superfícies del -7,2% i a les empreses unilocalitzades del -7,1%.

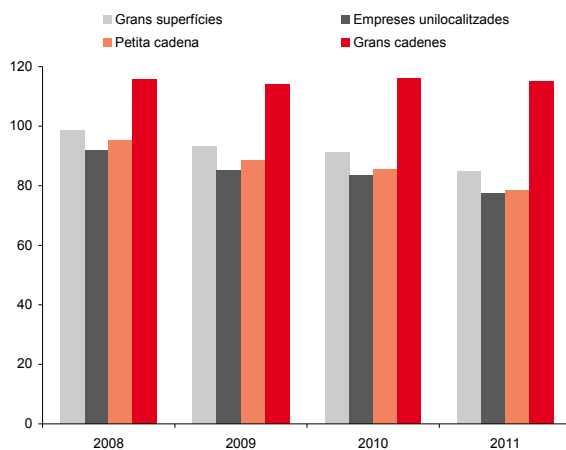
Cal recordar que la comparació entre les vendes en les grans superfícies a Espanya i a Catalunya (analitzades en l'apartat anterior) no es pot realitzar de manera directa, atès que en el primer cas, l'INE considera tant les grans superfícies especialitzades com les no especialitzades, mentre que l'Idescat només considera les últimes.

Les empreses unilocalitzades i les petites cadenes són les que resulten més perjudicades des de l'inici de la crisi, tal i com se pot observar al gràfic següent:

### Gràfic 11

#### Espanya – Índex de vendes del comerç al detall per format

2008- 2011



*L'empresa unilocalitzada i la petita cadena, són els formats més perjudicats des de l'inici de la crisi*

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'INE

### Gràfic 12

#### Espanya – Índex de vendes del comerç al detall per format

1r trim. 2008- 1r trim. 2012



FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'INE

## 5.4 Vendes per sector d'activitat

A nivell estatal, les vendes del sector comercial de l'alimentació cauen interanualment un 2,8%, mentre l'any 2010 van caure un -0,5%. El primer trimestre del 2011 és el que registra la davallada interanual més gran (-4,0%).

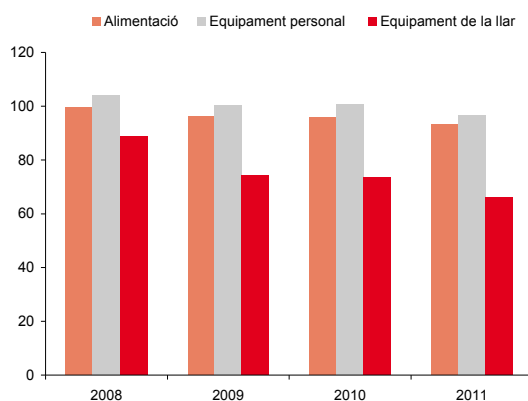
Pel que fa al sector de l'equipament de la persona, aquest ha empitjorat respecte als anys anteriors i la davallada anual de les vendes ha estat del 4,1%, en mitjana i a nivell estatal. Especialment negatius han estat els resultats obtinguts el darrer trimestre del 2011, amb una campanya de Nadal fluixa i una tardor àtona, on tampoc la meteorologia ha jugat a favor, amb un inici d'hivern bastant benigne.

La crisi s'ha fet sentir molt el 2011 en el sector de la moda i ha portat a un ajustament important dels preus de venda, com ja havia fet amb anterioritat al sector de l'alimentació.

Gràfic 13

### Espanya – Índex de vendes del comerç al detall per sector d'activitat

2008- 2011



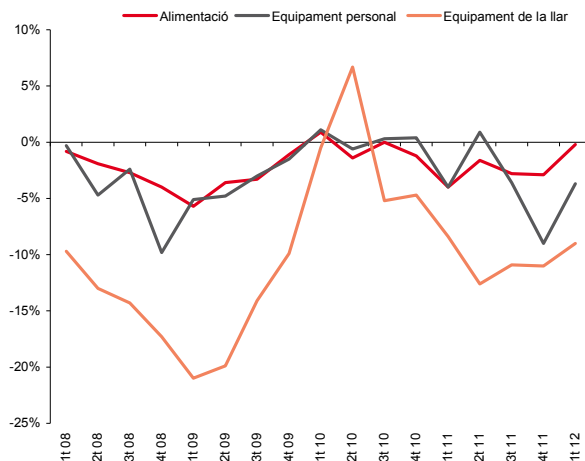
Les vendes cauen a Espanya en els sectors de l'alimentació, l'equipament de la persona i el de la llar

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'INE

Gràfic 14

### Espanya – Var. Interanual de l'Índex de vendes del comerç al detall per sector d'activitat

1r trim. 2008- 1r trim. 2011



Les vendes del sector de l'equipament de la persona empitjoren respecte anys anteriors, especialment el segon semestre

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'INE



Respecte del sector comercial de l'equipament de la llar, la davallada interanual de les vendes ha estat del -7,2%.

Després d'un primer semestre amb una forta caiguda de les vendes, en el segon aquestes moderen la seva caiguda. Tot i així, l'evolució general continua sent negativa per l'apatia de la demanda, molt marcada per l'ajust del mercat immobiliari que sembla encara no haver tocat fons. En aquest sector també es fa palès la dificultat per trobar finançament a les entitats bancàries, atès el seu cost elevat.

## 6. Evolució del consum

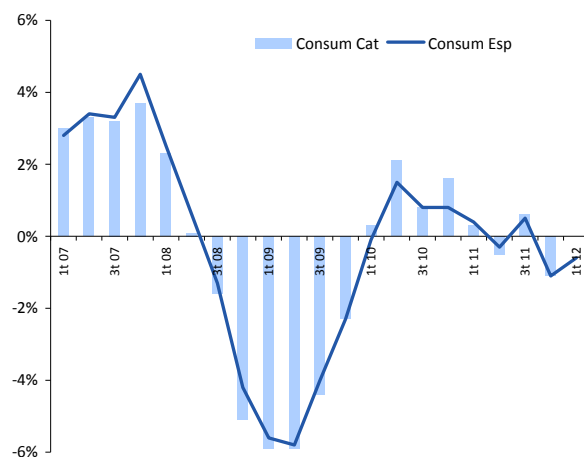
Els resultats anuals evidencien com el consum de les llars el 2011 no ha mantingut la tendència positiva que presentava l'any 2010 i es contrau, especialment cap a finals d'any.

A Catalunya, el consum millora el primer (+0,3%) i tercer trimestre (+0,6%) però, en canvi, en el segon i quart trimestre presenta una evolució negativa: -0,5% i -1,1%, respectivament. Per al conjunt de l'estat s'observa una tendència semblant i el consum tanca l'any amb una forta davallada interanual (-1,1%).

### Gràfic 4

#### Cat i Esp – Var. Interanual del consum de les llars (en %)

1t trim. 2007 – 1t trim. 2012



*El consum de les llars l'any 2011 es contrau, especialment cap a finals d'any*

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat i de l'INE

El consum continua deprimint per la contínua reducció de la renda disponible de les famílies (augment de l'atur, reducció de salaris, sous i pensions...) i per l'evolució negativa de l'economia, que minva fortament la confiança. Després de l'estiu es va produir un fort augment de la desocupació que va portar a una nova recessió a finals d'any. Tots aquests factors, sumats als elevats nivells d'endeutament generats els anys anteriors expliquen tan la feblesa del consum, com la impossibilitat de l'estalvi.

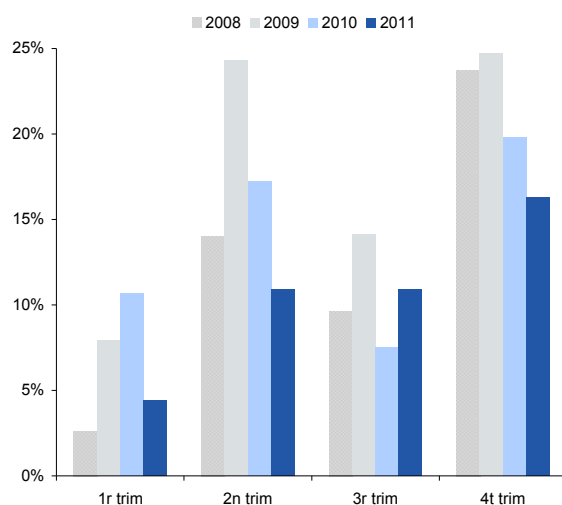
De fet, si s'analitza la taxa d'estalvi (o percentatge de renda disponible que es dedica a estalviar) s'observa com, excepte el tercer trimestre del 2011, la resta de l'any ha disminuït respecte del 2010.

Cal recordar que la taxa d'estalvi té una forta estacionalitat. En el segon i quart trimestre és més elevada (augmenta la renda disponible principalment per les pagues extres), mentre que el primer i tercer és més baixa (s'ha d'assumir més despeses, coincidint amb els mesos de gener i setembre).

### Gràfic 5

#### Espanya – Evolució trimestral de la taxa d'estalvi sobre la renda disponible (en %)

1t trim. 2008 – 4t trim. 2011



*A la feblesa del consum cal afegir la dificultat o la impossibilitat de l'estalvi*

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'INE

### 6.1 Factors que incideixen sobre el consum

L'any 2011, els factors que més han contribuït a que la demanda interna continuï debilitada són principalment: la negativa evolució del mercat del treball, la pèrdua de confiança dels consumidors, la pujada d'impostos i l'increment de moltes taxes i preus públics.

Pel que fa a l'evolució del mercat de treball, l'any 2011 va començar amb unes bones expectatives que no es van acabar complint i va tancar amb 775.400 persones aturades a Catalunya, uns 88.600 aturats/des més que un any abans. La taxa d'atur del darrer trimestre de l'any va assolir el 20,5%, un 2,5% més que la del mateix període del 2010 (18,0%). A Espanya la taxa d'atur va assolir valors més elevats (22,8%).

D'altra banda, la continua reducció dels rendiments del treball (tan al sector públic, com al privat), la pujada d'impostos, preus públics i taxes, així com les pèrdues en borsa, on molts ciutadans tenen invertits els seus diners, són altres factors que incrementen el seu efecte l'any 2011.

Respecte dels preus, aquests van augmentar el primer trimestre del 2011 per l'increment dels preus de l'energia i el tabac, a continuació es van mantenir estables un cert temps i finalment van iniciar una davallada (al igual que els preus dels carburants), de forma que la inflació va tancar l'any al 2,9%.

Un altre factor que redueix la renda disponible de moltes llars, que s'han endeutat en els darrers anys per l'adquisició d'un habitatge, és la variació de l'Euribor, que ha anat augmentant moderadament al llarg de l'any des de l'1,5% (gener) fins el 2,0% (desembre).

La pèrdua de riquesa immobiliària i financera de les famílies continua, atès que el preu de l'habitatge continua disminuint al llarg del 2011. Això suposa una pèrdua important del principal element patrimonial dels ciutadans i té un component d'efecte pobresa sobre les economies de les llars. A Catalunya, la reducció anual és del 6,8%, i és inferior a la mitjana de l'estat (-7,7%).

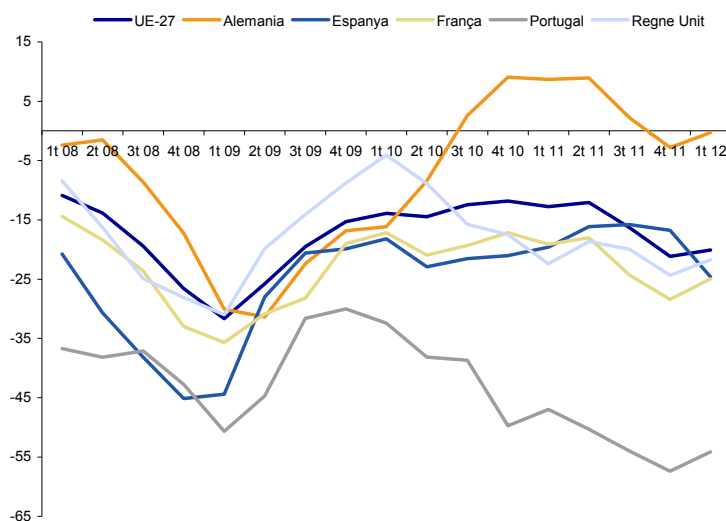
Per últim, cal remarcar que la restricció al crèdit continua sent important. A Catalunya, se signen un 31,1% menys d'hipoteques que l'any anterior, amb un import total molt inferior (-43,5%). De fet, el nombre d'hipoteques que se signa mensualment se situa entre els mínims històrics des del 1995. Aquestes restriccions afecten no només la compra d'un habitatge, sinó l'adquisició de determinats béns de consum.

Per tot plegat, s'entén que els consumidors no recuperin la confiança en l'evolució de l'economia, ni en la pròpia, ni en la del país. A Espanya, la confiança dels consumidors va començar el 2011 amb una notable millora, situant-se en el nivell més elevat dels darrers quatre anys. Aquest optimisme no s'ha mantingut i, especialment l'últim trimestre, la confiança s'ha enfonsat fins a nivells que no s'assolien des del 2009.

#### Gràfic 6

##### Europa - Índex de confiança dels consumidors

1t trim. 2008 – 1t trim. 2012



*La confiança dels consumidors a Espanya s'enfonsa a finals d'any fins a nivells del 2009*

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Eurostat

Mentre els factors analitzats no millorin substancialment (de manera que també ho faci la renda disponible), no és probable que canviï l'actitud de les llars i els ciutadans envers el consum.

## 7. Comportament de compra

En els comportaments de compra de la població incideixen tan factors econòmics, (molt importants per la situació econòmica del país), com altres de caire sociològic, psicològic i/o demogràfic.

Des de un punt de vista demogràfic, cal destacar que la població empadronada a Catalunya l'any 2011 s'estabilitza i només es comptabilitzen un 0,3% més de persones empadronades que el 2010.

D'altra banda, els factors psicològics continuen sent molt importants. Tal i com s'ha comentat amb anterioritat, la confiança dels consumidors s'ha vist minvada al llarg de l'any. Això implica que, independentment de la situació econòmica i laboral en què es trobi cada consumidor, el cert és que tots compren menys, ja sigui perquè s'ha perdut capacitat adquisitiva o bé perquè es tingui por de perdre-la.

### 7.1 Canvis a la despesa de les llars

Des del 2008, les llars catalanes han anat reduint progressivament la seva despesa mitjana. La davallada interanual a Catalunya l'any 2009 (-3,4%) va ser inferior a la mitjana estatal (-4,8%), però la del 2010 va ser superior (-4,4% envers -2,1%).

Malgrat les davallades, la despesa mitjana per llar a Catalunya continua sent superior a la mitjana estatal, però l'any 2010 és inferior que la d'altres comunitats autònomes, com ara la de Madrid, Navarra o País Basc.

Taula 8

#### Espanya – Despesa mitjana per llar per CA (euros)

2008-2010

				Var. interanuals		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Catalunya	34.511	33.344	31.889	0,9%	-3,4%	-4,4%
Com. Madrid	37.862	35.804	35.353	1,0%	-5,4%	-1,3%
Navarra	36.036	34.811	34.623	3,3%	-3,4%	-0,5%
País Basc	34.210	33.264	33.868	0,7%	-2,8%	1,8%
<b>Total Esp</b>	<b>31.953</b>	<b>30.411</b>	<b>29.782</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-4,8%</b>	<b>-2,1%</b>

*La despesa mitjana a Catalunya, el 2010, es troba per sobre de la mitjana estatal, però per sota d'altres CA*

FONT: INE, a partir de l'Enquesta de pressupostos familiars

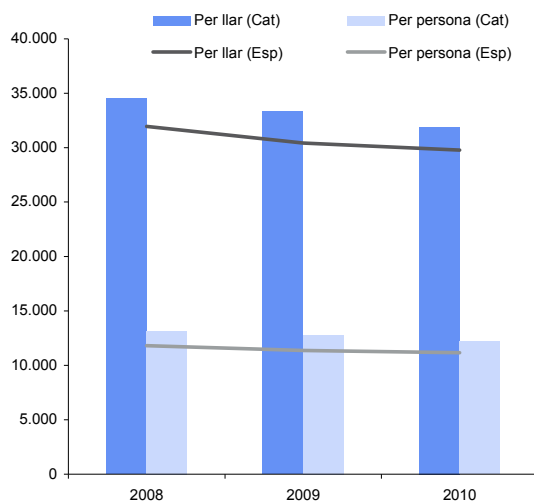
També s'ha vist reduïda la despesa mitjana per persona que, si bé a Catalunya era de 12.798 € l'any 2009, l'any 2010 és de 12.165 € (un 4,9% inferior). També en aquest cas és superior a la despesa mitjana per persona a nivell estatal: 11.365 € l'any 2009 i 11.161 € l'any 2010.

L'Estadística de pressupostos familiars no té en compte la principal despesa de les llars que continua sent la inversió per a l'adquisició de l'habitatge, atès que aquest indicador es refereix només al consum en béns i serveis.

Gràfic 15

**Cat i Esp- Evolució de la despesa mitjana per llar i persona (euros)**

2008- 2010



També s'ha vist reduïda la despesa mitjana per persona

FONT: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat

**7.2 Canvis als hàbits de consum**

Com s'ha comentat amb anterioritat, l'any 2011 ha estat un altre exercici molt difícil per al comerç i el preu continua sent, un altre any, la principal estratègia per atreure consumidors. Les ofertes i promocions s'han anat avançant als períodes previstos per la llei i, en molts casos, s'ha mantingut al llarg de tot l'any.

El comprador és més indecís i selectiu, continua comparant sempre més els preus i en base a això prioritza la seva despesa. Per tant, és menys impulsiu, així com també menys fidel a l'establiment habitual.

Hi ha productes bàsics, com ara els d'alimentació o quotidià no alimentari, que resisteixen millor la crisi, tot i que també pateixen una reducció del consum i, per tant, de les vendes. Hi ha altres productes, molts d'ells pertanyents al sector de l'equipament de la persona, que han passat a tenir la consideració de "capritxos" i per això, el sector ha patit de forma més intensa una davallada de les vendes.

- **Factor preu.** Continua sent vital, més que mai, atès els ajustos i les retallades que han d'afrontar cada cop més llars, famílies i ciutadans. El consumidor busca més ofertes, fa servir més les targetes de fidelització o cupons de descompte.

El preu continua sent el principal factor de decisió de compra

L'any 2011 les rebaixes no només s'han avançat amb reduccions de preus, cupons de descomptes i altres ofertes i promocions, sinó que s'han transformat en descomptes permanents. És a dir, les empreses competeixen per preu, per tal de donar sortida a l'acumulació d'estoc i als excedents de temporada, a causa de l'atonía del consum. És probable que el fenomen *low cost* s'hagi començat també a expandir en el sector de la moda.

- **Marca de distribuïdor.** Continua augmentant sense parar i, en base a dades publicades per Nielsen, el setembre del 2011 assoleix el 34,4% a Espanya. En altres informes, com ara el realitzat per SymphonyIRI Group per a Europa, s'indica que la

marca de distribuïdor a Espanya hauria assolit el 41% del total de vendes de gran consum, situant-se per sobre de la mitjana europea, que es troba al voltant del 30%.

---

*La marca de distribuïdor s'apropa al 40% de la quota de mercat*

La marca de distribuïdor sembla que és molt més acceptada pels consumidors més joves (sollers, parelles i famílies joves) i, en canvi, no ho és tant entre parelles i persones grans que viuen soles, i famílies amb fills grans vivint a casa.

**- Canvis en el format comercial.** Des de l'inici de la crisi, la tendència observada és que el consumidor prefereix cada cop més formats més petits i propers a casa, per evitar fer grans desplaçaments i controlar millor la despesa.

També és veritat que s'ha produït una fragmentació del gran consum i que els diferents tipus de consumidors s'identifiquen amb diferents canals, a més a més, també pot ser que els barregin i comprin a través de diferents formats comercials: hipermercats, supermercats, de proximitat, Internet, etc.

### **- Comerç electrònic (e-comerç)**

Ja fa temps que entre els diferents formats comercials s'ha afegit el d'Internet, com a canal de compra on-line. En base a l'Estadística de Productes en el sector dels serveis de l'INE, la venda electrònica representa l'any 2010 menys d'un 1% del volum de negoci del comerç detallista a Espanya. El sistema tradicional continua sent el més important (64,7% del volum de negoci), seguida per l'autoservei (30,7%).

En base a diferents estudis publicats a nivell europeu, sembla que tot i l'augment de les compres per Internet (la Campanya de Nadal és un bon moment per constatar com any rere any s'incrementen les compres on-line) i, a diferència d'altres consumidors del nord d'Europa, els del Sud són especialment reticents a comprar productes que no poden tocar o veure abans. A més a més, en aquests últims anar de compres és també un acte social i també encara es desconfia de la seguretat de les transaccions.

D'altra banda, la distribució dels productes continua sent un dels punts febles per a l'expansió de les compres per Internet, així com les majors o menors facilitats per canviar el producte un cop adquirit.

L'any 2010, els principals productes comprats on-line eren serveis de viatges i allotjament, entrades per a espectacles, material esportiu i roba i béns per a la llar.

A Internet també han nascut eines de compra col·lectiva o *outlets*, que ajuden el comerços a vendre més.

**- Social e-comerç.** Una altra tendència que va en augment és la de l'ús de les xarxes socials com un altre canal per vendre, a banda de la tradicional botiga on-line en una pàgina web. Un exemple n'és l'F-commerce o comerç electrònic a través de Facebook.

---

*Augmenta l'ús de l'e-comerç a través de les xarxes socials*

A les xarxes socials les empreses poden crear comunitats al voltant de les marques, dinamitzar la informació de forma constant, dialogar i comunicar amb les potencials clients, etc. El que està per veure és quina diferenciació aportaran les botigues on-line a les xarxes socials, respecte a les botigues on-line a la tradicional pàgina web de l'empresa.