

Per què diem “NO” a la llibertat dels horaris comercials?

El cas de Barcelona

Març 2013



Raonament

L'elevat atur a Espanya (26,02%) i a Catalunya (23,94%), juntament amb una manca de confiança accentuada en l'economia, una mínima capacitat consumidora de les famílies i la instauració de la llibertat d'horaris comercials, es tradueix en un desplaçament de les vendes a altres dies de la setmana sense augmentar el volum de negoci final.

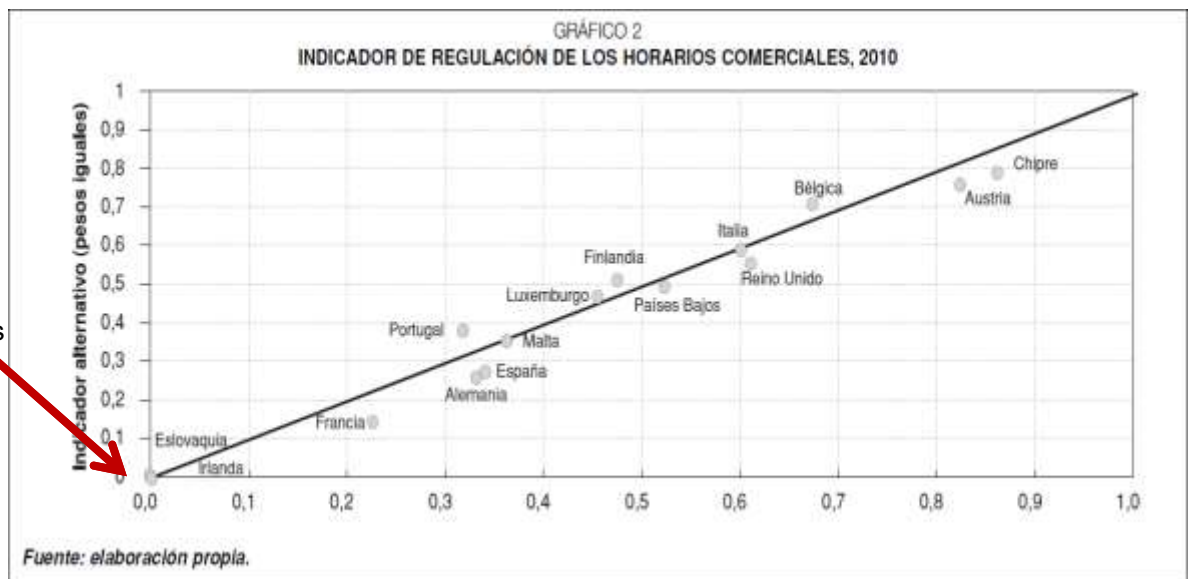
La liberalització dels horaris comercials suposa, doncs, un augment dels costos (laborals i d'estructura), que hauria de ser compensat per un augment del volum de vendes, la qual cosa no es produeix. El que s'esdevé és un desplaçament de les vendes cap als establiments de gran format que sí podrien suportar els costos d'una ampliació de l'horari comercial. Això produiria el tancament de les empreses unilocalitzades i de les petites cadenes, fet que comportaria pèrdues de llocs de treball i pèrdues en el servei d'excel·lència, característic de les nostres botigues, així com un descens de la competència per la concentració de l'oferta. No podem oblidar que són les empreses unilocalitzades i les microempreses les que mantenen els llocs de treball i són les que més ajustos de marges comercials realitzen actualment en comparació de les grans cadenes.

Informacions estadístiques d'interès

- ✓ Liberalitzar els establiments de tots els sectors del comerç per sota de 300 metres quadrats a Catalunya, tal com pretén el Govern central, permetria obrir un 91,3% dels establiments siguin on siguin (incloent-hi els establiments de menys de 300 metres quadrats dels centres comercials).
- ✓ D'altra banda, el 2009, les despeses de personal del comerç al detall a Catalunya eren de 4.868 milions d'euros (amb 72 hores d'obertura). Sota la hipòtesi d'un creixement lineal de la despesa, una obertura de 90 hores suposaria un augment d'un 25% i, per tant, un augment de 1.217 milions d'euros (fins a 6.085 milions). Obrir més hores pot augmentar les vendes un 25%?

- ✓ Segons l'estudi *Regulación de los horarios comerciales en España y comparación internacional*, elaborat per la revista *Información Comercial Española* (ICE), de la Secretaria d'Estat de Comerç, Espanya es trobava, juntament amb Portugal, Alemanya i Malta, en una situació intermèdia, abans de la liberalització dels horaris comercials; és a dir, que Espanya ja era un dels països de la Unió Europea amb menor regulació dels horaris comercials, només superada per França, Eslovàquia i Irlanda.

Total llibertat
d'horaris comercials



Font: Matea, M. de los Llanos. "Regulación de los horarios comerciales en España y comparación internacional". Butlletí econòmic ICE, núm. 3023. 2012; 47: 41-49.

- ✓ Segons l'opinió dels ciutadans al Baròmetre del Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS) corresponent al mes d'abril de 2011, un **87,5%** dels espanyols consideren que l'actual regulació d'horaris comercials els afecta **POC o GENS** en el seu hàbit de compra. D'altra banda, a l'estudi elaborat per ESADE i la Fundació Barcelona Comerç, gairebé un 70% dels barcelonins estan "satisfets" o "molt satisfets" amb la regulació d'horaris comercials establerta per la Generalitat.
- ✓ Segons Turisme de Barcelona, els turistes valoraven el 2011 amb un 8,14 sobre 10 l'oferta comercial de la ciutat i amb un 3,78 sobre 5 la seva qualitat-preu. A més, per l'any 2012 Barcelona va captar 1.300 milions d'euros més de despesa internacional que Madrid pel pagament amb targetes de crèdit.
- ✓ El 52% dels establiments comercials del comerç al detall són formats únicament pel propietari/ària, per la qual cosa el fet d'obrir en diumenges i festius perjudicaria molt la conciliació familiar i laboral. En aquest sentit, en

l'àmbit europeu han sorgit iniciatives populars en contra de l'obertura dels establiments en diumenges i festius com el Free Sundays - Mum and dad belong to us on Sunday ('Diumenges lliures - La mare i el pare ens pertanyen els diumenges').

- ✓ La llibertat d'horaris comercials no garanteix millores en la competitivitat. De fet, si analitzem les evolucions de l'IPC a Madrid i a Catalunya per als períodes de rebaixes, podem constatar que "les rebaixes són més rebaixes a Catalunya". En aquest sentit, en els últims cinc anys (període analitzat al llarg de l'estudi, tot i que continua més enllà d'aquest període), les rebaixes aplicades en territori català eren superiors a les aplicades a la mitjana espanyola i la mitjana madrilenya. A tall d'exemple, al juliol de 2012, Catalunya va rebaixar els preus en roba un 12,7%, mentre que Espanya els va abaixar un 12,2%, i Madrid, un 9,9%.
- ✓ Segons l'*Estudi dels hàbits de compra i fluxos d'atractivitat de les polaritats comercials a la ciutat de Barcelona. Abril 2012*, realitzat per l'Ajuntament de Barcelona i de gran referència en l'àmbit català, els consumidors constaten la seva aposta pels formats comercials¹ de proximitat. A continuació s'exposaran algunes xifres:
 - Productes d'alimentació: un 90% de les compres en aquest sector es realitzen a les botigues especialitzades, als mercats municipals i als supermercats.
 - Productes no alimentaris: en el cas de les drogueries, un 66,5% de les compres es realitzen als supermercats i un 24,2% a les botigues especialitzades. D'altra banda, a les farmàcies i als herbolaris i a les perfumeries un 96,1% i un 47%, respectivament, de les compres es realitzen a les botigues especialitzades.
 - Equipament de la persona: en aquest cas, les botigues especialitzades reben un 61,3%, un 49,8% i un 42,7% de les compres en roba i calçat, complements personals i telefonia respectivament.
 - Equipament de la llar: tant en electrodomèstics, decoració i mobles com en jardineria i bricolatge, la majoria de les vendes es produeixen en botigues especialitzades. Tot i així, cal dir que les vendes als grans establiments especialitzats pel que fa a mobles i decoració són d'un 18,2% i d'un 12,8% en el cas de jardineria i bricolatge.
 - Sector del lleure i de la cultura: pel que fa a la informàtica, un 44,8% dels enquestats van afirmar que no compraven productes informàtics, mentre

¹ L'estudi realitzat a una mostra proporcional de 2.073 entrevistes preguntava, entre altres qüestions, a quin tipus d'establiment es realitzaven les compres per a cada sector de comerç, i s'hi podia respondre entre els diferents formats: botiga especialitzada (< 2.500 m²), gran establiment especialitzat (> 2.500 m², productes d'un sol sector), mercat municipal, supermercat (250-2.500 m²), hipermercat (> 2.500 m²), grans magatzems (> 10.000 m²), centres comercials, queviures (alimentació polivalent, < 250 m²), Internet.

que un 24,1% apostava per les botigues especialitzades, cas semblant al de les juguines, on un 20,7% de les vendes tenen lloc en aquest format comercial. Pel que fa a llibres, diaris i música, aquest format rep un 48,9% de les compres.

- ✓ A continuació, i per il·lustrar la manca de capacitat consumidora de les famílies, s'analitzaran alguns indicadors de l'Enquesta de Condicions de Vida de l'INE per al 2011 i per al 2012, que demostren la imperiosa necessitat d'afrontar polítiques encaminades a l'augment de la renda disponible de les persones i del seu consum.
 - En els últims cinc anys, el nombre de persones que no tenien capacitat per fer front a despeses imprevistes ha passat d'un 23,4% a un 39,7%, mentre que el nombre de persones amb endarreriments en algun pagament durant els últims 12 mesos s'ha duplicat i ja representa un 11,6%.
 - En aquest sentit, un 12,7% i un 19,4% afirmen que tenen "molta dificultat" o "dificultat" per arribar a final de mes, la qual cosa representa un augment d'un 19% i d'un 9,6% respectivament des de l'any 2008.

La despesa de les llars catalanes ha disminuït en el període 2008-2011, segons les dades de l'Enquesta de Pressupostos Familiars de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat), en un 8,06%, tot i que s'arriba a percentatges de descens de despesa d'un 21% en roba, d'un 14% en oci i cultura i d'un 12,67% en hotels, bars i restaurants, a més d'un 9,01% en el cas de l'alimentació.

El comerç, molt més que l'intercanvi de producte per preu a Catalunya

El comerç de les nostres viles i pobles és molt més que un pur intercanvi de mercaderies: el comerç català és l'eix vertebrador de les nostres ciutats i barris. En aquest sentit, la labor va més enllà de la purament comercial, ja que el nostre comerç dóna proximitat, servei d'alta qualitat, traçabilitat dels productes, confiança, conversa.

La responsabilitat social corporativa duta a terme pels comerciants catalans és infinita: col·laboren amb entitats del tercer sector a detectar possibles incidències amb la gent gran quan deixen de venir a la botiga dos o tres dies; col·laboren en les festes del barri i amb l'equip de futbol de la ciutat; coneixen els noms dels nostres fills i les nostres preocupacions; no solament ens parlen sinó que ens escolten; donen ajuda de manera altruïsta a persones que ho necessiten sense fer grans gales o grans campanyes publicitàries, i ho fan perquè són la gent del barri, la de tota la vida. El comerç a Catalunya és molt més; per això a Catalunya els comerciants som "Botiguers pel país".

El cas de Barcelona

Barcelona no és només una ciutat turística de consum:

1. Barcelona són **fires i congressos**, per exemple, acull el World Mobile Congress.
2. Barcelona és **modernisme**: Sagrada Família, Parc i Palau Güell, Casa Batlló, Casa Milà, entre un gran etc.
3. Barcelona és **cultura**: 8 monuments patrimoni de la humanitat, 135 espais teatrals i 75 museus.
4. Barcelona és **emprenedoria i innovació** és 22@, smart city.
5. Barcelona és **gastronomia**: 21 restaurants tenen estrella Michelin.
6. Barcelona és la **15a ciutat del món per viure**, segons el ranking de Monocle.
7. Barcelona és comerç: és la **segona ciutat d'Europa per anar de compres** només per darrere de Londres, segons el ranking Globe Shopper City Index.
8. Barcelona es **turisme**: va rebre més de 7,5 milions de turistes al 2012 amb 15.931.932 de pernoctacions a hotels.
9. Segons Turisme de Barcelona, els turistes valoraven el 2011 amb un 8,14 sobre 10 l'oferta comercial de la ciutat i amb un 3,78 sobre 5 la seva qualitat-preu.
10. Per l'any 2011, només el 15% del total de creueristes que van arribar a Barcelona ho van fer en diumenges, tanmateix el 75% de creuers van arribar entre maig i octubre.

Tot aquests èxits s'han assolit sense l'obertura dels establiments en diumenge, els turistes accepten el nostre model comercial i turistic.

En cas d'obrir en diumenge i tenir èxit el diferencial no compensaria els perjudicis a la nostra cultura comercial, de barris i eixos lo que afectaria negativament a la conciliació familiar i laboral no només del comerç sinó també de molts altres sectors implicats i de l'entorn, com serien el transport, la seguretat, els proveïdors, entre d'altres.

Si la zona del centre de Barcelona pogués obrir en diumenges i festius tot l'any absorbirien el consum de les rendes de les famílies autòctones i d'altres zones de la ciutat i de Catalunya i en contrapartida els locals habituals de les seves compres perdran clientela.

En cap cas una ampliació dels horaris comercials suposaria la creació de nous llocs de treballs que compensessin la pèrdua dels establiments que tanquessin.