



ESADE
Business School

**Indicador del Comerç de Barcelona
segon trimestre de 2010**

Barcelona, 8 d'octubre de 2010

Ajuntament  de Barcelona

CCAM
Consorti de Comerç,
Artesania i Moda
de Catalunya

 Generalitat
de Catalunya

 **Diputació
Barcelona**
xarxa de municipis

Preàmbul

L'economia barcelonina té en la despesa de consum de les famílies un dels seus impulsors més important i en el comerç una de les principals activitats que l'estructuren. És per això que des de la Fundació Barcelona Comerç, l'entitat que agrupa els 17 eixos comercials de la ciutat amb més de 7.000 comerços associats, creiem de vital importància conèixer de forma regular i contrastada les dades reals, i no estimatives, relacionades amb aquesta activitat.

Per fer-ho s'ha creat l'Indicador del Comerç de Barcelona (ICOB), el primer pannel econòmic periòdic del comerç de la ciutat. Aquest analitza l'activitat comercial de la ciutat a través de tres vessants fonamentals: realitat, percepció i tendències, aconseguint dades reals i concretes sobre la situació actual.

El projecte, endegat per la Fundació Barcelona Comerç amb la col·laboració d'ESADE Business School, té el suport de la Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona, Diputació de Barcelona i la Cambra de Comerç de Barcelona.

Metodologia

L'Indicador del Comerç de Barcelona es realitza trimestralment mitjançant un pannel a un grup de 304 comerciants barcelonins seleccionats per un període de 12 mesos. Recollides les dades, es convoca un focus group amb comerciants elegits ad hoc per a cada ocasió per discutir els resultats obtinguts. Posteriorment, els resultats són estudiats amb un grup permanent d'assessors de l'Indicador Comerç Barcelona. Els resultats serveixen a la Fundació Barcelona Comerç i als seus 17 Eixos Comercials associats en particular i al comerç en general, per plantejar estratègies que potenciïn els aspectes positius i corregeixin les mancances detectades.

Equip

L'equip que desenvolupa l'Indicador del Comerç de Barcelona, sota la direcció d'ESADE, està integrat pels següents professionals:

- Dr. Josep-Francesc Valls, catedràtic del departament Direcció Marketing a d'ESADE
- Joan Sureda, professor del departament de Mètodes Quantitatius i del departament de Marketing d'ESADE
- Bernat Pérez, investigador d'ESADE

El grup permanent d'assessors de l'Indicador Comerç Barcelona esta integrat pels següents professionals:

- Joan Mateu, president de la Fundació Barcelona Comerç
- Antoni Pallarès, empresari comercial
- Dr. Marcel Planellas, catedràtic del departament de Política d'Empresa a d'ESADE
- Dr. Marçal Tarragó, economista i urbanista
- Lluís Martínez-Ribes, professor departament Direcció Marketing d'ESADE i consultor en retail

Sobre la Fundació Barcelona Comerç

La Fundació Barcelona Comerç, és una entitat sense afany de lucre, l'objecte i finalitats de la qual són promoure tota mena de projectes i activitats orientades a afavorir el ple desenvolupament del comerç urbà de Barcelona en els ordres social, econòmic i cultural i especialment dels Eixos Comercials.

Qui són els Patrons de la Fundació?

Les 17 agrupacions territorials que, constituïdes com a Eixos Comercials de Barcelona, conformen el Patronat de la Fundació Barcelona Comerç:

- Barna Centre
- Carrer de Sants
- Cor d'Horta
- Cor Eixample
- Creu Coberta
- Eix Comercial de Sant Gervasi, Barnavasi
- Eix Comercial del Raval
- Eix Maragall
- Gracinoa Eix Comercial
- Gran de Gràcia
- L'Eix de Sant Andreu
- L'Eix Sants-les Corts
- La Rambla
- Nou Barris Centre Comerç
- Sant Antoni Comerç
- Sant Martí Eix Comercial
- Sarrià Eix Comercial

Aquests 17 Eixos integren a més de 10.000 comerços, donen ocupació a més de 35.000 persones, facturen més de 7.000 milions d'euros i representen a l'entorn del 7% del PIB de la ciutat.

A més de l'Indicador de Comerç de Barcelona són, també, iniciatives de l'entitat, la targeta "Barcelona Comerç", les passarel·les "BCN Moda al Carrer", la campanya "Més llum, més Nadal, més Barcelona", les Vitrienes d'Europa, la campanya de neteja de grafitis,...

Sobre ESADE

Fundada l'any 1958, ESADE actualment té seus a Barcelona, Madrid, Buenos Aires, São Paulo i Munic. A més, manté acords de col·laboració amb més de cent universitats i escoles de negocis d'arreu del món. Cada any, més de 10.000 alumnes participen als seus cursos (MBA, Executive Education, graus i màsters universitaris en direcció d'empreses i en dret). També disposa del parc de negocis ESADE Creapolis, un centre capdavanter dedicat a la innovació en el qual la universitat i l'empresa es fonen.

De clara vocació internacional, ESADE ocupa els primers llocs a escala mundial en els principals rànquings d'escoles de negocis que s'han publicat durant el 2009 (Financial Times, Wall Street Journal i BusinessWeek).

Actualment, ESADE té una xarxa de més de 38.000 antics alumnes que exerceixen càrrecs de responsabilitat en empreses dels cinc continents. Des que va celebrar el 50è aniversari, ESADE ha adoptat com a lema institucional "Inspiring Futures". Amb ell expressa la intenció de fomentar l'esperit renovador al món de l'empresa i del dret.

ESADE



INDICADORS DE COMERÇ A BARCELONA

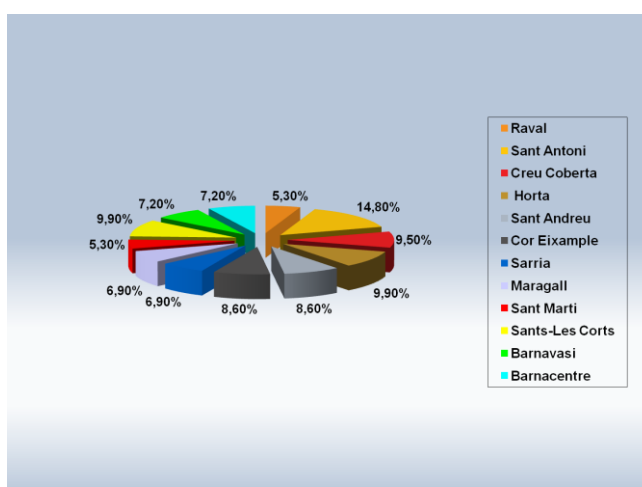
ICOB

SEGON SEMESTRE DE 2010

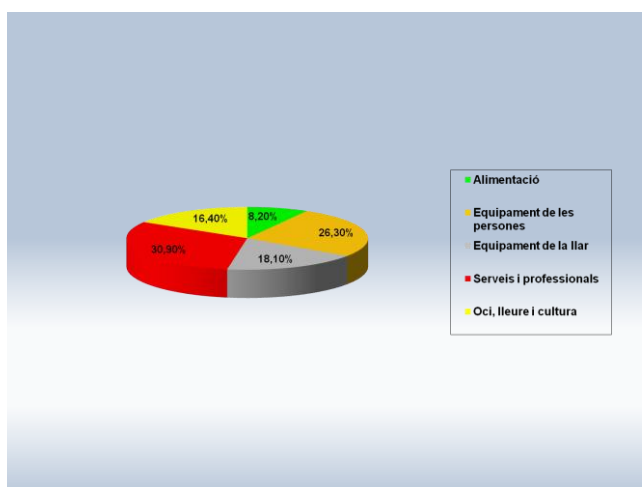
MOSTRA

Els resultats corresponents al segon trimestre de 2010 s'han recollit a partir d'una mostra de 304 comerciants, repartits proporcionalment pels eixos comercials de Barcelona. El quadre 1 recull les respostes obtingudes. Quant a les activitats de la mostra, el quadre 2 reflecteix el repartiment de la mostra entre alimentació, equipaments de les persones, equipament de la llar, serveis i professionals, i oci, lleure i cultura.

Quadre 1: Eixos comercials



Quadre 2: Agrupació per activitat



EL COMPRADOR, VIST PELS COMERCIANTS

Els comerciants, a través dels seus establiments, perceben que el comprador, per aquest ordre (quadre 3):

. busca més les ofertes. Quasi un 60% de la mostra hi està totalment d'acord i el 19,5%, d'acord. La cerca d'ofertes es constata que es produeix més en l'equipament de la llar i de les persones, per damunt de les altres activitats econòmiques.

. realitza compres més petites. La proporció dels qui opinen d'aquesta manera es molt semblant a la punt l'anterior (59,7 i 18,4%, respectivament). Crida l'atenció que les compres més petites es realitzen en alimentació i en equipament de les persones i de la llar.

. compra el que ha vingut a comprar i res més. El 45,6% dels enquestats hi estan totalment d'acord i el 22,1, d'acord.

. li costa més decidir-se. El 45,5% hi estan molt d'acord i el 25,5%, d'acord. L'equipament de la llar i de les persones mostren una tendència major que la resta.

. té una actitud més apagada. És igual que la que s'observava el mateix trimestre de l'any anterior, el 57,9%; molt més apagada, el 10,4%, i més apagada, el 21,2%. Davant d'aquesta actitud negativa, només el 10,5% la veuen més o molt més animada.

. és menys fidel. Hi estan totalment d'acord, el 30,7% i d'acord, el 21,9%.

. entra i no compra. Hi estan totalment d'acord, el 32,6% i d'acord, el 17,9%.

. paga menys en efectiu i més amb targeta de crèdit. Aquesta percepció dels comerciants (quasi el 50%, enfront del 25,8%) podria tenir a veure amb l'ampliació del nombre de TPV incorporats als comerços barcelonins els darrers mesos.

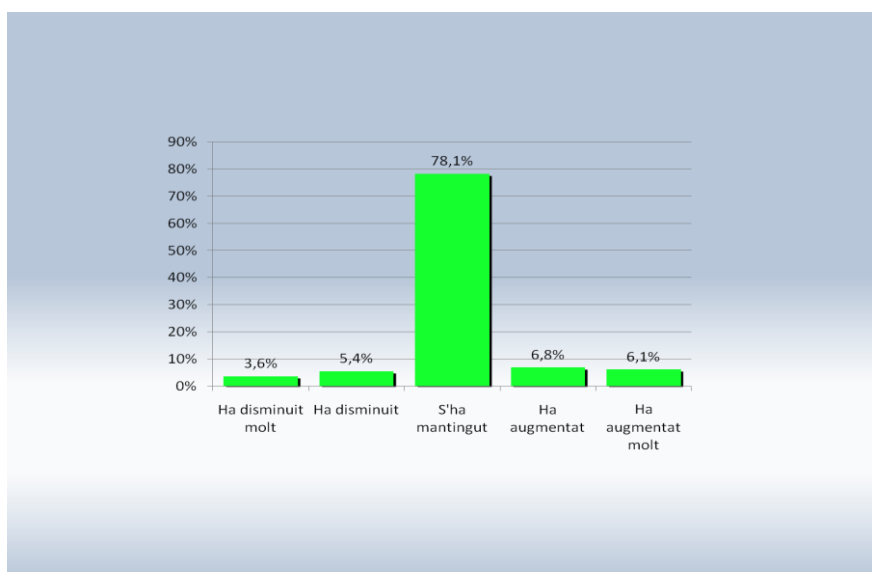
Quadre 3: Perfil del comprador



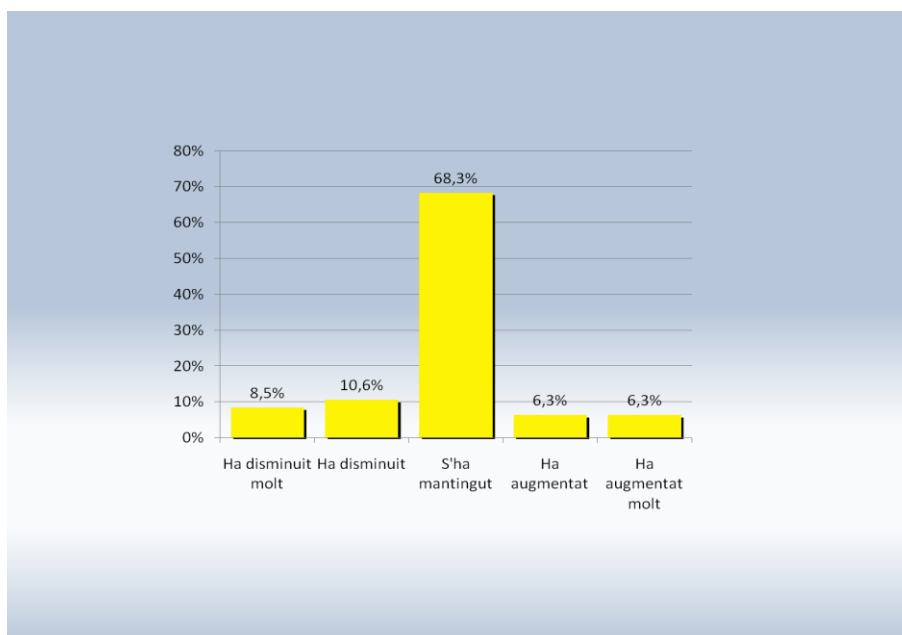
LA PRESSIÓ DELS PROVEÏDORS

Els proveïdors no pressionen excessivament en aquesta circumstància de crisi econòmica. En el mesurament corresponent al primer trimestre, l'escenari era idèntic a l'actual: la gran majoria dels comerciants, en un 78,1% i un 68,3%, afirmen que no els pressionen ni en preus ni en terminis de pagament, ni en exigència de mínims de compra; els qui expressen que la pressió ha augmentat no arriben en cap cas, al 13% (quadres 4 i 5).

Quadre 4: Preus i terminis de pagament



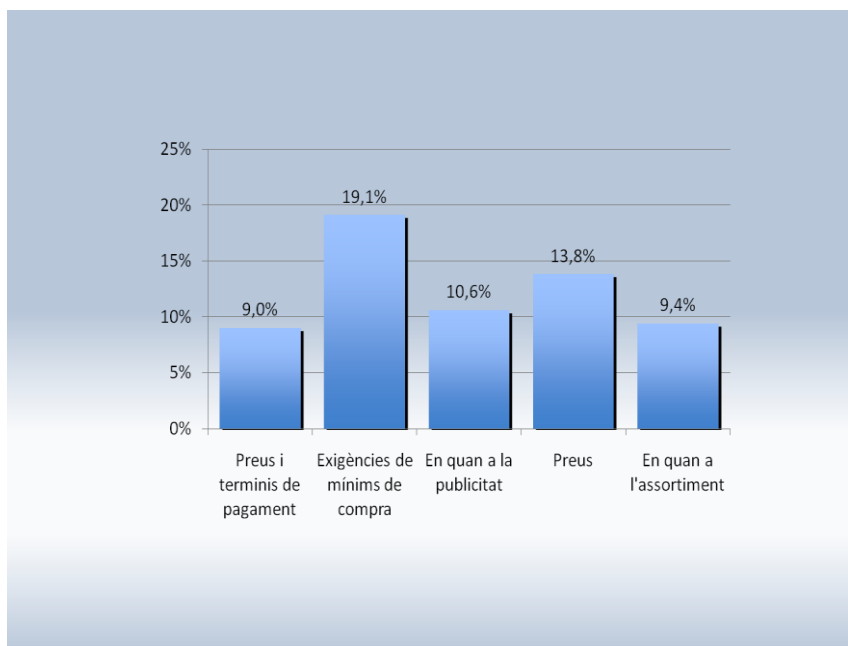
Quadre 5: Exigències de mínims de compra



PRESSIÓ DE LA COMPETÈNCIA

Tampoc la competència no sembla que s'hagi mogut gaire en aquest trimestre. El 72,6% declara que s'ha mantingut l'activitat publicitària i de comunicació de la competència; el 79,9%, la diversitat de l'assortiment ofert per aquesta, i el 71,5% afirma que tampoc en matèria de preus no ha variat gaire(quadre 6). En cap dels casos, els qui afirmen que la competència pressiona més que abans supera el 15%.

Quadre 6: Estat de la competència i proveïdors



EVOLUCIÓ DEL NEGOCI

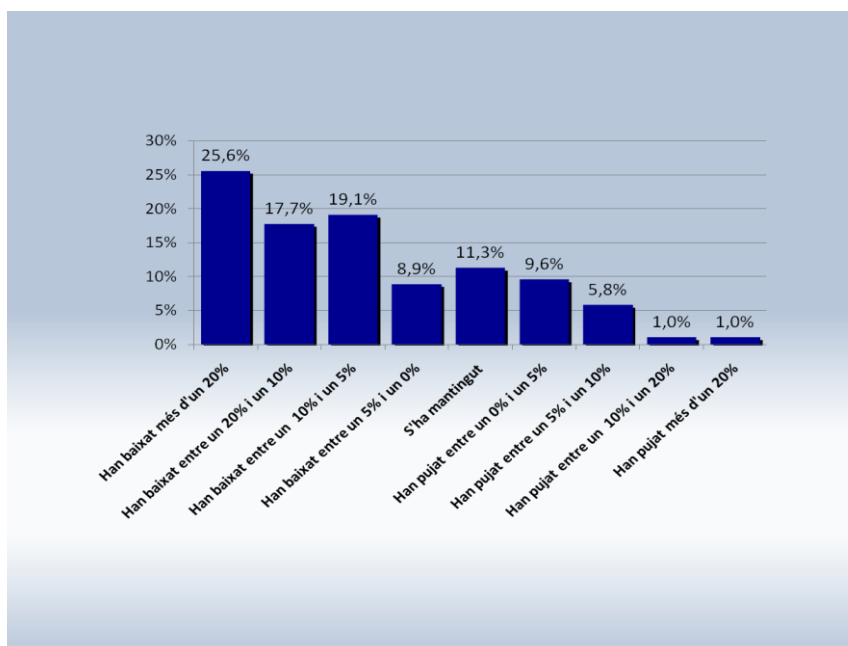
Comparant l'activitat econòmica dels establiments comercials el segon trimestre d'aquest any amb el mateix de l'any anterior, la davallada és considerable:

. el 25,6% de la mostra declara que els tiquets de caixa han caigut més d'un 20%; el 17,7%, que la baixada ha estat entre un 20 i un 10%. El conjunt dels qui han vist com es reduïen els tiquets de caixa és del 69,2%, enfront de l'11,3%, que s'han mantingut, i el 17,4% que han pujat(quadre 7).

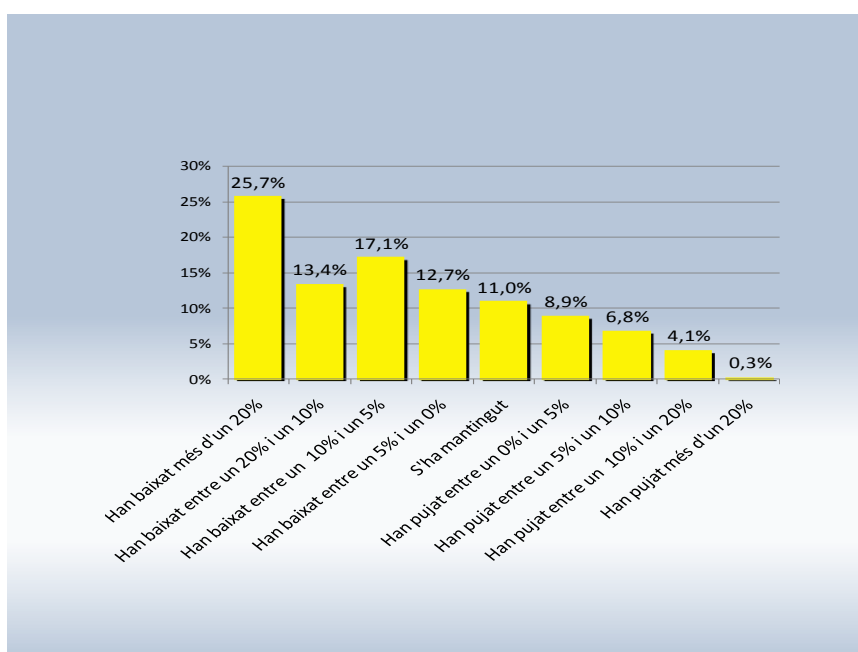
. la facturació segueix el mateix camí que els tiquets de caixa: el 25,7% afirma que li han baixat més d'un 20%, i el 13,4%, entre el 20 i el 10%. En termes globals, se'ls ha reduït la facturació al 68,9%, enfront de l'11% que s'han mantingut i el 20,1% que l'han augmentat(quadre 8).

Val a dir que els sectors que experimenten més l'impacte de la crisi en aquests dos factors, tiquets de caixa i facturació, són l'equipament de la llar i el de les persones.

Quadre 7: Tiquets de caixa



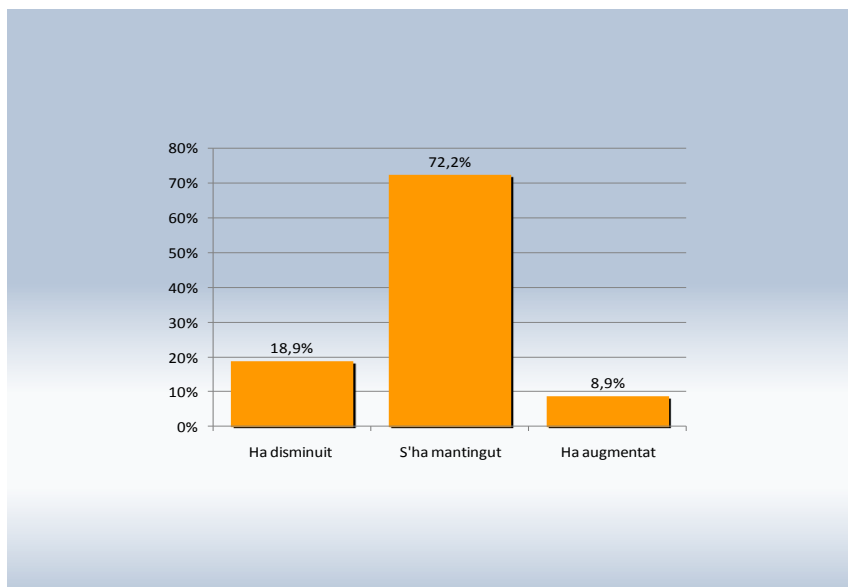
Quadre 8: Facturació



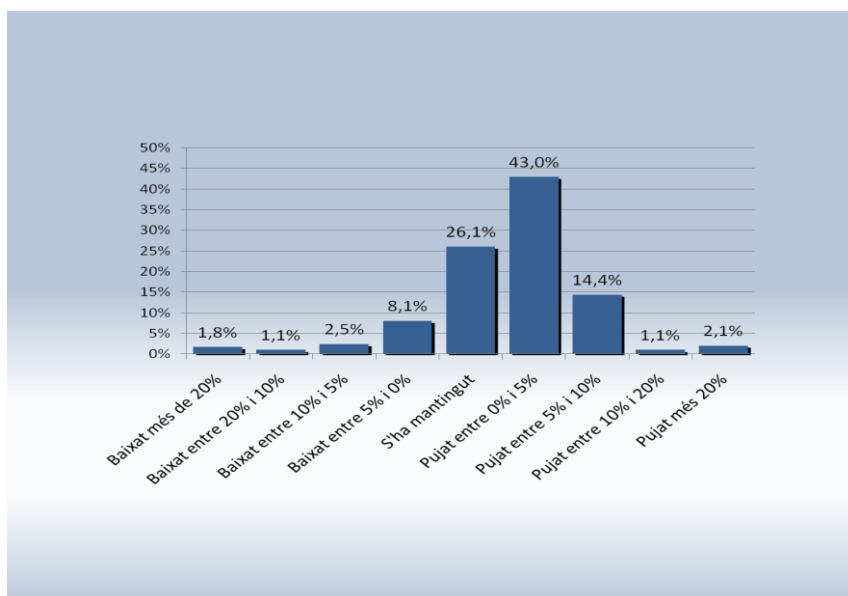
No s'observen grans moviments en les plantilles. El 72,2% de la mostra afirma que s'han mantingut, enfront d'un 18,9% i un 8,9%, que assenyalen que han disminuït o augmentat, respectivament. En moments de crisi, els comerços que es mantenen tenen tendència a no fer gaires moviments de personal. Evolucionen cap a la seva mínima expressió, sobretot si es tracta d'empreses familiars on treballen els seus membres (quadre 9). Quant als costos laborals, val a dir que poc més de la quarta

part del entrevistats, afirma que s'han mantingut, enfront del 43% que declara un augment mai superior al 5%, i el 14,4, entre el 5 i el 10% (quadre10). La pujada dels costos laborals que declara el 43% tindria probablement més a veure amb l'evolució de l'IPC que amb moviments interns.

Quadre 9: Plantilla



Quadre 10: Costos laborals



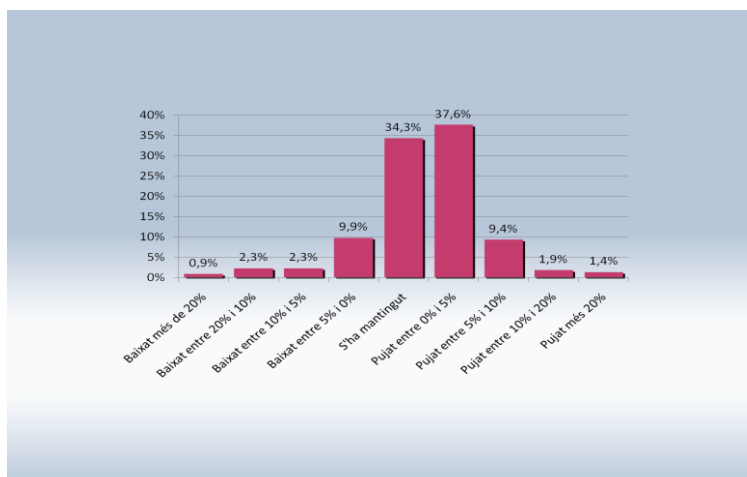
En d'altres costos, com ara els lloguers, la llum, l'aigua i el gas, apareixen diferències a tenir en compte:

. el 64,3% diu que la llum ha pujat entre un 0 i un 10% (el 32,5% fins al 5% i el 31,8%, fins al 10%).

. el 68,7% diu que l'aigua i el gas han pujat (el 47,8%, entre el 0 i el 5%, i el 21,9%, entre el 5 i el 10%)

. quant als lloguers, la resposta és contrària a la tendència general del mercat. Mentre la majoria absoluta dels lloguers baixen, només el 15,4% dels comerciants de la mostra constata aquesta tendència, enfront del 34,3% que afirma que es mantenen, i el 50,3% que declara que han pujat (quadre 11).

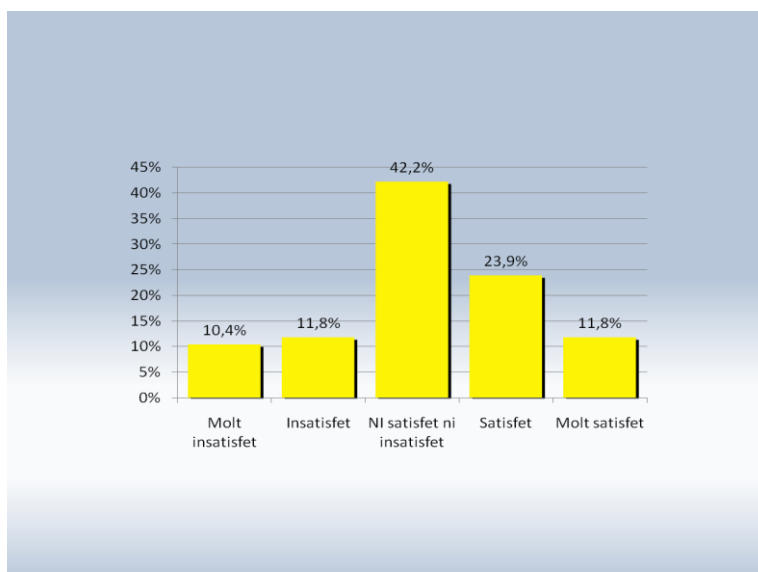
Quadre 11: Lloguer



SERVEIS

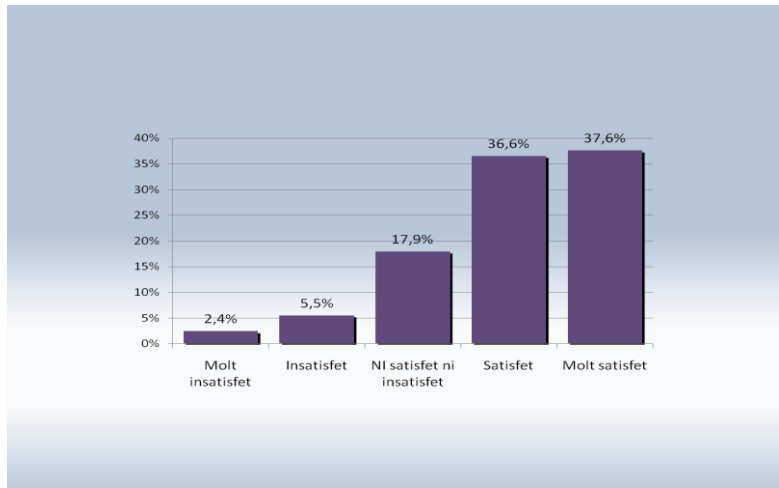
La valoració dels serveis, la podríem dividir en dues parts. La primera, altament positiva, que correspon als aspectes entre eixos, a la facilitat d'arribar a l'establiment i a l'associacionisme. Els dos primers aspectes, relacionats amb la connectivitat, mostra nivells de satisfacció alts, entre el 32% i el 35%, i de neutralitat per damunt del 42% (quadre 12).

Quadre 12: Facilitat d'arribar a l'establiment



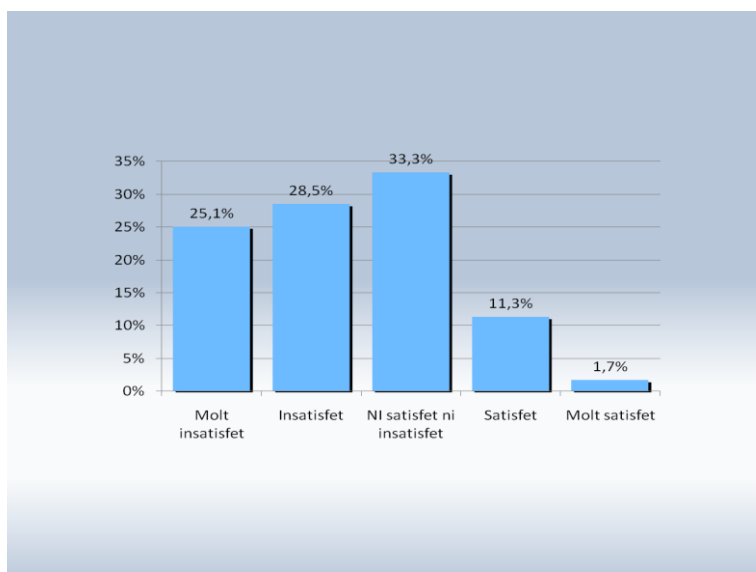
Quant a l'associacionisme, els índexs de satisfacció són els més elevats que apareixen en aquesta mostra: el 74,2% expressen que ho estan, enfront del 7,9% que no ho estan (quadre 13).

Quadre 13: Associacions



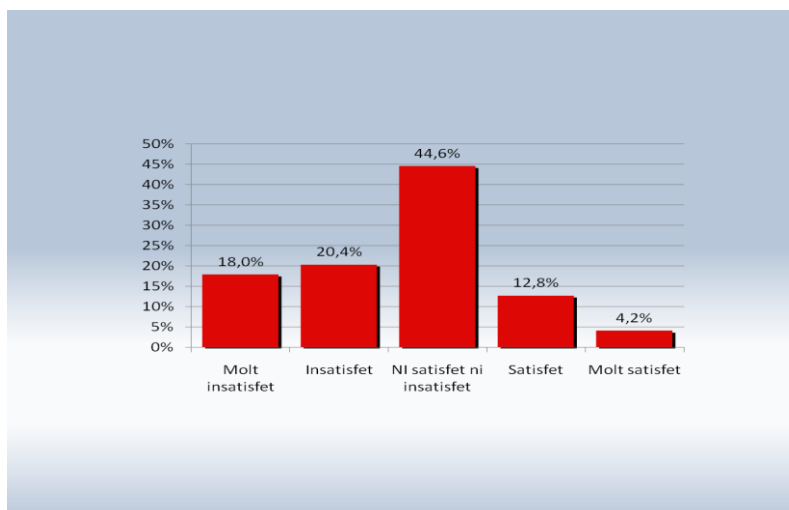
El segon bloc de valoracions dels serveis és altament negatiu i correspon a l'enllumenat, el servei de seguretat, el servei de neteja i els serveis bancaris. Els comerciants de la ciutat han expressat repetidament la seva demanda de més llum als carrers en una ciutat turística mediterrània, enfront de la visió municipal de reduir la contaminació lumínica i estalviar aquesta energia a favor de la sostenibilitat. Doncs bé, més de la meitat dels enquestats hi mostren la seva insatisfacció, el 25,1% n'estan molt insatisfets i el 28,5%, insatisfets, enfront del 13% de satisfets (quadre 14).

Quadre 14: Enllumenat

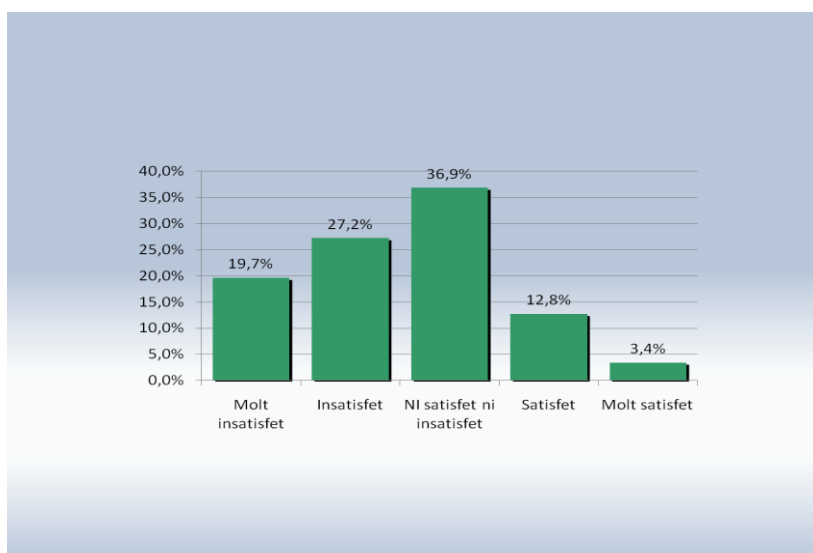


La seguretat no queda tampoc ben parada. La guàrdia urbana té un nivell d'insatisfacció del 46,9% dels enquestats, enfront del 16,2% que hi estan a favor, i els mossos d'esquadra, el 38,4% d'insatisfacció, enfront del 17% de satisfacció. Com es pot veure, la neutralitat de satisfacció/insatisfacció afavoreix els mossos d'esquadra, probablement perquè és la guàrdia urbana la que té la comesa concreta de les multes de trànsit (quadres 15 i 16).

Quadre 15: Mossos d'esquadra

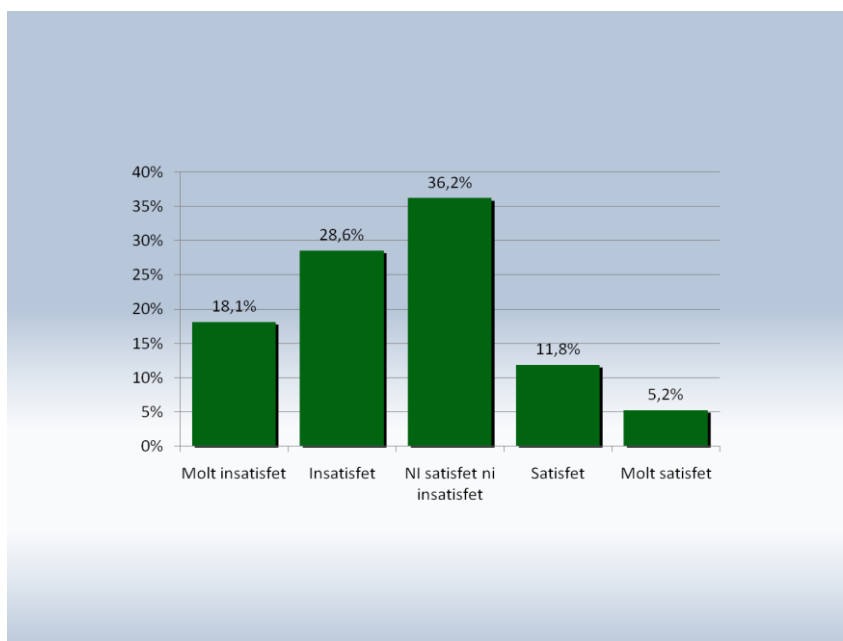


Quadre 16: Guàrdia urbana



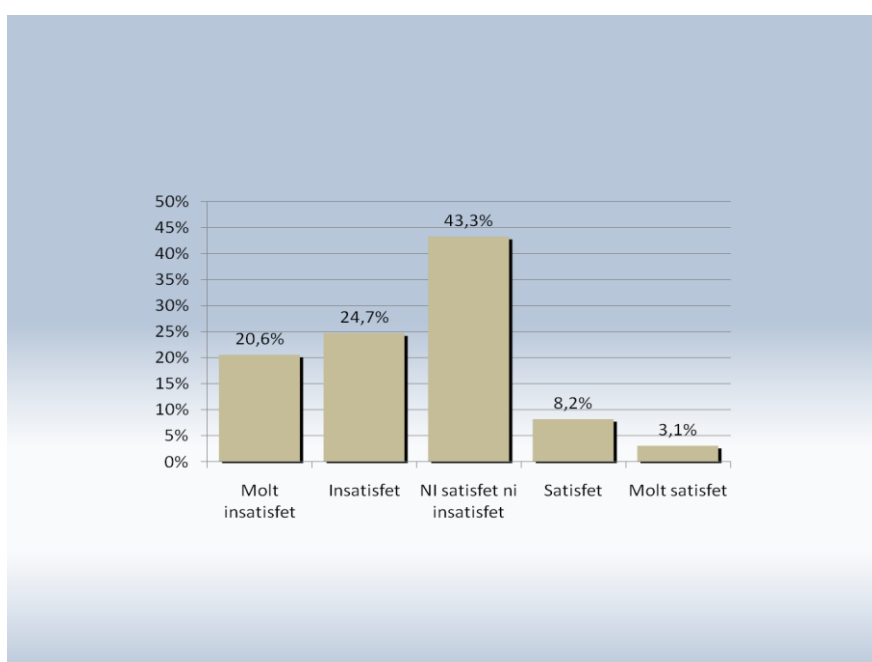
El mateix podem dir sobre la percepció que tenen respecte al servei de neteja: el 46,7% hi mostren la seva insatisfacció, enfront del 17% que hi estan a favor (quadre 17).

Quadre 17: Neteja



Finalment, els serveis de bancs i caixes tampoc no produeixen gaire satisfacció als comerciants de Barcelona: el 45,3% n'estan insatisfets, enfront de l'11,3% que se'n mostren favorables; és lògic que sigui així en un moment de forta restricció creditícia i dels serveis bancaris en general (quadre 18).

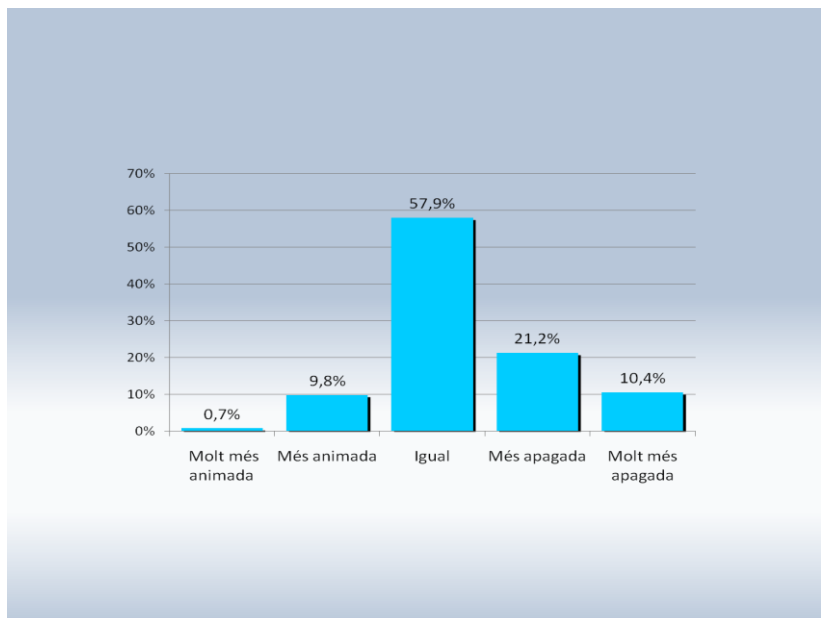
Quadre 18: Bancs i caixes



DE CARA AL FUTUR

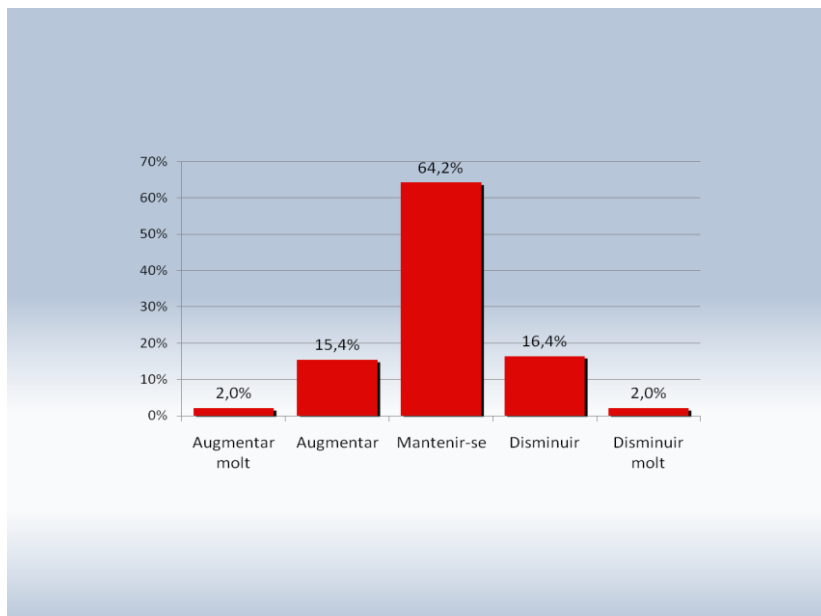
Enmig d'aquest escenari, els comerciants fan una professió de fe envers el futur. El 57,9% afirma que l'actitud dels compradors el proper trimestre es mantindrà. Encara que el 31,6% la veu més apagada, el 10,5% creu que serà més animada (quadre 19).

Quadre 19: Actitud del consumidor



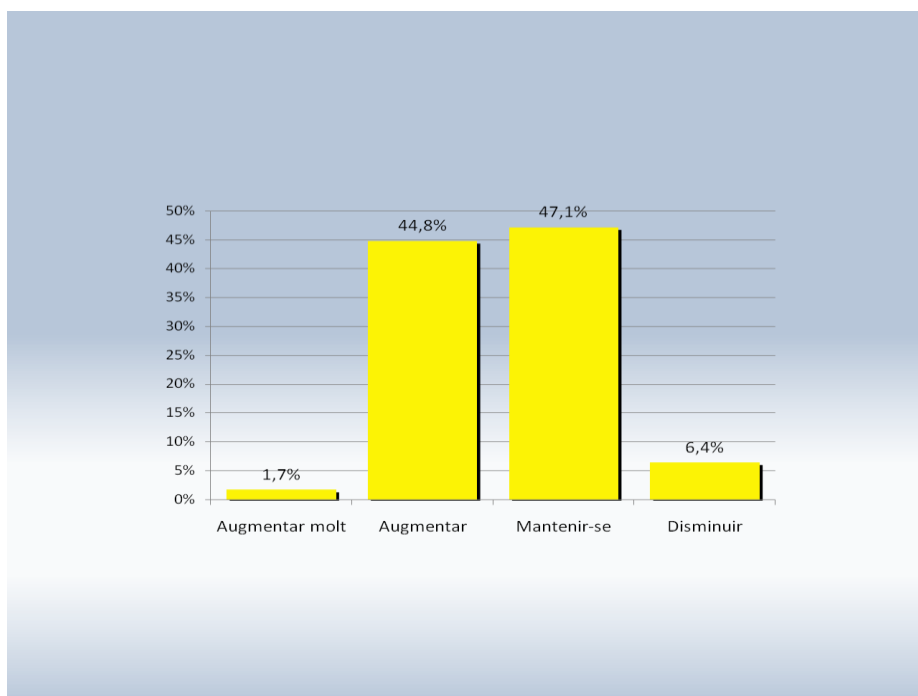
Les vendes pels propers mesos són vistes d'una manera molt semblant a l'actitud de compra: el 64,2% de la mostra considera que es mantindran, enfront del 15,4% que creu que augmentaran i el 16,4%, que disminuiran (quadre 20).

Quadre 20: Vendes



Respecte als preus del tercer trimestre d'aquest any, els enquestats opinen majoritàriament o bé que augmentaran (44,8%) o bé que es mantindran (47,1%).

Quadre 21: Preus



CONCLUSIONS

Els comerciants de Barcelona preveuen un comprador menys motivat, que busca preferentment ofertes, més en l'equipament de la llar i de les persones que en les altres activitats econòmiques. Que fa compres més petites, sobretot en l'alimentació. Que no s'extralimita del que ha vingut a comprar. Que li costa decidir-se, tomba i regira i molt sovint entra i no compra. Que és menys fidel.

Els proveïdors no pressionen ni en preus i terminis de pagament, ni en exigències de compres mínimes; en aquest sentit, comprenen la situació.

La competència tampoc no pressiona gaire, ni a publicitar més i millors les seves mercaderies ni en varietat d'assortiment.

L'evolució del negoci mostra els símptomes evidents de l'atonía del consum: forta caiguda dels tiquets de caixa i de la facturació, sobretot en l'equipament de la llar i de les persones.

Les plantilles es mantenen, però val a dir que la mostra correspon a empreses comercials que es mantenen vives i el sector té una capacitat històrica de resistència. Els costos laborals associats estarien fent pujar exclusivament l'IPC.

Contra la tendència general de la baixada de preus de l'immobiliari en general, més de la meitat dels comerciants enquestats afirmen que el preu dels lloguers puja; només el 15,4% hi constata la baixada.

Hi ha dues valoracions ben diferents dels serveis. D'una banda, una valoració molt positiva de la connectivitat entre els eixos i l'accessibilitat a les botigues, i també del fet associatiu. I, de l'altra, una valoració bastant negativa de l'enllumenat dels carrers, la seguretat que aporten la guàrdia urbana i els mossos d'esquadra, els serveis de neteja i els bancaris.

A l'enquesta es palesa repetides vegades que els comerciants estan esperançats de cara al futur immediat. Ara bé, no s'atreveixen a projectar-ho en l'actitud del comprador ni en les vendes. Respecte als preus, els comerciants creuen al 50% que o bé augmentaran o es mantindran. Podria ser que esperessin que l'activitat de juliol, agost i setembre facilités en part l'increment dels preus com a conseqüència del turisme, les rebaixes i la compra de material escolar.



Carrer Ferlandina, 25

08001-Barcelona

Tel. 93 443 63 46 Fax 93 443 63 49

e-mail: fundacio@eixosbcn.org

Comunicació:

Susanna Cuadras Tel. 606 183 797

ESADE
Business School

Comunicació:

Oriol Llop / Judith Mangrané Tel. 93 495 20 99 / 679 430 768

Irene Garcia Tel. 600 457 072