

Anàlisi de l'evolució del sector comerç de Catalunya arran de la crisi COVID-19

RESULTATS DE LA VUITENA ONADA D'ENQUESTES (4-10 MAIG)

11 MAIG 2020

Autoritzem a emprar aquest informe per a la redacció de notícies, comunicats i documents amb el compromís d'esmentar la font de J3B3 Economics i enllaçar a:

https://j3b3.com/cat/estudis/estudi_coronavirus

Twitter de l'autor: @jbacaria

Primera versió: 11/5/2020

Treball realitzat per:



J3B3 ECONOMICS, S.L

B-66.175.928

Pg. Joan Carles I, 12

08320 El Masnou – BARCELONA-

www.j3b3.com

info@j3b3.com

Jordi Bacaria Martinez (Membre 13.071 del Col·legi d'Economistes de Catalunya)

Índex

1. Introducció.....	4
2. Disseny mostral.....	5
3. Aspectes metodològics.....	8
4. Resultats.....	9
5. Annexes.....	17

1. Introducció

Ha començat la desescalada.

Durant les properes setmanes assistirem a una tornada a la rutina i a una progressió ascendent de la xifra de vendes. Ens falten evidències per diagnosticar quan i com es tornarà a recuperar les xifres anteriors a aquesta crisi imprevista.

Tanmateix, en aquest estudi hem pogut observar com la fase 0 ja ha comportat canvis visibles en el comportament de la demanda que s'han traduït – per fi! – en ingressos.

Malgrat no ser xifres que invitin a la tranquil·litat sí que es pot parlar d'un efecte i un repunt positiu en les vendes.

La propera setmana inicia la fase 1 en algunes regions de Catalunya i, esperem, que ben aviat, a la resta del territori.

Estarem atents a la seva evolució. Tot i això, anunciem que la nostra voluntat és finalitzar l'estudi en les properes setmanes, després de que la zona de Barcelona entri a la fase 1.

Jordi Bacaria Martinez

Economista 13.071 del Col·legi d'Economistes de Catalunya

2. Disseny mostral

La tècnica de mostreig probabilístic emprada és l'aleatòria simple. L'estudi s'ha realitzat a partir de dades obtingudes mitjançant enquestes realitzades online (sistema CAWI) a empreses amb activitat de venda al detall i de serveis ubicades en territori català i amb establiment de venda al públic a peu de carrer.

El nombre d'enquestes realitzades fou de n=298, de les que se n'han descartat 8 ja que, o bé no complien els requisits per formar part de la mostra o bé, van respondre l'enquesta per duplicat.

Per tant, s'ha dut a terme una tasca de validació de totes les respostes de manera individual amb el fi que les dades obtingudes aportin informació fiable.

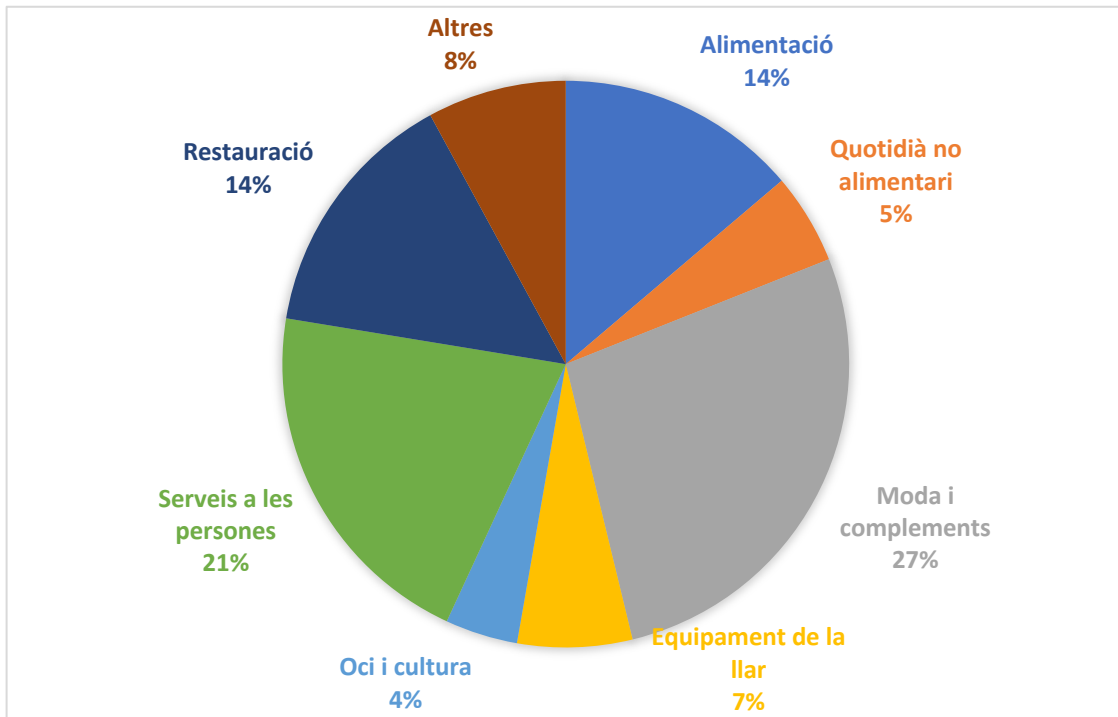
Amb tot, la mostra definitiva de la present onada és de n=290 que, per una població indefinida, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error (p=q=50%) suposa un marge d'error del $\pm 5,75\%$.

Fitxa tècnica de la investigació

Univers	Empreses del sector comerç i empreses de serveis amb seu a Catalunya
Dimensió mostra	290 enquestes a responsables d'establiments comercials i empreses de serveis amb seu a Catalunya
Error mostral	$\pm 5,75\%$ per una població coneguda, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error (p=q=50%).
Dates del treball de camp	Del 7 al 10 de maig
Selecció de la mostra	Per a la obtenció de la mostra es va fer difusió a la base de dades pròpia de J3B3 Economics i, també, es va fer difusió entre diferents entitats, així com una crida mitjançant les xarxes socials.

Font: Elaboració pròpia

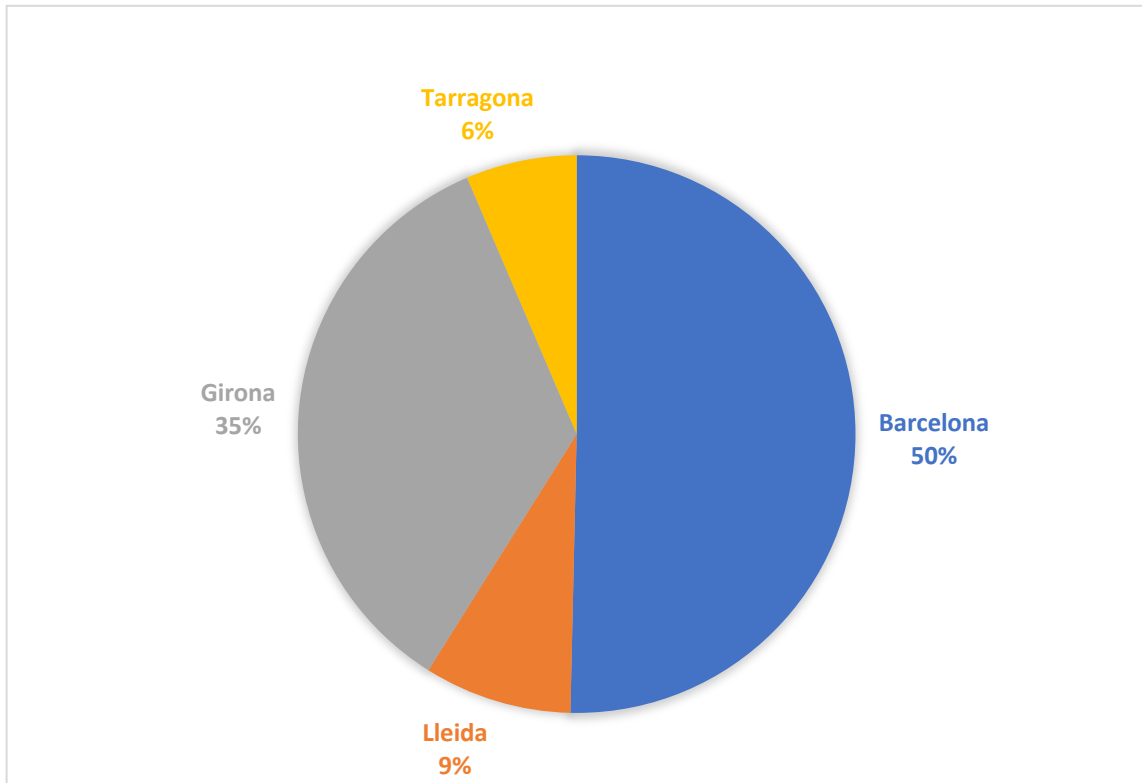
Els sectors que han format part de la mostra són els següents:



En aquesta setena onada d'enquestes, igual que en les anteriors, no s'ha disposat d'informació ni de supermercats ni d'hipermercats, tot entenent que l'objecte de la investigació és el teixit comercial de dimensió reduïda (micro i petita empresa).

El qüestionari (Annex 4) de 10 preguntes, es va dissenyar amb la voluntat que l'enquesta tingués una durada màxima d'1 minut.

La mostra ha tractat d'aconseguir la màxima representativitat possible, essent la província de Barcelona (50%) la que ha aportat un major nombre de resultats, seguit de Girona (35%), Lleida (9%) i Tarragona (6%).



3. Aspectes metodològics

En aquesta ocasió s'han emprat, bàsicament, mètodes d'estadística descriptiva.

Per tal de formular una aproximació realista a l'evolució de la xifra de vendes, s'han emprat ponderacions en funció de:

- Si s'inclou dins els supòsits d'activitat permesa (alimentació, farmàcia, estanc, etc).
- Si ha optat per obrir a la fase 0 d'acord amb les obligacions vigents.
- Si durant la primera setmana de maig ha tancat el seu negoci ja sigui de manera obligada com voluntària.

D'aquesta manera, les ponderacions obtingudes han equilibrat les xifres de vendes.

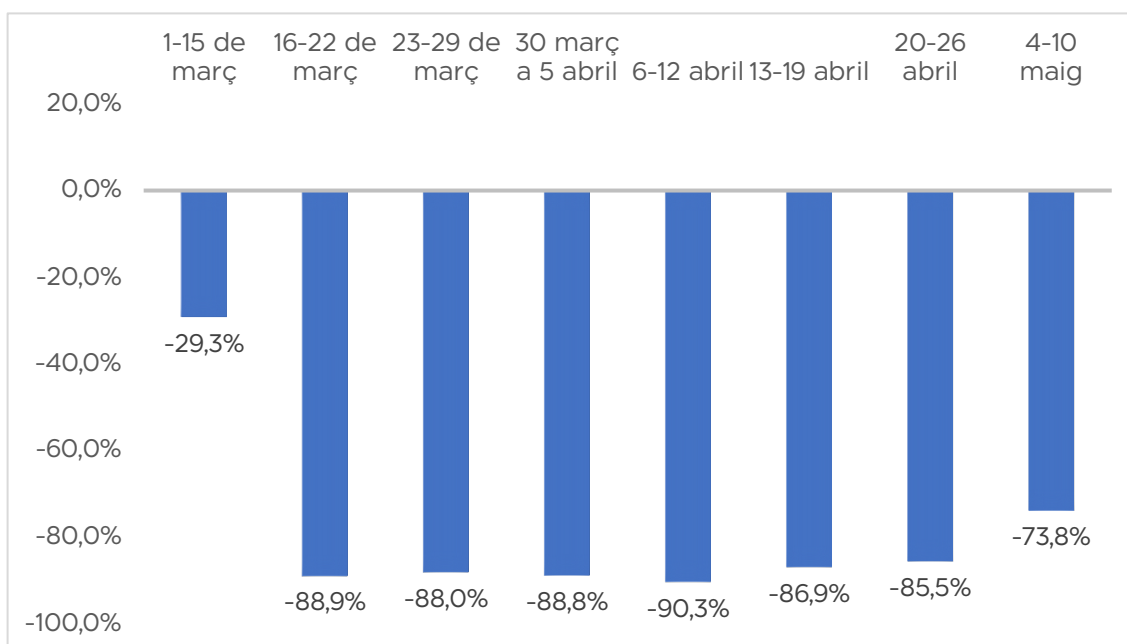
4. Resultats

1) La fase 0 revifa les vendes en un 16%

La tendència negativa de vendes que s'arrossegava d'ençà la segona setmana de març ha notat un cert repunt arran de l'inici de la fase 0.

Si bé en les darreres setmanes va haver un descens de vendes del -88% respecte l'any anterior, durant la primera setmana de la fase 0, la xifra de negoci ha estat de -72,1% respecte el mateix període que l'any passat (veure gràfic 1).

Gràfic 1. Evolució setmanal de les vendes

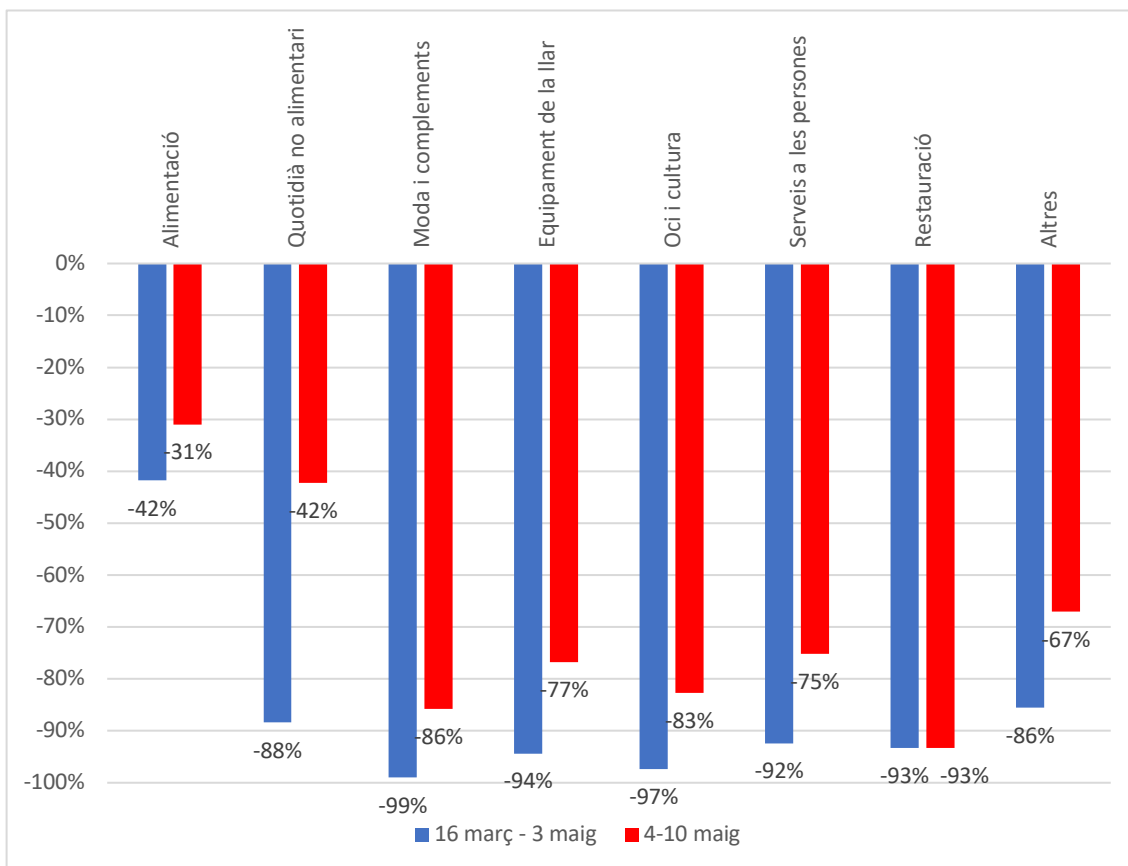


Per tant, les xifres evidencien un repunt del 16%; una dada encara llunyana del que seria acceptat com a recuperació econòmica, però que indica una tendència positiva.

2) Tots els sectors experimenten una millora significativa en la facturació, excepte la restauració.

La fase 0 ha destacat perquè determinats sectors hagin pogut reprendre la seva activitat i tornar a garantir cert flux d'ingressos.

Gràfic 2. Evolució de vendes sectorial. Comparativa entre el període de tancament obligatori i la fase 0.



Dels sectors analitzats destaca:

- Una recuperació destacable del sector quotidià no alimentari. Tanmateix, aquesta no queda palesa en l'estat anímic del sector tal i com es detallarà en propers apartats.
- Una tímida recuperació del sector de la moda i, també, d'oci i cultura, que ha incidit positivament en l'estat anímic.
- Una recuperació lleu del sector d'equipament de la llar i serveis a les persones.

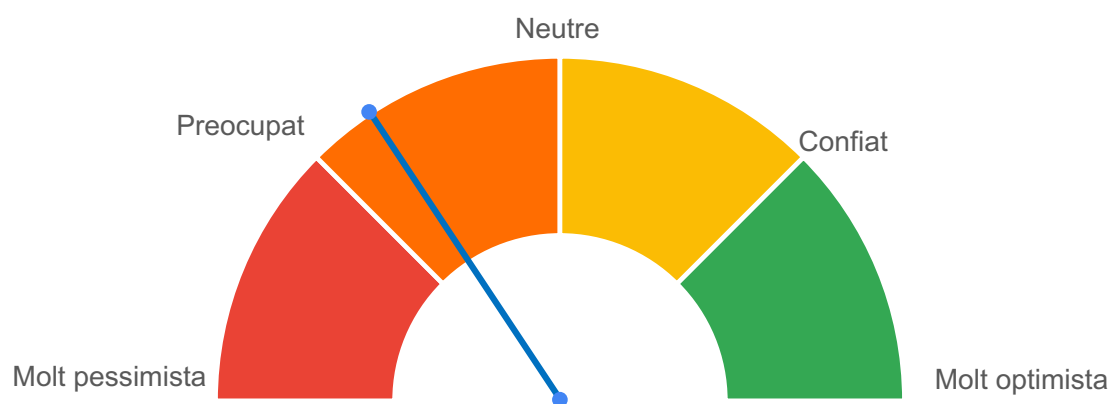
- La inactivitat de la restauració. En aquest sector, l'obertura també ha estat permesa tot i que sense poder fer servei ni a les terrasses ni en l'interior dels locals. És a dir, només han pogut fer serveis per encàrrec. En aquest sentit, es posa de manifest que la gran majoria d'activitats de restauració han estat tancats durant aquesta fase.

3) L'estat anímic millora arran de la tornada a l'activitat

La fase 0 ha comportat una millora de l'estat anímic en general i es torna a l'estat de la setmana del 23 al 29 de març.

En aquell moment, la proporció d'empreses que es decantaven per un estat d'ànim neutre era del 22%. Ara, la balança s'ha decantat i, si bé els preocupats són majors, cal destacar que han disminuït els pessimistes en benefici dels confiats.

Gràfic 3. Estat d'ànim del sector comerç. (4-10 de maig)



Taula 1. Evolució estat d'ànim del sector comerç.

	23-29 de març	30 març-5 abril	6-12 abril	13-19 abril	20-26 abril	4-10 maig
Molt pessimista	18%	20%	22%	26%	21%	16%
Preocupat	51%	51%	60%	59%	63%	60%
Neutre	22%	18%	8%	5%	7%	11%
Confiat	7%	9%	9%	9%	7%	11%
Molt optimista	2%	2%	1%	1%	1%	2%
Estat d'ànim general	31%	30%	26%	25%	26%	31%

En els annexes es pot observar l'evolució de l'estat d'ànim per cada sector. En aquest sentit, cal destacar l'evolució positiva del sector de la moda i complements i, també, de l'oci i cultura entre d'altres.

4) El sector de la restauració; una problemàtica a tractar de manera específica

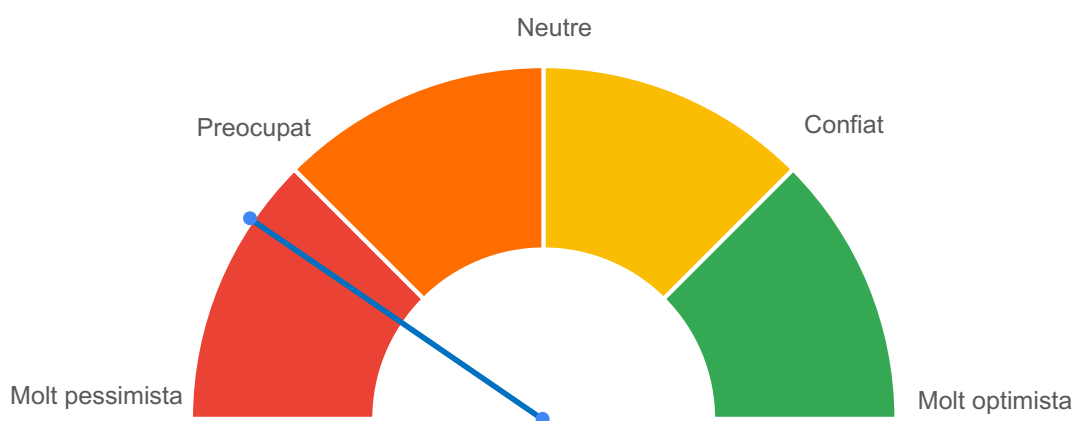
Al lector d'aquestes línies és conscient que el sector de la restauració és, ara mateix, un dels més delicats.

Les restriccions explícites en les diferents fases de desescalada fan que no s'albiri un horitzó clar en el termini no menor d'un mes i mig.

Cal tenir en compte que els establiments de restauració són l'eslavó final de tota una cadena de valor immensa.

L'afectació que té aquest sector incideix directament a tota una indústria de la que se'n desplega un teixit productiu, una cadena logística i de distribució HORECA i un mercat laboral de magnituds molt rellevants.

Gràfic 4. Estat d'ànim del sector restauració. (4-10 de maig)



Per tant, es recomana que les diferents administracions dissenyin un pla de xoc específic per aquest sector ja que l'impacte pot tenir greus repercussions en tota la cadena productiva.

5) La fase 0 ha comportat dificultats i aspectes positius

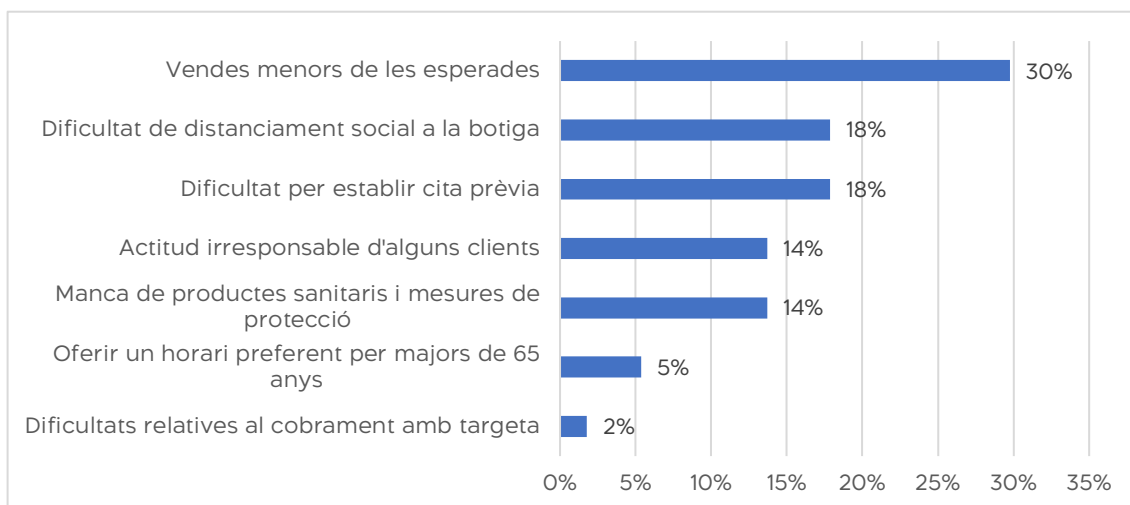
La primera setmana de desescalada ha aportat sensacions duals als establiments que han obert (veure gràfic 5 i gràfic 6).

Per una banda, s'ha pogut tornar a ingressar de nou encara que les vendes han estat menors de les esperades.

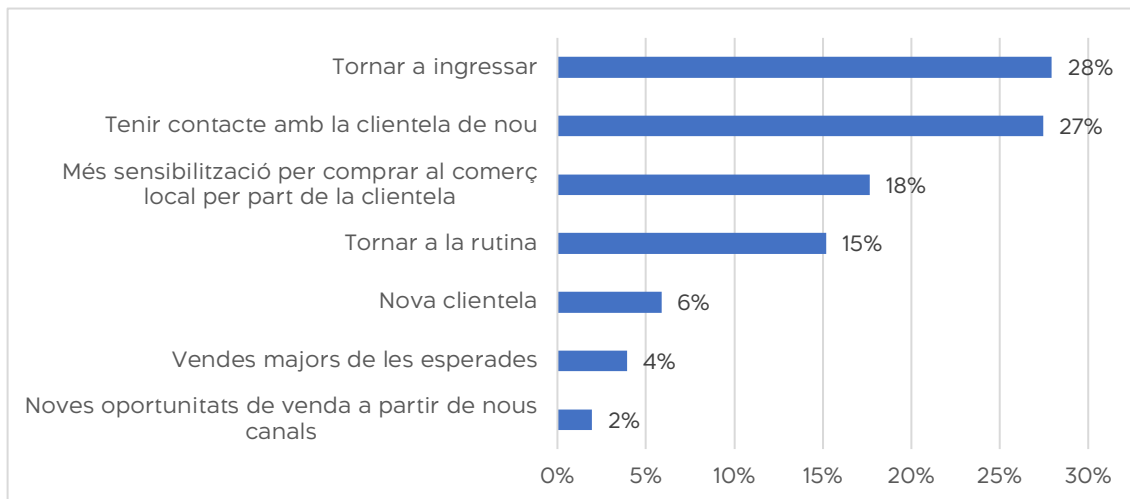
Per altra banda, s'ha tornat a establir contacte amb la clientela i tornar a la rutina, tot i que hi ha hagut dificultats per tal de canalitzar el distanciament social, les cites prèvies i, també, s'ha hagut de lidiar amb l'actitud irresponsable de part d'algunes persones.

Finalment, el comerç urbà que ha obert té la sensació que la clientela està més sensibilitzada en la compra local i de proximitat i que, fins i tot, alguns han tingut nous clients.

Gràfic 5. Principals dificultats de la fase 0



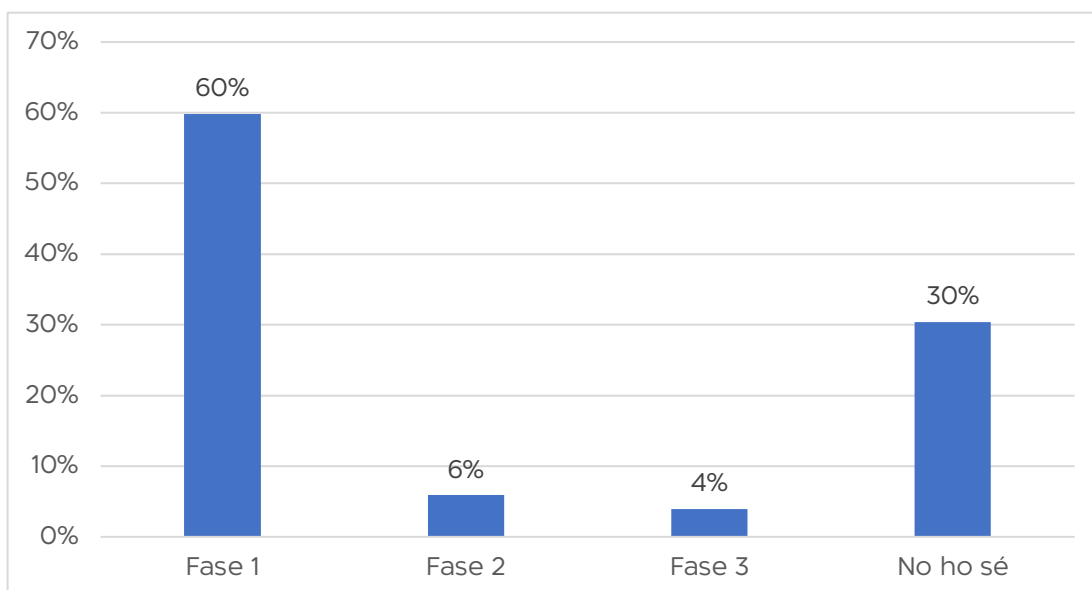
Gràfic 6. Principals aspectes positius de la fase 0



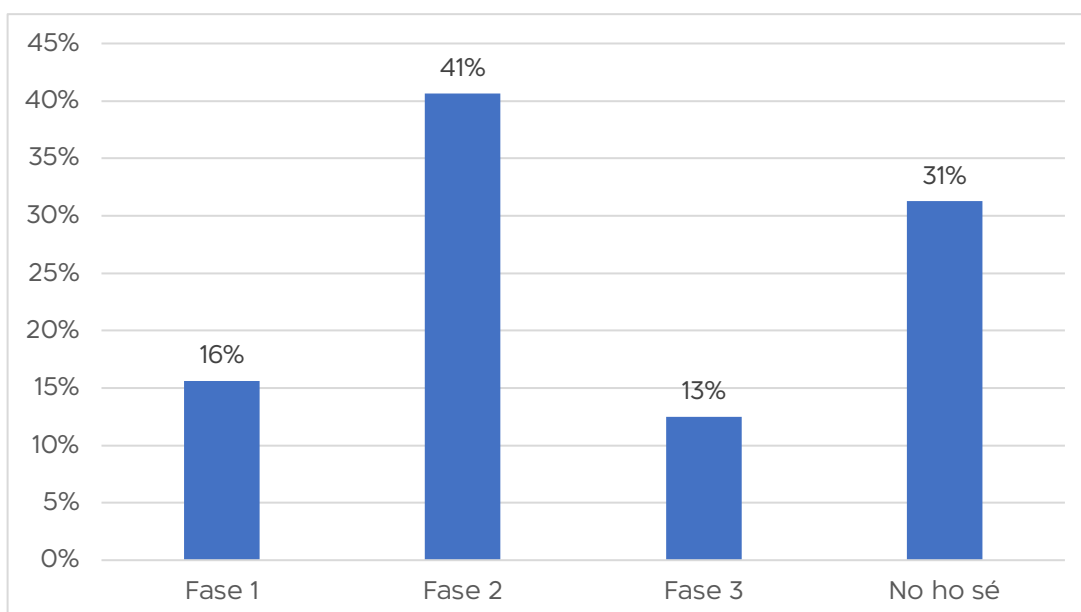
6) La fase 1 implicarà l'obertura de la major part del comerç mentre que la restauració optarà per la fase 2

La majoria d'establiments comercials (60%) tenen prevista l'obertura de cara a la fase 1 (veure gràfic 7) mentre que la restauració optarà per fer-ho en la fase 2 (veure gràfic 8) que és quan es permetrà l'entrada als locals.

Gràfic 7. Previsió d'obertura del comerç (no inclou restauració)



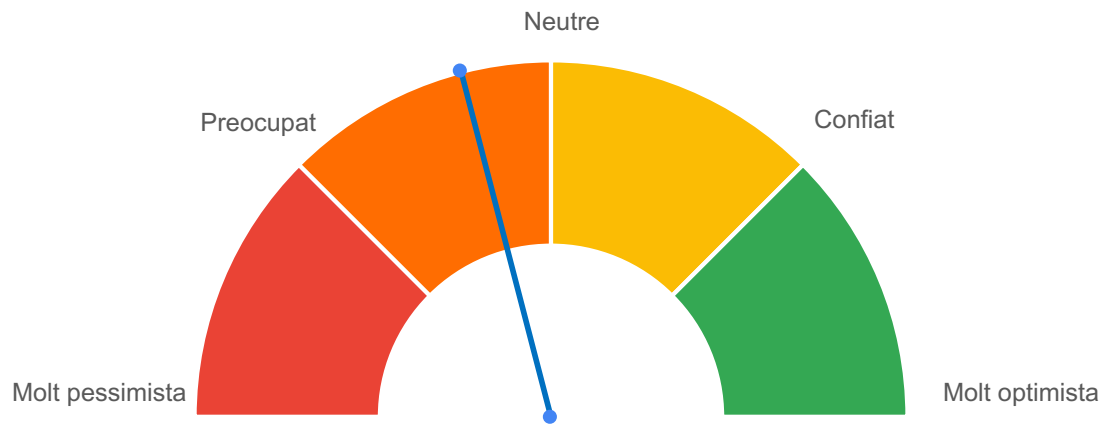
Gràfic 8. Previsió d'obertura de la restauració



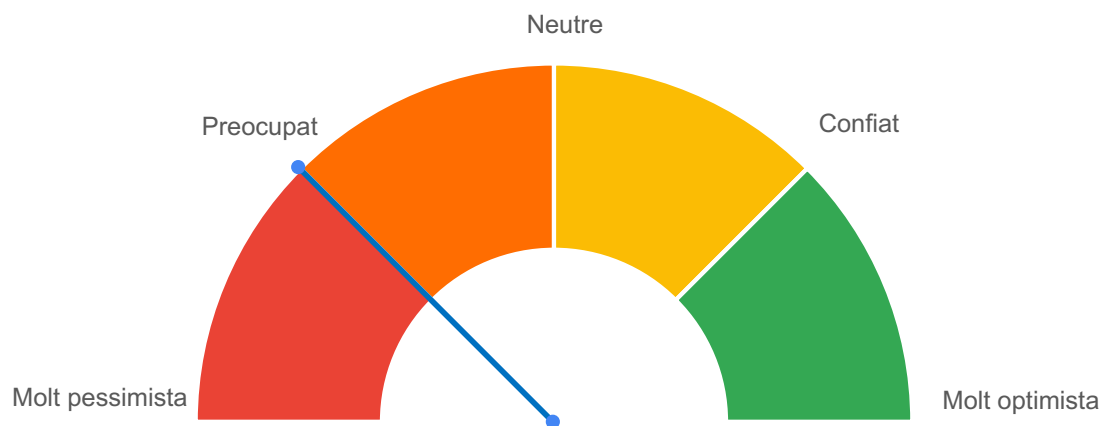
5. Annexes

Annex 1.

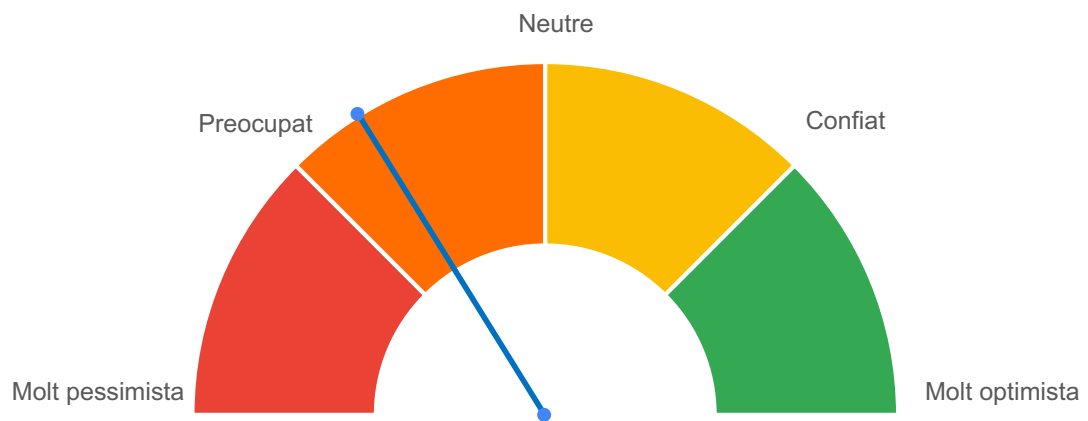
Gràfic A1. Estat d'ànim del sector alimentació (4-10 maig)



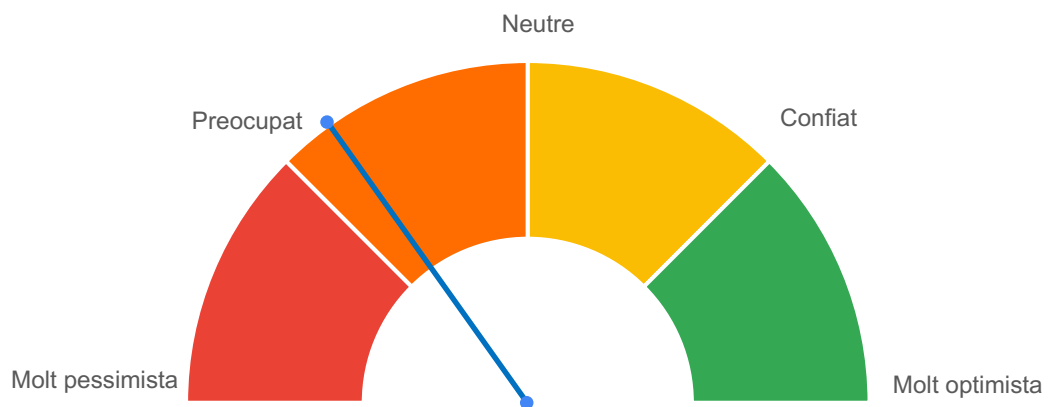
Gràfic A2. Estat d'ànim del sector quotidià no alimentari (4-10 maig)



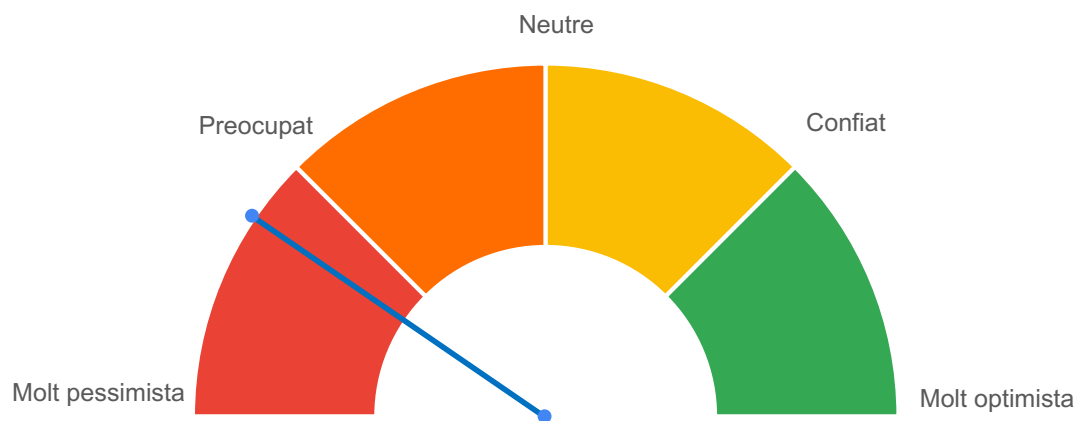
Gràfic A3. Estat d'ànim del sector moda i complements (4-10 maig)



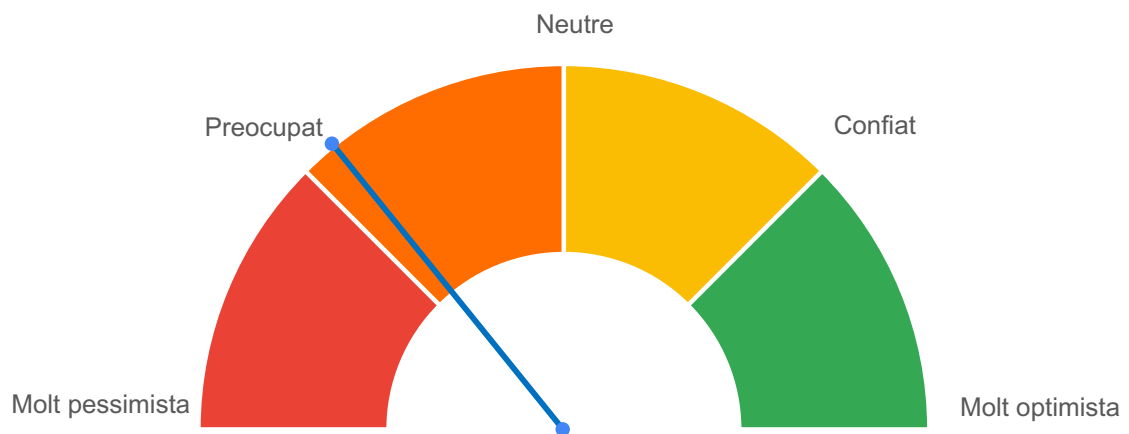
Gràfic A4. Estat d'ànim del sector equipament de la llar (4-10 maig)



Gràfic A5. Estat d'ànim del sector restauració (4-10 maig)

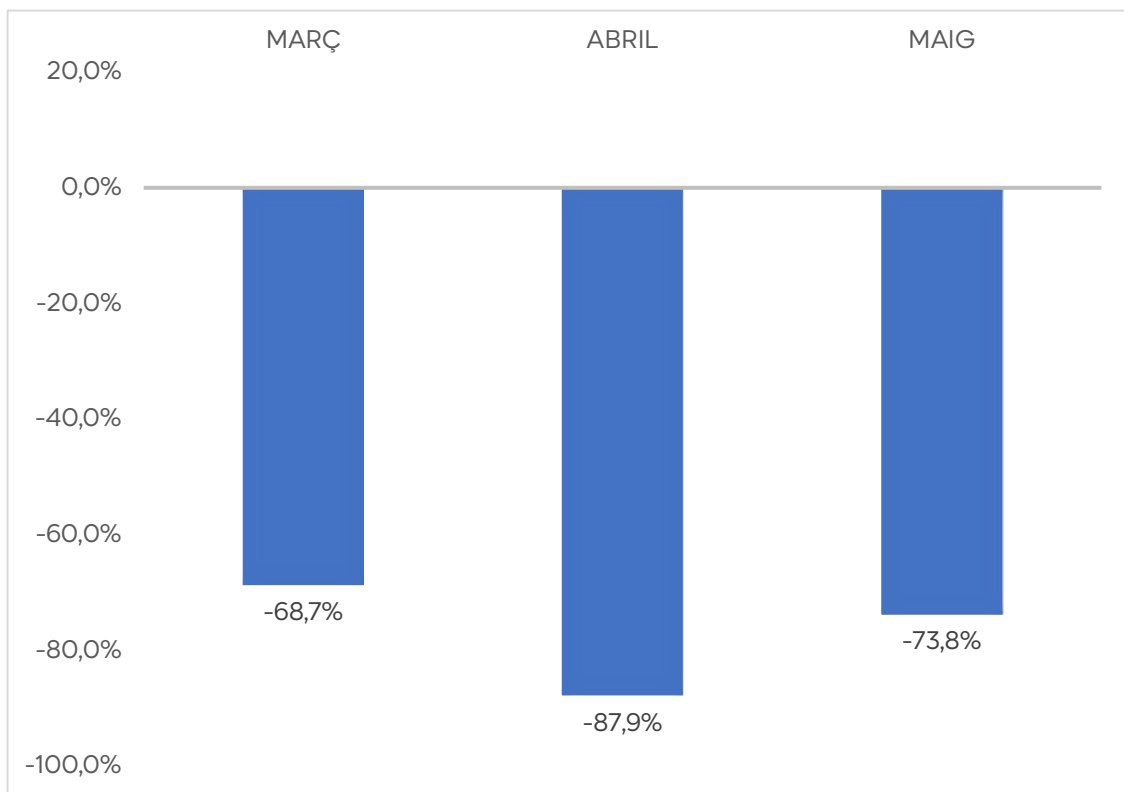


Gràfic A6. Estat d'ànim d'altres sectors (4-10 maig)

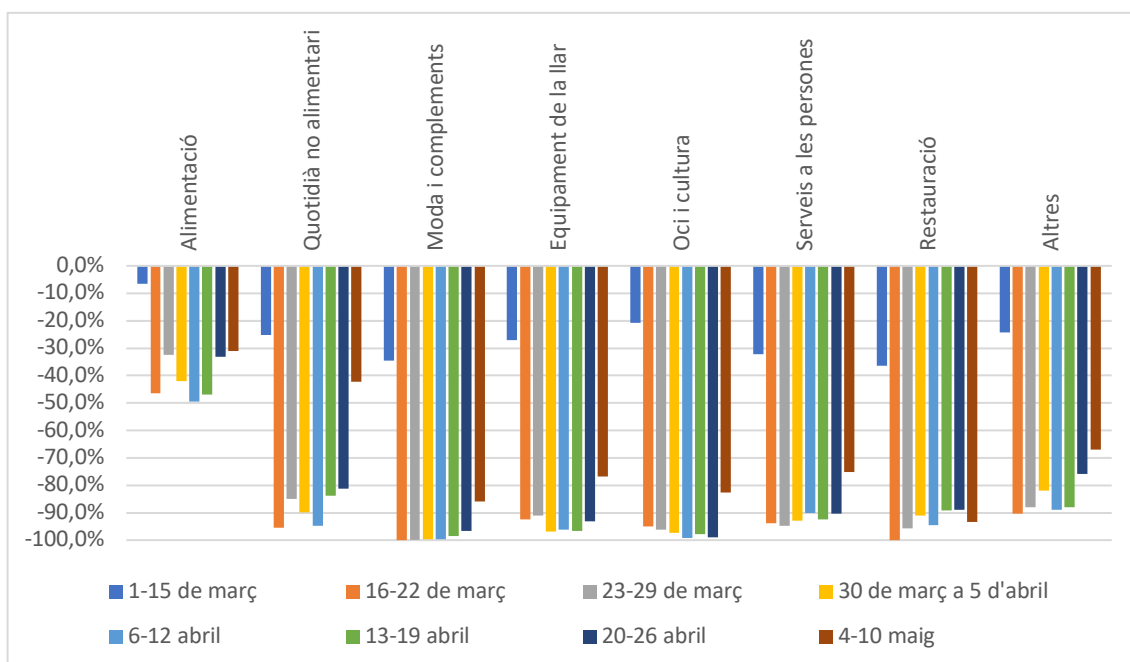


Annex 2. Variacions de vendes

Gràfic A7. Variació de vendes respecte mateix període que l'any anterior



Gràfic A3. Variació de vendes sectorial respecte mateix període que l'any anterior



Annex 3. Classificació per sectors

La classificació que a continuació es detalla s'ha elaborat a partir de la "Guia d'identificació i senyalització dels centre comercials oberts de Catalunya (2003)" i s'ha adaptat a partir de criteris propis.

1. Alimentació

- 1.1 Fruita, verdures i hortalisses
- 1.2 Carns i derivats, aus, ous, conills, cacera i derivats
- 1.3 Xarcuteries i menjar preparat
- 1.4 Peix, pesca salada i altres
- 1.5 Pa, pastisseria, confiteries, llet i productes làctics
- 1.6 Vins i begudes de tot tipus
- 1.7 Tabac i articles de fumador
- 1.8 Comerç de venda assistida de productes d'alimentació i begudes en general
- 1.10. Supermercats
- 1.11. Venda de plantes i herbes en herbolaris
- 1.12. Productes congelats
- 1.13. Mercat municipal
- 1.14 Laminadures i dolços
- 1.15 Rostisseries

2. Quotidià no alimentari

- 2.1. Productes de drogueria, perfumeria i cosmètica
- 2.2 Productes de neteja, pintures, papers i altres productes per a la decoració i productes químics
- 2.3. Articles per a la higiene i neteja personal
- 2.4. Medicaments, productes sanitaris i d'higiene personal (farmàcies i parafarmàcies)

3.. Moda i complements (Equipament de la persona)

- 3.1. Tot tipus de peces de vestir i lligadures
- 3.2. Llenceria i cotilleria
- 3.3. Merceria
- 3.4. Peces especials
- 3.5. Talles especials
- 3.6. Tèxtil laboral
- 3.7. Calçat, articles de pell i d'imitació
- 3.8. Confeccions de pelleteria
- 3.9. Joieria, rellotgeria i bijuteria
- 3.10 Arranjaments de peces de vestir i calçat.
- 3.11 Articles de puericultura

4. Equipament de la llar

- 4.1. Productes tèxtils, confeccions per a la llar
- 4.2. Catifes, tapisseria
- 4.3. Mobles (excepte d'oficina)
- 4.4. Material i aparells elèctrics, electrodomèstics i altres aparells d'ús domèstic amb energia diferent l'elèctrica i mobles de cuina
- 4.5. Parament de la llar, ferreteria, adornament, regals
- 4.6. Materials de construcció i articles i mobiliari de sanejament
- 4.7. Portes, finestres i persianes, motllures i marcs, tarimes i parquet-mosaic, cistells i articles de cauxú
- 4.8. Articles de bricolatge
- 4.9. Altres articles per a l'equipament de la llar no classificades en altres llocs
- 4.10. Llavors, flors, plantes i animals petits.
- 4.11. Electrodomèstics, informàtica, telefonia, maquinària,...

5. Oci i cultura

- 5.1. Instruments musicals i accessoris
- 5.2. Segells, monedes, medalles, obres d'art
- 5.4. Llibres, diaris, papereria i belles arts
- 5.5. Juguines
- 5.6. Articles i roba d'esport, armes i pirotècnia
- 5.7. Vehícles aeris, marítims i fluvials
- 5.8. Administració de loteria
- 5.9. Articles de festa

6. Serveis a les persones

- 6.1. Agències de viatges
- 6.2. Tintoreria i bugaderia
- 6.3. Perruqueria i estètica
- 6.4. Centres de bronzejat
- 6.5. Centres de tatuatges i piercings
- 6.6. Serveis veterinaris
- 6.7. Serveis sanitaris: clíniques, consultes, centres de recuperació funcional i altres
- 6.8. Òptiques
- 6.9. Centres d'ensenyament: acadèmies, escoles i altres
- 6.10. Servei ràpid de duplicat de clau
- 6.11. Servei de reparació de calçat
- 6.12. Immobiliàries
- 6.13. Serveis fotogràfics
- 6.14. Copisteria
- 6.15. Gimnassos, centre de ioga, pilates etc,
- 6.16. Serveis de missatgeria
- 6.17. Llars d'infants i ludoteques
- 6.18. Serveis d'activitats d'oci
- 6.19. Advocats, economistes i gestors

7. Restauració

- 7.1. Bars i cafeteries
- 7.2. Restaurants
- 7.3. Gelateries
- 7.4. Hotels, pensions

8. Altres

- 8.1. Mediació financera i assessorament
- 8.2. Entitats financeres i bancàries
- 8.3. Automoció i derivats
- 8.4. Instal·lacions i reparacions de la llar
- 8.5. Tots aquells no inclosos en la resta de sectors

Annex 4. Qüestionari**QÜESTIONARI SETENA ONADA COVID-19**

Data d'inici de l'enquesta: 20/4

Data de fi de l'enquesta: 26/4

PO: En quin sector classificaria la seva activitat:

1. Alimentació
2. Quotidià no alimentari (farmàcia, drogueria)
3. Moda i complements
4. Equipament de la llar
5. Oci i cultura
6. Serveis a les persones
7. Restauració
8. Altres

MUN. A quin municipi es troba el seu establiment?

En cas de tenir més d'un punt de venda en diferents municipis es demana indicar-los separats per una coma (Per exemple: Igualada, Sant Celoni, Barcelona, El Masnou, ..)

PROV. A quina/es província/es s'ubiquen?

En cas de disposar de varis punts de venda, es poden indicar varies províncies

A1. A dia d'avui, quin és el seu estat d'ànim davant d'aquesta situació?

1. Molt pessimista.
2. Preocupat.
3. Neutre.
4. Confiat.
5. Molt optimista.

Obertura del negoci**A2. Aquesta setmana (4-10 de maig) el seu negoci:**

- 1) Ha obert perquè és activitat permesa (alimentació, farmàcia, ...) → V1
- 2) Ha obert en FASE 0 → V2
- 3) No ha obert → V3

Vendes d'activitats permeses l'obertura

V1: Aquesta setmana (4-10 maig), en comparació amb el mateix període que L'ANY PASSAT, el ritme de vendes de la seva botiga està sent..

- NEGATIU. Menys vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → V1.1
- IGUAL. Mateixes vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → P4
- POSITIU. Més vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → V1.2
- Ns/Nc → P4

Vendes Fase 0

V2: Aquesta setmana (4-10 maig), en comparació amb el mateix període que L'ANY PASSAT, el ritme de vendes de la seva botiga està sent..

- NEGATIU. Menys vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → V2.1
- IGUAL. Mateixes vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → P1

- POSITIU. Més vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → V2.2
- Ns/Nc

Vendes (No obre)

V3: Aquesta setmana (4-10 maig), en comparació amb el mateix període que L'ANY PASSAT, el ritme de vendes de la seva botiga està sent..

- NEGATIU. Menys vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → V3.1
- IGUAL. Mateixes vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → P3
- POSITIU. Més vendes que el mateix període de l'ANY PASSAT → V3.2
- Ns/Nc

Ritme de vendes (obertura permesa)

**V1.1 : Aquesta setmana (4-10 maig) en quin % han disminuït les vendes? _____ %
(respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P4**

**V1.2 : Aquesta setmana (4-10 maig) en quin % han augmentat les vendes? _____ %
(respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P4**

Ritme de vendes (Fase 0)

**V2.1 : Aquesta setmana (4-10 maig) en quin % han disminuït les vendes? _____ %
(respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P1**

**V2.2 : Aquesta setmana (4-10 maig) en quin % han augmentat les vendes? _____ %
(respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P1**

Ritme inferior (No obre)

**V3.1 : Aquesta setmana (4-10 maig) en quin % han disminuït les vendes? _____ %
(respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P3**

- Vendes nul·les degut a l'obligat tancament
- Altres

**V3.2 : Aquesta setmana (4-10 maig) en quin % han augmentat les vendes? _____ %
(respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P3**

Sensacions i sentiments

**P1. Quines sensacions negatives has tingut durant la fase 0? →P2
(Màxim 3 respostes)**

1. Dificultat per establir cita prèvia
2. Oferir un horari preferent per majors de 65 anys
3. Dificultat de distanciament social a la botiga
4. Manca de productes sanitaris i mesures de protecció
5. Actitud irresponsable d'alguns clients
6. Dificultats relatives al cobrament amb targeta
7. Vendes menors de les esperades

**P2. Quines sensacions positives has tingut durant la Fase 0 →A3
(Màxim 3 respostes)**

- Tenir contacte amb la clientela de nou
- Vendes majors de les esperades
- Nova clientela

- Tornar a ingressar
- Més sensibilització per comprar al comerç local per part de la clientela
- Tornar a la rutina
- Noves oportunitats de venda a partir de nous canals

A3. El teu estat anímic és ... →P4

- MILLOR que durant les setmanes de tancament obligatori
- IGUAL que durant les setmanes de tancament obligatori
- PITJOR que durant les setmanes de tancament obligatori

F0 no obre

P3. A quina fase preveus que obriràs? →P4

- Fase 1
- Fase 2
- Fase 3
- No ho sé

Seguirem amb l'enquesta

Al llarg dels propers dies continuarem investigant sobre aquest tema. L'objectiu és fer un anàlisi durant diferents setmanes i observar l'evolució.

P4. Estaria interessat/da en què continuem enviant-li qüestionaris relacionats amb aquest àmbit?



Hores invertides en aquest projecte: 200h
Base de dades: 1.000 empreses

Agraïments

A la Cristina, el Quim i el Jaume per, una setmana més (i ja en van més del que el meu fill petit sap contar) deixar-me que aquests dies em confini fent aquest treball.

A totes les persones que han destinat el seu temps, en aquests dies tant complicats i amb la situació delicada en què es troben, per compartir les seves dades.

Als mitjans de comunicació i ens públics que es fan ressò dels resultats que obtenim.