

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

RESULTATS DE LA NOVENA ONADA D'ENQUESTES (18-24 MAIG)

28 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: 28/5/2020

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.....	16

1. Introducció

La desescalada està reportant indicadors que inviten a l'optimisme i l'esperança.

Després de sis setmanes consecutives sense poder obrir la majoria d'establiments, les diferents fases de desescalada estan mostrant una recuperació lenta, però molt necessària, del sector comerç.

Les vendes han pogut tornar a ser una realitat per a la majoria de sectors i, en conseqüència, ha tornat la rotació d'uns estocs que han estat absolutament immòbils.

D'altra banda, l'estat d'ànim del sector s'ha recuperat i assoleix els millors registres des de que va començar la crisi. Un estat d'ànim, tot sigui dit de passada, molt vinculat al retorn dels ingressos a caixa.

Finalment, en aquest informe concloem que l'endeutament ha estat la principal solució per disposar de liquiditat immediata. Tot i això, la contrapartida associada a aquesta solució serà la dificultat d'invertir de nou en els comerços i, per tant, el risc de que el comerç de proximitat no generi prou valor en els propers anys.

Amb tot, donem punt i final a un estudi longitudinal, de nou informes, realitzats sense afany de lucre; només amb la voluntat d'aportar coneixement i d'informar de manera constant i veraç sobre l'impacte que ha tingut en el teixit comercial de Catalunya.

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 $n=203$, de les que se n'han descartat 10 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.

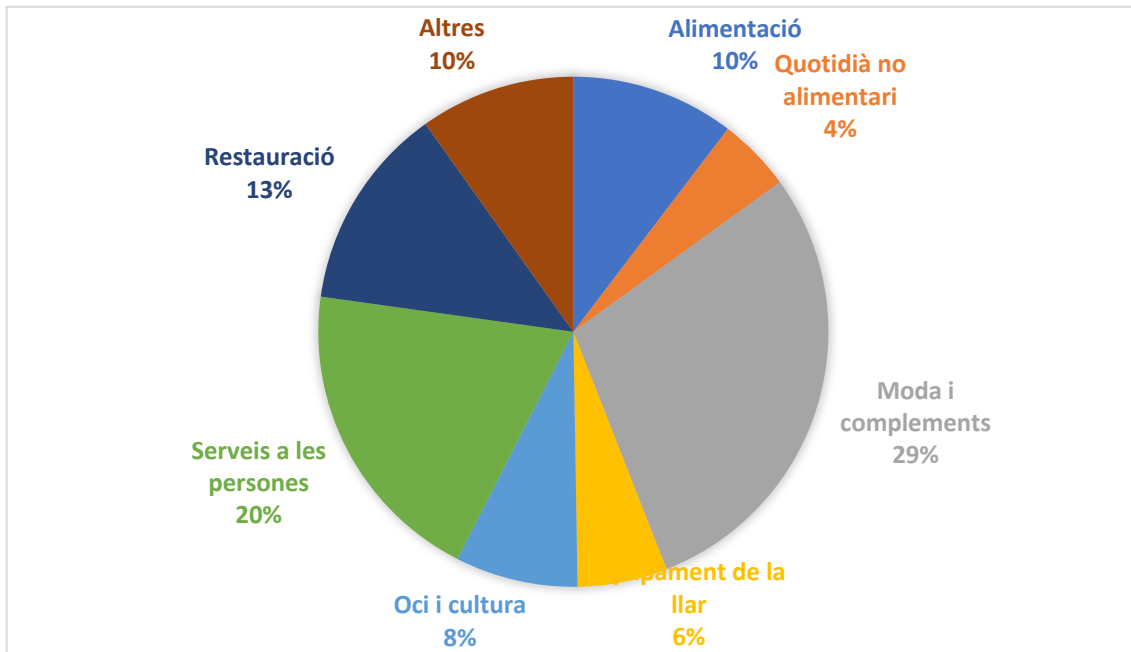
Amb tot, la mostra definitiva de la present onada és de $n=193$ que, per una població indefinida, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error ($p=q=50\%$) suposa un marge d'error del $\pm 7,05\%$.

Fitxa tècnica de la investigació

Univers	Empreses del sector comerç i empreses de serveis amb seu a Catalunya
Dimensió mostra	193 enquestes a responsables d'establiments comercials i empreses de serveis amb seu a Catalunya
Error mostral	$\pm 7,05\%$ 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 20 al 24 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

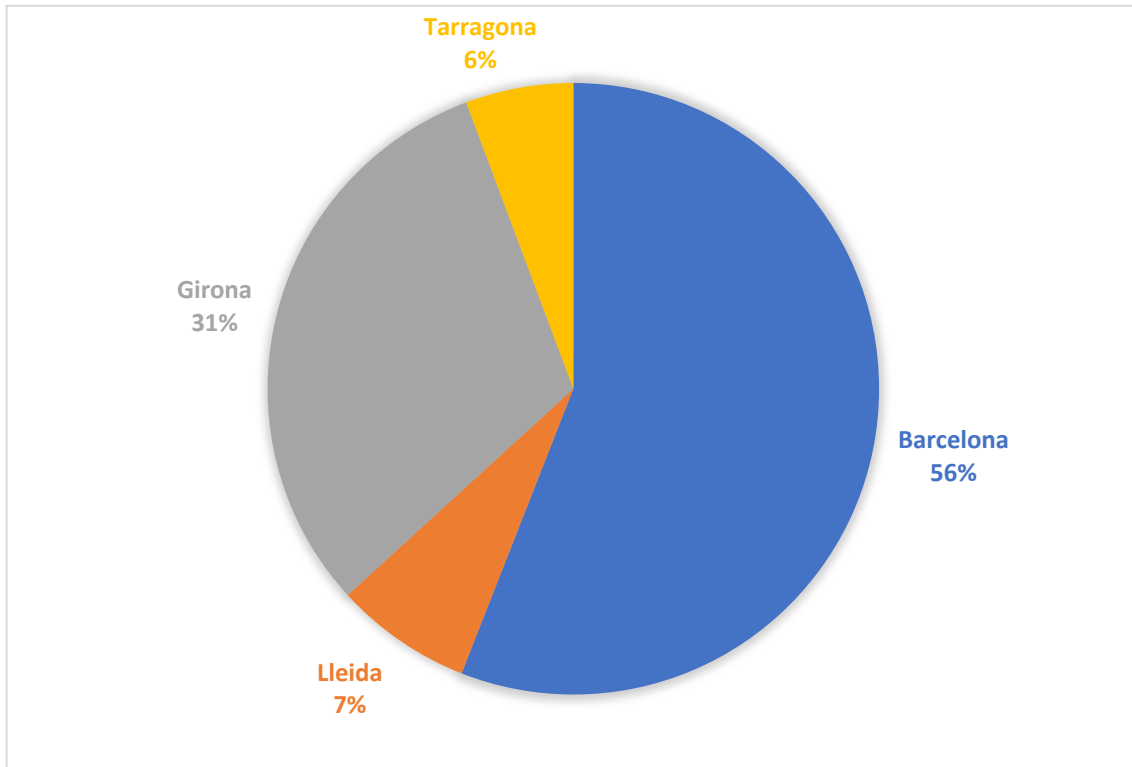
Els sectors que han format part de la mostra són els següents:



En aquesta novena 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 (56%) la que ha aportat un major nombre de resultats, seguit de Girona (31%), Lleida (7%) 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 avançada o fase 1 d'acord amb les obligacions vigents.
- Si durant 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

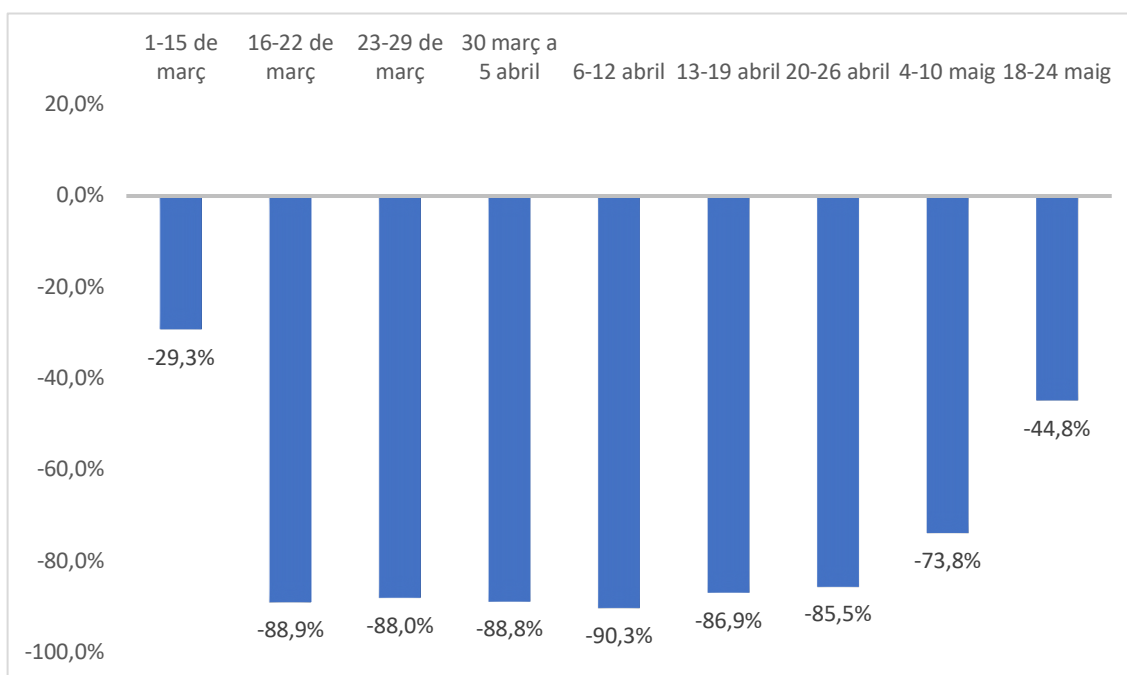
1) L'entrada en vigor de la fase 0 avançada i la fase 1 a determinades regions sanitàries es tradueix en un ascens significatiu de les vendes

L'evolució setmanal de vendes mostra una tendència a l'alça que invita a l'optimisme.

Encara que les vendes no assoleixen els mateixos valors que el mateix període que l'any anterior, es reflecteix un repunt en les vendes molt notable en comparació amb les setmanes anteriors de ple confinament.

A més, el volum de vendes de finals de maig encara no assoleix els nivells de la primera quinzena del mes de març. Per tant, tot i haver un repunt positiu aquest encara és distant del que serien nivells previs a la crisi COVID.

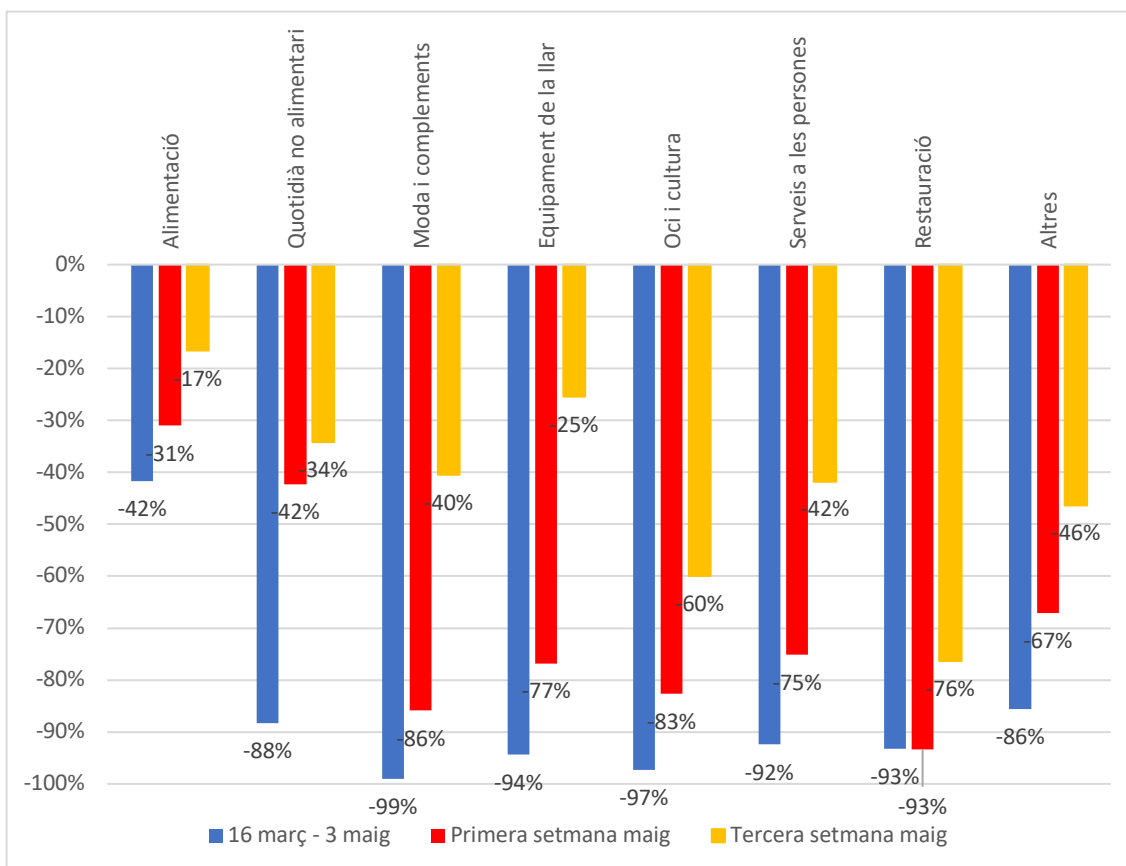
Gràfic 1. Evolució setmanal de les vendes



2) Tots els sectors experimenten una millora significativa en la facturació

La segona quinzena de maig mostra una evolució positiva de tots els sectors.

Gràfic 2. Evolució de vendes sectorial.



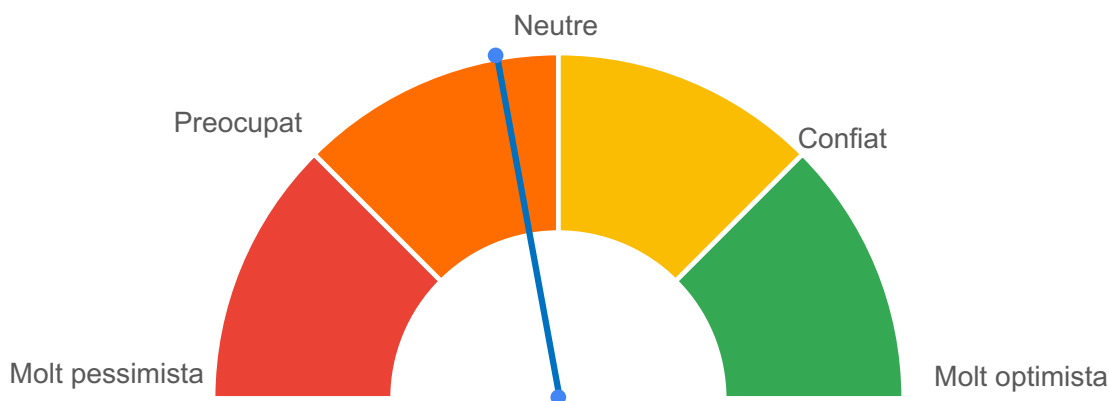
Dels sectors analitzats destaca:

- Una recuperació molt notable d'equipament de la llar i quotidià no alimentari.
- Una recuperació significativa de moda i complements i serveis personals
- Un tímid - però molt rellevant -repunt del sector restauració. Cal tenir en compte que l'enquesta s'ha dut a terme en fase 0 avançada i fase 1, on els establiments de restauració continuen amb forces restriccions i la majoria han optat per demorar l'obertura fins la fase 2 (veure informe anterior).

3) L'obertura de molts negocis es tradueix en una bona dosi d'ànim al sector

Després de setmanes ancorats en el llindar del pessimisme, el sector revifa el seu estat anímic i tendeix a una major confiança.

Gràfic 3. Estat d'ànim del sector comerç. (18-24 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	18-24 maig
Molt pessimista	18%	20%	22%	26%	21%	16%	6%
Preocupat	51%	51%	60%	59%	63%	60%	47%
Neutre	22%	18%	8%	5%	7%	11%	15%
Confiat	7%	9%	9%	9%	7%	11%	28%
Molt optimista	2%	2%	1%	1%	1%	2%	4%
Estat d'ànim general	31%	30%	26%	25%	26%	31%	44%

Aquest canvi de signe respecte setmanes anterior s'origina arran de la tendència positiva en les xifres de facturació. En aquest sentit, s'ha dut a terme un anàlisi de regressió lineal que demostra una correlació positiva entre els ingressos del període analitzat i l'estat d'ànim del sector (veure annex 2).

4) L'endeutament: la solució immediata i el problema posposat

En l'informe corresponent a la quarta onada (6 d'abril de 2020) es va concloure la següent afirmació "el finançament aliè és, ara per ara, l'únic instrument que pot garantir la liquiditat a mig i llarg termini."

A més, l'informe també afirmava que "en les properes setmanes ens trobarem que, possiblement, l'endeutament serà una fórmula eficaç per garantir la continuïtat dels negocis atès que aportarà una injecció de líquid a les tresoreries".

Aquesta rotunditat s'argumentava arran de l'anàlisi de la tercera onada (30 de març de 2020) en què es detectaven les diferents estratègies que duïen a terme els establiments per poder disposar de liquidat i les diferents opcions que tenien per garantir-la.

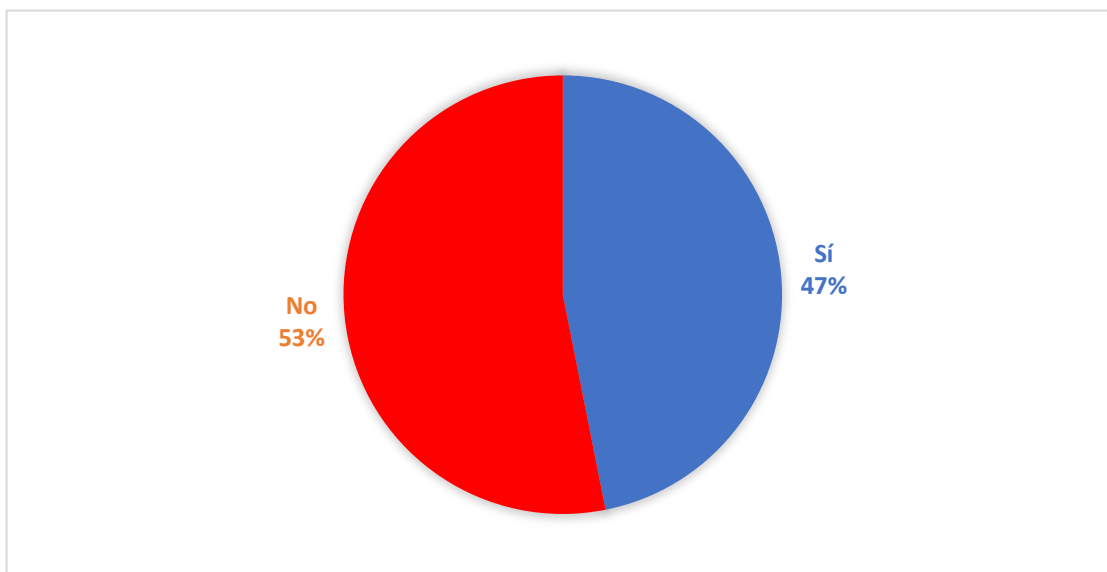
En el moment de redacció d'aquells informes, només el 33% de les empreses manifestaven haver-se endeutat. I d'aquelles, prop de 70% afirmaven que aquesta era la solució més eficaç per garantir la continuïtat del negoci. Cal fer esment que a principis d'abril hi havia molta incertesa sobre quan es podria reobrir els negocis.

Prop de dos mesos després, s'ha evidenciat que la fórmula més idònia per aquelles empreses amb dificultats de liquiditat ha estat l'endeutament a partir, sobretot, de les línies ICO avalades pel govern de l'estat.

Ara, la xifra d'empreses endeutades arran de la crisi ha augmentat respecte dos mesos abans i estableix una dualitat ben visible entre les que han sol·licitat finançament aliè i les que no (veure gràfic 4).

A més el 16% de les empreses que han sol·licitat un préstec ja venien d'una situació d'endeutament prèvia.

Gràfic 4. Empreses que s'han endeutat arran de la crisi COVID



Taula 2. Indicadors d'endeutament

Endeutament per treballador	10.171€
Anys a retornar el deute	4,4
Empreses amb deute acumulat d'abans de la crisi	16%

Taula 3. Deute per treballador per sector

	Deute x treballador (€)
Alimentació	6.250
Quotidià no alimentari	8.375
Moda i complements	11.471
Equipament de la llar	6.750
Oci i cultura	6.071
Serveis a les persones	13.886
Restauració	8.923
Altres	7.289

L'endeutament associat a la liquiditat va en detriment de noves inversions i pot generar una pèrdua de competitivitat futura

Els negocis que s'han endeutat han incrementat els seus passius a llarg termini amb el risc de tenir una major descapitalització dels seus fons propis i, en algun cas, fins i tot, amb possibilitat d'entrar en fallida.

Tot i això, l'entrada de líquid a retornar a llarg termini permet, certament, incrementar els fons de maniobra i reduir tensions a curt termini. Per tant, l'endeutament ha suposat la solució a una problemàtica que calia solucionar de manera immediata.

És important remarcar que el palanquejament és una eina eficaç per a les empreses amb voluntat d'invertir en els seus negocis (ja sigui per a millores o per obtenir un avantatge competitiu de qualsevol índole) i que esperen una rendibilitat associada.

En aquest cas, però, l'endeutament s'ha obtingut per disposar de liquiditat (augmentar els actius corrents) de manera que, l'amenaça del sector comerç serà la mantenir el nivell de competitivitat en els propers anys sense tenir gaire marge per invertir en nous processos o operacions.

A tal efecte, aquells negocis sense deute (o els que siguin capaços de retornar-lo el més aviat possible) estaran en disposició d'invertir novament i aportar major valor a la seva clientela.

5) Les inversions en mesures d'higiene varien en funció del sector

La totalitat de negocis ha adquirit productes i elements d'higiene per tal que la reobertura dels negocis tingui el màxim de garanties sanitàries i, per tant, poder oferir un servei de qualitat a la seva clientela.

En aquest sentit, la inversió mitja per treballador ha estat de 431€.

A tal efecte, els sectors que més han invertit en aquests productes i elements són (veure taula 4):

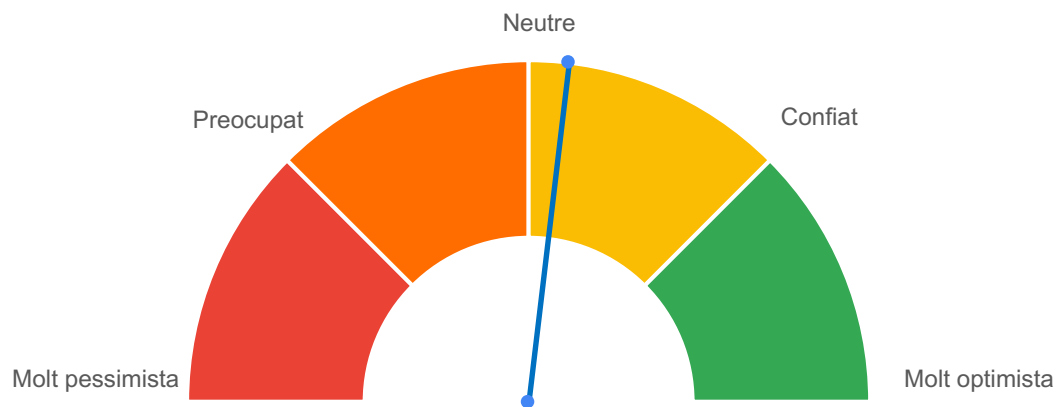
Taula 4. Inversió en higiene per treballador per subsector d'activitat

Sector	Inversió per treballador (€)
Alimentació	191,9
Quotidià no alimentari	170,0
Moda i complements	303,5
Equipament de la llar	269,0
Oci i cultura	343,3
Serveis a les persones	715,5
Restauració	638,6
Altres	423,7

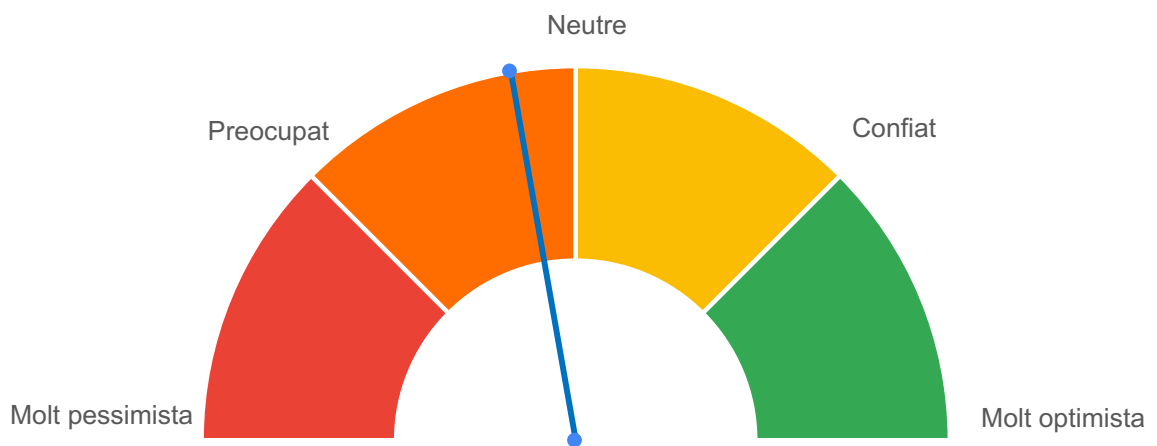
5. Annexes

Annex 1.

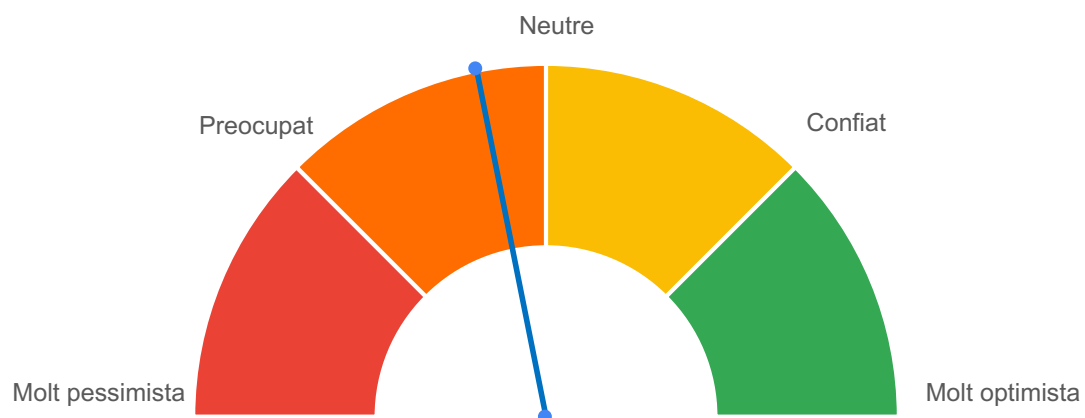
Gràfic A1. Estat d'ànim del sector alimentació (18-24 maig)



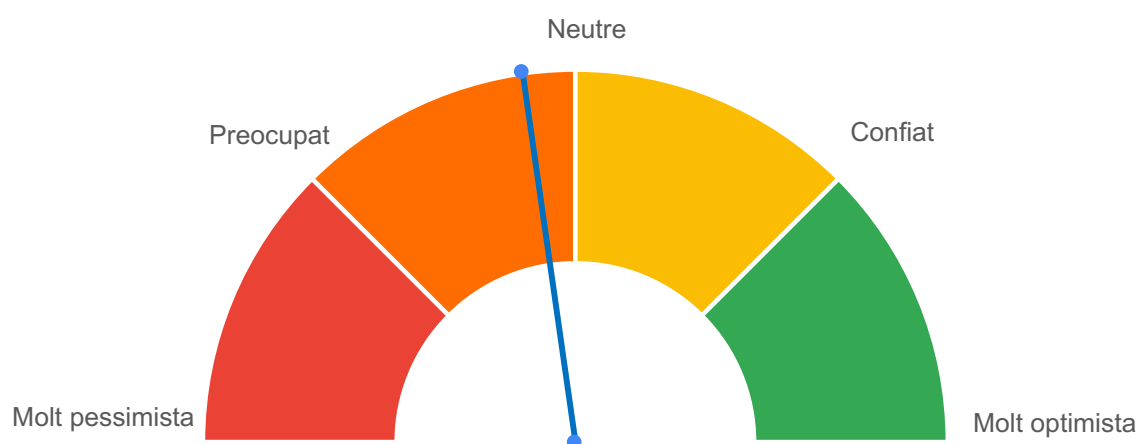
Gràfic A2. Estat d'ànim del sector quotidià no alimentari (18-24 maig)



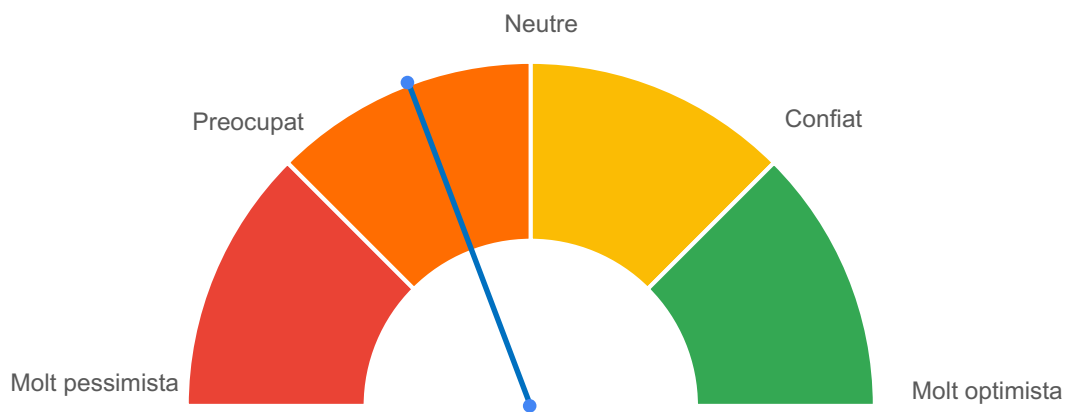
Gràfic A3. Estat d'ànim del sector moda i complements (18-24 maig)



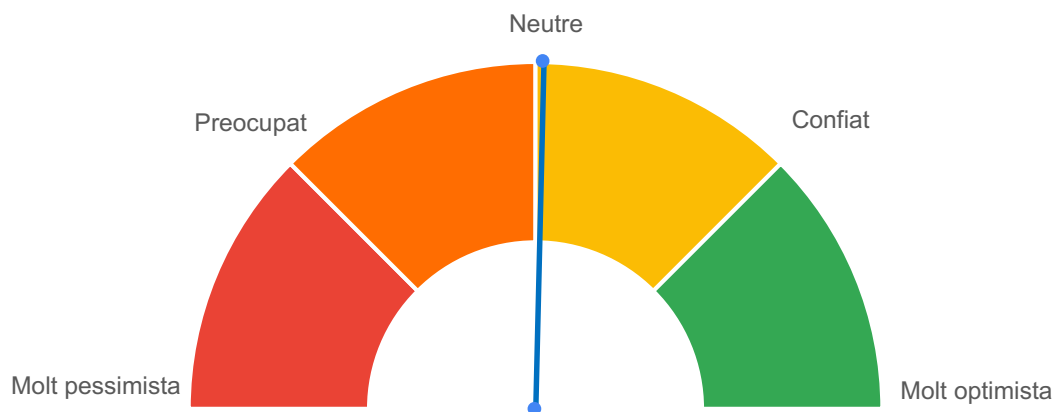
Gràfic A4. Estat d'ànim del sector equipament de la llar (18-24 maig)



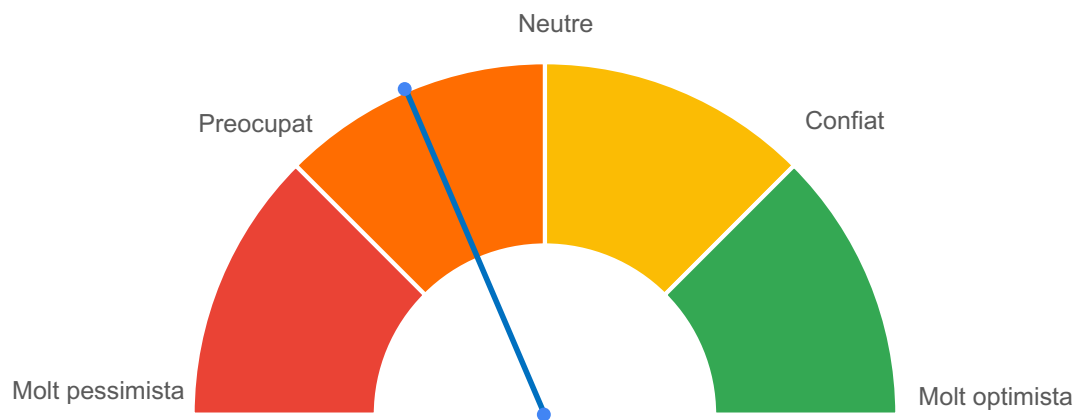
Gràfic A5. Estat d'ànim del sector d'oci i cultura (18-24 maig)



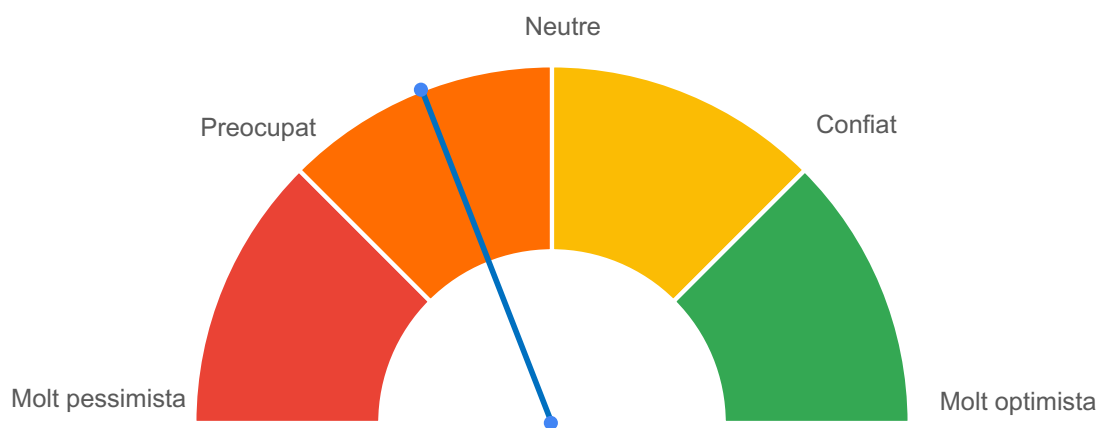
Gràfic A6. Estat d'ànim de serveis a les persones (18-24 maig)



Gràfic A7. Estat d'ànim restauració (18-24 maig)



Gràfic A8. Estat d'ànim d'altres sectors (18-24 maig)



Annex 2. Anàlisi de regressió lineal bilateral

Call:

```
lm(formula = VTT ~ A1R, data = EXPLOTACIO_ONADA_9)
```

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-0.9578	-0.2427	-0.0281	0.2195	3.2195

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	-0.92906	0.09417	-9.866	< 2e-16 ***
A1R	0.17738	0.03168	5.598	7.76e-08 ***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4547 on 184 degrees of freedom

(7 observations deleted due to missingness)

Multiple R-squared: 0.1455, Adjusted R-squared: 0.1409

F-statistic: 31.34 on 1 and 184 DF, p-value: 7.761e-08

Call:

```
ltsReg.formula(formula = VTT ~ A1R, data = EXPLOTACIO_ONADA_9)
```

Residuals (from reweighted LS):

Min	1Q	Median	3Q	Max
-0.83536	-0.23536	-0.03556	0.16464	0.86464

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Intercept	-1.04629	0.07798	-13.418	< 2e-16 ***
A1R	0.22041	0.02642	8.341	1.87e-14 ***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.3688 on 180 degrees of freedom

Multiple R-Squared: 0.2788, Adjusted R-squared: 0.2748

F-statistic: 69.58 on 1 and 180 DF, p-value: 1.866e-14

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 avançada o Fase 1 → **V2**
- 3) No ha obert. Ho farà més endavant (Fase 2 o 3) → **V3**
- 4) No ha obert. Ha tancat definitivament → **P9**

Vendes d'activitats permeses l'obertura

V1: Aquesta setmana, 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 avançada o fase 1

V2: Aquesta setmana, 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, 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 en quin % han disminuït les vendes? _____ % (respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P1

V1.2 : Aquesta setmana en quin % han augmentat les vendes? _____ % (respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P1

Ritme de vendes (Fase 0)

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

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

Ritme inferior (No obre)

V3.1 : Aquesta setmana en quin % han disminuït les vendes? _____ % (respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P1

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

V3.2 : Aquesta setmana en quin % han augmentat les vendes? _____ % (respecte el mateix període que L'ANY PASSAT) → P1

Dades per analitzar

P1. Nombre de treballadors a la botiga (abans de la crisi)

**P2. A dia d'avui, tens un mecanisme de venda online?
(Màxim 3 respostes)**

- Whatsapp Business
- Web amb cistella de compra
- No en tinc ni en vull tenir
- No en tinc però ho estic valorant
- Altres

P3. Per poder tirar endavant el negoci, has demanat algú préstec o crèdit en plena crisi?

- Sí → P3
- No → P7
- Ns/Nc → P7

Sí préstec

P4. El préstec o crèdit, a retornar en quants anys?

P5. Quin import total us han concedit de préstec?

P6. Abans de la crisi venies ja d'una situació d'endeutament del negoci?

- Sí
- No
- Ns/Nc

Ha invertit en higiene

P7. Has invertit o preveus invertir en productes o elements per garantir la higiene i la seguretat?

- Sí → P8
- No → P9
- Ns/Nc → P9

P8. Quina inversió aproximada has fet (o tens previst de fer?) _____

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.

P9. Estaria interessat/da en què continuem enviant-li qüestionaris relacionats amb aquest àmbit?

