

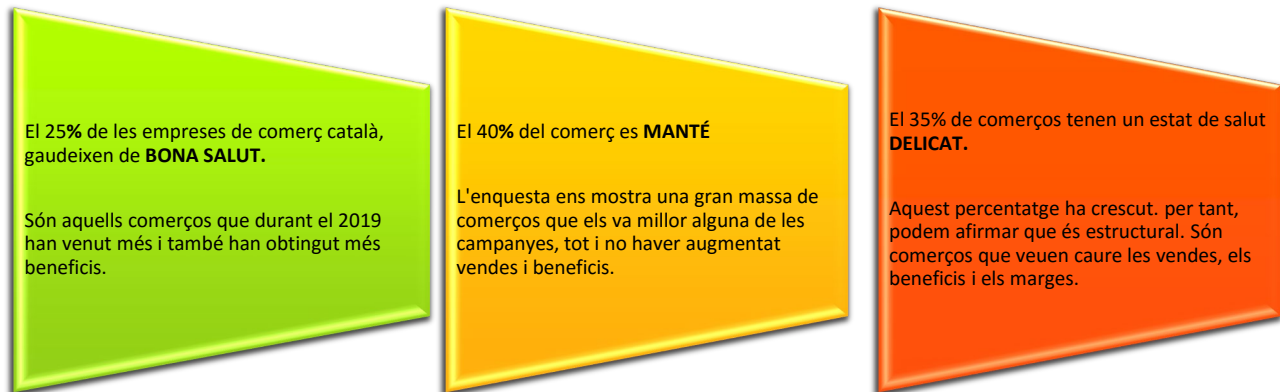
ESCO 2020

Polarització estructural del comerç.

Terrassa, 21 de gener del 2020.

EL COMERÇ CATALÀ: REALITATS POLARITZADES EN UN ENTORN DE CANVI.

L'Enquesta sobre la salut del comerç (ESCO) que fa ESCODI (Escola Universitària de Comerç i Distribució) confirma que:



Per tant, podem dir que:



L'estat de salut general del comerç català mostra dues cares. La recuperació mantinguda que presentava el sector, sumat a un mal any pel comerç, degut al canvi d'hàbits, ha comportat que troben a un 25% de comerços que els va millor que altres anys, però també un preocupant 35% del sector, que els va pitjor, pel que els calen canvis estratègics per tirar endavant.

L'enquesta també explica que:

- **Polarització en les vendes al 2019:** el 39% dels comerços perd vendes i un altre 37% en guanya. Empitjoren els resultats dels marges i els beneficis, ja que el 42% els han perdut beneficis i només han crescut a un 26%. (pàgina 2).
- **Percepció negativa dels ànims dels clients:** un 50% dels enquestats creuen que l'estat anímic aquest any és pitjor i només un 7% que és millor (pàgina 2)..
- **Els canvis d'hàbits dels consumidors com a causants de la davallada:** el 63% l'atribueixen a l'auge del comerç electrònic i un 35% a nous hàbits de compra la baixada de vendes (pàgina 5).
- **Campanya Nadal 2019 marcada pels descomptes:** les vendes han baixat per un 45% dels enquestats i crescut per un 29%, però els beneficis només han crescut per un 15% (pàgina 6).
- **El Black Friday es consolida:** el 63% dels enquestats hi participen. A un 73% que els ha anat igual o millor que l'any anterior. El 53% creuen que ha afectat negativament les vendes de Nadal i el 40% a les rebaixes d'hivern (pàgina 7).
- **Les rebaixes d'hivern perden força:** tal com s'ha vist en les edicions anteriors, aquest format de venda perd força. Només el 5% han incrementat vendes (pàgina 8).
- **Només el 36% dels enquestats inicien les rebaixes el 7 de gener.** (pàgina 9).
- **El 47% de comerciants afirmen que la campanya amb més vendes, és la de Nadal.** La segona campanya són les rebaixes d'estiu, en canvi les d'hivern cauen en la cinquena posició amb només un 4% dels comerciants. (pàgina 9).
- **Els comerciants prefereixen mantenir les dates tradicionals de rebaixes:** al preguntar-los sobre què fer amb les rebaixes, el 43% dels enquestats prefereixen mantenir les dates tradicionals, enfront d'un 27% que aposta per la liberalització del calendari. (pàgina 10).

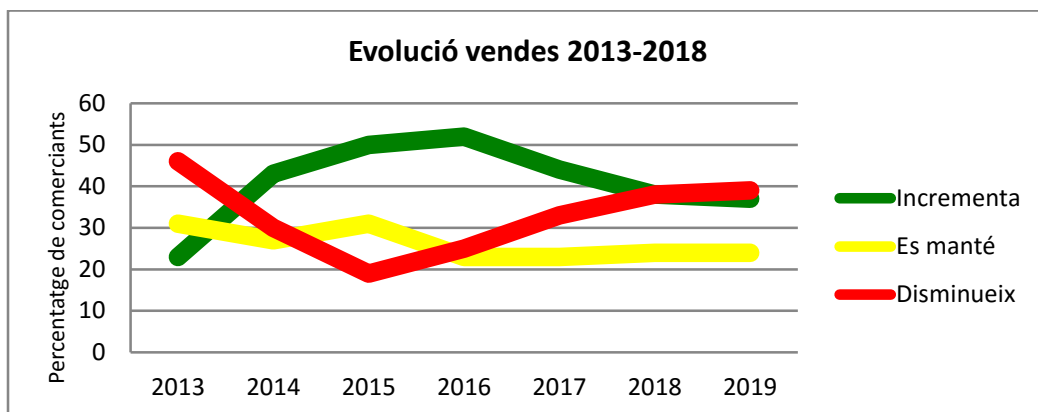
L'Enquesta sobre la salut del comerç (ESCO), d'ESCOI, aporta dades sobre l'evolució de les vendes, els marges, els beneficis, la percepció dels ànims dels consumidors per part dels comerciants i analitza quan s'inicien les rebaixes i les promocions especials, si se'n fan.

ESCOI, l'Escola Universitària de Comerç, ha fet l'enquesta a comerciants de tot Catalunya entre els dies 10 i 18 de gener de 2020.

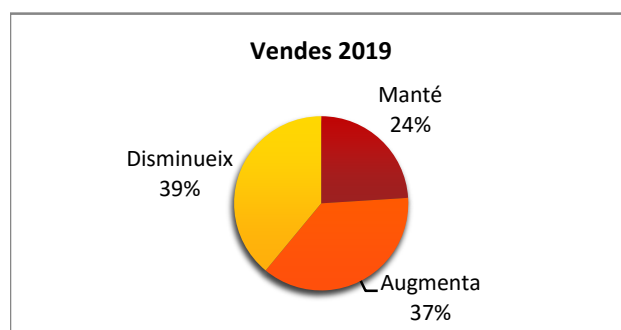
RESULTATS DE L'ESCO 2020

VENDES DURANT 2019: s'enquista el fre al creixement i creix la caiguda dels marges.

Comparant les dades amb les anteriors edicions de l'ESCO, els resultats mostren que després d'un ascens constant de les vendes, creix el nombre de comerciants que perceben que disminueixen, constatant la davallada reiniciada en l'any 2016.



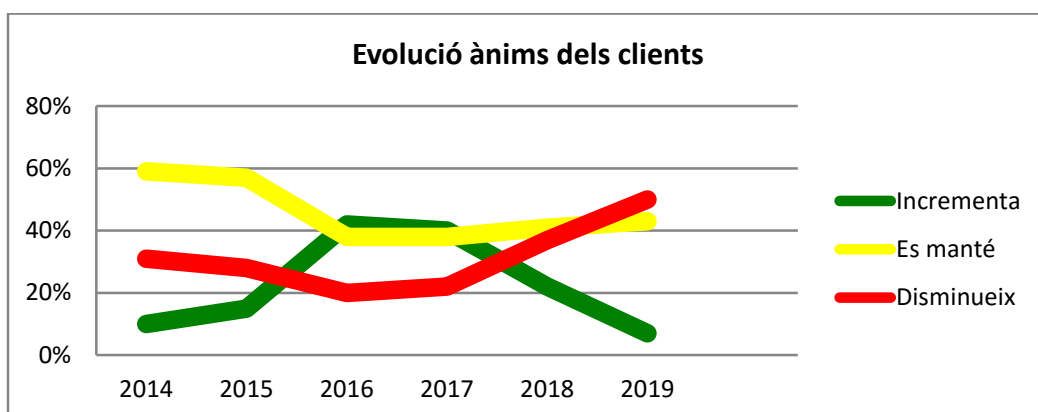
La por del sector a una crisi interna, es veu reflectida en els resultats de les vendes, ja que per una part del comerç, es manté la situació de pèrdues, que va iniciar-se fa dos anys. Tot i això, tenim **dues realitats polaritzades**, ja que pel 37% dels participants els ha anat millor que l'any anterior.



- **Caiguda de la confiança dels consumidors i esforç del sector per adaptar-s'hi.**

El fre en el creixement de vendes està relacionat amb la **confiança dels consumidors**, que mostra els seus resultats més baixos després d'haver arribat a l'any 2016 al seu rècord històric en una dècada. La confiança del consumidor fa dos anys que baixa, arribant a xifres tan baixes com al 2014 (CIS, 2020). Això s'ha corroborat en aquesta nova edició de l'ESCO, ja que en preguntar pels **ànims per comprar dels clients** s'han trobat resultats amb tendència a la baixa. Un 50% percebi que els ànims havien disminuït i només un 7% que percebi que havien millorat.

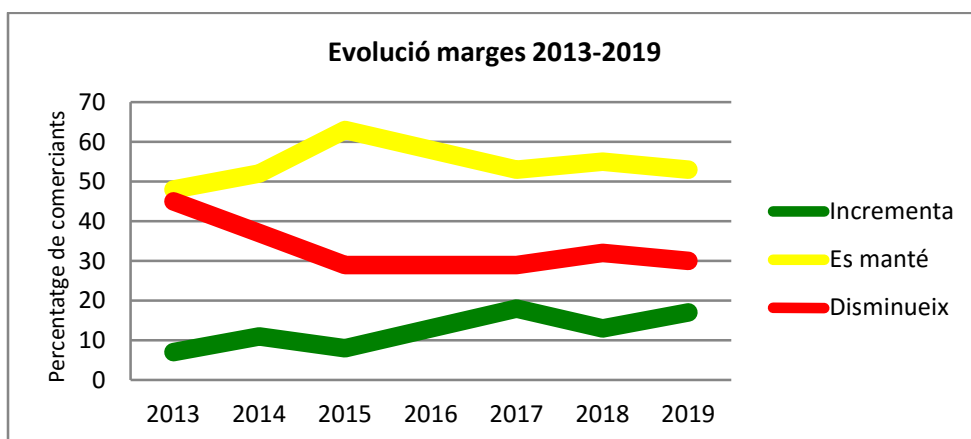
Torna a caure la recuperació accentuada a l'any 2016, tal com pot veure's a la figura sobre l'evolució dels ànims.



Possiblement per afrontar aquest clima de baixa confiança, el **30% dels comerços enquestats han obert nous punts de venda** (a l'ESCO del 2018, eren un 25%). Tot i això, el 21% afirma haver hagut de tancar establiments.

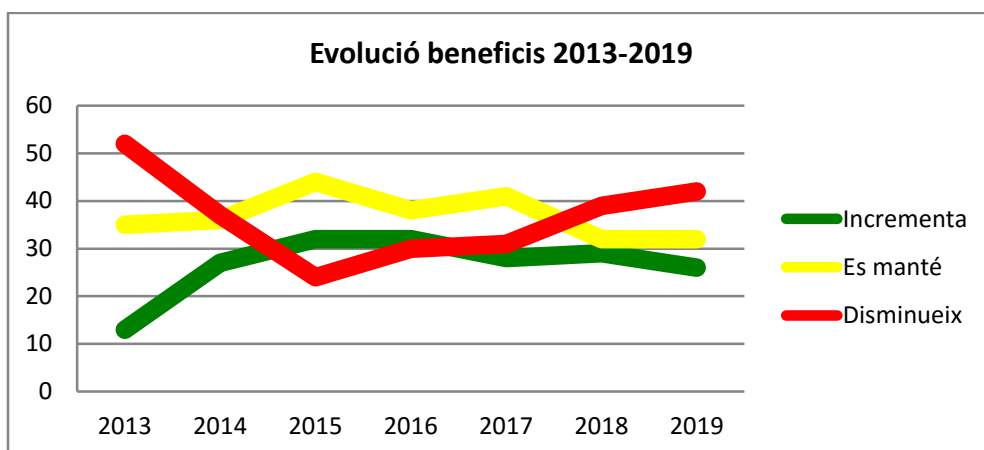
- **Els comerços presenten dificultats per defensar els marges i incrementar beneficis.**

Tal com ha ocorregut en l'anterior edició, els **marges comercials** s'han vist ressentits pels canvis d'hàbits del consumidor, que han adoptat com un dels principals motors de compra la cerca dels preus més baixos possibles, el que pot considerar-se una **bombolla del descompte**. Segueixen havent-hi més comerciants que han hagut de disminuir els marges (30%), que comerciants que els han incrementat (17%).



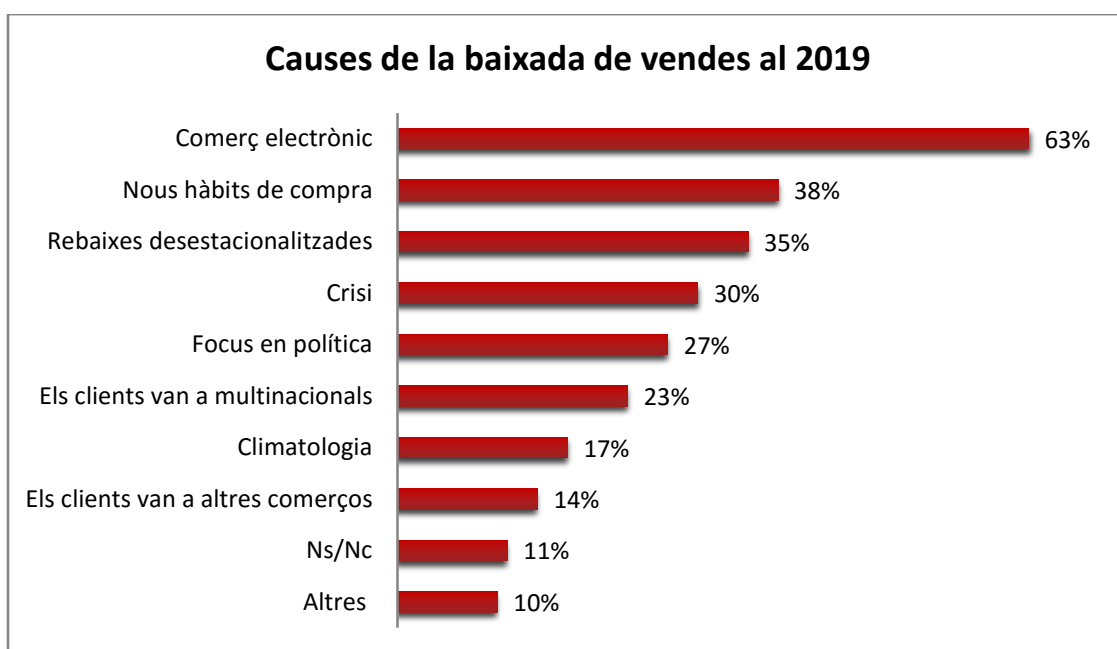
Les dades sobre el **benefici total** de l'empresa reforcen la idea de les dues realitats contraposades, entre els qui creixen i els qui disminueixen. **Ha augmentat el percentatge de comerciants que constaten una disminució dels beneficis** en l'exercici 2019 i ha baixat el percentatge dels que en constaten que es mantenen.

Només un 26% dels comerciants han augmentat els beneficis, el 32% els ha mantingut i la proporció més gran corresponent al 42% que ha disminuït. Això empitjora els resultats dels últims cinc anys



Motius de la baixada de les vendes al 2019.

Ja fa dos anys que es percep una baixada en les vendes, tal com han afirmat diferents estudis i com ens han comentat diversos comerciants a ESCODI. Per això, hem volgut demanar-los a quins motius atribueixen a la baixada de vendes. Aquesta pregunta, amb opcions de múltiple resposta, l'han contestat el 59% dels enquestats i els resultats són els següents:



Els principals motius percebuts per **justificar la baixada de vendes han estat:**

1r. Factors comercials.

- **Comerç electrònic:** el 63% de comerciants creu que els han baixat les vendes perquè la gent compra més per Internet. Aquest és clarament el motiu que més comerciants afirmen com a causant de la seva davallada. El segon motiu, que són “nous hàbits de compra” (38%) també reforça aquesta idea d’un canvi estructural en el sector comercial i el comportament del consumidor, cada cop més acostumat a la omnicanalitat.
- **Rebaixes desestacionalitzades:** el 35% dels comerciants creu que la desestacionalització de les rebaixes els ha fet disminuir les seves vendes. Si analitzem el sector de l’equipament de la persona, aquesta xifra puja fins a un 78% dels enquestats.
- **Competència:** un 23% creu que les multinacionals els han fet baixar les vendes. Els baixos preus d’alguns d’aquests grans grups empresarials i la seva omnipresència al centre de les ciutats, els converteixen en una forta competència per les PIMES. Un altre 14% creu que han perdut vendes perquè els clients van a altres comerços sense especificar-ne si són multinacionals, o comerç electrònic.
- **Crisi:** el factor que més ha crescut en relació a les dues anteriors edicions de l’ESCO, ha estat l’esment d’una possible crisi, o el fet de no haver acabat amb l’anterior, com un factor causant de la baixada de vendes.

2n. Factors sociopolítics:

- **Focus en la política:** el 27% creuen que els han baixat les vendes perquè els clients tenen el focus centrat en la política. Aquesta dada ha baixat notablement, ja que a l'edició del 2017, un 77% dels enquestats creien que era un dels motius de la baixada de vendes, sobretot perquè es centraven en els fets ocorreguts a Catalunya a la tardor del 2017. Cal destacar que cap enquestat ho ha contemplat com a factor únic.

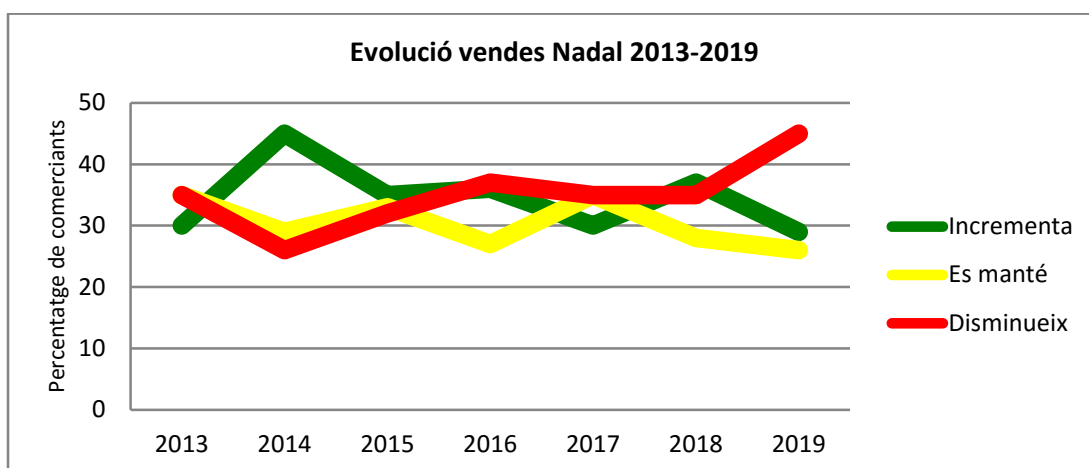
3r. Climatologia:

- Finalment, trobem els factors climatològics (17%) que han afectat principalment al sector de la moda.

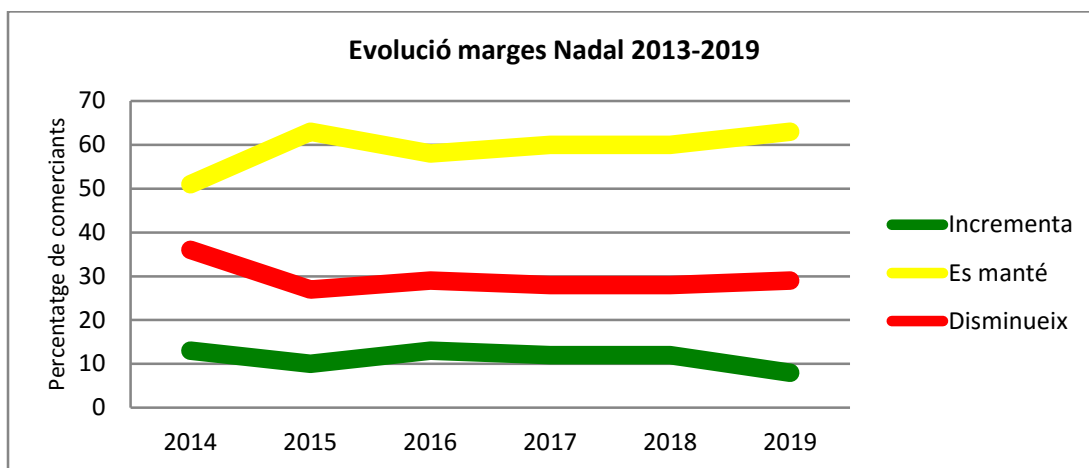
CAMPANYA DE NADAL 2019-2020: Nadal de descomptes.

L'ESCO ens mostra que les **vendes durant la campanya de Nadal 2019-2020 han empitjorat notablement, en relació amb l'any anterior**. A un 45% els ha anat pitjor i només un 26% han venut més, en una campanya que per la meitat dels enquestats és la que els genera més vendes de tot l'any.

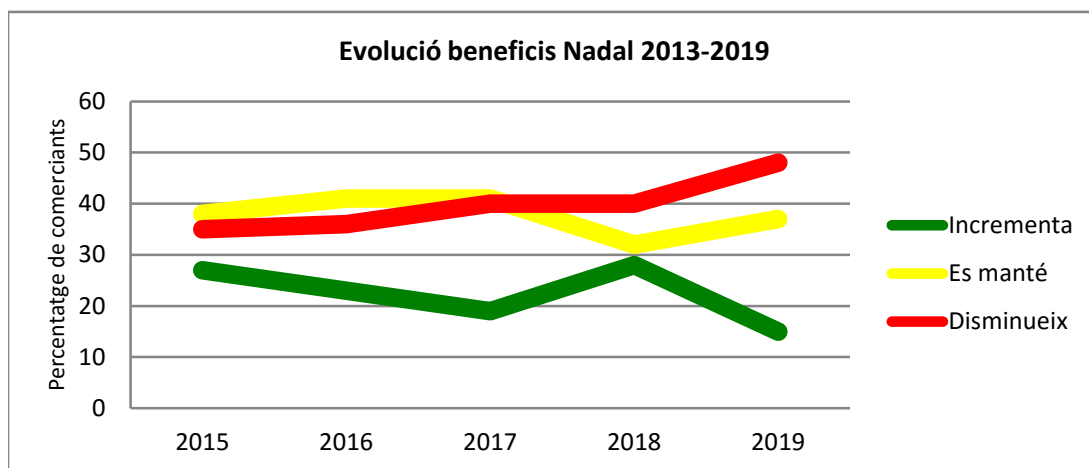
Tot i la lleugera recuperació de l'any anterior, les campanyes de descomptes permanents, el Black friday i els canvis d'hàbits de compra, han fet que el sector hagi notat una forta davallada en les seves vendes.



Tal com va passar al Nadal de l'any passat i durant el 2019, els **marges comercials segueixen sense créixer**, mostrant unes xifres similars a les de les sis anteriors edicions de l'ESCO. El 63% dels comerciants manifesten que han mantingut els marges durant la campanya de Nadal. Només el 8% els han incrementat i el 29% restant els han disminuït, dades lleugerament més negatives a les de l'anterior edició de l'ESCO.



El 48% dels comerciants declaren haver disminuït el benefici de la campanya de Nadal, una dada preocupant pel sector. També han caigut el percentatge d'enquestats que declaren haver augmentat els beneficis, passant d'un 28% en l'anterior edició, a un 15% en l'actual.



- Creuant les dades del *Black Friday* amb les de les caigudes dels marges i els beneficis totals, podem concloure que la desestacionalització de les rebaixes i l'entrada de nous competidors, com les vendes *online*, suposen que tot i vendre més, els beneficis totals del comerç se'n ressenten .

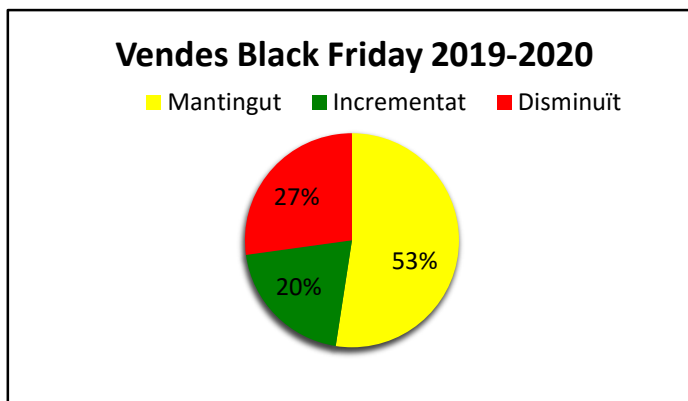
BLACK FRIDAY: es consolida, però amb un possible efecte negatiu sobre les vendes de Nadal.

El *Black Friday* ha passat d'un 48% d'enquestats que el seguien l'any 2015, a un 63% aquest any i ha fet que un gran nombre de consumidors avancessin les compres de Nadal i que molts comerços es veiessin obligats a seguir amb preus rebaixats, tal com es veurà quan parlem de la desestacionalització de les rebaixes. Inclús, quatre enquestats han afirmat que els ha fet baixar les vendes del mes de novembre.

Aquesta hipòtesi queda reforçada al comprovar que el **53% dels enquestats afirma que el *Black Friday* ha afectat negativament les vendes del Nadal**. Un percentatge molt significatiu, ja que a l'anterior edició eren un 40% d'enquestats que ho afirmaven. Per tant, una gran part del sector, comprova com aquesta campanya no és beneficiosa per les vendes de les campanyes posteriors (Nadal i Rebaixes). Per contra, només un 1,6% creu que aquesta campanya ha fet augmentar les vendes nadalenques.

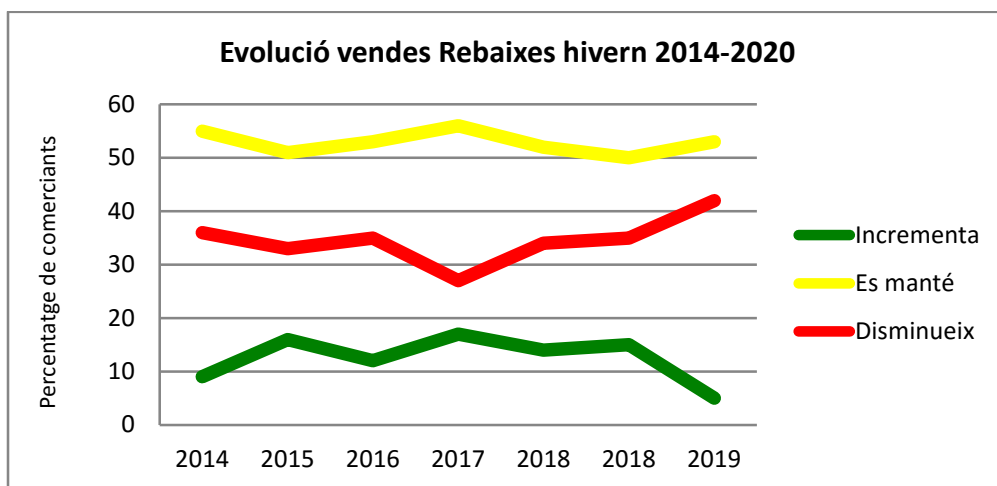
En demanar si creien que havia afectat les rebaixes d'hivern, el **43% creu que el *Black Friday* també ha fet disminuir les vendes durant les rebaixes**.

Pel que fa als seus resultats en quan a vendes, el **20% afirma que aquest *Black Friday* ha anat millor que l'any anterior**, el 53% igual, però un 27% creu que ha anat pitjor, dades pràcticament idèntiques a l'any passat.



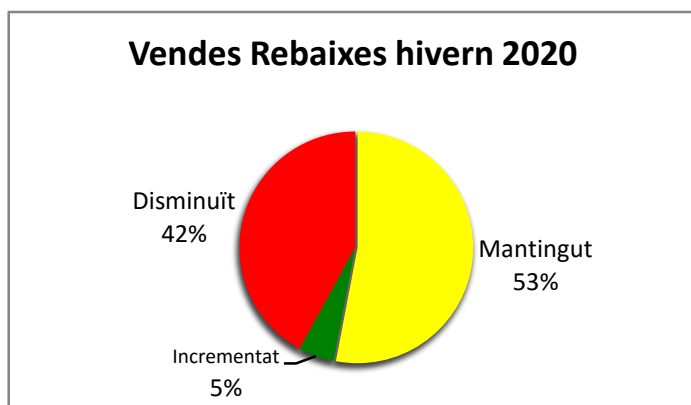
INICI DE LES REBAIXES D'HIVERN 2020: crisi de les rebaixes d'hivern.

El fre de la campanya de Nadal també s'han vist reflectit en l'inici de la campanya de rebaixes d'hivern de 2020, que cauen notablement, després de tres anys de baixada continuada.



Les vendes durant els primers dies de les Rebaixes de gener confirmen la recaiguda, iniciada al 2017. Mentre només un 5% dels enquestats han vist créixer les seves vendes, un 42% han notat la davallada d'una campanya que cada cop ha quedat més caduca.

La percepció dels ànims dels clients a l'inici de les Rebaixes, corrobora aquestes xifres, ja que només el 17% dels enquestats creu que han millorat. En canvi, el 44% creu que han empitjorat.

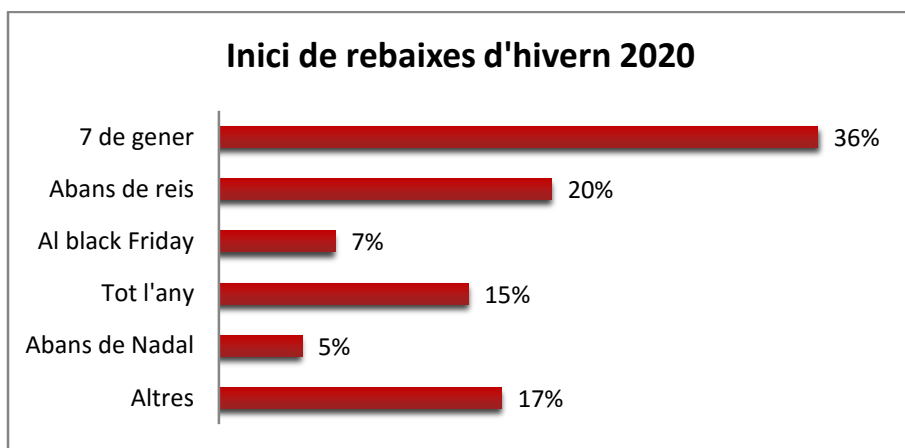


DATA DE L'INICI DE LES REBAIXES: un Nadal amb rebaixes.

A causa a la desregularització de les rebaixes implementada per l'estat espanyol el 2013, els consumidors estan cada cop més desubicats, ja que no saben quan comença una campanya que tradicionalment, havia tingut un gran pes en el calendari comercial.

Només el 36% dels enquestats que fan rebaixes, les ha començat el 7 de gener, una data que en cada edició de l'ESCO hi trobem a menys comerços que les comencen. En l'anterior edició els qui havien iniciat la campanya de rebaixes en aquesta data tradicional, representaven el 44%.

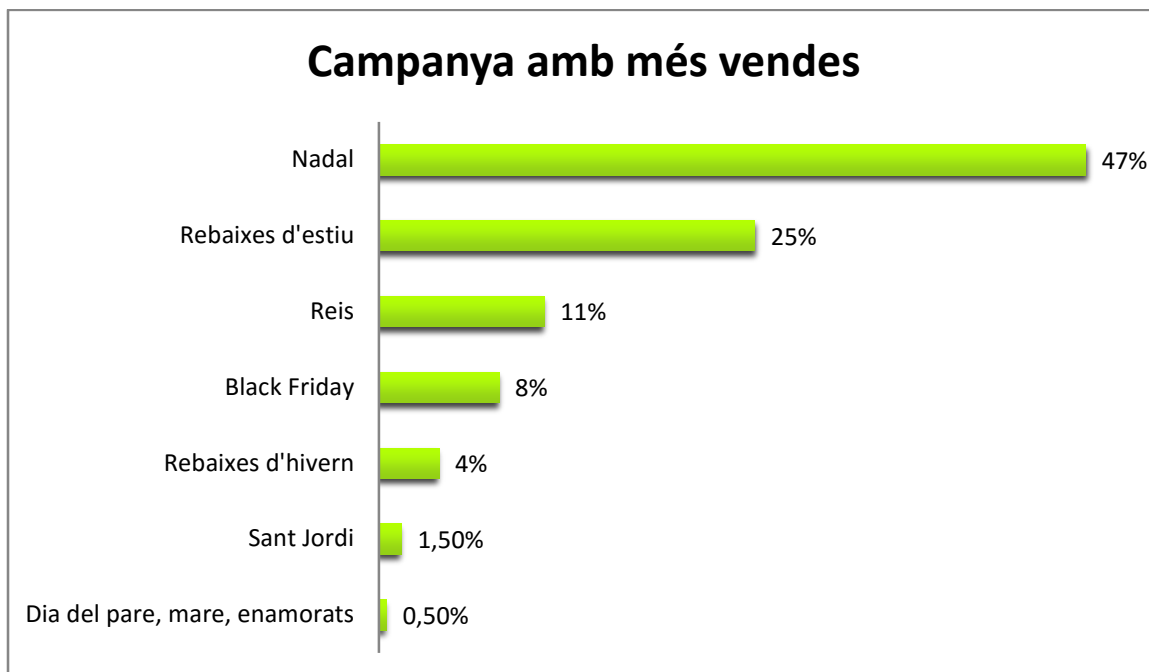
Un gran percentatge de comerços les han començat el dia abans de reis, dada que hem corroborat en aquesta enquesta, on un 20% afirmaven haver-ho fet. Si sumem percentatges, ens trobem que un **32% dels enquestats han aplicat rebaixes durant tota la campanya de Nadal**. Inclús un 15% en fan tot l'any.



CAMPANYES AMB MÉS VENDES DEL 2019: el Nadal segueix sent la campanya líder.

En aquesta edició s'ha preguntat per la primera i la segona campanya que ha reportat més vendes al retail català.

La meitat de la mostra ha destacat el Nadal com la data de més vendes, seguida de les rebaixes d'estiu i de reis. Si a això li sumem les dates que han anotat en segona posició ens quedaria una classificació conformada per les següents campanyes:



Cal destacar un clar predomini per les campanyes fetes durant el Nadal, que si hi incloem el Black Friday i els reis, suposen el 66% de les escollides en primera posició i el 70% de la segona posició. També crida l'atenció com les rebaixes d'estiu superen clarament a les d'hivern quant a vendes, amb un 25% de comerciants que consideren les rebaixes d'estiu com la millor campanya, enfront del 4% que considera les d'hivern. Com a novetat, cal destacar que pel 8% dels enquestats, el Black Friday ha estat la millor campanya de vendes.

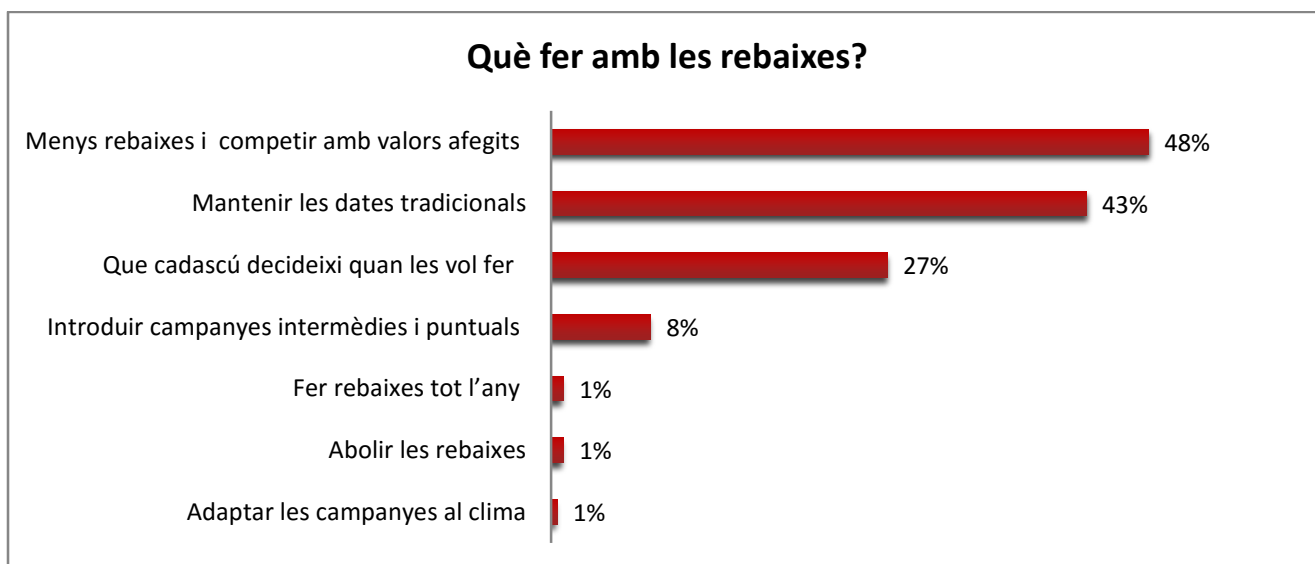
Sorprenentment, si ho analitzem per sectors que tradicionalment fan rebaixes, els resultats no disten gaire dels mostrats i segueixen destacant les campanyes fetes durant el Nadal, amb un clar predomini de Nadal i Reis.

FUTUR DE LES REBAIXES: el comerciant prefereix mantenir el calendari tradicional.

Com que les rebaixes d'hivern perden força, s'ha demanat als enquestats sobre què creuen que s'hauria de fer amb aquesta campanya comercial, que es troba en una fase molt madura.

Hi han dues opinions majoritàries, molts cops expressades en paral·lel:

- Una opinió defensada per gairebé la meitat dels enquestats (48%), és sensibilitzar el sector, posant en joc altres valors afegits que té el sector i fugir de promocions i rebaixes contínues.
- El 43% dels comerciants creuen que s'han de tornar a les dates tradicionals, perquè el consumidor torni a tenir clar quan hi ha rebaixes. La majoria dels qui havien defensat la primera opció, també defensaven aquesta.
- En contraposició, un 27% creu que tal com propugna la desestacionalització, el comerç ha de ser lliure d'escollir quan les vol començar.
- L'opció d'introduir campanyes intermèdies, com el Black Friday, només ha estat secundada pel 8% dels enquestats.
- Finalment, destaquem que dues persones han proposat adaptar les campanyes a les noves condicions climatològiques.



COMPOSICIÓ DE LA MOSTRA

L'enquesta s'ha enviat a empreses de comerç de tot Catalunya, i les respostes obtingudes representen **prop de 2.200 botigues i més de 4.800 treballadors**.

A partir del total d'establiments comercials ubicats a Catalunya, que és de 103.214 botigues segons el Cens d'Establiments Comercials de Catalunya (2019) amb 315.600 persones ocupades (Idescat, 2015), la grandària òptima de la mostra,¹ cercant un nivell de confiança del 95% i un marge d'error del 5%, seria de 383 establiments, per la qual cosa el nivell de resposta obtingut dona uns resultats fiables. Cal destacar que el 83% dels qui l'han contestat són propietaris o gerents, un 8% són responsables d'establiment i un 7% comandaments intermedis, la qual cosa implica un ple coneixement dels resultats del negoci.

La grandària de les empreses que l'han contestat és representativa de la realitat del comerç català, tant en nombre de botigues com en nombre de treballadors:

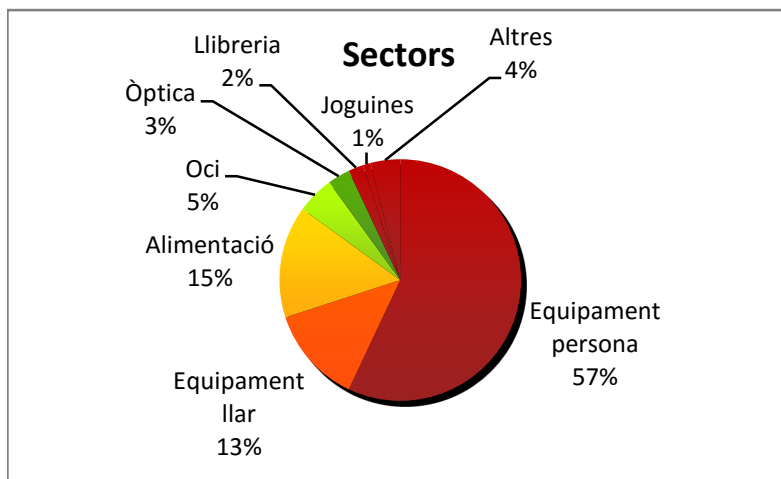
- **NOMBRE DE BOTIGUES:** El 55% dels enquestats té una sola botiga; el 30%, entre 2 i 5; el 7%, entre 6 i 24 botigues; el 5% té entre 25 i 99 botigues i, finalment, el 3% restant correspon a cadenes de més de 100 establiments. Els resultats s'assimilen a les edicions anteriors d'ESCO i a la mitjana del comerç català.
- **NOMBRE DE TREBALLADORS:** El 58% de la mostra està format per comerços de fins a cinc treballadors, el 28% per empreses de comerç que tenen entre 6 i 25 empleats i el 7% per empreses que en tenen entre 26 i 100. Finalment, el 7% té una plantilla superior a 100 persones.

Quant a l'**edat**, el 61% dels enquestats tenen entre 35 i 55 anys, dada similar a les dades de les tres anteriors edicions d'ESCO i a les xifres extretes del sector. El 9% dels enquestats tenen menys de 35 anys i el 30% restant més de 56 anys.

¹ A partir de la fórmula següent:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

Els **subsectors comercials** als quals pertanyen les empreses que han respost l'enquesta mostren resultats similars als de les anteriors edicions d'ESCO. Hi ha una varietat molt àmplia de sectors en la composició de la mostra. El sector més representat és l'equipament de la persona (57%), seguit d'alimentació (15%)



ESCODI, l'Escola Universitària de comerç, centre adscrit a la Universitat de Barcelona, imparteix formació universitària i formació per als comerciants i professionals del comerç, entre els quals ja ha tingut prop de 30.000 alumnes des de l'any 2000. ESCODI va impulsar la primera carrera universitària especialitzada en *retail* a l'Estat Espanyol, imparteix el grau en Gestió d'Empreses en Comerç i Distribució.