

# ANÀLISI IMPACTE

---

## DESENVOLUPAMENTS COMERCIALS

**C-58**



Cambra de Comerç de Sabadell

**Març 2014**

## Contingut

|                                                                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 0. METODOLOGIA.....                                                                                                                              | 3  |
| 0.1 Fonts de dades.....                                                                                                                          | 3  |
| 0.2 Activitats considerades .....                                                                                                                | 3  |
| 1. OBJECTIU:.....                                                                                                                                | 4  |
| 2. ANÀLISI DE L'OFERTA COMERCIAL GLOBAL A LA DEMARCACIÓ. ....                                                                                    | 5  |
| 2.1 Comerç i l'activitat econòmica .....                                                                                                         | 5  |
| 2.2 Anàlisi evolució sectorial del comerç al detall 2008-2013 .....                                                                              | 9  |
| 2.3 Evolució de les activitats detallistes .....                                                                                                 | 14 |
| Dotació comercial.....                                                                                                                           | 14 |
| Els dos eixos de la demarcació: l'eix de la C-58 i la Riera de Caldes .....                                                                      | 16 |
| Dotació de superfície comercial a la demarcació .....                                                                                            | 18 |
| Evolució del mix comercial 1998-2013.....                                                                                                        | 19 |
| 3. L'OFERTA COMERCIAL DE QUOTIDIÀ.....                                                                                                           | 21 |
| 3.1 Evolució de l'oferta comercial de productes de consum quotidians a la demarcació .....                                                       | 21 |
| Dotació comercial de quotidià.....                                                                                                               | 21 |
| Els dos eixos de la demarcació: l'eix de la C-58 i la Riera de Caldes .....                                                                      | 21 |
| 3.2 Mercat potencial i oferta comercial de productes de quotidià a la demarcació.....                                                            | 23 |
| 3.3 Distribució de l'oferta de comerç quotidià per municipi.....                                                                                 | 24 |
| 4. L'OFERTA COMERCIAL DE NO QUOTIDIÀ.....                                                                                                        | 25 |
| 4.1 Evolució de l'oferta comercial de productes de consum no quotidians a la demarcació .....                                                    | 25 |
| Dotació comercial de no quotidià.....                                                                                                            | 25 |
| Els dos eixos de la demarcació: l'eix de la C-58 i la Riera de Caldes .....                                                                      | 26 |
| 5. IMPACTE DE LES NOVES IMPLANTACIONS .....                                                                                                      | 29 |
| 5.1 Mercat potencial i oferta comercial de productes d'equipament llar a la demarcació .....                                                     | 30 |
| 5.2 Impacte de noves grans implantacions comercials sobre l'oferta comercial pre-existent de productes d'equipament llar a la demarcació.....    | 32 |
| 5.3 Impacte del desenvolupament comercial previst en el pla director del Centre Direccional de Cerdanyola sobre el comerç de la demarcació. .... | 34 |
| 6. CONCLUSIONS. ....                                                                                                                             | 36 |
| 6.1 Resum: principals tendències del sector.....                                                                                                 | 36 |
| 6.2 Conclusions generals .....                                                                                                                   | 38 |
| 6.3 Perspectives del sector i de la ciutat (a monitoritzar).....                                                                                 | 39 |
| PROPOSTA INDICADORS .....                                                                                                                        | 41 |
| 7. ANNEX 1. CLASSIFICACIÓ DE LES ACTIVITATS COMERCIALS .....                                                                                     | 43 |



## 0. METODOLOGIA

### 0.1 Fonts de dades

El present estudi s'ha basat en les dades disponibles de les següents fonts:

- Cens empresarial de la Cambra
- Dades de Camerdata
- Anuari Econòmic "La Caixa"

### 0.2 Activitats considerades

La classificació de les activitats utilitzada és la de l'IAE, que classifica les activitats en diferents grups, subgrups i epígrafs. En aquesta classificació, els epígrafs corresponents al comerç al detall són les activitats dels grups:

1- 64 Comerç al detall de productes alimentaris.

1- 65 Comerç al detall de productes industrials.

1- 66 Comerç mixt, integrat, ambulant, en expositors i per catàleg.

El conjunt d'aquestes activitats l'anomenarem "DETALLISTES" al llarg d'aquest estudi.

En el cas de les activitats del grup 66, aquest inclou també la venda ambulant i sense establiment permanent. És per això que s'ha establert una anàlisi més detallada, seguint les activitats que es desenvolupen en establiment permanent. Aquestes activitats es divideixen en diferents subsectors, segons la definició establerta en la memòria del PTSEC 2006-2009, en l'apartat 5. Metodologia emprada en el pla. La classificació en la que es focalitza l'anàlisi és:

| SECTOR COMERÇ          | EPÍGRAFS IAE <sup>1</sup>                                     |
|------------------------|---------------------------------------------------------------|
| ALTRES                 | 1-6545; 1-6592; 1-6599                                        |
| AUTOMOCIÓ I CARBURANTS | 1-6541; 1-6542; 1-6543; 1-6544; 1-6546; 1-655                 |
| COMERÇ MIXT            | 1-6611; 1-6612; 1-6613; 1-6621; 1-6622                        |
| EQUIPAMENT LLAR        | 1-6511; 1-653; 1-6597                                         |
| EQUIPAMENT PERSONA     | 1-6512; 1-6513; 1-6514; 1-6515; 1-6516; 1-6517; 1-656; 1-6595 |
| LLEURE I CULTURA       | 1-657; 1-6591; 1-6593; 1-6594; 1-6596; 1-6598                 |
| QUOTIDIÀ ALIMENTARI    | 1-64; 1-6524                                                  |
| QUOTIDIÀ NO ALIMENTARI | 1-6521; 1-6522; 1-6523                                        |

El conjunt d'aquestes activitats l'anomenarem "COMERÇOS" al llarg d'aquest estudi.

---

<sup>1</sup> Veure descripció activitats compreses en els diferents epígrafs en l'ANNEX 1

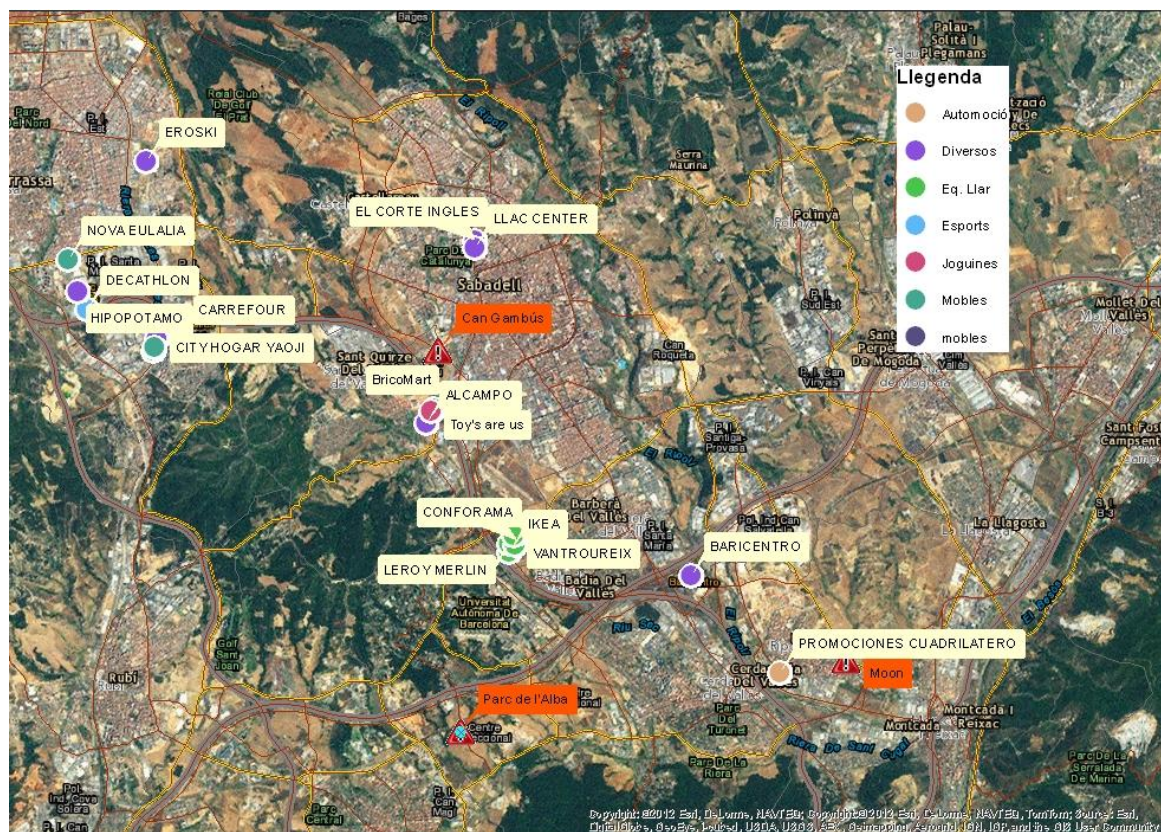
## 1. OBJECTIU:

Els darrers anys s'estan desenvolupant i/o planejant una sèrie de noves implantacions comercials de gran format, en la seva majoria de comerç especialitzat. L'anàlisi de l'impacte d'aquests nous equipaments en l'estructura comercial de les ciutats veïnes d'aquest eix ha de permetre establir criteris de política econòmica per tal de modular aquest impacte.

La C-58 conforma l'entrada nord a Barcelona des de Terrassa, sent un dels dos connectors entre la capital i el Vallès Occidental, i conformant la columna vertebral bàsica de la comarca, des de Terrassa fins a Montcada i Reixac.

Aquesta anàlisi ha de dimensionar quin és l'impacte en el teixit empresarial pre-existent de les poblacions que estan incloses dins aquest eix viari i resten dins de l'àrea d'influència dels nous equipaments comercials. L'anàlisi té en compte altres dades d'àmbit comarcal i metropolità i nacional, per tal de poder disposar de l'adequada perspectiva. S'han establert una sèrie d'indicadors que permetin dimensionar l'esmentat impacte, en els quals s'ha introduït la perspectiva temporal, analitzant la seva evolució en els darrers anys, i la perspectiva d'evolució del mercat, considerant tant l'oferta comercial com l'evolució de la demanda en el període d'anàlisi. El recolzament del sistema d'anàlisi de geo-màrqueting de la Cambra ha de permetre visualitzar les diferències territorials dins l'àmbit d'estudi.

Aquest estudi de la Cambra pretén contribuir a definir el model comercial de les nostres ciutats i donar una eina de coneixement, que ajudarà a valorar l'impacte negatiu sobre l'estructura comercial preexistent enfront un creixement desmesurat de l'oferta comercial. Degut a les limitacions del territori, tractant-se d'espais tan emblemàtics com del que tracta l'estudi, potser caldria una reflexió estratègica sobre els seus usos amb una perspectiva menys conjuntural i amb més valor afegit.

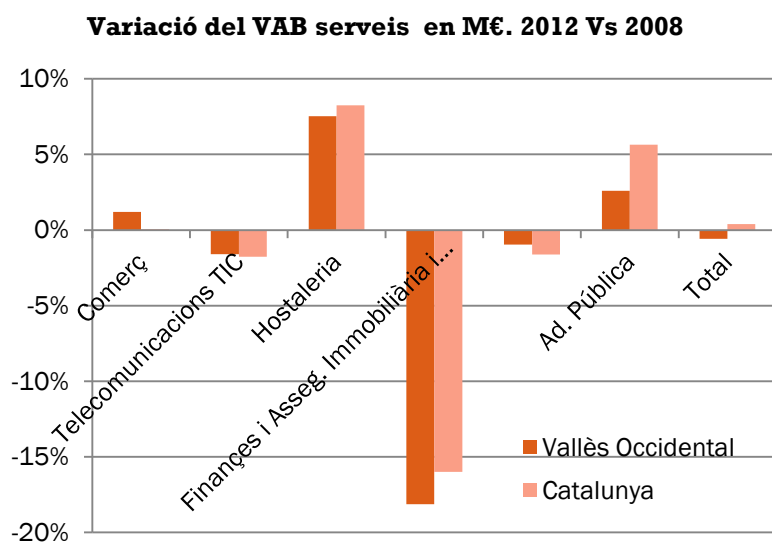




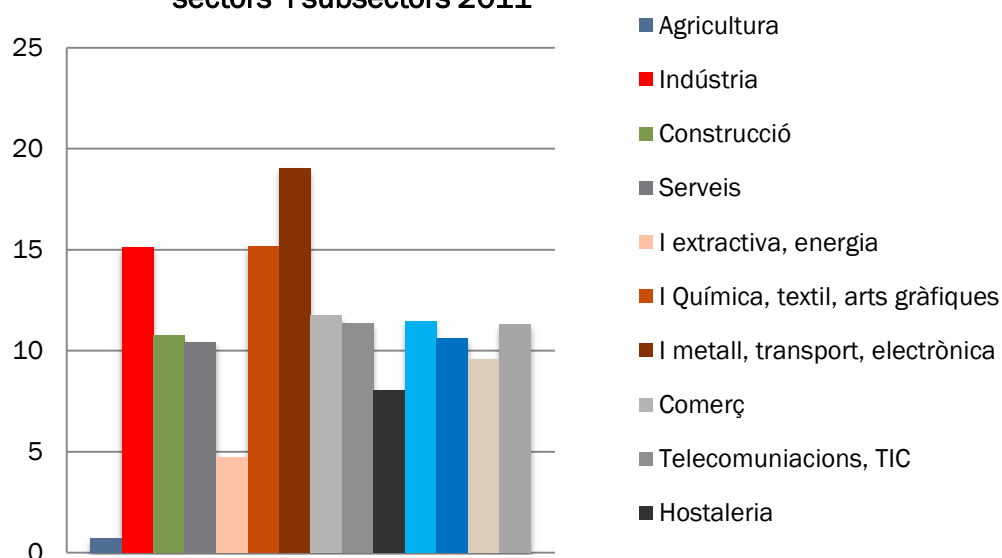
## 2. ANÀLISI DE L'OFERTA COMERCIAL GLOBAL A LA DEMARCACIÓ.

### 2.1 Comerç i l'activitat econòmica

El comerç al detall dins el Vallès Occidental en comparació a la resta d'activitats entre 2008 i 2012 mostra les següents dades. Les empreses amb activitat de comerç al detall del Vallès Occidental suposaven aproximadament el 12% del VAB sectorial a Catalunya. La importància del VAB comercial al Vallès Occidental va augmentar durant el període 2008 i 2012.

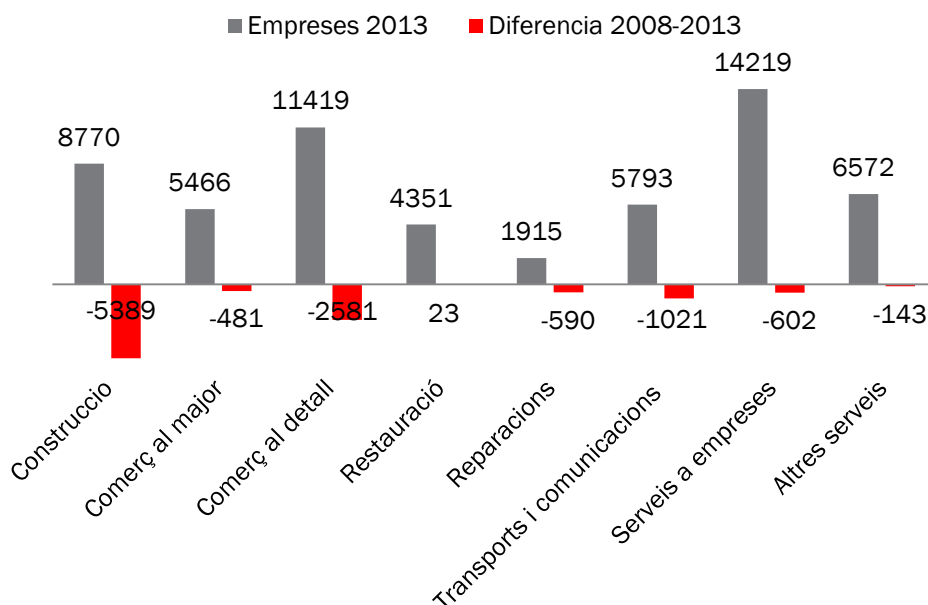


### Aportació del VAB Vallès Occidental sobre Catalunya per sectors i subsectors 2011

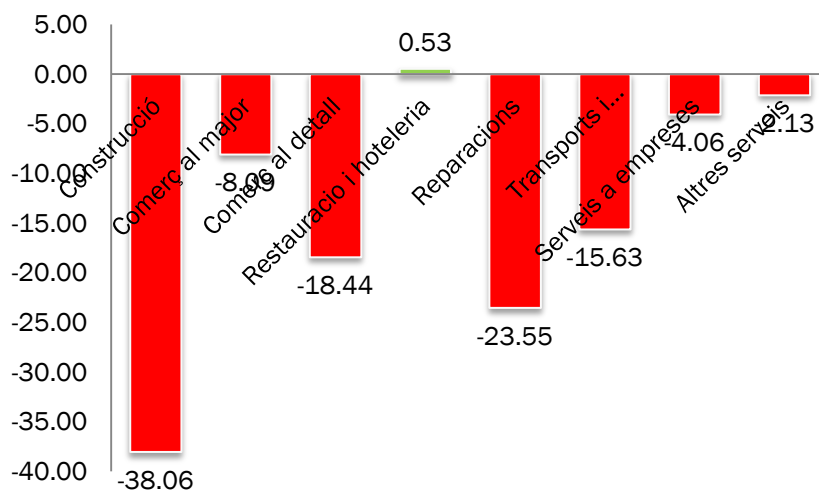


Després de la construcció, el comerç al detall va ser un dels sectors més afectats per la crisi econòmica durant el període 2008-2013. Dins les empreses que tenien amb activitat principal el comerç al detall la davallada va ser del 18%, fet que contrasta amb la reducció de només un 4% pel nombre d'afiliats a la Seguretat social del sector i - 6% pel nombre total d'empreses amb activitat comercial.

### Serveis i Construcció empreses 2013 i diferència vers el 2008

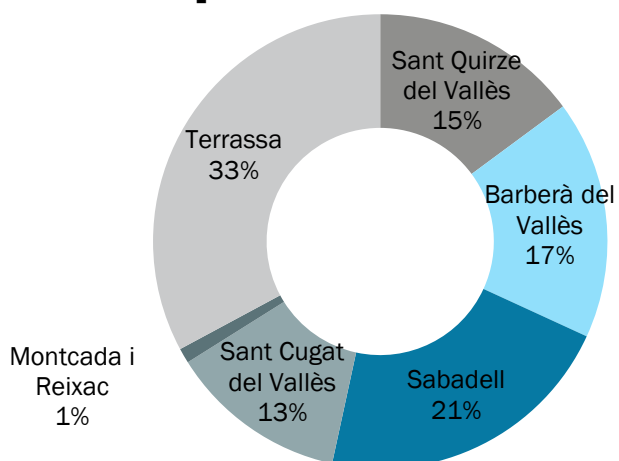


### Variació percentual empreses 2013 vers 2008

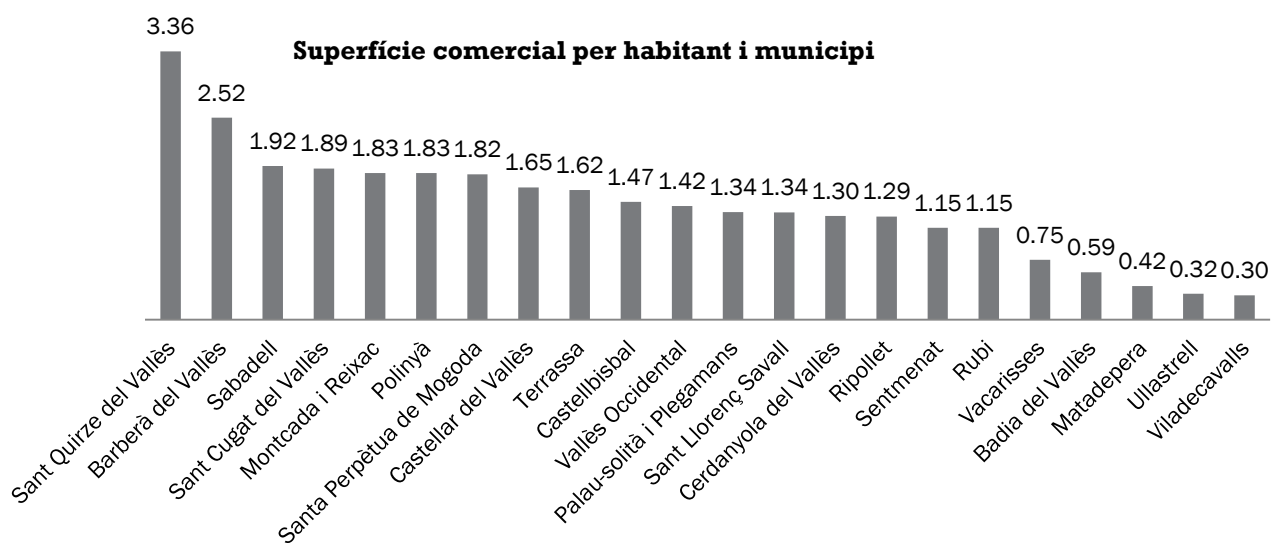


El municipi de Terrassa tot i tenir un 33% de la superfície comercial de la comarca, tenia una mitjana de superfície comercial (1,62m<sup>2</sup>) per habitant inferior a la de Sabadell, 1,92 m<sup>2</sup> per habitant. Els municipis amb una mitjana superior eren Barberà del Vallès (2,52 m<sup>2</sup>) i Sant Quirze del Vallès (3,36 m<sup>2</sup>).

#### Superfície destinada a centres comercials

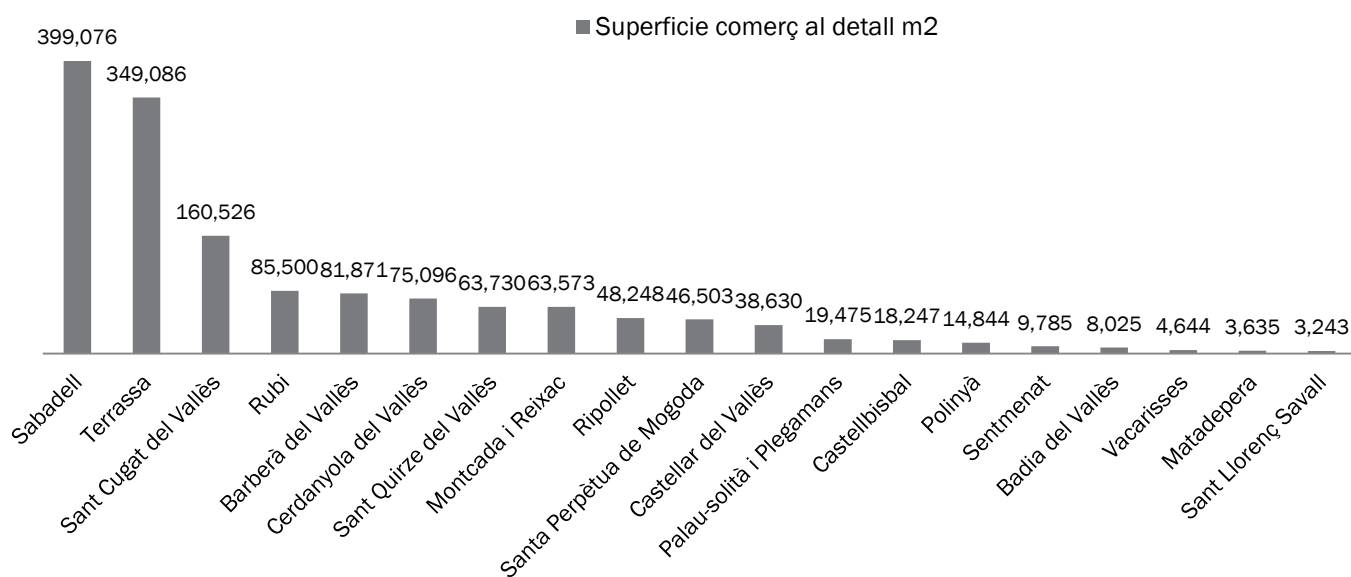


#### Superfície comercial per habitant i municipi





## Superfície comercial pel comerç al detall per municipi



## 2.2 Anàlisi evolució sectorial del comerç al detall 2008-2013

Al Vallès Occidental la xifra de treballadors afiliats al sector de comerç al detall s'ha reduït de manera poc significativa durant el període 2009-13 (-878) -4%, en canvi pel que fa a centres cotitzadors (-349) -9%, la mitjana comarcal ha estat superior a la catalana. La reducció de les empreses que tenen com a activitat principal el comerç al detall s'ha reduït de forma significativa un 18%, en canvi si només tenim en compte totes aquelles activitats econòmiques dedicades al comerç siguin o no l'activitat principal de l'empresa aquesta s'ha reduït només un 4%, fet que coincideix amb la disminució del nombre de treballadors al Vallès Occidental.

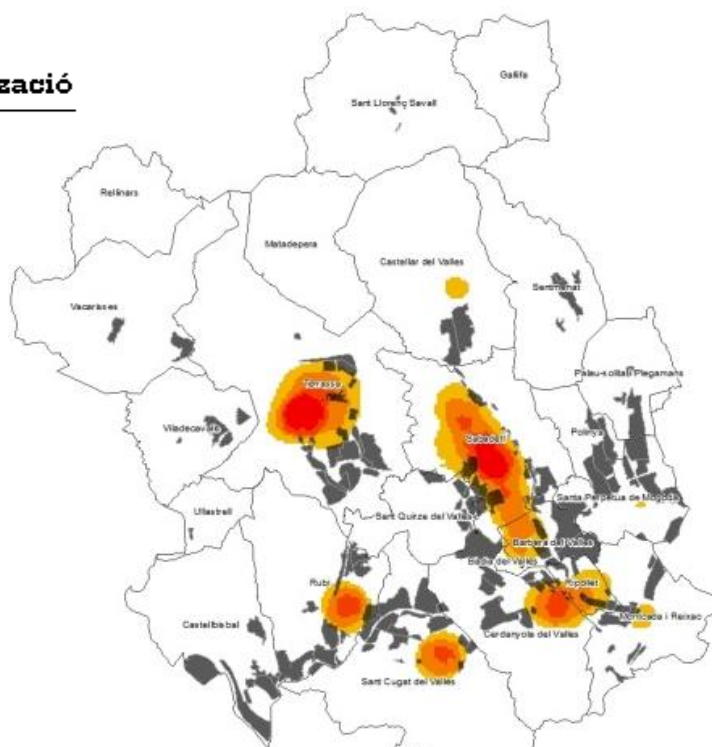
**La xifra de negoci s'ha reduït en 6 anys de manera considerable, un -12% a Catalunya.**

En la comparativa de l'estructura per subsectors de comerç al detall entre el Vallès Occidental i Catalunya, hi destaca que hi ha un major nombre d'empreses de comerç al detall no realitzat en establiment físic al Vallès Occidental (gairebé un 5% més de les empreses).

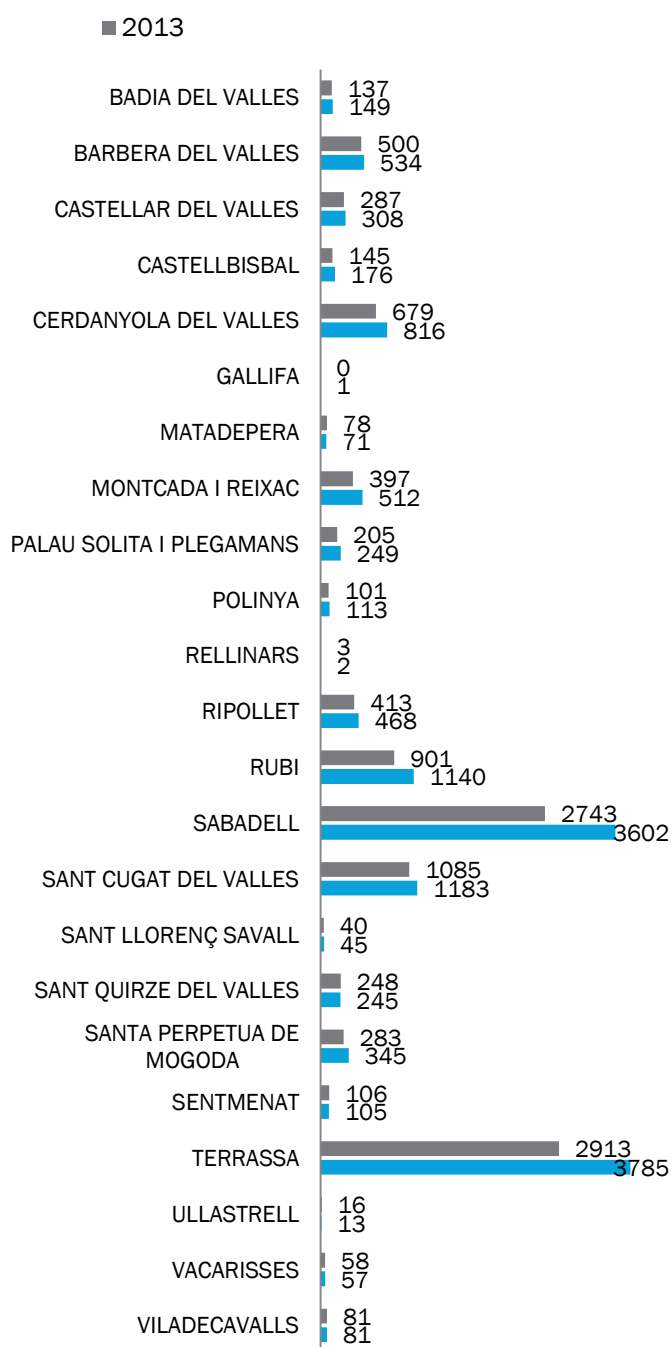
Tres de cada cinc empreses del sector a la comarca, eren autònoms. Sabadell és el municipi amb una especialització econòmica més gran: un 20% del total de les activitats econòmiques, després de Badia del Vallès (38%). Els municipis de Sabadell i Terrassa, van concentrar el 67% de les baixes empresarials en el període 2008-2013. Només municipis com Matadepera o Sant Quirze del Vallès entre d'altres van tenir augments poc significatius.

En el mapa de localització es poden comprovar les zones on el comerç al detall es localitza amb més intensitat (vermell) i fins al groc on s'assenyalen les concentracions comercials de rellevància. En aquest cas Terrassa presenta una estructura comercial molt més concèntrica, amb només un centre mentre que a Sabadell a part del centre de la ciutat també hi presenten una forta concentració els nuclis de Ca n'Oriac o la Creu de Barberà.

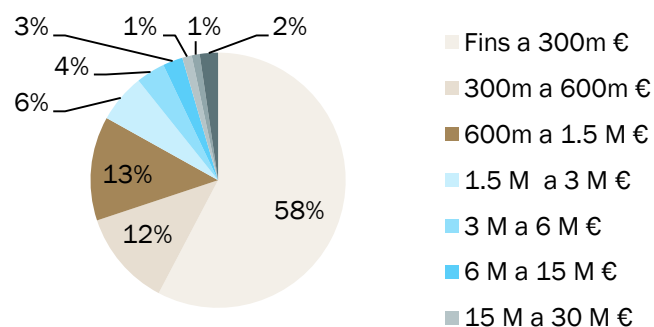
### Mapa de localització



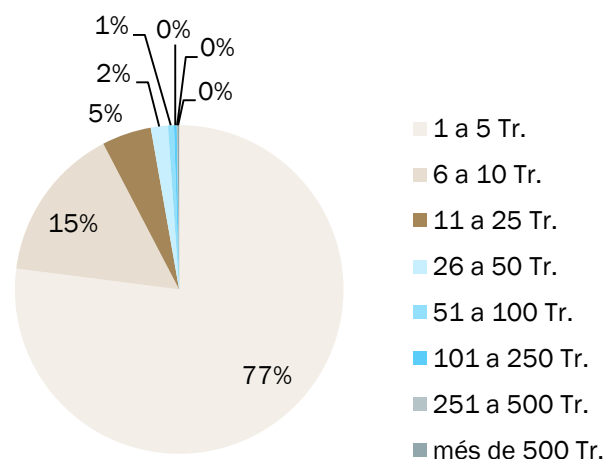
## Diferencia Empreses per Establiment Principal



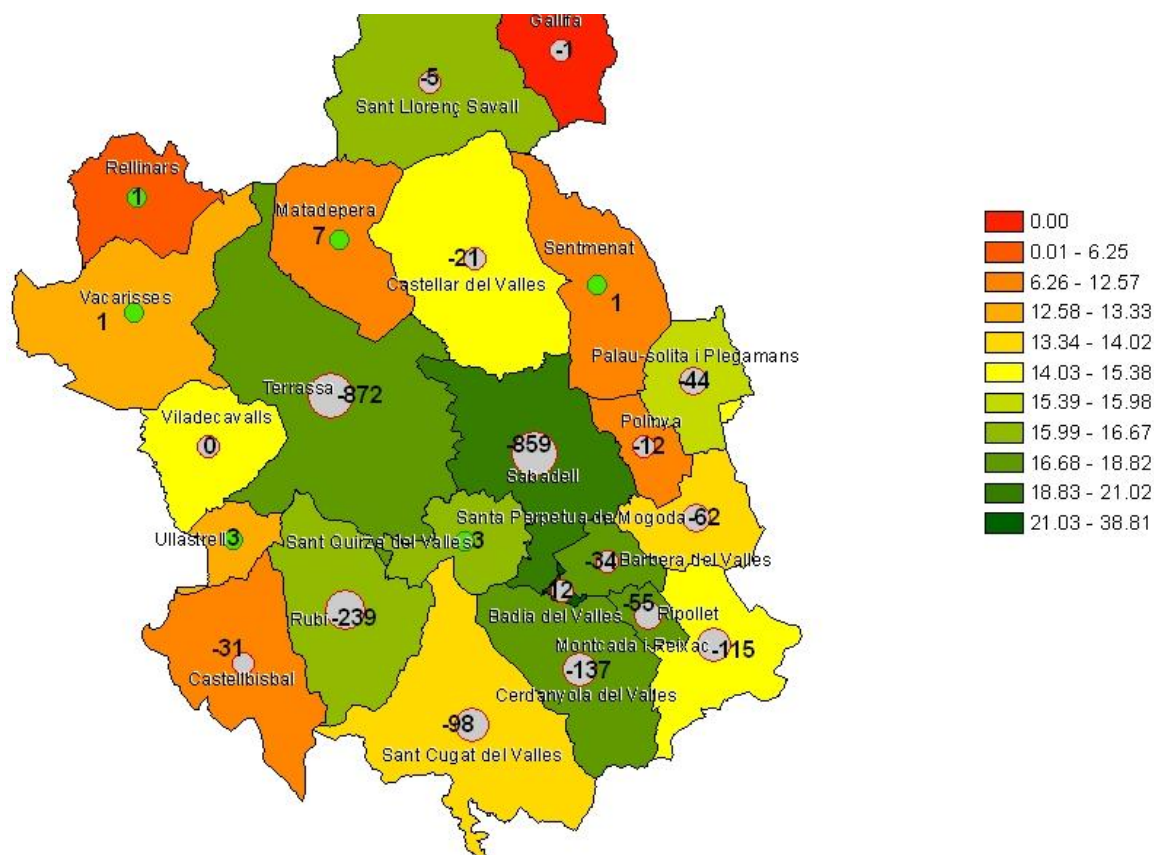
## Repartiment d'empreses per trams de facturació



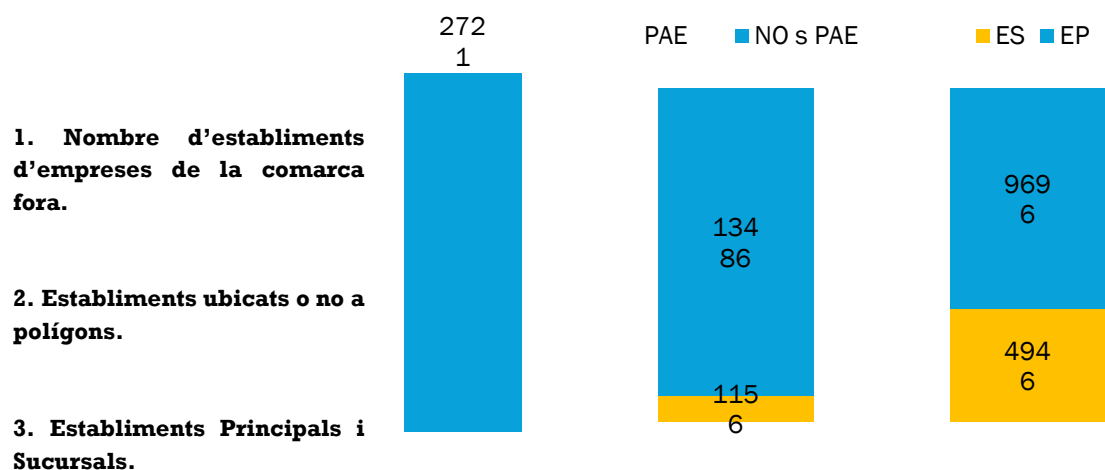
## Repartiment d'empreses per nombre de treballadors



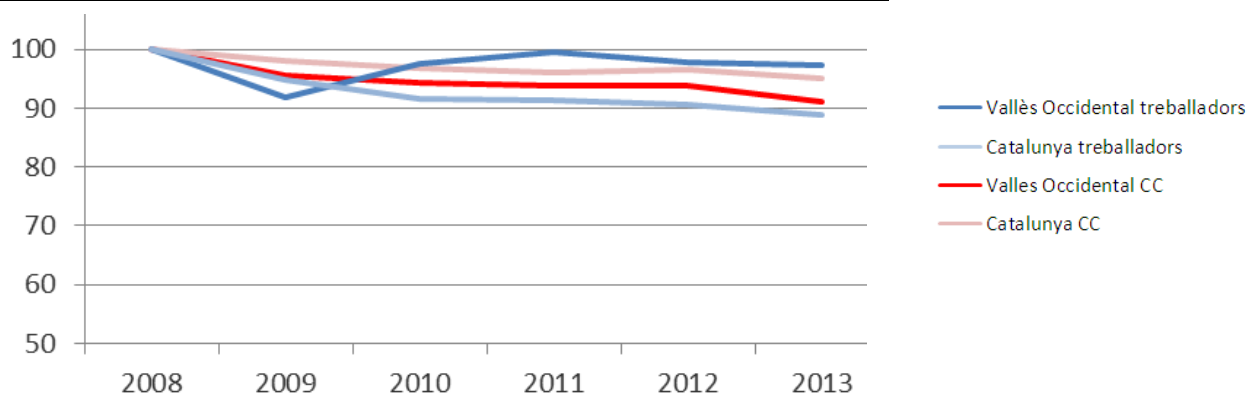
## Altes i baixes d'empreses i especialitzacions territorials



## Distribució de la localització



### Evolució afiliats i centres de cotització 2008-2013

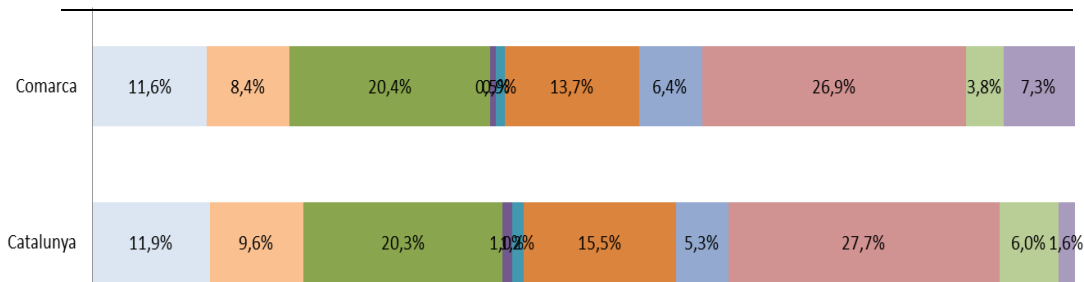


**17.7** anys l'antiguitat mitjana al VOCC al 2013

**39,58%** Empreses

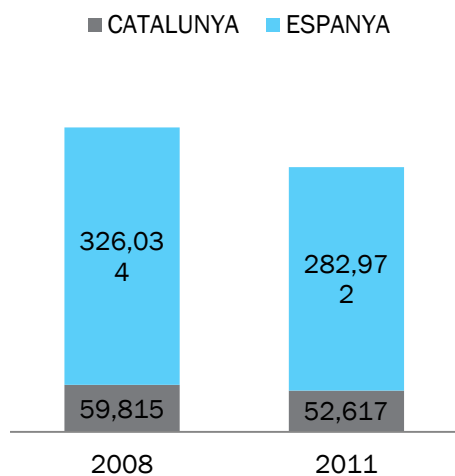
**60,42%** Autònoms

### Comparativa per subsectors d'activitat comerç al detall CNAE 2009



- 45 Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes
- 471C. detall en estab no especialit.
- 472C. detall de productes alimentaris, begudes i tabac
- 473C. detall de combustible per l'automoció
- 474C. detall d'equips per a les tecnologies de la informació
- 475C. detall d'altres articles d'ús domèstic
- 476C. detall d'articles culturals i recreatius
- 477C. detall d'altres articles en establiments especialitzats
- 478C. detall en parades de venda i mercats ambulants
- 479C. detall no realitzat ni en establiments,

### Xifra de negoci



La xifra de negoci va augmentar 2008-2011

**-13,2 %** a Espanya

**-12,03 %** a Catalunya

El pes de Catalunya respecte Espanya en xifra de negoci

**18.59 % 52.617 M€**

Del Vallès Occidental respecte Catalunya

**29,3% 15.435 M€**



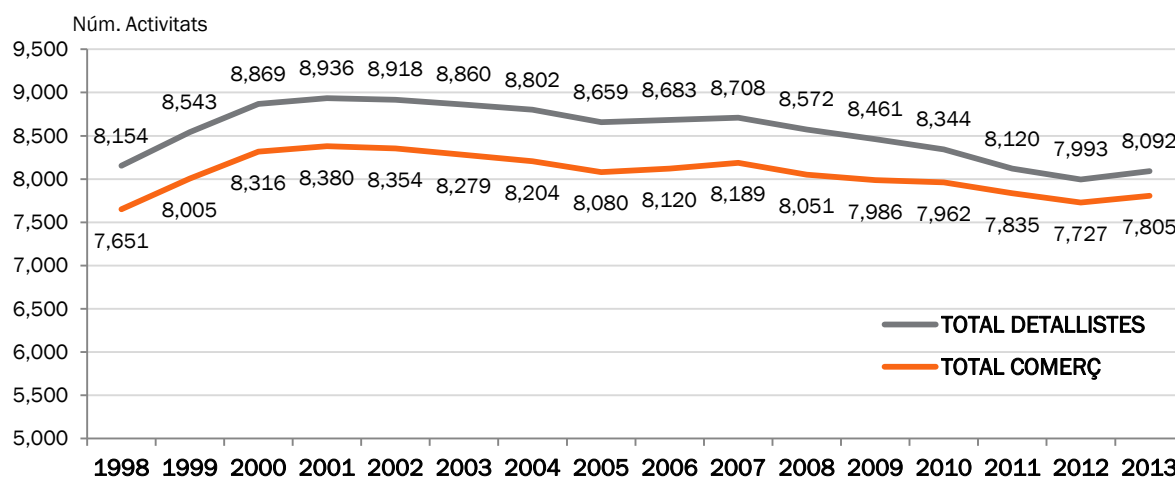
## 2.3 Evolució de les activitats detallistes

### Dotació comercial

L'anàlisi de la dotació comercial incorpora dos dimensions d'anàlisi: el nombre d'establiments de comerç al detall, que defineix com es cobreix el territori des d'un punt de vista de servei i proximitat al consumidor, i la superfície d'aquests establiments, que defineix l'abast-atractivitat dels comerços que s'hi localitzen<sup>2</sup>. El període d'anàlisi és de 1998 fins a l'actualitat, amb el que es pot veure l'evolució de les activitats detallistes en la nostra demarcació, i també en cadascun dels municipis.

En el Gràfic 1 s'observa la variació entre 1998 i 2013 (a 30/09/2013) de les activitats detallistes i de comerç al detall (amb establiment). S'observa un descens continuat del nombre d'activitats, des de gairebé 9.000 activitats a principis de segle fins a unes 8.000 a l'actualitat, excepte un període pla entre 2005-2007, i en 2013 sembla que hi haurà una certa recuperació. Aquest descens ha estat més gran en el total detallistes que en els comerços, intensificant aquest descens a partir de 2007<sup>3</sup>.

Gràfic 1. Evolució activitats detallistes a la demarcació

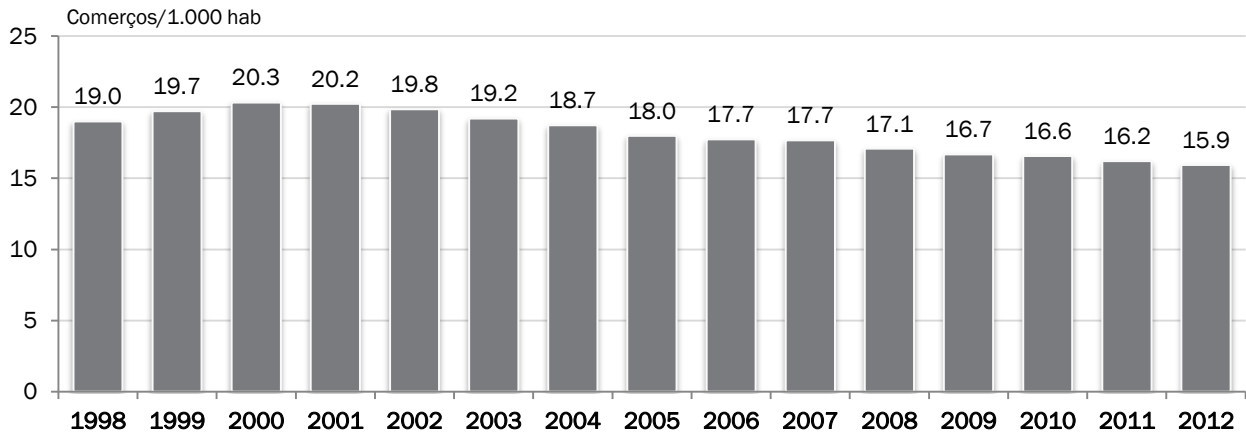


Pel que fa a l'evolució de la dotació comercial a la demarcació, si ens centrem en l'evolució de les activitats del grup COMERÇ, s'observa en el Gràfic 2 que aquesta ha disminuït lleugerament a la demarcació des de 2007.

<sup>2</sup> A major superfície de venda, major atractivitat dels establiments, i per tant, major àrea d'influència.

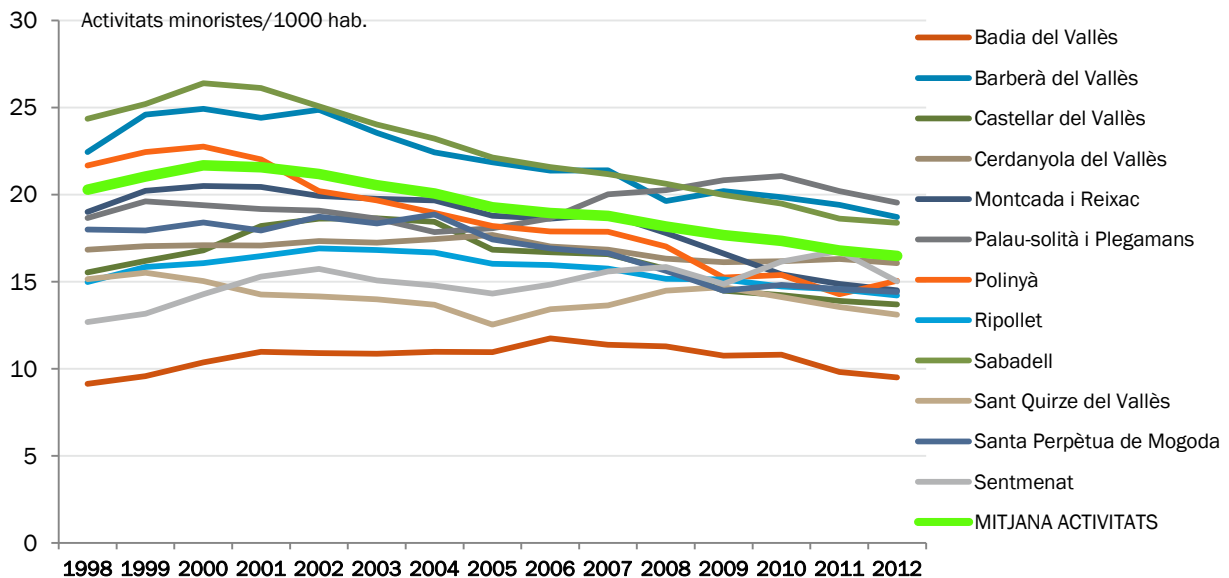
<sup>3</sup> La disminució d'activitats detallistes (grups 64,65 i 66) ha estat d'un -7.07% des de 2007, mentre que el de comerços ha estat del -4.69% en el mateix període.

Gràfic 2. Dotació comercial a la demarcació: COMERCOS/1000 habitants



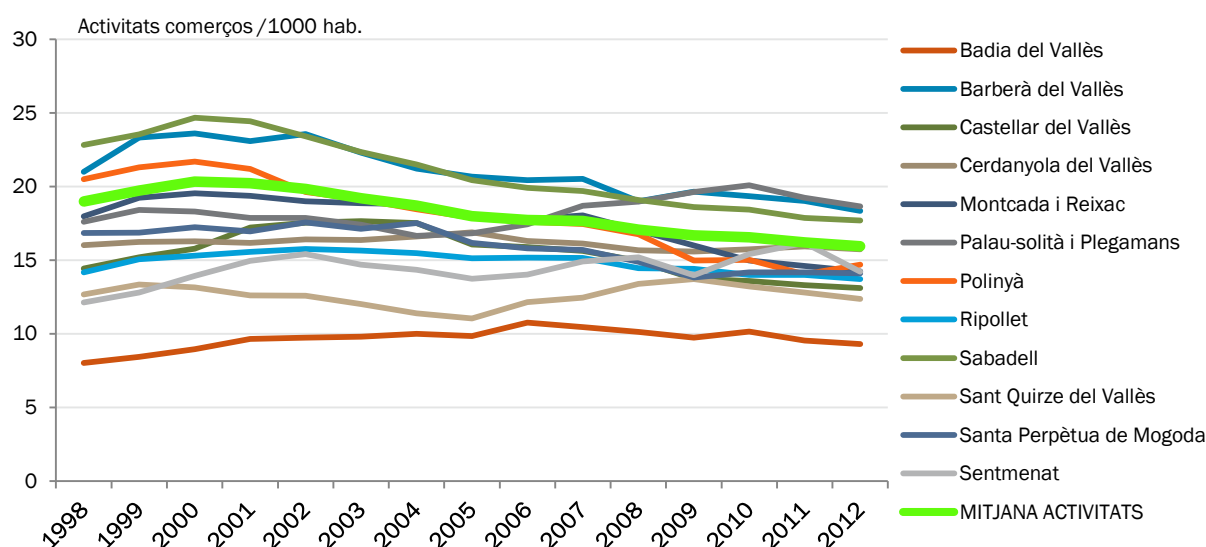
Aquesta variació s'ha distribuït de forma molt diferent entre els municipis de la demarcació, com es pot comprovar en el Gràfic 3 i el Gràfic 4. Sabadell, degut al seu pes econòmic i demogràfic, segueix la tendència de la mitjana de la demarcació, amb una dotació per habitant superior a la mitjana, reafirmant el seu paper de centre comercial al servei de tota la demarcació. El mateix succeeix amb Barberà del Vallès<sup>4</sup>. Hi ha una població que augmenta força la dotació comercial en el període d'anàlisi, Palau-solità i Plegamans, fins a situar-se per sobre de la mitjana de Sabadell i semblant a la de Barberà en quant a la dotació d'activitats de comerç.

Gràfic 3. Evolució activitats detallistes/1000 habitants i municipi.



<sup>4</sup> Cal recordar que el Baricentro està localitzat en el terme municipal de la ciutat.

Gràfic 4. Evolució activitats comerços/1000 habitants i municipi



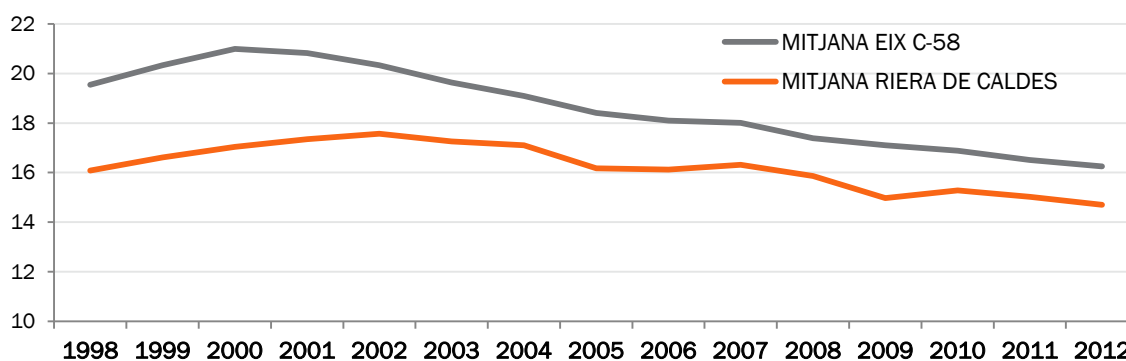
### Els dos eixos de la demarcació: l'eix de la C-58 i la Riera de Caldes

A la demarcació es conformen dos eixos de comunicació principals, en certa manera paral·lels: l'Eix de la C-58 i l'eix de la Riera de Caldes, i que condicionen els desplaçaments entre les poblacions d'aquests dos eixos, afavorint-ne els longitudinals al llarg del Ripoll i de la Riera de Caldes, enfront els transversals, en general força saturats.

L'única excepció seria Castellar del Vallès, molt directament unit a Sabadell, tot i tenir una bona facilitat de comunicació també amb l'eix de la Riera de Caldes. En aquest cas, s'ha considerat millor alinear-lo amb la Riera de Caldes, en consideració de població "interior", no directament comunicada amb la C-58 com passa amb la resta de poblacions de l'eix de la C-58.

Si comparem la dotació comercial mitjana entre els dos eixos (Gràfic 5), s'observa que la dotació comercial és inferior a la Riera de Caldes, coherent al ser una zona de menor població que la C-58, tot i que s'observa una tendència a convergir, segurament degut a una major permeabilitat en la mobilitat entre les diferents poblacions de la demarcació.

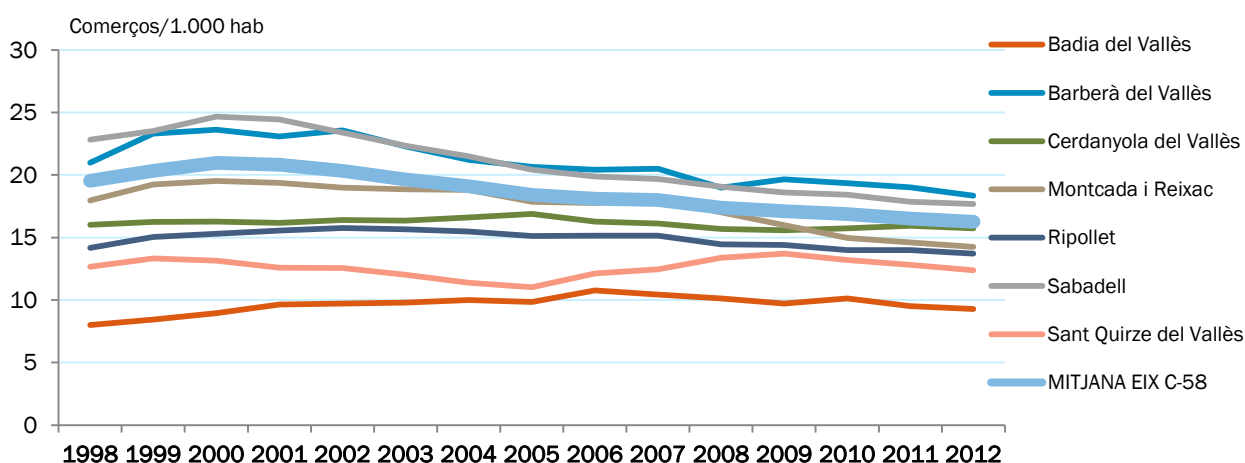
Gràfic 5. Mitjana dotació comercial C-58 i Riera de Caldes



### ***Evolució de la dotació de Comerços a les poblacions de l'eix de la C-58***

En aquest cas (Gràfic 6), destaca l'evolució de Badia del Vallès que té una especial estructura urbana amb una gran densitat de població, i que tot i augmentar entre 1998 i 2012, roman força per sota de la mitjana de l'eix. L'altre població amb una dotació comercial sensiblement per sota de la mitjana és Sant Quirze, que pot ser un indicador de l'impacte que té la presència del Centre Comercial a tocar del nucli urbà, i del nou eixample de la ciutat (Av. del Mas), que en cert moment frena la davallada de la dotació comercial (més deguda al creixement de la població resident que no pas a una disminució de les activitats), però els darrers anys, amb la crisi, no acaba de consolidar el nou eix comercial de l'àrea esmentada.

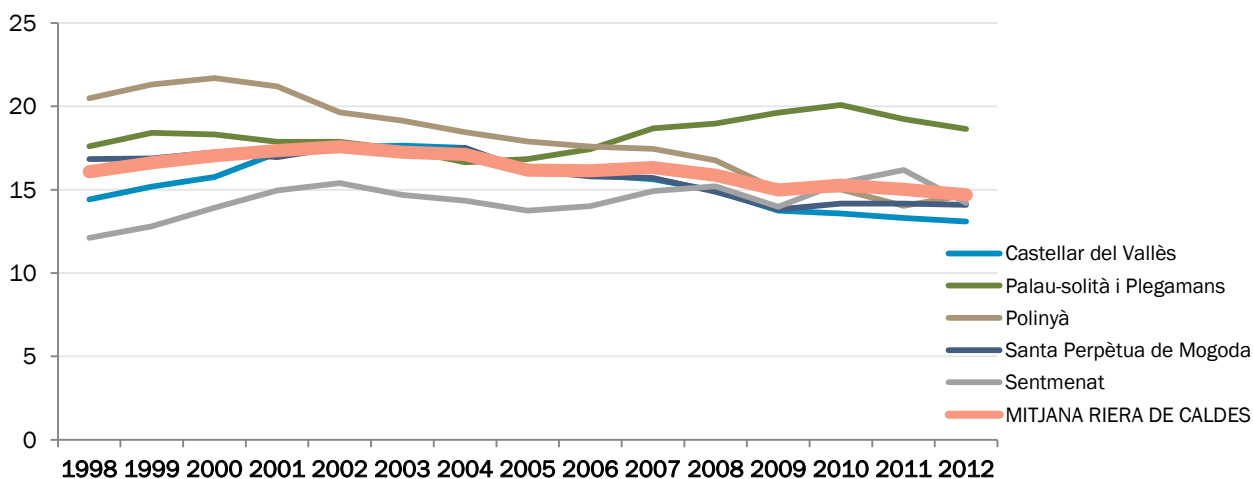
Gràfic 6. Dotació comerços a l'eix C-58



### ***Evolució de la dotació de Comerços a les poblacions de l'eix de la Riera de Caldes***

A l'eix de la Riera de Caldes (Gràfic 7) s'observa que hi ha una convergència entre la dotació comercial de les diferents poblacions, a excepció de Palau-solità i Plegamans, que d'alguna manera segueix una tendència semblant a la de Sentmenat (augment de la dotació).

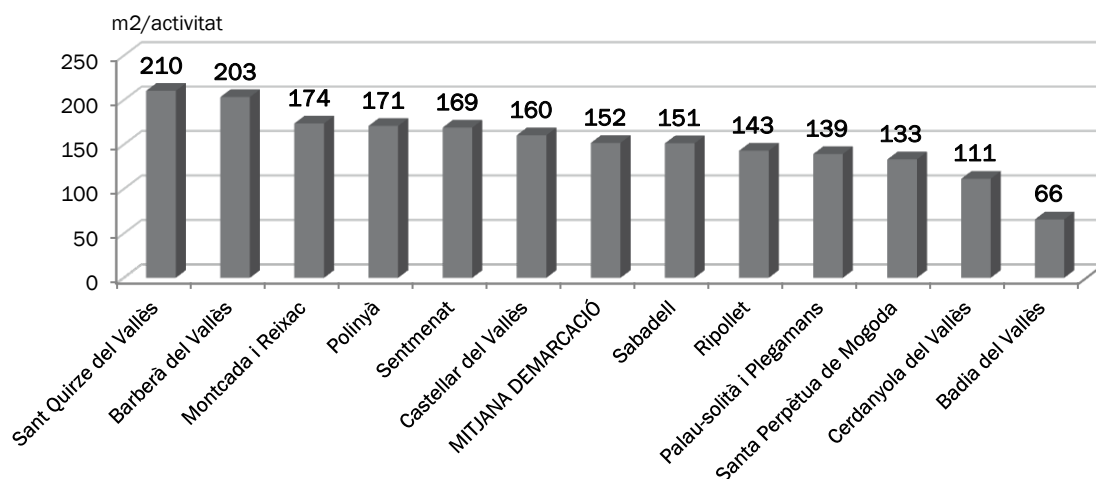
Gràfic 7. Evolució dotació Comerços eix Riera de Caldes



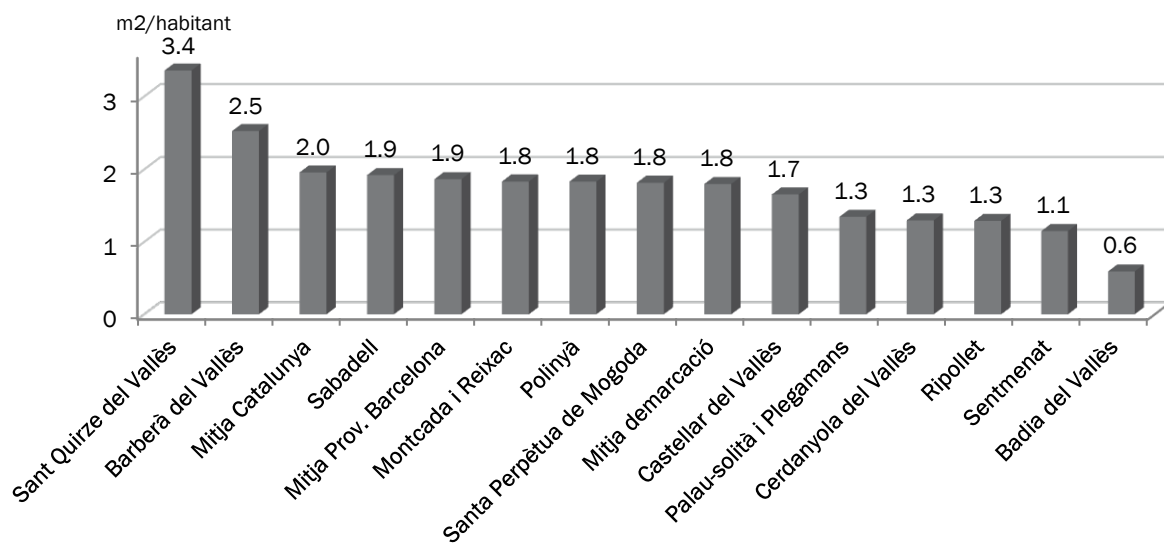
## Dotació de superfície comercial a la demarcació<sup>5</sup>

La dotació en superfície comercial a la demarcació s'observa al Gràfic 8 i al Gràfic 9. Sabadell presenta la major dotació de superfície comercial de la demarcació, en coherència amb la seva capitalitat i població resident. Per altra banda, al Gràfic 9 s'observa l'efecte que tenen els dos centres comercials de la demarcació, que fan que Barberà del Vallès, i, sobretot, Sant Quirze del Vallès, tinguin una dotació comercial molt per sobre de la resta, mentre que la dotació de Sabadell s'alinea amb la dotació mitjana de la província de Barcelona.

Gràfic 8. Dotació m2 superfície comercial per municipi a la demarcació



Gràfic 9. Dotació superfície comercial per habitant a la demarcació i mitjanes província Barcelona i Catalunya



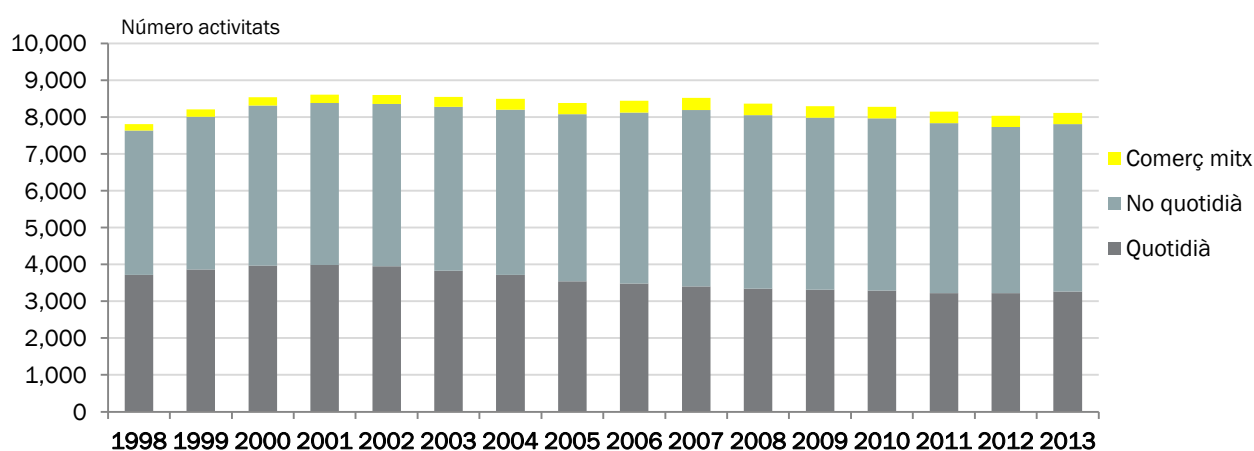
<sup>5</sup> S'ha considerat la superfície afecta a cada activitat comercial de la base de dades de la Cambra.

## Evolució del mix comercial 1998-2013

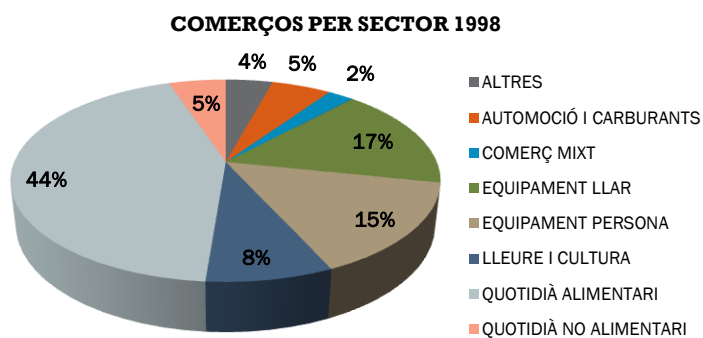
Tal i com es veu en el Gràfic 10, la importància relativa de les activitats de comerç quotidià ha anat disminuint els darrers anys, havent passat de suposar un 48'7% del total de les activitats en 1998 a un 41'8% del total en 2013.

En el Gràfic 12 i el Gràfic 11 s'observa amb més detall l'evolució del mix comercial de la demarcació entre 1998 i 2013, considerant la proporció de cada subsector<sup>6</sup>. Perd pes el Quotidià Alimentari (9 punts), i en guanyen la resta, excepte el subsector Equipament de la persona, que baixa lleugerament. Cal destacar que el comerç mixt dobla la seva proporció (passant d'un 2% a un 4%).

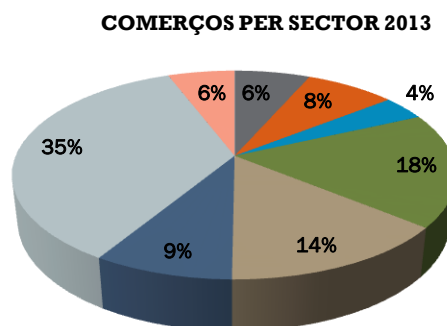
Gràfic 10. Evolució del mix comercial per grans sectors 1998-2013



Gràfic 11. %COMERÇOS per sector el 1998 a la demarcació

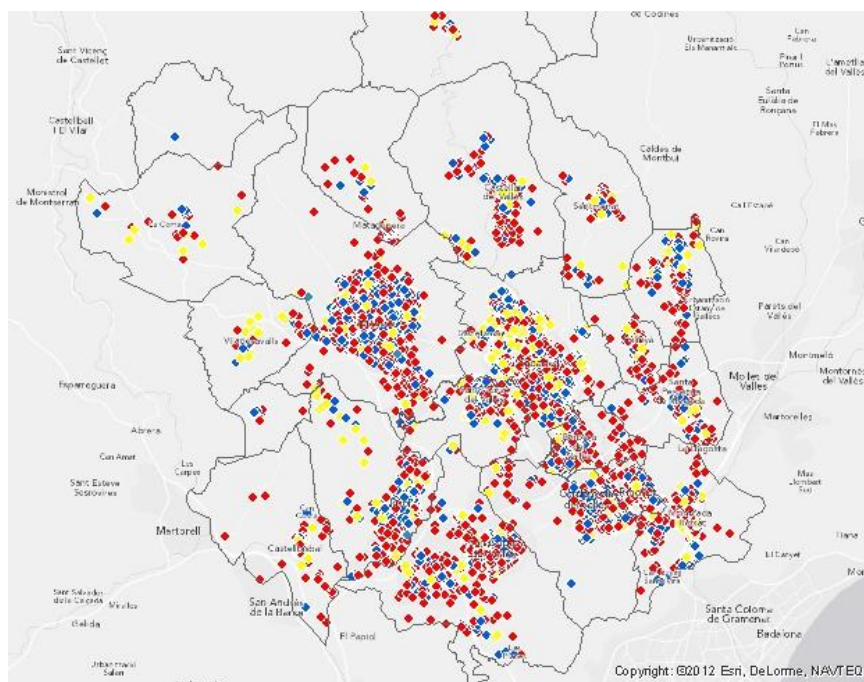


Gràfic 12. % COMERÇOS per sector el 2013 a la demarcació



<sup>6</sup> Veure 2. Activitats considerades, activitats que conformen el grup d'activitats COMERÇ

Gràfic 13. Situació geogràfica de les empreses de comerç quotidià (blau), no quotidià (vermell) i mixt (groc)



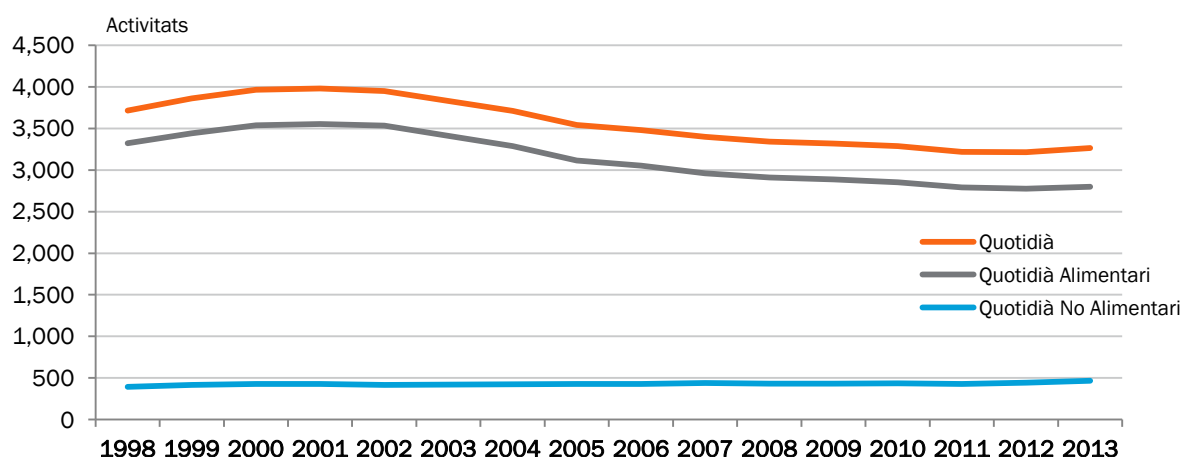
### 3. L'OFERTA COMERCIAL DE QUOTIDIÀ

#### 3.1 Evolució de l'oferta comercial de productes de consum quotidians a la demarcació

##### Dotació comercial de quotidià

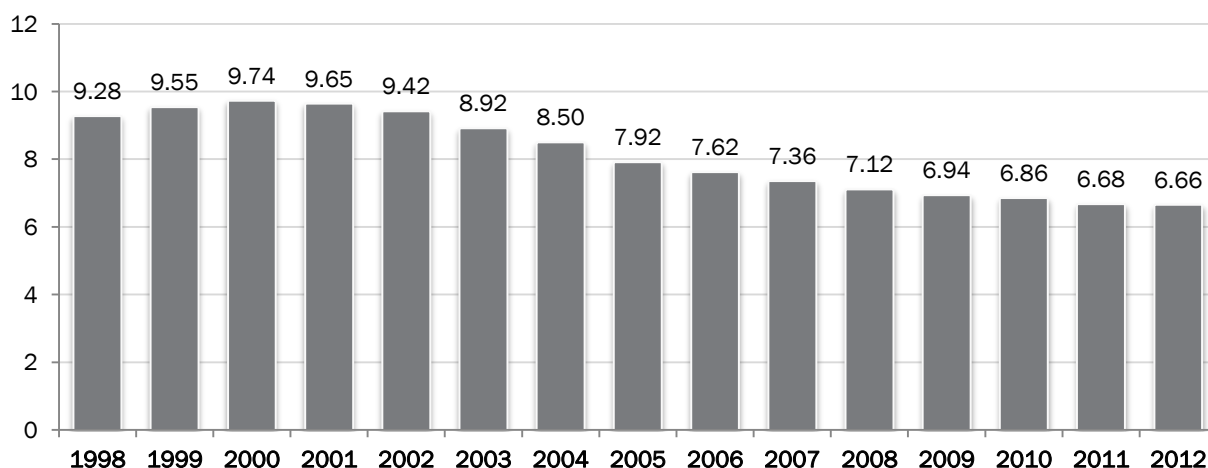
Com ja s'ha comentat en l'apartat "Evolució del mix comercial 1998-2013", el sector de comerç quotidià perd pes els darrers anys, amb una disminució absoluta del total activitats a la demarcació. Aquest descens es concentra en el subsector del Quotidià alimentari, mentre que el Quotidià no alimentari manté més o menys constant el número d'activitats els darrers anys, fins i tot augmentant una mica els darrers dos anys.

Gràfic 14. Evolució activitats de comerç quotidià a la demarcació



En quant a l'evolució de la dotació d'activitats de quotidià per 1.000 habitants a la demarcació, s'observa (Gràfic 15) que aquesta disminueix un 28% entre 1998 i 2012.

Gràfic 15. Evolució dotació comerços quotidià/1000 habitants a la demarcació



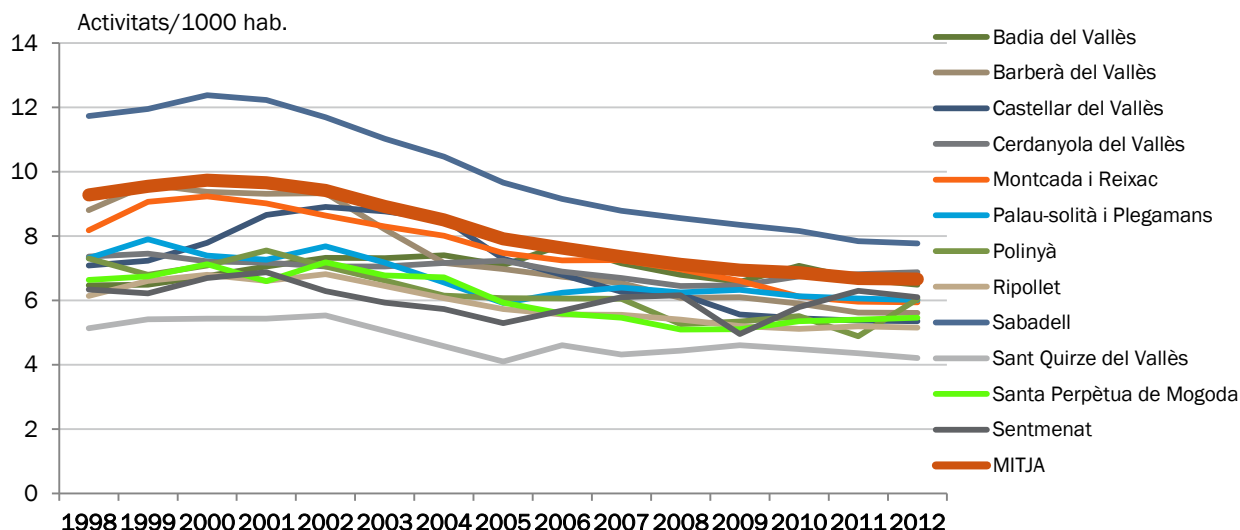
##### Els dos eixos de la demarcació: l'eix de la C-58 i la Riera de Caldes

La variació de la dotació en activitats de comerç quotidià ha estat diferent en els diferents municipis de la demarcació, com es veu al Gràfic 16, on destaca la dotació per sobre de la mitjana de Sabadell, i una dotació bastant inferior a la mitjana de Sant Quirze del Vallès. El cas de Sant

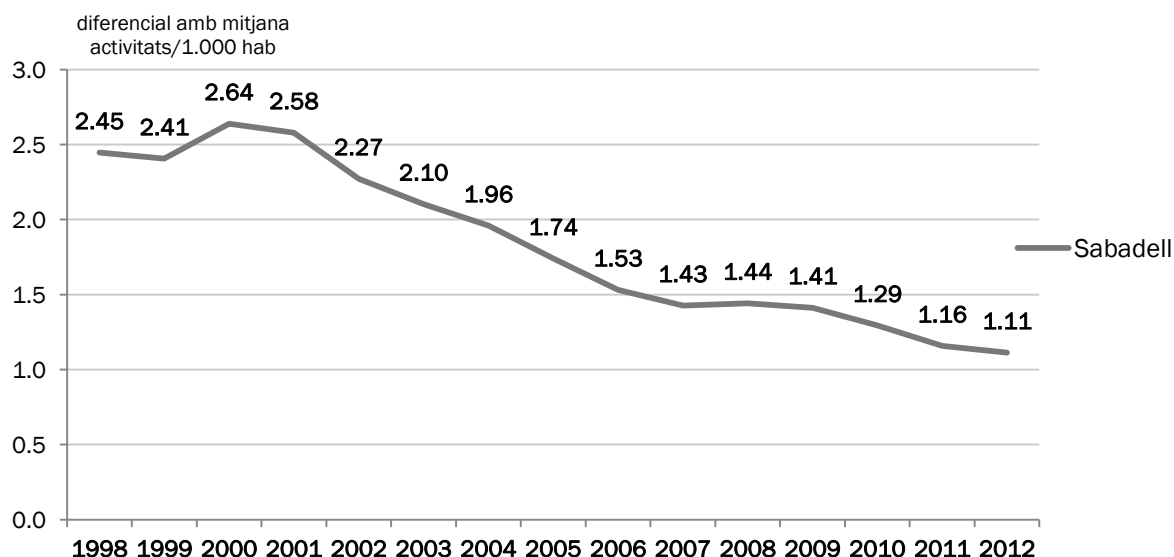


Quirze pot explicar-se per la proximitat al nucli urbà de l'hipermercat Alcampo, on fa funcions de comerç de proximitat. A Sabadell, aquesta major dotació es pot explicar per la extensió del seu entramat urbà i el ser destí laboral de part de la població de la resta de la demarcació, tot i que analitzant el Gràfic 17 s'observa una convergència vers la mitjana els darrers anys, el que es podria explicar per l'augment del número de supermercats mitjans i grans en els darrers anys a la demarcació i a la mateixa ciutat, passant d'estar unes 2'5 activitats per 1000 habitants per sobre de la mitjana a finals del segle passat, a estar 1'1 activitats per sobre.

Gràfic 16. Variació dotació comerç quotidià als municipis de la demarcació.



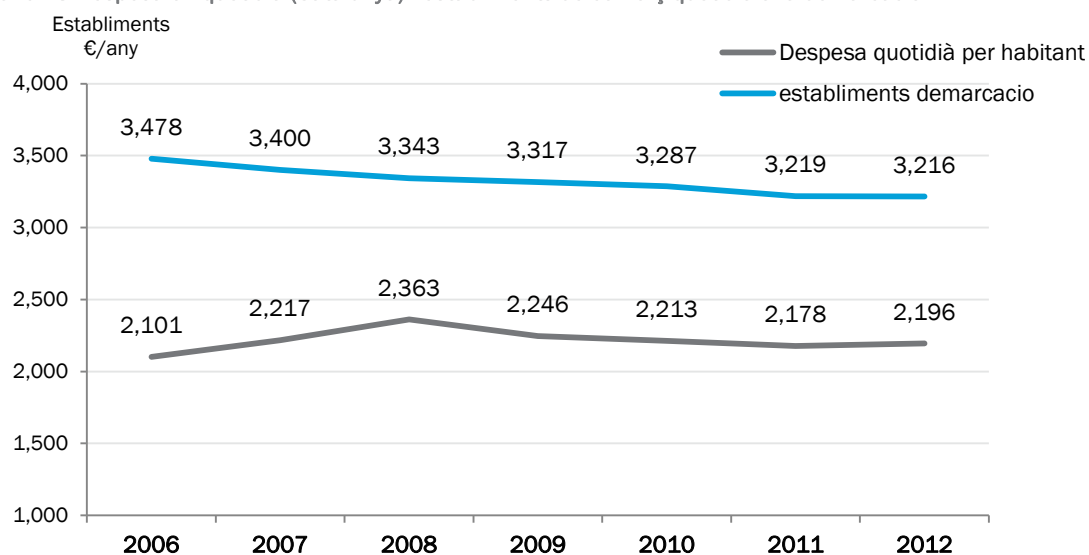
Gràfic 17. Diferencial dotació comerç quotidià a Sabadell i mitjana demarcació



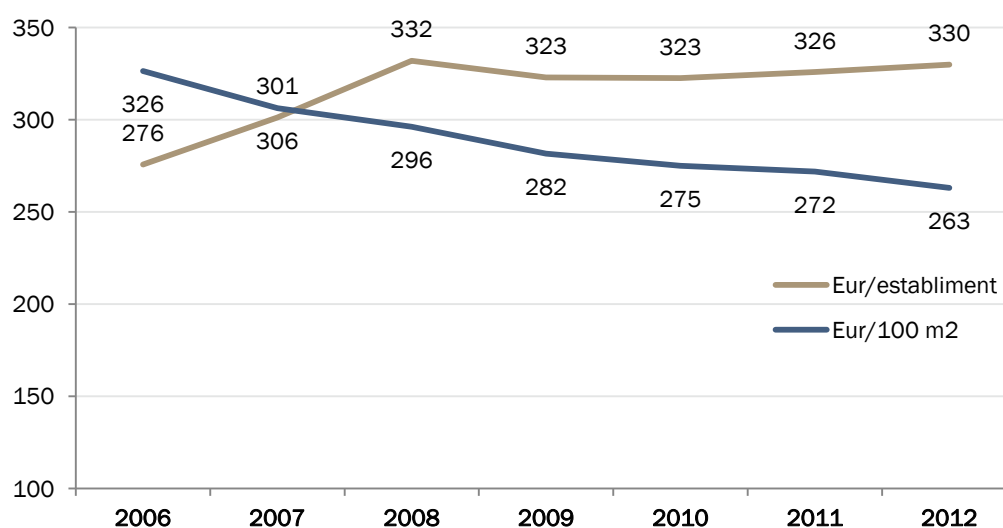
### 3.2 Mercat potencial i oferta comercial de productes de quotidià a la demarcació

El mercat potencial de productes de consum quotidià s'ha mantingut més o menys estable els darrers anys, és l'únic grup de despesa comercial que es manté. Tot i així, la tendència a la concentració de l'oferta, ja esmentada a l'anterior apartat, s'ha mantingut, alhora que la superfície comercial d'oferta del sector ha augmentat, com s'observa al Gràfic 18 i Gràfic 19.

Gràfic 18 Despesa en quotidià (Catalunya) i establiments de comerç quotidià a la demarcació..



Gràfic 19. Rendiment per establiment i per m2 del comerç quotidià a la demarcació





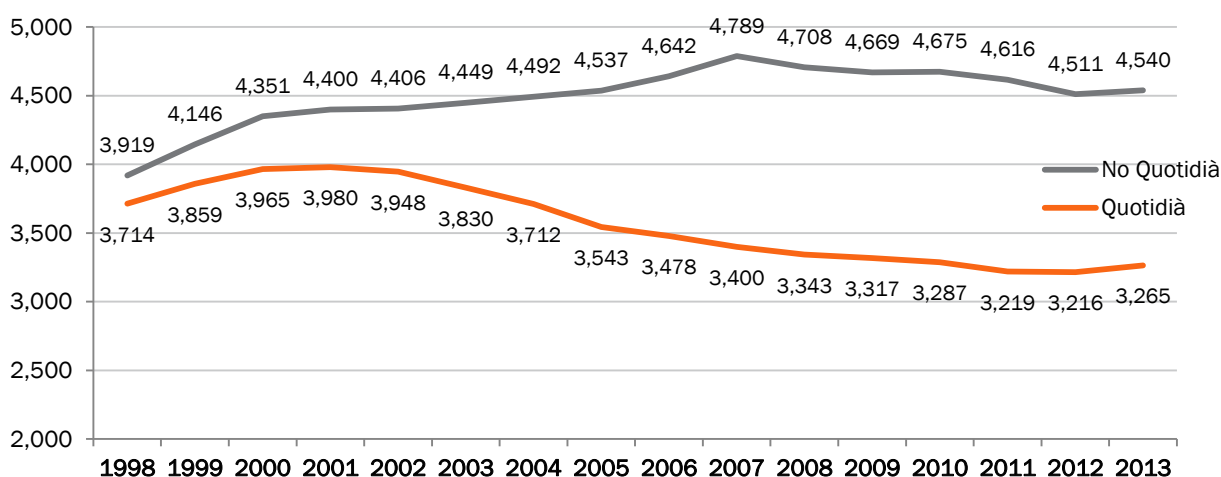
## 4. L'OFERTA COMERCIAL DE NO QUOTIDIÀ

### 4.1 Evolució de l'oferta comercial de productes de consum no quotidians a la demarcació

#### Dotació comercial de no quotidià<sup>7</sup>

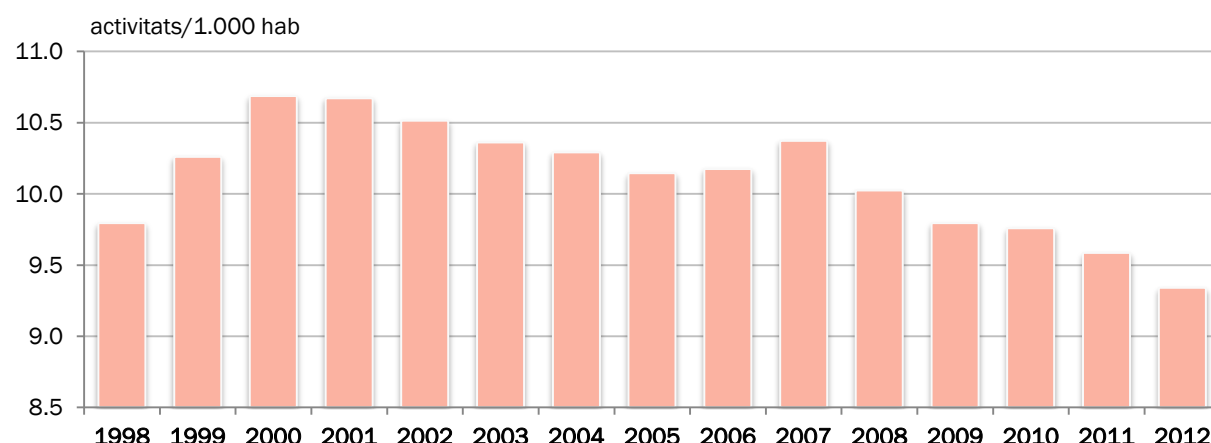
El nombre d'activitats de comerç al detall de productes no quotidians ha seguit dos fases ben clares, coincidents amb les fases del cicle econòmic del període d'anàlisi (Gràfic 21): una primera fase entre 1998 i 2007 en la que el número d'activitats augmenta, i una segona, coincidint amb la fase de crisi de l'economia, de davallada del nombre d'activitats, fins a situar-se, i sembla que estabilitzant-se, al mateix nivell d'activitats que en 2003. Per contra, com ja s'ha comentat en el capítol anterior, les activitats del sector de comerç quotidià, disminueixen en nombre des de principis del segle actual.

Gràfic 21. Evolució activitats comerç quotidià i no quotidià a la demarcació



La dotació d'activitats de comerç no quotidià per 1.000 habitants a la demarcació s'observa que aquesta es manté pràcticament constant, al voltant del 10 de mitjana.

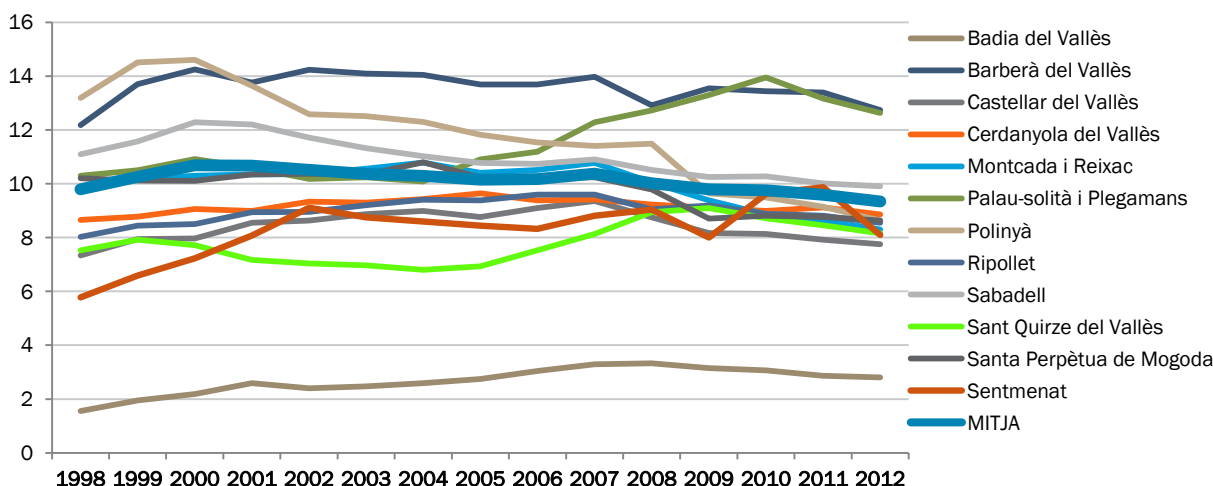
Gràfic 22. Evolució dotació comerços no quotidià/1000 habitants a la demarcació



<sup>7</sup> Veure apartat 0. Metodologia pel detall de les activitats considerades dins d'aquest subsector comercial.

Aquesta dotació comercial ha variat de forma diferent en les poblacions de la demarcació de la Cambra (Gràfic 23): hi ha quatre municipis que tenen una dotació superior a la mitjana (Barberà del Vallès, Sabadell, Polinyà i Palau-solità i Plegamans). El cas de Barberà s'explica per la presència del centre comercial Baricentro en el seu terme municipal, i que dona servei a tota la comarca i més enllà. Sabadell s'explica per la seva capitalitat comercial. El cas de Polinyà, pot ser degut a que es una població amb comunicacions deficientes amb els nuclis comercials centrals, i explicaria una major dotació de no quotidià, tot i que aquesta cau sensiblement a partir de la crisi i es "normalitza". El cas de Palau-solità i Plegamans, que fins el 2005 tenia una dotació alineada amb la mitjana, s'explicaria per l'expansió urbanística dels darrers anys a la població, amb un important augment de l'oferta de locals comercials.

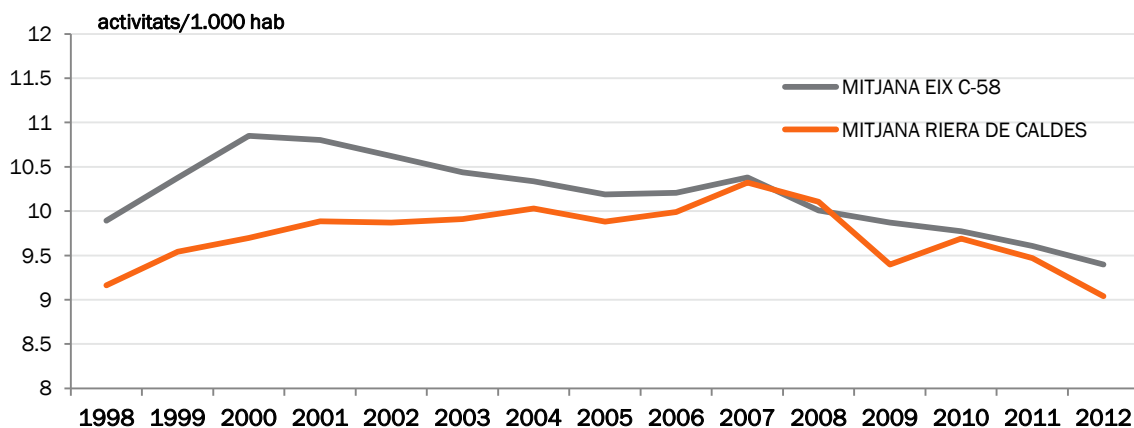
Gràfic 23. Variació dotació comerç no quotidià als municipis de la demarcació



### Els dos eixos de la demarcació: l'eix de la C-58 i la Riera de Caldes

Si comparem la dotació comercial mitjana entre els dos eixos (Gràfic 5), s'observa que la dotació comercial és inferior a la Riera de Caldes, tot i que els darrers anys han convergit força els dos eixos en quant a dotació de l'oferta de no quotidià. El creixement de les poblacions de la Riera de Caldes pot haver contribuït a dotar de massa crítica suficient a les empreses del sector en aquestes poblacions.

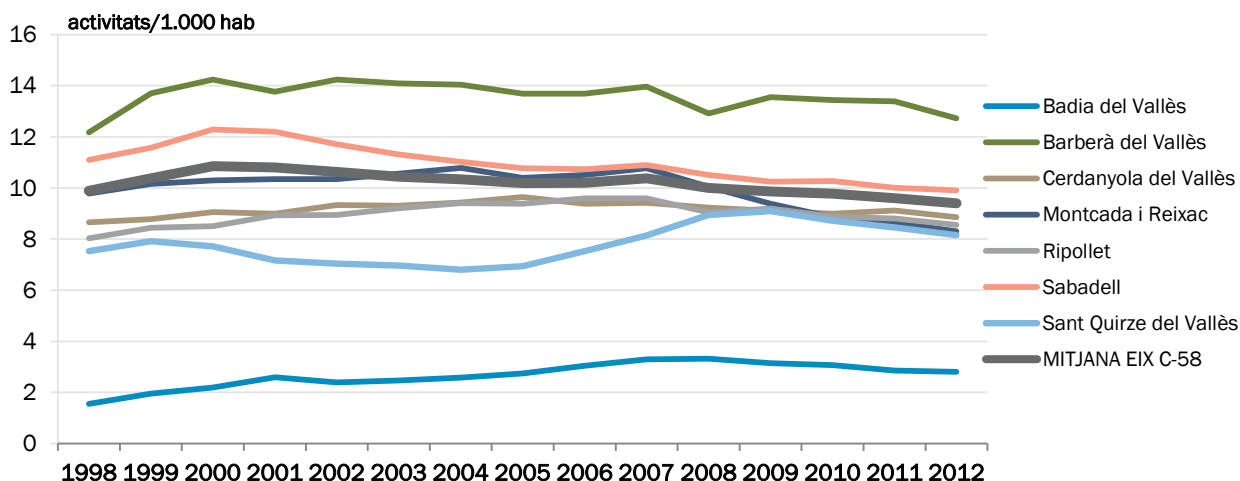
Gràfic 24. Mitjana dotació no quotidià C-58 i Riera de Caldes



### ***Evolució de la dotació de no quotidià a les poblacions de l'eix de la C-58***

En aquest cas (Gràfic 6), s'observa que les dos poblacions que més separades de la mitjana de l'eix són Barberà del Vallès i Badia del Vallès. La resta tenen una dotació, sobretot a partir de la crisi, molt semblant a la de la mitjana de l'eix. En el cas de Barberà del Vallès la major dotació es deu a la localització en el seu terme municipal del centre comercial Baricentro. La molt baixa dotació de Badia del Vallès es deu a raons d'estructura urbanística de la pròpia ciutat, així com a la proximitat d'altres nuclis comercials molt més potents.

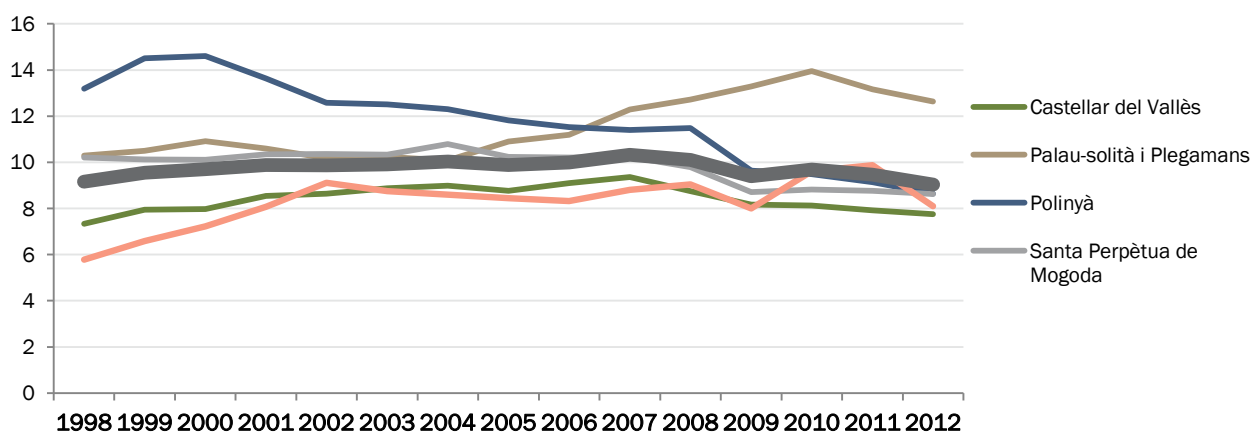
Gràfic 25. Dotació de comerç no quotidià a l'eix C-58



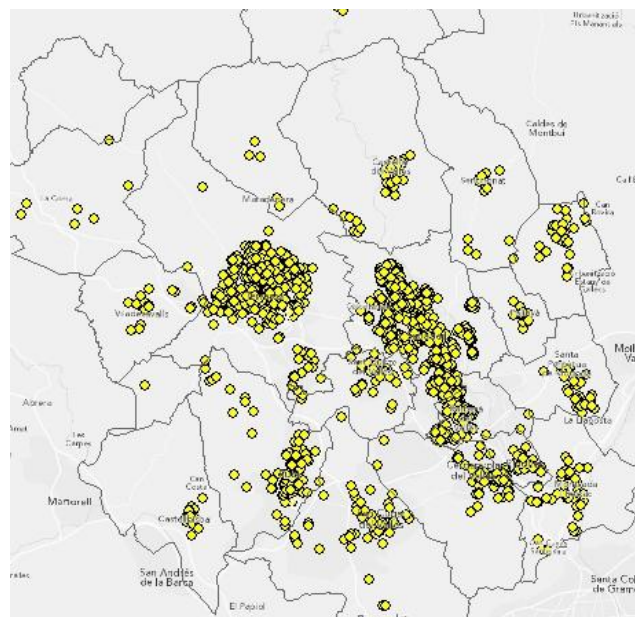
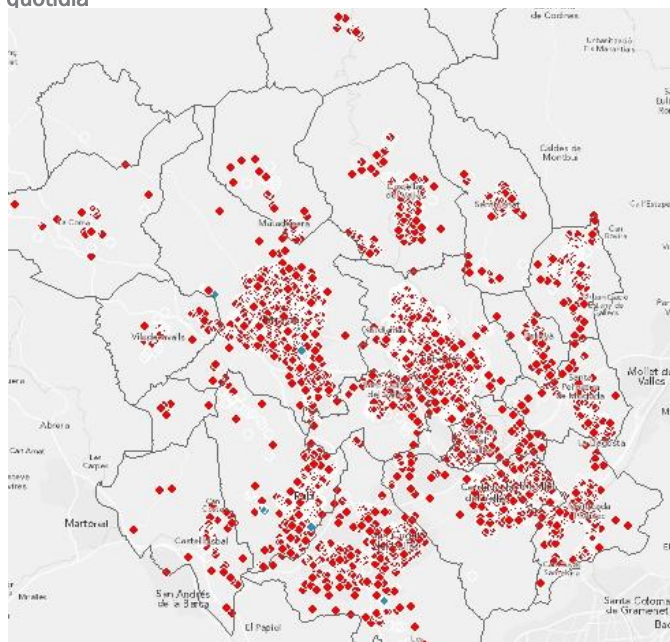
### ***Evolució de la dotació de no quotidià a les poblacions de l'eix de la Riera de Caldes***

A l'eix de la Riera de Caldes (Gràfic 7) s'observa que hi ha una convergència entre la dotació comercial de les diferents poblacions, a excepció de Palau-solità i Plegamans, que presenta un augment significatiu de la dotació de comerç no quotidià, presentant nivells similars als de Barberà del Vallès (al voltant de 12 activitats per 1.000 habitants, bastant superior a la resta de l'eix).

Gràfic 26. Dotació de comerç no quotidià a la riera de Caldes



Gràfic 27.Situació geogràfica de les empreses de comerç No Gràfic 28.Situació geogràfica de les empreses de comerç Mixte  
quotidià



## **5. IMPACTE DE LES NOVES IMPLANTACIONS**

A finals de 2012 s'ha començat a desenvolupar la part comercial del polígon de Sant Pau de Riu Sec de Sabadell, que quan estigui totalment desenvolupat suposaran 75.865 m2 de superfície de venda d'equipament llar. En el capítol 4 l'anàlisi del comerç no quotidià ha inclòs també el comerç mixt<sup>8</sup>, i ara es veurà com aquests nous desenvolupaments afecten als ratís fonamentals del comerç al detall de la demarcació. Aquesta anàlisi es focalitza en el sector d'equipament llar, que és el més afectat per aquests nous desenvolupaments. L'anàlisi el focalitzem en l'oferta del sector a la demarcació, extrapolant-hi les dades de despesa, per tal d'intentar avaluar el desequilibri de mercat induït.

A principis de 2014 s'ha aprovat el pla director del centre direccional de Cerdanyola – Parc de l'Alba, que preveu la implantació de 108.000 m2 de superfície comercial en format centre comercial.

Quin és l'impacte d'aquests nous desenvolupaments comercials, que suposarà augmentar l'oferta comercial en gran superfície peri-urbana en més de 180.000 m2 en menys de 10 km. de distància a la nostra demarcació?. En els següents apartats s'analitza amb detall l'impacte d'aquests dos nous centres comercials a la demarcació.

---

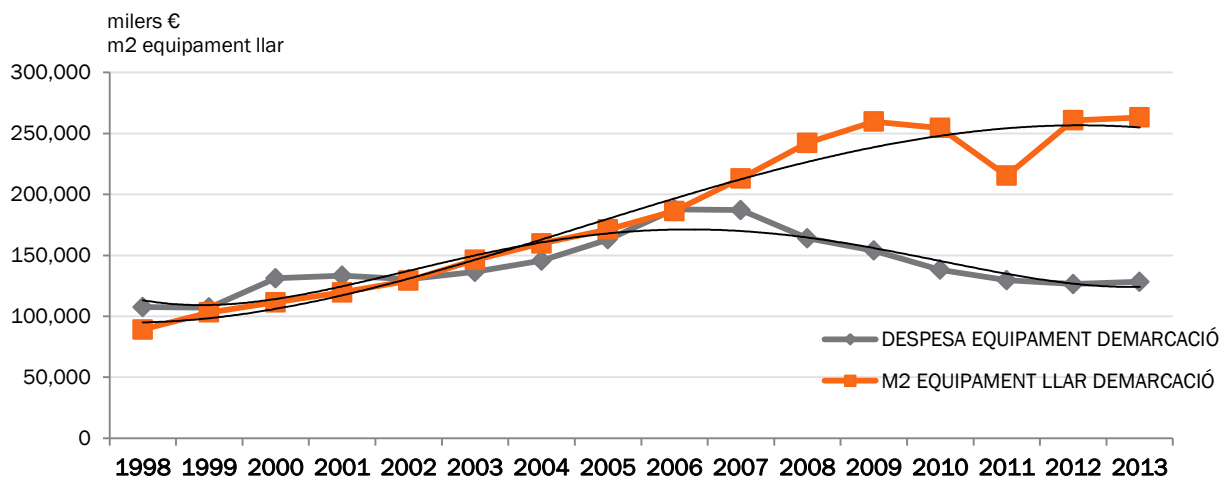
<sup>8</sup> Veure ANNEX 1 Classificació de les activitats comercials.



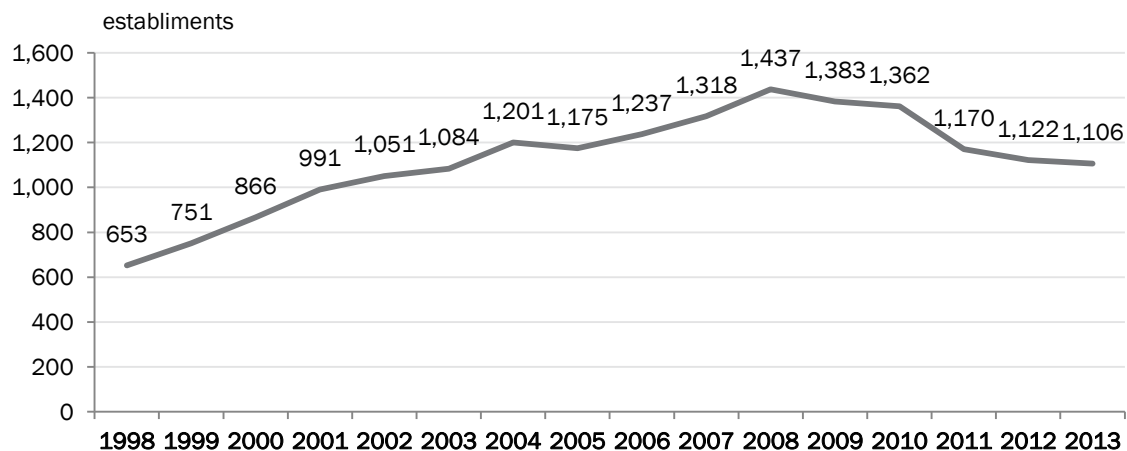
## 5.1 Mercat potencial i oferta comercial de productes d'equipament llar a la demarcació

En els Gràfic 29 a Gràfic 32 s'observa l'evolució del mercat de comerç al d'equipament llar a la demarcació. Des d'inicis de la crisi, en 2007, s'observa una davallada en la despesa d'equipament llar (Gràfic 29, línia gris), mentre que l'ajust de l'oferta presenta un endarreriment de 2 anys. En 2013 torna a augmentar la superfície comercial al incorporar-se els establiments de Sant Pau de Riu Sec.

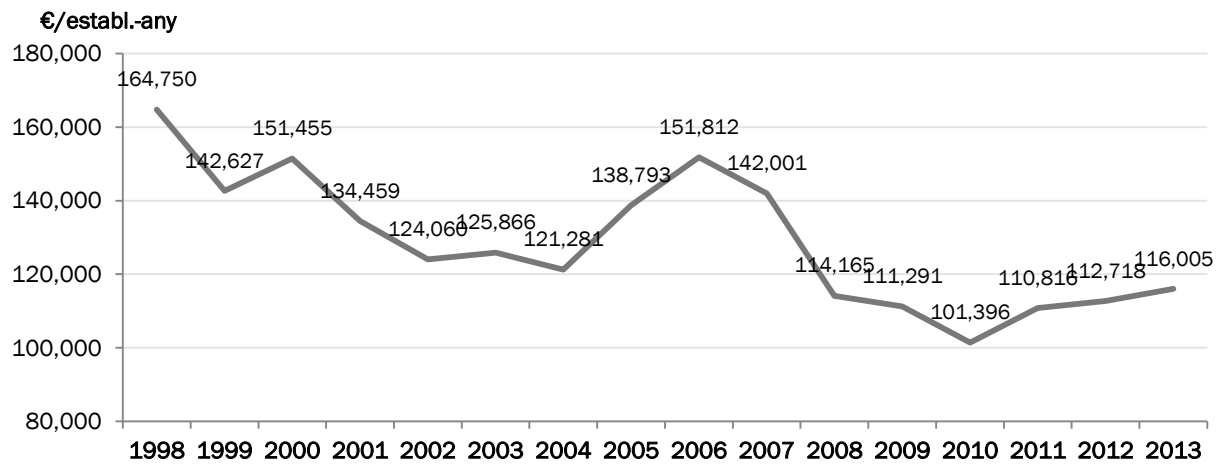
Gràfic 29. Evolució m2 equipament llar i mercat potencial equipament llar a la demarcació.



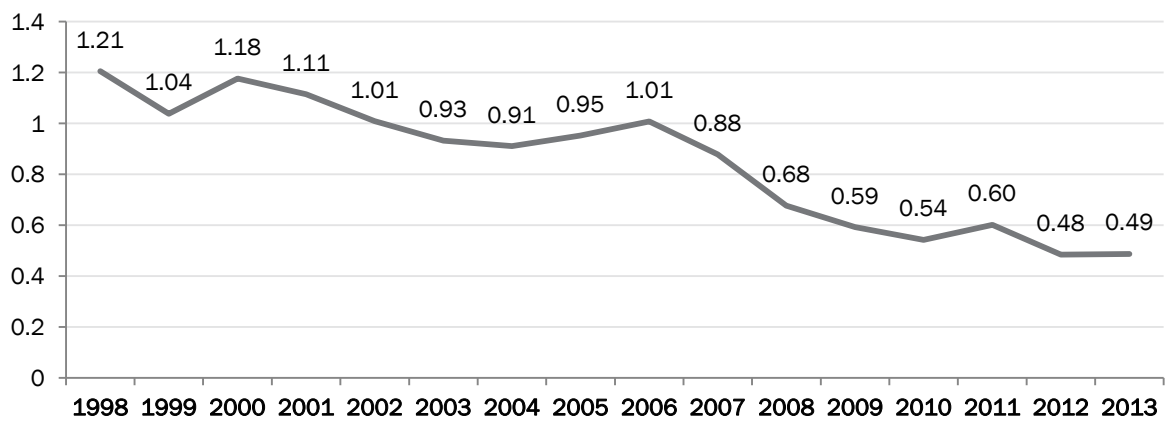
Gràfic 30. Establiments equipament llar a la demarcació



Gràfic 31. Quota potencial establiments equipament llar



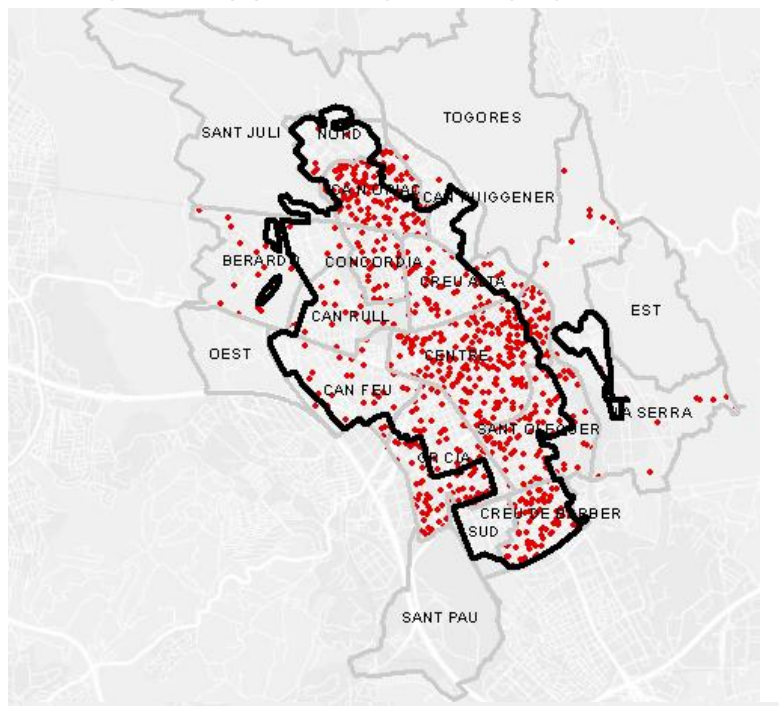
Gràfic 32. Rendiment m2 anual d'equipament llar



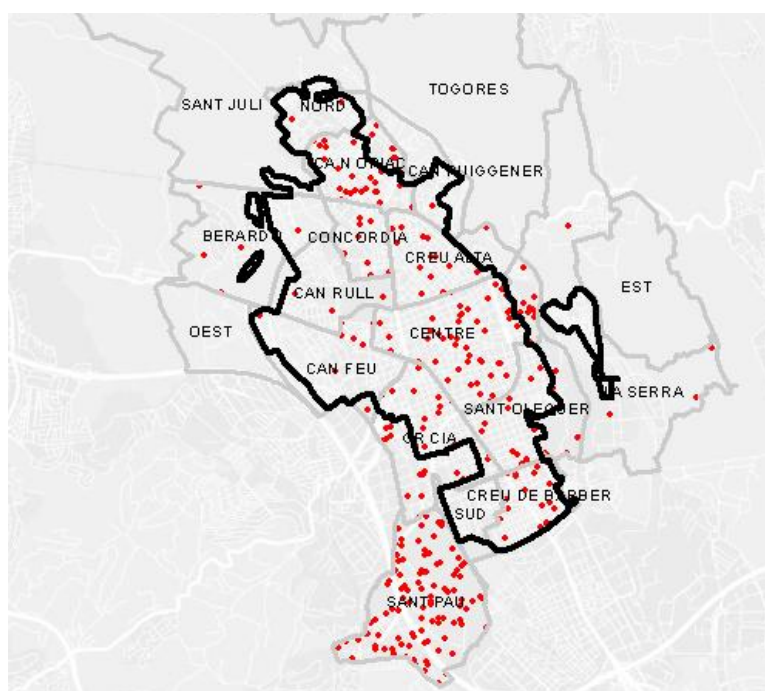
## 5.2 Impacte de noves grans implantacions comercials sobre l'oferta comercial pre-existent de productes d'equipament llar a la demarcació

Com pot afectar un nou desenvolupament en format gran superfície d'un sector concret, com és l'equipament llar, en l'oferta ja existent a la ciutat? Els mapes de densitat Gràfic 33 i Gràfic 34 representen la densitat d'oferta comercial d'equipament llar a la ciutat de Sabadell que hi ha a cadascun dels districtes. En el Gràfic 33, abans de la posada en marxa dels establiments de Sant Pau de Riu Sec, s'assigna un punt a 200 m2 d'oferta comercial del districte analitzat. Incorporant els 40.664 m2 de superfície de venda segons el planejament vigent a Sant Pau de Riu Sec, i assignant a cada 400 m2 d'oferta comercial llar un punt en el districte, es té el Gràfic 34

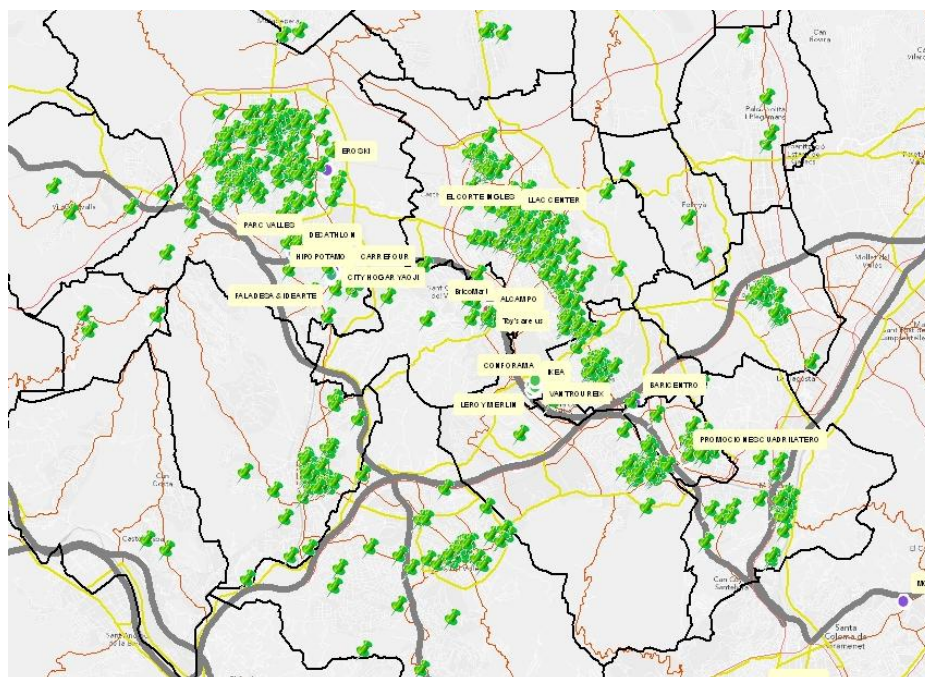
Gràfic 33. Densitat de superfície d'Equipament Llar (200 m2 un punt) abans de l'IKEA



Gràfic 34. Densitat de superfície d'equipament llar (400 m2 un punt) amb l'IKEA



Gràfic 36, Distribució Establiments amb epígraf 16532 Comerç al detall de productes tèxtils, confeccions per a la llar, catifes, i similars.

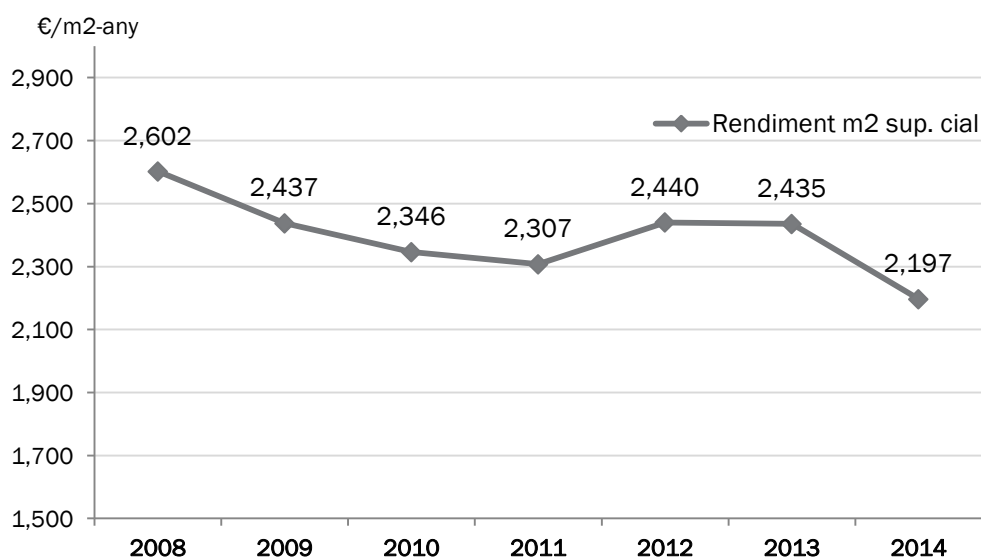


### 5.3 Impacte del desenvolupament comercial previst en el pla director del Centre Direccional de Cerdanyola sobre el comerç de la demarcació.

El pla director preveu un centre comercial amb un sostre comercial de 108.000 m<sup>2</sup>. Sense entrar en l'anàlisi de l'impacte per subsectors, que quedarà pendent de quin serà el mix comercial final que configuri l'oferta del futur centre comercial, aquesta superfície comercial ve a afegir-se a l'existent en la demarcació: de 993.432 m<sup>2</sup> de superfície comercial a la demarcació en 2013, es passaria a 1.101.432 m<sup>2</sup>, un augment del 10.9% de la superfície total. Això vol dir, que si s'extrapola la despesa comercial de 2012, suposaria una baixada d'un 9'97% del rendiment esperat de vendes del m<sup>2</sup> de superfície comercial, passant dels 2.440 €/m<sup>2</sup>-any a 2.197 €/m<sup>2</sup>-any.

A nivell de la pròpia ciutat de Cerdanyola, aquest desenvolupament suposa doblar la superfície d'oferta comercial de Cerdanyola del Vallès, passant de 103323 m<sup>2</sup> de superfície comercial total dels comerços oberts a la ciutat en 2013 a 211323 m<sup>2</sup>, un augment de més del doble (104.5%).

Gràfic 37. Rendiment esperat en vendes ( €/m<sup>2</sup>-any ) superfície comercial a la demarcació

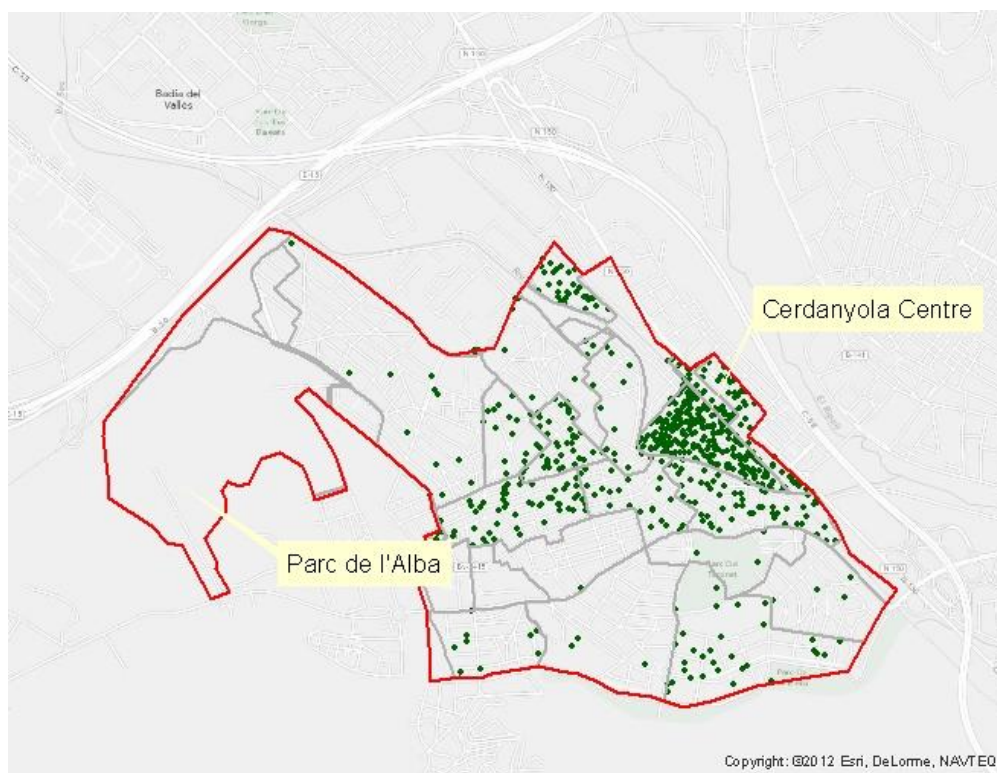


Aquest impacte vol dir que es distorsiona totalment la oferta comercial de la ciutat, com s'observa en els Gràfic 38 i Gràfic 39 <sup>9</sup>,

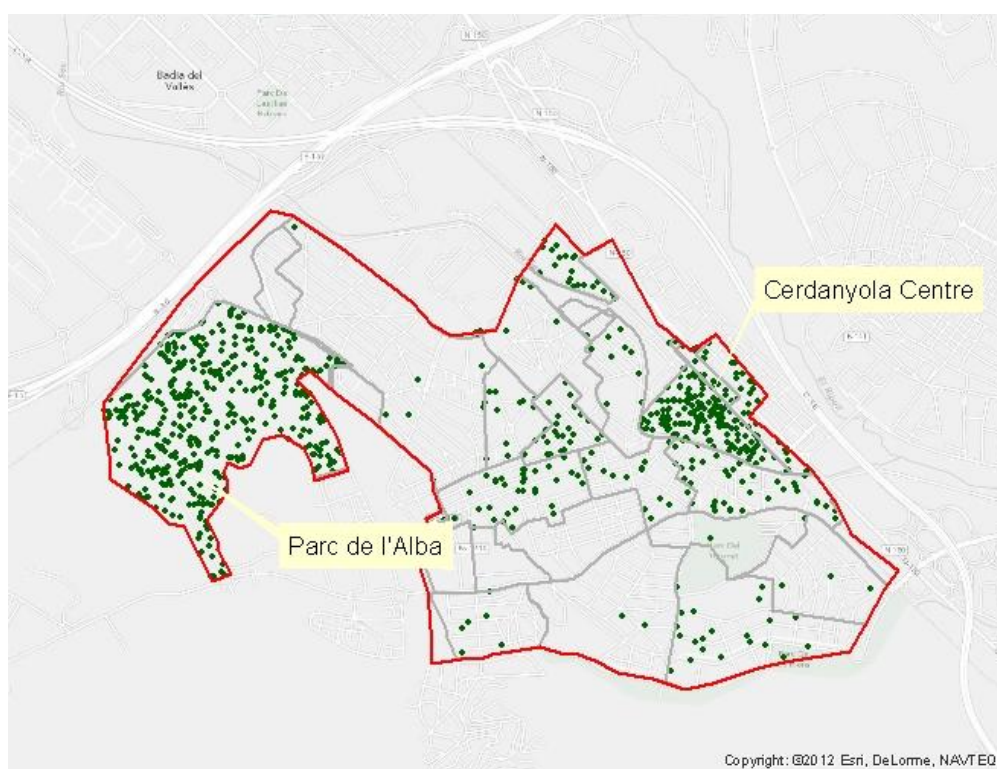
<sup>9</sup> Es representa la densitat de superfície comercial amb un punt cada 400m<sup>2</sup> de superfície comercial a la ciutat en el Gràfic 38 i un punt cada 300 m<sup>2</sup> de superfície comercial en el Gràfic 39.



Gràfic 38. Densitat superfície comercial Cerdanyola 2013



Gràfic 39. Densitat superfície comercial Cerdanyola 2013 + Parc de l'Alba



## 6. CONCLUSIONS.

### 6.1 Resum: principals tendències del sector

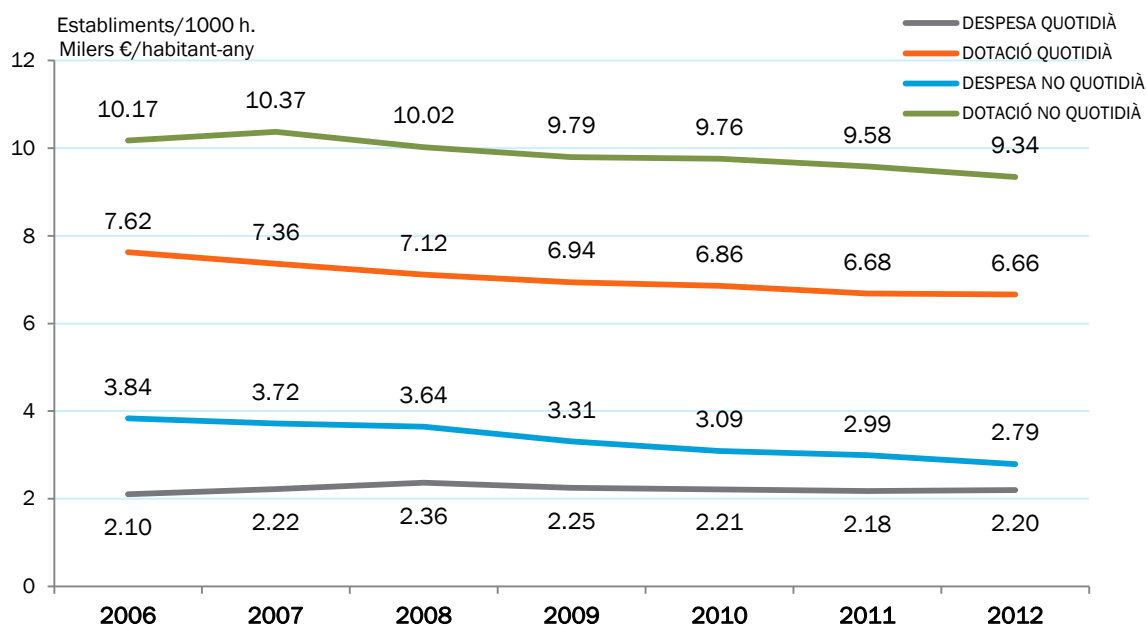
En els anteriors capítols s'ha analitzat l'evolució del sector del comerç al detall a la demarcació tant en el seu conjunt, com fent focus en els eixos territorials principals (C-58 i Riera de Caldes) i en els tres grans subsectors (quotidià, no quotidià i comerç mixt). Aquesta evolució segueix les tendències generals del món de l'empresa: augment de la concentració empresarial, amb una disminució del número d'empreses, que no del número d'activitats. Pel que fa a la resistència enfront la crisi econòmica (i de demanda comercial), s'observa que les activitats en establiment permanent han resistit força, al contrari que d'altres sectors (Capítol 2.3-Evolució de les activitats detallistes).

Al confrontar l'evolució de la dotació comercial i de la demanda potencial expressada en l'evolució de la despesa per càpita a la demarcació (prenent els valors de la mitjana per càpita a Catalunya<sup>10</sup>), s'observen tres fets rellevants:

1. En aquests anys la despesa de productes quotidians es manté, mentre que la dotació d'establiments disminueix.
2. La despesa de productes no quotidians baixa força (en 1000 €/habitant-any, un ), mentre que la disminució d'activitats de comerç no quotidià no baixa tant, la disminució és semblant a la que té el sector de productes quotidians.
3. La productivitat (rendiment) del m2 baixa. Si agafem com a exemple el comerç quotidià, el rendiment per m2<sup>11</sup> passa de 3'26 €/m2-any en 2006 a 2'63 €/m2-any en 2012.

Aquests resultats es veuen sintetitzats en els Gràfic 41 i Gràfic 40.

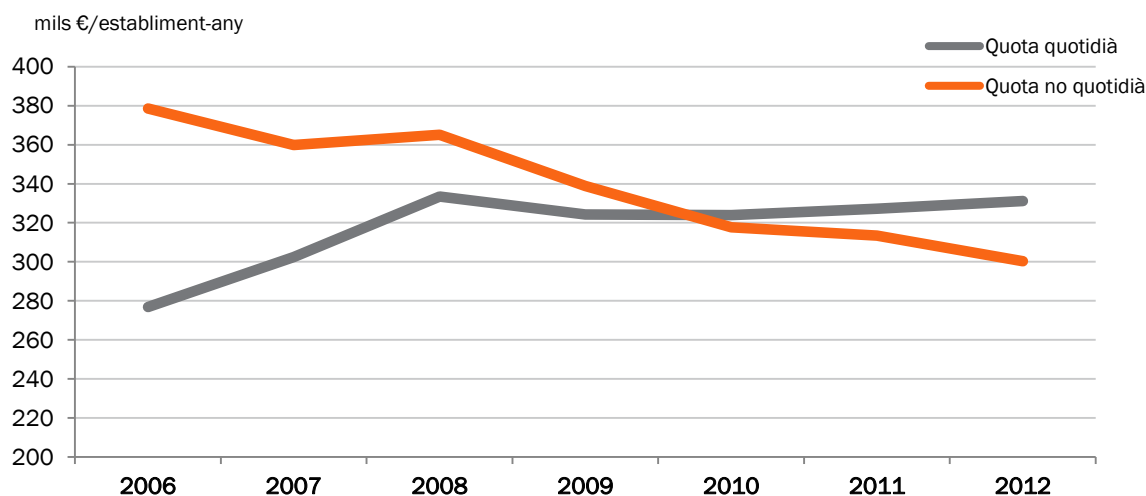
Gràfic 40. Evolució dotació comercial i despesa comercial



<sup>10</sup> [www.ine.es](http://www.ine.es) Enquesta de pressupostos familiars 2012. Despesa a Catalunya.

<sup>11</sup> Gràfic 19

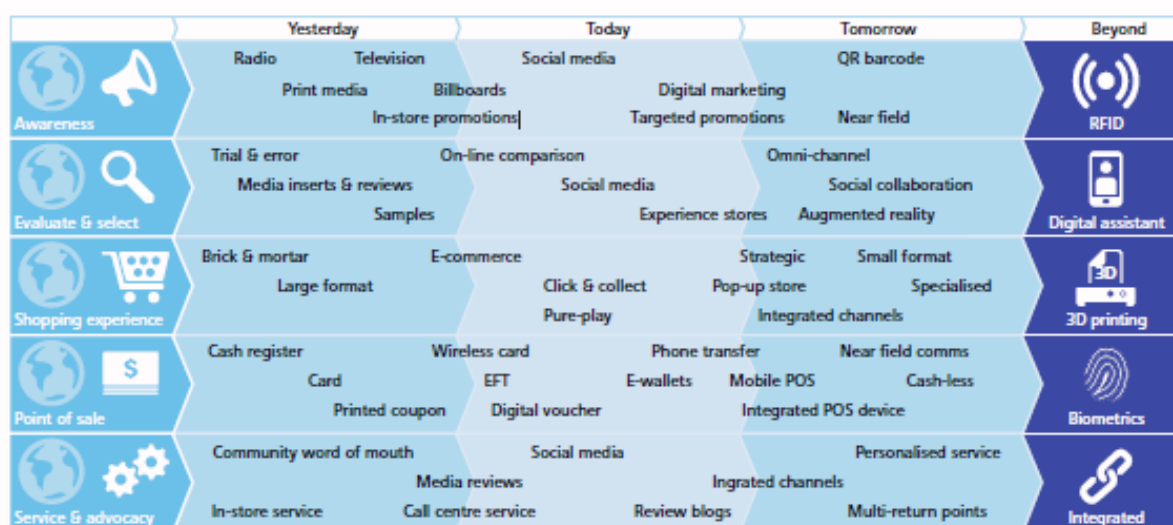
Gràfic 41. Evolució quota potencial sectors comercials per establiment i any



Els reptes tecnològics i d'organització augmenten, dins el comerç al detall. Les xarxes socials, el comerç electrònic i les noves tecnologies s'integren en la gestió diària de les empreses comercials. El risc de pèrdua de competitivitat és gran i els reptes a assolir també són importants.

La tendència del sector comercial d'actuar dins una escala global, augmenta, el pes de les grans companyies als mercats emergents però també als consolidats. Les empreses grans milloren els seus resultats econòmics i expansió. Al Gràfic 42 s'observa com han evolucionat el comerç i els sistemes auxiliars que utilitza en diferents àmbits de la seva activitat, així com, el futur previsible. El comerç és un sector plenament immers en el canvi accelerat que està tenint la tecnologia i de retruc, la nostra societat.

Gràfic 42. Comerç i societat. Evolució dels sistemes. Font: "Global Power of Retailing". 2014. Deloitte.





## 6.2 Conclusions generals

A continuació es sintetitzen les principals conclusions que presenta el present informe.

**Conclusió 1.** Malgrat que la xifra de negoci hagi baixat un 12% a Catalunya, el comerç a la demarcació ha tingut un millor comportament, on només s'han reduït un 4% les activitats i els afiliats a la S.S.

**Conclusió 2.** Minva la diferencia existent entre Sabadell i la resta de la demarcació pel que fa a la dotació comercial per habitant. La capitalitat comercial de Sabadell perd pes.

**Conclusió 3.** El comerç al detall és un sector cabdal per l'economia de totes les poblacions, tant en quotidià, no quotidià i mixt. A Sabadell arribar a ser el 20% de totes les activitats del municipi.

**Conclusió 4.** Tendència de les empreses a tenir establiments més grans. Enfront això probable augment del cost del m2 (liberalització dels lloguers).

**Conclusió 5.** Augmenta la barrera d'entrada al sector pels emprenedors i el manteniment de la competitivitat de les pimes esdevé més complexa.

**Conclusió 6.** S'observa que una major dotació en oferta comercial en centres comercials, no incrementa si no que disminueix la dotació comercial global per habitant en aquell municipi. (Veure comparativa Sabadell-Terrassa, pàg. 6)

**Conclusió 7.** L'obertura del centre comercial Via Sabadell, desdibuixa l'oferta comercial d'equipament llar a Sabadell. Es crea un nou centre superior a l'oferta de qualsevol altre districte de la ciutat.

**Conclusió 8.** Fort augment de la volatilitat de les noves obertures comercials; de les activitats obertes en 2012, un 45% havia tancat abans de 2 anys.

**Conclusió 9.** Baixada constant de la rendibilitat esperada de vendes per metre quadrat. El metre quadrat de superfície comercial esdevé menys productiu.

### 6.3 Perspectives del sector i de la ciutat (a monitoritzar)

#### **Conclusió 10.** Expulsió de les pimes locals dels centres de les ciutats.

La caiguda sostinguda del rendiment del m<sup>2</sup> de superfície de vendes provoca l'expulsió de les pimes del centre de les ciutats a la perifèria, al no poder cobrir el cost del factor superfície.

#### **Conclusió 11.** Fuga fora del país dels ingressos fiscals per imposició directa.

Existeix el perill que el sector quedi copat majoritàriament per grans empreses amb seu social fóra del país, i per tant els impostos sobre els beneficis empresarials generats al país es paguin fora.

#### **Conclusió 12.** Viabilitat econòmica de les pimes en dubte.

L'augment de l'oferta comercial (en alguns casos doblant l'oferta actual) molt per sobre del de la demanda (darrerament força estancada), compromet la viabilitat econòmica de les empreses pre-existents a les nostres ciutats.

#### **Conclusió 13.** Regles de joc.

La tendència de desregular la implantació d'establiments comercials, genera un desplaçament de la regulació pública a la privada, no una supressió de la regulació. Els operadors comercials disposen de més d'un centre comercial i aquests fixen les seves regles, lloguers, mínim de metres quadrats, entre d'altres.

#### **Conclusió 14.** Foment de l'equilibri empreses locals i foranies.

La ciutat és una barrera d'entrada per falta d'espais comercials adequats als grans operadors i de la mateixa manera els centres comercials ho són pel comerç local. S'han d'establir polítiques d'un model mixt on puguin conviure grans, mitjanes i petites empreses comercials.

#### **Conclusió 15.** Pèrdua d'oportunitat.

La barreja d'activitats econòmiques a la ciutat fa que aquestes retroalimentin el nombre de visitants a una ciutat. La ciutat possibilita la suma de diferents motius de desplaçament, fet que incrementa les oportunitats de venda no planejada, fet que no succeeix amb els centres comercials periurbans.

#### **Conclusió 16.** Separació d'usos

L'increment de la superfície comercial segregada incrementa la fragilitat, vulnerabilitat i ineficiència urbana. Creix la suburbanització (separació d'usos) de la ciutat, augmenten el nombre de desplaçaments, pèrdua del comerç de proximitat, entre d'altres efectes.

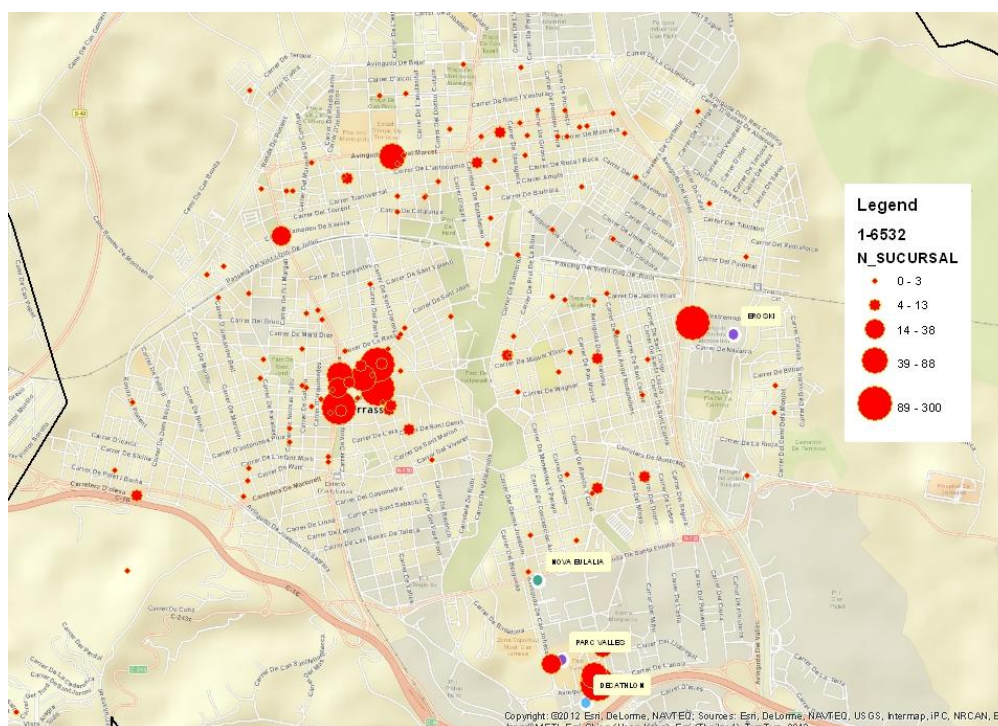
#### **Conclusió 17.** La ciutat com a ecosistema.

El model de la ciutat actual possibilita la retroalimentació de les diferents activitats econòmiques urbanes: comerç, serveis, indústries creatives, turisme, etc.. La ciutat mixta conforma un ecosistema que permet l'entrada de nous actors, noves empreses, que suposen el futur i la sostenibilitat econòmica del país. Cal afavorir aquest model.

#### **Conclusió 18.** El mercat del comerç al detall: canvia de un mercat de competència monopolística a Oligopoli.

Si es confirma la tendència general apuntada per l'índex CR del sector, amb una major concentració empresarial i expulsió de les pimes de les nostres ciutats, el mercat pot esdevenir un mercat oligopolístic, on poques empreses concentren la major part del mercat.

En el Gràfic 43 s'observa l'actual localització de les empreses del subsector de l'epígraf IAE 1-6532 a la ciutat de Terrassa. Es pot veure la concentració d'empreses que tenen més de 39 establiments en el centre de la ciutat i en dos altres pols, deixant per a les empreses més petites, en general locals, les localitzacions menys competitives.



Gràfic 43. Nombre de sucursals per empreses de Comerç al detall de materials i aparells elèctric, electrònics, electromètrics i altres aparells d'ús domèstic a Terrassa.

Aquest primer estudi mostra la complexitat de la situació del comerç a la ciutat i per aquest motiu cal desenvolupar noves eines d'anàlisi per donar una millor resposta a una qüestió complexa com és la supervivència, enfortiment i creixement del comerç urbà. Per un millor estudi i seguiment de la situació del comerç i l'economia urbana s'han creat una sèrie d'indicadors sintètics que serviran per sintetitzar molt més l'evolució sectorial.

## **PROPOSTA INDICADORS**

L'estudi i anàlisi de les dades empresarials i la conversió en informació mitjançant la creació de diferents indicadors ha de permetre mesurar i analitzar l'estat del comerç local. Entre les dades utilitzades per la Cambra de Comerç de Sabadell hi figuren les dades de facturació, treballadors, nombre de sucursals, anàlisi per subsectors, nombre de tancaments, o superfície ocupada, entre moltes altres dades actualitzades trimestralment dins els cens de les cambres de comerç. Aquests indicadors utilitzen dades geoposicionades i l'anàlisi posterior mitjançant els sistemes d'informació geogràfica.

Els indicadors que s'estan desenvolupant són els següents.

### ***Índex de biodiversitat econòmica o (complexitat)***

Detectar la barreja d'usos i els fonaments pels quals aquell sector té una oferta comercial més o menys completa pels residents i visitants. També es mesuren la resta d'activitats complementaris com restauració, serveis, dinamisme empresarial.

### ***Índex de competitivitat***

Aquest índex haurà d'indicar segons la vocació comercial de l'àrea d'estudi la competitivitat vers altres àrees comercials i l'atractiu d'aquella agrupació comercial pel públic general. Entre d'altres dades es té en compte el balanç d'altres i baixes, empreses per habitant o la mida de les empreses existents.

### ***Índex de sostenibilitat i resiliència***

L'objectiu es determinar la salut de l'ecosistema urbà, la capacitat d'entrada de nous actors o la barreja d'empreses externes i locals entre d'altres.



## 7. ANNEX 1. CLASSIFICACIÓ DE LES ACTIVITATS COMERCIALS

| TIPUS COMPRA  | GRAN SUBSECTOR         | PRODUCTE                              | IAE  |
|---------------|------------------------|---------------------------------------|------|
| QUOTIDIANA    | ALIMENTARI             | FRUITA I VERDURA                      | 641  |
|               |                        | CARN I XARCUTERIA                     | 642  |
|               |                        | PEIX                                  | 643  |
|               |                        | PA                                    | 644  |
|               |                        | BEGUDES                               | 645  |
|               |                        | TABAC                                 | 646  |
|               |                        | ALIMENTACIÓ I BEGUDES                 | 647  |
|               |                        | HERBOLARIS                            | 6524 |
|               | NO ALIMENTARI          | FARMÀCIES                             | 6521 |
|               |                        | DROGUERIA - HIGIENE LLAR              | 6522 |
|               |                        | HIGIENE I NETEJA PERSONAL             | 6523 |
| NO QUOTIDIANA | EQUIPAMENT PERSONA     | VESTIT                                | 6512 |
|               |                        | COTILLERIA                            | 6513 |
|               |                        | COMPLEMENTOS PERSONALS                | 6514 |
|               |                        | PECES ESPECIALS                       | 6515 |
|               |                        | CALÇAT                                | 6516 |
|               |                        | PELLETERIA                            | 6517 |
|               |                        | JOIERIA I BISUTERIA                   | 6595 |
|               |                        | BENS USATS                            | 656  |
|               | EQUIPAMENT PER LA LLAR | TEXTIL LLAR                           | 6511 |
|               |                        | ARTICLES PER A LA LLAR                | 653  |
|               |                        | JARDINERIA I PETITS ANIMALS           | 6597 |
|               | LLEURE I CULTURA       | INSTRUMENTS MUSICALS                  | 657  |
|               |                        | SEGELLS I OBJECTES D'ART              | 6591 |
|               |                        | APARELLS MÈDICS, ÒPTICS I FOTOGRÀFICS | 6593 |
|               |                        | LLIBRES I PAPERERIA                   | 6594 |
|               |                        | ARTICLES ESPORT I JOGUINES            | 6596 |
|               |                        | SEX-SHOP                              | 6598 |
|               | AUTOMOCIÓ I CARBURANTS | VEHICLES TERRESTRES                   | 6541 |
|               |                        | ACCESSORIS I RECANVIS VEHICLES T.     | 6542 |
|               |                        | VEHICLES AERIS                        | 6543 |
|               |                        | VEHICLES MARÍTIMS I FLUVIALS          | 6544 |
|               |                        | RODES                                 | 6546 |
|               |                        | COMBUSTIBLES, CARBURANTS              | 655  |
|               | COMERÇ MIXT            | GRANS MAGATZEMS                       | 6611 |
|               |                        | HIPERMERCATS                          | 6612 |
|               |                        | MAGATZEMS POPULARS                    | 6613 |
|               |                        | ECONOMATS I COOPERATIVES CONSUM       | 6621 |
|               |                        | COMERÇ AL DETALL NO INCLOS EN         | 6622 |
|               |                        | ESTABLIMENTS 661 I 6621               |      |
|               | ALTRES                 | COMERÇ AL DETALL ALTRES PRODUCTES     | 6599 |
|               |                        | MAQUINÀRIA                            | 6545 |
|               |                        | MOBLES D'OFICINA                      | 6592 |