

Efectes de la liberalització d'horaris comercials a la ciutat de Barcelona



Laboratori de Transferència en Economia Aplicada
Universitat de Barcelona

Equip investigador: Jordi Suriñach (dir.)
Jordi López Tamayo
Esther Vayá



Octubre 2013

L'Ajuntament de Barcelona va fer l'encàrrec d'un estudi que mesurés l'impacte econòmic que podria generar en el conjunt de la ciutat de Barcelona (i del seu teixit comercial) l'aplicació del Real Decreto-ley 20/2012 (RD) en aquells punts relatius a l'obertura en diumenges i festius (apartat V):



1º) Fixava en 16 els diumenges i festius en què podrien obrir les grans superfícies durant tot l'any, amb un mínim de deu (general per totes les regions).

2º) Determinava l'obligatorietat de definir una Zona de Gran Afluència Turística (ZGAT) per un conjunt de 14 ciutats, entre elles Barcelona, on hi hagués plena llibertat d'obertura en diumenges i festius al llarg de tot l'any.

OBJECTIU DE L'INFORME

- 1) El **primer dels punts** suposa quantificar còm afectaria a l'estructura del comerç minorista de Barcelona obrir un major nombre de festius en termes de facturació, ocupació, superfície comercial o quotes de mercat per formats comercials (distingint entre petit comerç, comerç especialitzat mitja i gran, supermercats, hipermercats,....).



Complicat en la mesura en la que **no es disposen de dades oficials de magnituds bàsiques relatives al comerç al detall com és la seva facturació o el nombre d'ocupats, ni a nivell general pel conjunt de la ciutat ni per formats comercials.**

- 2) El **segon dels punts** és notablement més complex.



A més de la dificultat de la delimitació d'una única àrea s'hi afegeix **la impossibilitat, amb la informació estadística disponible fins al moment, de quantificar els efectes que suposaria per tota la ciutat la definició d'una ZGAT (caldría disposar d'informació sobre facturació, ocupació i superfície per formats comercials per eixos, districtes o barris de la ciutat... NO DISPONIBLE).**

Donades aquests restriccions, el present informe es centra en l'exploració del primer dels punts esmentats. Així,...



L'objectiu de l'estudi és analitzar i estimar l'impacte econòmic potencial que tindria per la ciutat de Barcelona l'aplicació del RD en termes d'una major liberalització de l'obertura en diumenges i festius a tota la ciutat.

D'aquesta manera, l'estudi proporciona una base de coneixement superior a l'actual i es converteix en una eina addicional de debat per a tots els agents de la ciutat implicats...

F1. REVISIÓ BIBLIOGRÀFICA

Sintetitzar estudis teòrics i empírics realitzats a nivell internacional i nacional sobre efectes de desregulació horària s/activitat comercial.

F2. ANÀLISIS COMPARADA DE L'EVOLUCIÓ DEL COMERÇ MINORISTA

Trobar evidència sobre en quina mesura l'evolució del comerç minorista ha estat diferent en zones d'Espanya amb liberalització d'horaris comercials més extrema (Madrid) i menys extrema (Catalunya).

F3. SIMULACIÓ SOBRE ELS EFECTES D'UNA OBERTURA EN DIUMENGES I FESTIUS A LA CIUTAT DE BARCELONA

Estimar quins serien efectes s/ciutat de Barcelona d'una liberalització d'horaris comercials que permetés obertura en diumenges i festius (des d'escenari d'augment petit dels diumenges i festius permesos fins un escenari d'obertura tot l'any).

F4. CONCLUSIONS I SUGGERIMENTS PER A LA PRESSA DE DECISIONS

F1. REVISIÓ BIBLIOGRÀFICA

La revisió ha inclòs:

- 116 documents acadèmics de tot el món publicats en revistes internacionals.
- 45 documents no acadèmics publicats a diferents webs.
- 21 documents sobre legislació comercial Catalana, Espanyola i Europea.

F1. REVISIÓ BIBLIOGRÀFICA

1) Arguments teòrics a favor i en contra de regulacions horàries (Per agents)

Tanguay et al., 1995; Kosfeld, 1998; Ravenscroft, 1999; Baker, 2002; Burda i Weil, 2005; Barnés i Berné, 2006; Baker i Wood, 2010; De los Llanos, 2012; Fernández, 2012; ...

2) Recull d'efectes concrets sobre variables de vendes, ocupació, preus, estructura i benestar del consumidor (països, regions, ciutats, comtats...)

Morrison i Newman, 1983; Moorehouse, 1984; Kay i Morris, 1987; Civildepartement, 1991 (Pilat, 1997); EIM (1994); Centraal Planbureau, 1995; Kremers et al, 1994; Lanoie et al., 1994; Tanguay et al., 1995; Gradus, 1996; IFO 1995 (Pilat, 1997, OCDE, 1997); Brooker i King, 1997; Jacobsen i Hilf, 1999; Boylaud i Nicoletti, 2001; Burda i Weil, 2005; Skuterud, 2005; Cruz, 2004; ACIL Tansman, 2005; Goos, 2005; Chamber of Commerce and Industry of Western Australia, 2007; De la Ballina i González, 2007; Reddy, 2012; Ikertalde, 2012; Cortiñas, 2012; Ballina i Vázquez (2013);...

1) En termes generals, de la literatura s'extreuen arguments a nivell teòric tant a favor com en contra de les regulacions d'horaris comercials (per Agents)

A favor regulacions

✓ **Pels comerciants:** Assegurar grau de competència i no alterar arbitràriament estructura de mercat, perjudicant al petit comerç (amb grans dificultats per poder fer front als costos operatius, laborals i personals d'una obertura en diumenges i festius) i beneficiant a les grans superfícies.

✓ **Pels treballadors:** Assegurar el seu dia de descans (i sobretot de les empreses familiars), permetre la conciliació de la seva vida familiar i professional i evitar la substitució de treball estable.

✓ **Pels consumidors:** Protegir formes tradicionals de compra i comerç de proximitat, i mantenir la viabilitat i la vitalitat dels centres de les ciutats (comerç proximitat realitza funció vertebradora i evita despoblament).

En contra regulacions

✓ **Pels comerciants:** Llibertat horària fomenta la competència, evita perdre consumidors potencials com excursionistes/turistes, permet competir amb altra tipus de despesa lúdica i amb la venda *on-line* i permet adaptar-se a les necessitats dels consumidors.

✓ **Pels treballadors:** Desregulació augmenta possibilitats trobar feina a joves (s.t. estudiants que volen treballar en diumenge), a dones, als caps de famílies monoparentals i als que volen treballar a temps parcial.

✓ **Pels consumidors:** Desregulació facilita adaptar dia de compra a necessitats famílies, potenciar aspecte lúdic de compres, augmentar temps per adquirir informació i evitar congestions.

2) Què diu la literatura sobre els efectes concrets que una desregulació horària ha tingut a altres àrees en termes de vendes, ocupació, preus, ...?

Algunes consideracions prèvies sobre la literatura...

- 1) **La gran majoria dels estudis empírics estan aplicats a l'àmbit nacional o, com a màxim, regional/provincial...** No directament extrapolables al cas de la ciutat de Barcelona. **Alhora, esdeveniments succeïts en altres ciutats no són necessàriament extrapolables al cas de Barcelona** donat que les realitats econòmiques, socials, culturals, legislatives, d'hàbits, de mida de ciutat, d'estructura del comerç minorista... poden ser diferents.
- 2) **No s'han trobat estudis empírics que analitzin els efectes dintre de ciutats que hagin autoritzat una liberalització d'horaris en certes zones.**
- 3) **Majoria estudis empírics efectuats estimen impactes sobre canvis a la regulació succeïts amb poca distància temporal** respecte l'any d'estudi... no es saben efectes a mig i llarg termini.
- 4) **Són molt pocs els treballs que hagin analitzat, de manera aïllada, l'efecte d'una eliminació únicament de les restriccions a l'obertura en diumenges i festius...** les evidències empíriques obtingudes en la majoria dels casos són la conseqüència d'una eliminació generalitzada de les restriccions prèvies existents...

Dit això,...., cal esmentar que, en general, la literatura és poc concloent sobre els efectes d'una desregulació d'horaris comercials en variables com vendes, ocupació, preus,...

VENDES

Elevat nombre d'estudis aplicats han detectat que la desregulació hauria portat a augment vendes...



Augment de vendes degut a redirecció de despesa de consumidors cap el comerç en lloc d'altres destinacions (activitats d'oci), majors possibilitats de compra per impuls, major captació de despesa de no residents (excursionistes/turistes). Efecte però depèn de segment de mercat (afectant s.t. no alimentari) i de format comercial (petit augment o inclús disminució vendes a petit comerç front augment a grans comerços)...

Però certs treballs no detecten increment de vendes sinó redistribució al llarg de setmana... Estudi per Espanya del 2013 apunta a que efectes associats al **cicle econòmic** haurien estat **més rellevants** que efectes associats a la **liberalització-regulació comercial a Espanya a la darrera dècada**.

OCUPACIÓ

Nombrosos treballs aplicats apunten a que una major liberalització horària hauria portat a increment ocupació al sector, però alguns no...



Varis treballs apunten a increment, s.t. a temps parcial, a l'augmentar la mà d'obra necessària per atendre l'establiment amb independència de l'evolució de les vendes. Però altres treballs apunten a que aquest efecte dependria del format comercial: guanys als establiments de major mida i pèrdues al petit comerç, de manera que efecte net dependria de si són o no majors els guanys que les pèrdues.

PREUS

A nivell empíric, no hi ha resultats concloents



Disminució si desregulació horària incrementa la competència... Però si l'increment dels costos no es veu compensat o superat per unes majors vendes, preus podrien augmentar per mantenir marges comercials.

ESTRUCTURA

De la majoria de treballs empírics es conclou que desregulació hauria afectat a l'estructura del comerç



Sol afectar negativament als petits comerços i afavorir als grans establiments comercials (menors possibilitats d'obertura en diumenges i festius dels petits comerços familiars ja que obrir implica renunciar al seu dia de descans i a la conciliació laboral-familiar i no obrir porta a la pèrdua de quota de mercat)...

BENESTAR DELS
CONSUMIDORS

Sembla haver consens en què desregulació beneficia a consumidors



Beneficis a curt termini derivats de poder decidir moments més adequats per realitzar les seves compres, disposar de major temps per comparar preus i poder fomentar els aspectes lúdics de la compra... Podrien haver perjudicis a llarg termini: potencial increment de preus i destrucció de part del petit comerç de proximitat (fet que els obligaria a desplaçar-se, amb major cost en termes de temps i de diners... especialment negatiu per a persones amb problemes de mobilitat).

FASE 2: ANÀLISI COMPARATIVA ENTRE EVOLUCIÓ COMERÇ MINORISTA A CATALUNYA I MADRID



Primer: Breu revisió de la **legislació** d'horaris comercials a nivell nacional i internacional.

Segon: Prenent un període temporal relativament llarg (des de 1999 i fins 2013, en funció de la variable analitzada), s'ha comparat l'evolució de les **principals macromagnituds del comerç minorista** (xifra de vendes, nombre d'establiments, superfície, ocupats, ...) a Catalunya i a Madrid.

A NIVELL LEGISLATIU...



- **Catalunya és la regió d'Espanya amb major nivell de regulació d'horaris comercials**, situació sols comparable, a nivell internacional, amb Bèlgica i inferior únicament al d'Àustria i Xipre. En canvi, **Madrid és on menor és el nivell de regulació d'horaris comercials**.

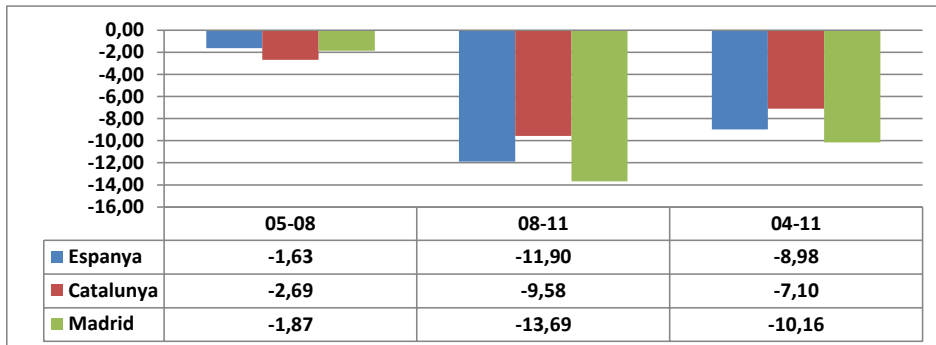
- **A nivell de ciutats**, París, Milà o Roma poden obrir en diumenges i festius en zones turístiques. A Londres, Nova York, Tokyo, Shanghai o Dubai poden obrir en tota la ciutat.

DE L'ANÀlisi COMPARATIVA DE L'EVOLUCIÓ DEL COMERÇ MINORISTA ALS DARRERS ANYS ENTRE CATALUNYA I MADRID S'EXTREU QUE...

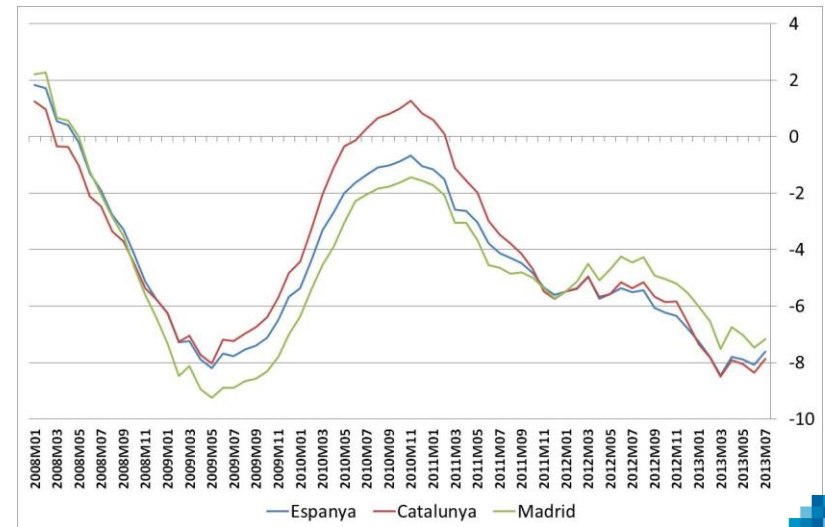


1) Tot i la política més liberalitzadora de Madrid en termes comercials, la crisi econòmica ha portat a una disminució relativa de l'índex de vendes superior a Madrid que a Catalunya (al llarg del 2012 i començaments del 2013 aquesta davallada però ha estat lleugerament menor a Madrid).

Índex de Comerç Minorista (sense benzineres).
Taxes de Variació. Preus Constants . (INE).

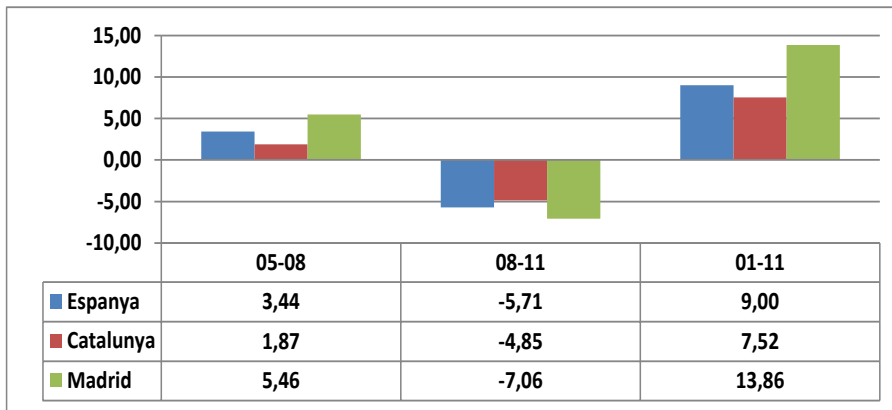


Índex de Comerç Minorista (sense benzineres).
Taxes de Variació Interanuals. (T12,12).
Preus Constants. (Gener 2008-Juliol 2013). (INE).

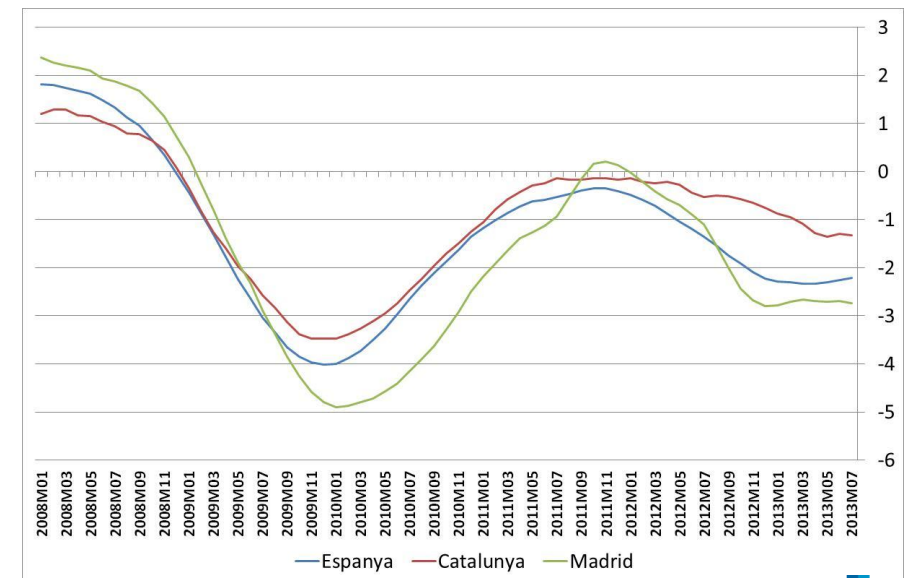


2) La política més liberalitzadora en termes d'horaris comercials i especialment d'obertura de grans superfícies de Madrid podria haver tingut un efecte més intens de creació d'ocupació en períodes més expansius del cicle però alhora, segons la variable que s'agafi, podria haver generat un efecte de major destrucció d'ocupació en períodes de major crisi econòmica. No s'han observat canvis a l'índex des de l'aplicació de la llibertat d'obertura a Madrid (juliol 2012) (índex d'ocupació s'ha reduït força més a Madrid que a Catalunya).

Índex d'Ocupació del Comerç Minorista.
Taxes de variació (2001-2011). (INE).



Índex d'Ocupació del Comerç Minorista.
Taxes de variació (T12,12). (Gener 2008-Juliol 2013). (INE).



3) El comerç d'alimentació de proximitat (tradicionals i supermercats) segueix sent superior a Catalunya que a Madrid al 2011 (en superfície i nº establiments pc). Tot i això (i la política comercial més proteccionista de Catalunya), entre 2005 i 2011 s'ha produït major disminució relativa a Catalunya que a Madrid de superfície de comerç tradicional d'alimentació (i nº establiments) i menor augment de la superfície de supermercats (i nº establiments).

Comerç Tradicional. Superfície i Establiments per 1000 hab. Anuario de La Caixa.

Comerç Tradicional	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Superfície							
Espanya	179,63	169,88	185,03	191,10	185,31	158,31	130,74
Catalunya	235,40	230,84	246,51	244,37	232,94	197,73	161,19
Madrid	126,47	119,86	127,85	138,60	133,68	113,31	91,99
Activitats							
Espanya	6,40	6,40	6,66	6,67	6,39	5,75	4,87
Catalunya	7,06	7,04	7,37	7,38	7,11	6,41	5,40
Madrid	4,44	4,26	4,50	4,60	4,47	4,08	3,50

Supermercats. Superfície i Establiments per 1000 hab. Anuario de La Caixa.

Supermercats	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Superfície							
Espanya	214,18	226,23	224,95	257,94	269,25	266,12	278,20
Catalunya	254,94	264,46	271,61	286,34	281,86	274,74	282,03
Madrid	145,91	157,77	159,63	182,32	197,57	182,49	215,43
Establiments							
Espanya	0,57	0,60	0,62	0,67	0,66	0,62	0,57
Catalunya	0,58	0,59	0,62	0,63	0,63	0,58	0,54
Madrid	0,34	0,37	0,39	0,39	0,39	0,35	0,33

4) Entre 1999 i 2011, en comerç especialitzat en no alimentació, el comportament ha estat més favorable a Madrid que a Catalunya. Així, la superfície d'especialitzat en no alimentació per cada 1000 habitants ha passat de ser més gran a Catalunya al 2005 a ser-ho a Madrid al 2011.

Especialitzat No Alimentació. Superfície i Establiments per 1000 hab.
Anuario de la Caixa

Especialitzat No Alimentació								
Superfície	1999	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Espanya	1.314,29	1.469,08	1.534,38	1.593,65	1.586,78	1.554,87	1.450,74	1.393,91
Catalunya	1.612,81	1.538,01	1.570,36	1.640,71	1.625,96	1.592,87	1.472,21	1.412,62
Madrid	1.543,77	1.458,72	1.555,98	1.619,79	1.612,28	1.582,93	1.459,25	1.419,12
Establiments								
Espanya	13,72	11,42	11,92	12,42	12,28	11,80	11,34	10,65
Catalunya	14,42	11,88	12,06	12,60	12,48	11,98	11,53	10,80
Madrid	12,97	9,76	10,43	11,02	10,92	10,45	10,10	9,57

5) La política més liberalitzadora de Madrid en termes d'obertura de grans superfícies (especialment hipermercats i grans magatzems) ha fet que la dotació d'aquests tipus de formats s'intensifiqués molt més a Madrid que a Catalunya.

Hipermercats. Superfície i Establiments per 1000 hab. Anuario de la Caixa

Hipermercats	1999	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Superfície (1000hab)								
Espanya	98,90	110,27	120,86	127,17	131,58	134,48	128,80	130,68
Catalunya	99,40	112,49	112,04	119,20	116,51	115,58	109,38	109,92
Madrid	122,61	105,24	117,85	125,44	129,05	141,22	132,84	136,74
Establiments (100000hab)								
Espanya	0,97	1,10	1,22	1,36	1,35	1,41	1,37	1,41
Catalunya	1,10	1,26	1,23	1,28	1,22	1,22	1,10	1,13
Madrid	1,03	0,72	0,82	0,92	0,92	1,13	1,24	1,26

Grans Magatzems. Superfície i Establiments per 1000hab. Anuario de la Caixa.

Grans Magatzems	1999	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Superfície (1000hab)								
Espanya	51,09	54,83	62,57	60,32	62,77	70,51	70,07	77,22
Catalunya	45,60	51,66	49,79	45,82	45,66	44,97	44,77	44,61
Madrid	105,87	89,25	90,35	82,33	93,56	109,05	108,80	116,62
Establiments (100000hab)								
Espanya	0,29	0,28	0,32	0,28	0,29	0,31	0,31	0,33
Catalunya	0,27	0,27	0,31	0,25	0,27	0,27	0,28	0,28
Madrid	0,27	0,30	0,30	0,25	0,27	0,30	0,31	0,35

6) El nombre total d'empreses de comerç minorista s'ha reduït comparativament més a Catalunya (-12,1%) que a Madrid (-3,4%) entre 1999 i 2011, degut especialment a una major reducció relativa a Catalunya del nombre d'empreses **molt petites** (amb menys de 3 assalariats).

Aquest fet ha portat a que, si bé al 2011 seguien havent més empreses de comerç minorista a Catalunya que a Madrid per cada 1000 habitants, aquesta diferència és força més petita que l'observada al 1999.

Atenent solament al subperíode de major crisi (2008-2011), el nombre d'empreses de comerç al detall de qualsevol mida ha disminuït comparativament més a Madrid que a Catalunya.



La reconversió del petit comerç ja s'està produint des de fa temps a Catalunya, inclús abans de l'inici de la crisi, i es veu determinada, entre d'altres factors, per canvis sociodemogràfics i d'hàbits dels consumidors.

Comerç Minorista. Empreses per nombre d'Assalariats. DIRCE (INE)

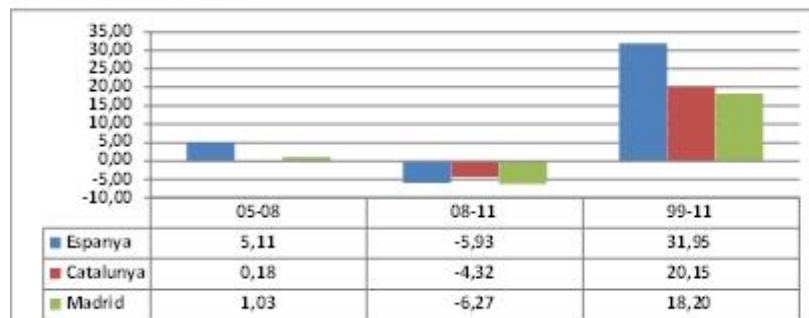
Total



[0-2] Assalariats



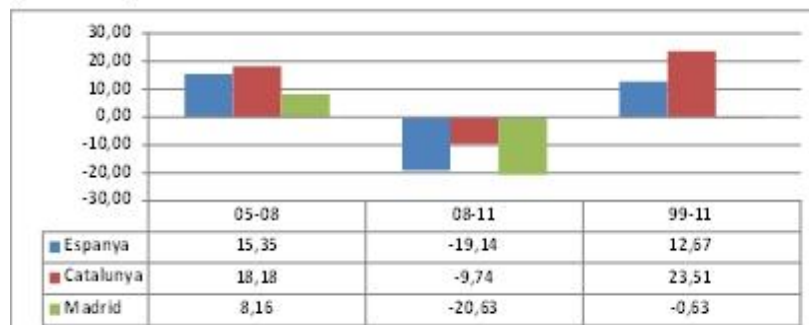
[3-9] Assalariats



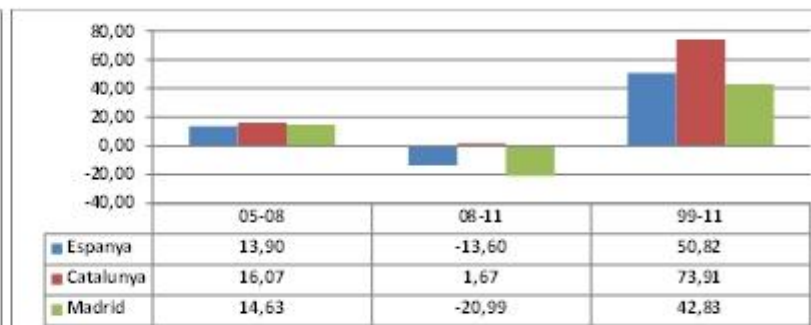
[10-49] Assalariats



[50-199] Assalariats



=>200 Assalariats



FASE 3: SIMULACIÓ DELS EFECTES LIBERALITZACIÓ D'HORARIS COMERCIALS A BARCELONA



Estudi de simulació que ha permès obtenir unes xifres aproximades dels **efectes que podria arribar a tenir, sobre la ciutat de Barcelona, una liberalització d'horaris comercials que permetés major obertura en diumenges i festius** (des d'un escenari d'augment petit del nombre de diumenges i festius permesos fins un escenari d'obertura tot l'any).

ETAPES DE L'EXERCICI DE SIMULACIÓ

PRIMERA: ESTIMACIÓ DE QUINA ERA L'ESTRUCTURA DE COMERÇ MINORISTA A CIUTAT DE BARCELONA A L'ANY DE REFERÈNCIA DE L'ESTUDI (2011).



- Notable esforç per aproximar **quotes de mercat, ocupació i superfície** per formats comercials al no existir dades oficials per la ciutat ...
- S'han **definit 7 tipus de formats comercials**:
 - **Comerç de proximitat (3)**: comerç tradicional d'alimentació, supermercats i petit comerç especialitzat en no alimentació (empreses amb menys de 10 assalariats).
 - **Comerç de no proximitat (4)**: mitjà i gran comerç especialitzat en no alimentació, hipermercats, grans magatzems i magatzems populars.

SEGONA: DEFINICIÓ D'ESCENARIS PER LA SIMULACIÓ

S'han definit diferents escenaris segons 4 tipus de supòsits:

- 1) **Nombre de diumenges i festius permesos a obrir;**
- 2) **Tipus de segment** (alimentari vs no alimentari);
- 3) **Possible comportament de les vendes** (intensitat augment);
- 4) **Possible comportament dels agents front un augment o disminució de la seva facturació** (en termes d'ocupació i superfície).

SEGONA: DEFINICIÓ D'ESCENARIS PER LA SIMULACIÓ

Primer supòsit: Gradació en nombre de diumenges i festius permesos, simulant 7 possibilitats:

- **Augment Moderat** del nº de diumenges i festius permesos (augment de 2 o 4 diumenges i festius addicionals als 8 ja permesos);
- **Augment Mig** (8 o 10 diumenges i festius addicionals); i
- **Augment Elevat** (22, 34 o 50 i festius addicionals, situació aquesta darrera que suposaria l'obertura durant tot l'any).

En funció del nombre d'augment de diumenges i festius permesos, **s'han fet certs supòsits sobre la decisió d'obrir o no en aquests dies addicionals per part dels agents dels diferents formats comercials:** en general, s'ha suposat major percentatge d'obertura en el cas del comerç de no proximitat i menor percentatge en el cas de comerç de proximitat.

SEGONA: DEFINICIÓ D'ESCENARIS PER LA SIMULACIÓ

Segon supòsit:

Diferenciació entre:

- **Segment alimentació** (sense incloure drogueria, ni perfumeria ni farmàcia)
- i el què seria el **segment no alimentació**.

SEGONA: DEFINICIÓ D'ESCENARIS PER LA SIMULACIÓ**Tercer supòsit: Possible comportament de les vendes.**

- **Segment alimentació: no augment de vendes** sinó canvi d'hàbits dels consumidors (redistribució de la mateixa facturació al llarg dels 7 dies de la setmana).

- **Segment de no alimentació:**
 - ✓ **Redistribució de la facturació** ja existent al llarg de tota la setmana i també
 - ✓ **Augment de les vendes** degut a:
 - **Especialment captació de despesa turística** (substitució de despesa realitzada entre compres i oci/cultura i augment de la xifra total de despesa turística);

 - **Però també captació de despesa provinent de residents en altres municipis de l'Àrea d'Influència de la ciutat de Barcelona** on no estigui permesa la liberalització d'obertura en diumenges i festius i **captació de despesa provinent de residents a la ciutat** (substitució de despesa realitzada entre compres i oci/cultura i per un augment addicional de la xifra total de despesa, -menor estalvi-).

Simulació de 4 escenaris s/augment vendes en no alimentació:

- ✓ **Augment Baix:** En el cas d'obertura de tots els diumenges i festius, suposaria augment de vendes del **0,5%** respecte la facturació actual de No Alimentació.
- ✓ **Augment Mig:** En el cas d'obertura de tots els diumenges i festius, suposaria augment de vendes del **2%** respecte la facturació actual de No Alimentació.
- ✓ **Augment Alt:** En el cas d'obertura de tots els diumenges i festius, suposaria augment de vendes del **4%** respecte la facturació actual de No Alimentació.
- ✓ **Augment Molt Alt:** En el cas d'obertura de tots els diumenges i festius, suposaria augment de vendes del **8,7%** respecte la facturació actual de No Alimentació.

Reproduiria l'augment esperat de les vendes si incrementéssim linealment la despesa turística diària realitzada al sector de comerç a la ciutat de Barcelona l'any 2012.

(NOTA: En el cas d'un augment moderat del nombre de diumenges i festius permesos, no són d'esperar canvis notables d'hàbits dels consumidors (en termes de redistribució de les seves compres al llarg de la setmana i canvi de format comercial escollit per comprar) més enllà dels ja produïts i recollits a la situació de partida existent l'any 2011. En el cas d'un augment mig, no es pot assegurar si es produirien canvis d'hàbits o no pel que es simulen els dos supòsits: amb canvis i sense canvis d'hàbits).

Quart supòsit: Possible comportament dels comerciants front un augment o disminució de la seva facturació.

➤ **Subescenari optimista:**

- ✓ formats que **perdessin** facturació ho traslladarien en un **70%** a pèrdues d'ocupació, mentre que
- ✓ formats que **guanyessin** facturació ho traslladarien en un **70%** a augments "nets" d'ocupació (l'altre 30% d'augment "brut" d'ocupació el compensarien amb redistribució de plantilla).

➤ **Subescenari pessimista:**

- ✓ formats que **perdessin** facturació ho traslladarien **totalment** a pèrdues d'ocupació mentre que
- ✓ formats que **guanyessin** facturació ho traslladarien en un **50%** a augments "nets" d'ocupació (l'altre 50% d'augment "brut" d'ocupació el compensarien amb redistribució de plantilla).



Nombre total de simulacions efectuades: 62 simulacions.

**TERCERA: QUANTIFICACIÓ DELS
EFECTES PELS DIFERENTS ESCENARIS**

Tots els resultats estan totalment condicionats als supòsits definits. Qualsevol modificació dels mateixos, produiria canvis en els esmentats resultats.

Què passaria en el cas d'un **Augment Moderat** del nombre de festius?

A.- Augment moderat de festius

	10 (+2) Sense canvi d'hàbits		12 (+4) Sense canvi d'hàbits	
	Baix-Mig	Alt-MoltAlt	Baix-Mig	Alt-MoltAlt
Facturació				
Proximitat	0,00% / 0,02%	0,03% / 0,06%	0,01% / 0,03%	0,06% / 0,13%
No Proximitat	0,02% / 0,08%	0,16% / 0,35%	0,04% / 0,16%	0,32% / 0,71%
Total	0,01% / 0,04%	0,09% / 0,19%	0,02% / 0,09%	0,17% / 0,38%
Ocupació				
Proximitat	0,00% / 0,01%	0,02% / 0,05%	0,00% / 0,02%	0,03% / 0,10%
No Proximitat	0,01% / 0,05%	0,07% / 0,22%	0,02% / 0,10%	0,15% / 0,45%
Total	0,01% / 0,03%	0,04% / 0,11%	0,01% / 0,05%	0,07% / 0,23%
Superfície				
Proximitat	0,00% / 0,00%	0,00% / 0,01%	0,00% / 0,01%	0,01% / 0,02%
No Proximitat	0,00% / 0,01%	0,01% / 0,03%	0,00% / 0,01%	0,01% / 0,06%
Total	0,00% / 0,00%	0,00% / 0,02%	0,00% / 0,01%	0,01% / 0,04%

- **Efectes s/ facturació global, ocupació i superfície de comerç serien força petits.**
 - **Facturació total:** podria augmentar entre 0,01% (1,1 M€) i 0,38% (39,1 M€).
 - **Ocupació total:** podria mantenir-se pràcticament constant (augment 5 ocupats) o augmentar fins 0,23% (177 ocupats).
- **Al comerç de proximitat:** facturació augmentaria entre 0,004% (0,2 M€) i 0,13% (7,6 M€) i ocupació podria mantenir-se pràcticament constant o incrementar fins 0,10% (47 ocupats més).
- **Al comerç de no proximitat:** augment entre un 0,02% (0,9 M€) i 0,71% (31,6 M€) en termes de facturació i entre un 0,01% i un 0,45% en termes d'ocupació (130 ocupats).

Què passaria en el cas d'un **Augment Mig** del nombre de festius? (I)

B.1.- Augment mig de festius

	16 (+8) Sense canvi d'hàbits		18 (+10) Sense canvi d'hàbits	
	Baix-Mig	Alt-MoltAlt	Baix-Mig	Alt-MoltAlt
Facturació				
Proximitat	0,01% / 0,05%	0,11% / 0,23%	0,02% / 0,07%	0,13% / 0,29%
No Proximitat	0,08% / 0,33%	0,66% / 1,44%	0,10% / 0,41%	0,83% / 1,80%
Total	0,04% / 0,17%	0,35% / 0,75%	0,05% / 0,22%	0,43% / 0,94%
Ocupació				
Proximitat	0,01% / 0,04%	0,06% / 0,17%	0,01% / 0,05%	0,07% / 0,22%
No Proximitat	0,04% / 0,20%	0,28% / 0,85%	0,04% / 0,25%	0,35% / 1,07%
Total	0,02% / 0,10%	0,14% / 0,42%	0,02% / 0,12%	0,17% / 0,53%
Superfície				
Proximitat	0,00% / 0,01%	0,01% / 0,04%	0,00% / 0,01%	0,01% / 0,04%
No Proximitat	0,00% / 0,03%	0,03% / 0,11%	0,00% / 0,03%	0,03% / 0,14%
Total	0,00% / 0,02%	0,02% / 0,07%	0,00% / 0,02%	0,02% / 0,08%

- **Efectes s/ facturació global, ocupació i superfície de comerç serien relativament més rellevants.**
 - **Facturació total:** podria augmentar entre 0,04% (4,5 M€) i 0,94% (98 M€).
 - **Ocupació total:** podria augmentar entre un 0,02% (14 ocupats) i un 0,53% (419 ocupats).
- **Al comerç de proximitat:** facturació augmentaria entre 0,01% (0,8 M€) i 0,29% (17,3 M€) i ocupació podria mantenir-se pràcticament constant (4 ocupats més) o incrementar fins 0,22% (107 ocupats més).
- **Al comerç de no proximitat:** augment entre un 0,08% (3,7 M€) i 1,8% (80,7 M€) en termes de facturació i entre un 0,04% (10 ocupats) i un 1,07% en termes d'ocupació (311 ocupats).

Què passaria en el cas d'un **Augment Mig** del nombre de festius? (II)

B.2.- Augment mig de festius

	16 (+8)		18 (+10)	
	Baix-Mig	Alt-MoltAlt	Baix-Mig	Alt-MoltAlt
Facturació				
Proximitat	-1,00% / -0,96%	-0,90% / -0,78%	-1,23% / -1,18%	-1,12% / -0,96%
No Proximitat	1,42% / 1,67%	2,00% / 2,78%	1,76% / 2,07%	2,49% / 3,46%
Total	0,04% / 0,17%	0,35% / 0,75%	0,05% / 0,22%	0,43% / 0,94%
Ocupació				
Proximitat	-0,96% / -0,64%	-0,86% / -0,51%	-1,18% / -0,79%	-1,06% / -0,62%
No Proximitat	0,21% / 0,69%	0,57% / 1,35%	0,26% / 0,86%	0,71% / 1,68%
Total	-0,53% / -0,15%	-0,33% / 0,18%	-0,65% / -0,18%	-0,40% / 0,23%
Superfície				
Proximitat	-1,21% / -0,80%	-1,06% / -0,61%	-1,49% / -0,99%	-1,31% / -0,75%
No Proximitat	-0,42% / -0,16%	-0,12% / 0,13%	-0,52% / -0,19%	-0,15% / 0,16%
Total	-0,88% / -0,53%	-0,67% / -0,30%	-1,08% / -0,66%	-0,82% / -0,37%

- **Facturació total:** podria augmentar entre un 0,04% (4,5 M€) i un 0,94% (98 M€).
- **Ocupació total:** podria disminuir entre -0,65% (513 ocupats menys) o augmentar un 0,23% (181 ocupats més).
- **Al comerç de proximitat:** facturació podria disminuir entre -0,78% (46,2 M€) i -1,23% (73,3 M€) i ocupació podria disminuir entre -0,5% (252 ocupats) i -1,18% (588 ocupats).
- **Al comerç de no proximitat:** facturació podria augmentar entre un 1,4% (63,8 M€) i 3,46% (155 M€) i ocupació podria augmentar entre un 0,21% (60 ocupats) i un 1,68% (492 ocupats).

Què passaria en el cas d'un **Augment Elevat** del nombre de festius?

C.- Augment elevat de festius

	30 (+22)		42 (+34)		58 (+50)	
	Baix-Mig	Alt-MoltAlt	Baix-Mig	Alt-MoltAlt	Baix-Mig	Alt-MoltAlt
Facturació						
Proximitat	-2,56% / -2,49%	-2,41% / -2,20%	-3,67% / -3,58%	-3,46% / -3,17%	-5,63% / -5,50%	-5,32% / -4,90%
No Proximitat	3,67% / 4,42%	5,40% / 7,73%	5,29% / 6,45%	8,01% / 11,65%	8,20% / 10,21%	12,89% / 19,19%
Total	0,12% / 0,48%	0,95% / 2,07%	0,18% / 0,74%	1,47% / 3,20%	0,31% / 1,25%	2,51% / 5,46%
Ocupació						
Proximitat	-2,48% / -1,68%	-2,32% / -1,46%	-3,57% / -2,40%	-3,35% / -2,11%	-5,42% / -3,69%	-5,17% / -3,25%
No Proximitat	0,60% / 1,85%	1,62% / 3,75%	0,82% / 2,68%	2,39% / 5,64%	1,23% / 4,23%	3,91% / 9,31%
Total	-1,34% / -0,37%	-0,86% / 0,47%	-1,95% / -0,52%	-1,22% / 0,76%	-2,96% / -0,76%	-1,81% / 1,40%
Superfície						
Proximitat	-3,28% / -2,22%	-3,05% / -1,91%	-4,75% / -3,23%	-4,44% / -2,81%	-7,36% / -5,01%	-6,90% / -4,39%
No Proximitat	-0,94% / -0,30%	-0,15% / 0,36%	-1,41% / -0,45%	-0,21% / 0,54%	-2,23% / -0,68%	-0,23% / 0,90%
Total	-2,30% / -1,42%	-1,83% / -0,96%	-3,35% / -2,07%	-2,67% / -1,41%	-5,21% / -3,20%	-4,11% / -2,18%

- **Facturació total:** sota supòsit augment baix o mig de vendes podria incrementar entre 0,12% (12,4 M€) i 1,25% (131 M€). Sota supòsit augment alt o molt alt de vendes, podria incrementar entre 0,95% (99 M€) i 5,5% (569 M€).
- **Ocupació total:** sols incrementaria a escenari optimista i augment molt elevat de vendes, entre 0,47% (371 ocupats) i 1,4% (1.102 ocupats). En canvi, sota escenaris increment baix o mig, es reduiria entre -0,37% (898 ocupats menys) i -2,96% (2.336 ocupats menys).
- **Al comerç de proximitat:** disminució facturació entre -2,2% (130,5 M€) i -5,63% (334,5 M€); disminució ocupació entre -1,68% (835 ocupats menys) i -5,42% (2.695 ocupats menys).
- **Al comerç de no proximitat:** increment facturació entre 3,67% (164,5 M€) i 19,19% (859,5 M€); increment ocupació entre 0,6% (174 ocupats) i 9,31% (2.719 ocupats més).

Consideracions globals dels resultats de l'exercici de simulació (I)

- **A major nombre de diumenges i festius permesos, major pèrdua potencial d'ocupació total** (excepte en escenari d'augment molt elevat de vendes) **i major facturació global del sector.**
- **A menor augment de vendes, majors pèrdues estimades d'ocupació total...**
- **La variació de l'ocupació total amagaria dos comportaments diferents de l'ocupació en funció del tipus de format comercial:**
 - ✓ pèrdues al comerç de proximitat i
 - ✓ guanys al comerç de no proximitat.

Efecte global depèn de l'efecte net entre ambdós... Però caldria també considerar la possible diferent tipologia de contractació d'ocupats en ambdós formats.

- **Les majors pèrdues de llocs de treball estimades, en termes relatius, són força inferiors a les pèrdues ja hagudes en els darrers anys** com a conseqüència del canvi d'hàbits dels consumidors i de l'evolució econòmica (entre 2008 i 2011 davallada del 9,03% de l'ocupació al sector a Catalunya).

Consideracions globals dels resultats de l'exercici de simulació (II)

- **Possible que establiments, especialment de proximitat, tinguessin diferents postures segons la seva ubicació ... portaria a certs desequilibris entre districtes.**
- **Els impactes estimats són estàtics però es podrien diluir en el temps.**
- **La simulació no considera possibles respostes per part d'altres municipis de Catalunya.**
- **La simulació fa referència a una obertura a tota la ciutat, no a l'obertura solament a una o varies Àrees de Gran Afluència Turística donat que, per fer-ho, caldria informació addicional no disponible a l'actualitat (definició del perímetre d'aquesta àrea/àrees, informació sobre facturació, ocupació i superfície per formats comercials dins d'aquesta àrea/àrees i a la resta del territori, ...).**

F4. SUGGERIMENTS FINALS PER A LA PRESSA DE DECISIONS

1er) Sembla raonable apropar de manera progressiva Barcelona a d'altres ciutats com Londres, París o Nova York per tal de potenciar al màxim el seu atractiu com a ciutat de compres (i lluitar contra crisi demanda interna).

2on) En un context de crisi econòmica generalitzada no és d'esperar increments molt alts de les vendes.



En aquesta situació, i **sota uns escenaris més probables d'increments baixos o mitjans de les vendes, el més prudent seria iniciar un procés de major liberalització augmentant de manera progressiva el nombre de diumenges i festius permesos.**

Això permetria potenciar més l'atractiu turístic de Barcelona com a ciutat de compres però minimitzant els potencials canvis d'estructura del comerç minorista de la ciutat (on el comerç de proximitat té una presència i tradició força més arrelada que a altres ciutats europees comparables).

F4. SUGGERIMENTS FINALS PER A LA PRESSA DE DECISIONS

- 1) Un augment moderat del nombre de diumenges i festius permesos (entre 2 i 4 addicionals) portaria a increments de facturació i ocupació notablement reduïts (augment màxim de 39 M€ i 177 ocupats).
- 2) **Però augment mig del nombre de diumenges i festius (entre 8 i 10 addicionals) podria arribar a proporcionar resultats més significatius (increments màxims de facturació i ocupació de 98 M€ i 419 ocupats) semblant una opció més adequada.**

La possibilitat d'obtenir aquests resultats està supeditada a dos factors: (a) que es produís un augment molt elevat de les vendes i (b) que no es produïssin canvis en els hàbits de consum dels residents ➔ **Elecció estratègica dels diumenges i festius en els que s'obrir:**

- ✓ **Revisió dels 8 diumenges i festius ara permesos (posicionant-los en dates coincidents amb esdeveniments de gran afluència de públic a la ciutat), i**
- ✓ **Ubicació dels diumenges i festius addicionals en èpoques de major despesa de turistes i menor despesa de residents a la ciutat com els mesos del període estival. Així es podria maximitzar l'increment de vendes (derivada de demanda turística) i minimitzar el risc de canvis d'hàbits dels residents.**

3er) El model de comerç de la ciutat de Barcelona és diferent al d'altres ciutats...hi ha equilibri notable entre oferta de diferents formats comercials i important presència de comerç de proximitat (ben valorat pels consumidors i que actua com eix vertebrador de la ciutat promovent, entre d'altres coses, major seguretat ciutadana al llarg de la ciutat).

Però **petit comerç s'ha vist afectat als darrers temps per la crisi econòmica i també per canvis socio-demogràfics** (inserció dona al mercat laboral, augment de les famílies monoparentals, i augment compres on-line) que l'han afectat i que li han fet perdre avantatges competitiu vers altres tipus de formats comercials de majors dimensions.



Caldria potenciar l'aplicació per part del petit comerç d'estratègies de millora de la seva competitivitat (major presència de centrals de compres, disponibilitat de pàgines web i de compres on-line, diferenciació de producte, etc).

Alhora, entre **d'altres línies addicionals d'actuació, aplicar mesures que afavorissin l'acte de compra com mesures urbanístiques que potenciessin les zones de vianants en trams de la ciutat.**

Efectes de la liberalització d'horaris comercials a la ciutat de Barcelona



Laboratori de Transferència en Economia Aplicada
Universitat de Barcelona

Equip investigador: Jordi Suriñach (dir.)
Jordi López Tamayo
Esther Vayá



Octubre 2013