



CONSELL ECONÒMIC I
SOCIAL DEL BAGES

Dictamen

sobre la situació del comerç
a la comarca del Bages



Dictamen

**sobre la situació del comerç
a la comarca del Bages**

ÍNDEX

1. Introducció	3
2. El marc normatiu de l'activitat comercial	4
3. El comerç i el seu pes en l'activitat econòmica	7
3.1. El comerç i el mercat de treball a Catalunya	7
3.2. Aportació del comerç al VAB i estructura del sector comercial a Catalunya	8
3.3. El pes del comerç dins del PIB comarcal	9
3.4. El comerç del Bages comparat amb el conjunt de Catalunya	11
4. Anàlisi de la demanda comercial	13
4.1. Evolució de la població comarcal	13
4.2. Hàbits de compra	14
4.3. Nivell de renda	17
4.4. Àrea comercial de Manresa	18
5. Anàlisi de l'oferta comercial	20
5.1. Evolució del nombre d'establiments	20
5.2. Evolució de la superfície comercial	21
5.3. Situació actual de l'oferta comercial	22
6. Els punts forts i els punts febles del comerç al Bages	25
6.1. Punts febles	25
6.2. Punts forts	27
7. Conclusions	29
8. Propostes	31

DICTAMEN SOBRE LA SITUACIÓ DEL COMERÇ AL BAGES

Atenent les competències atribuïdes als òrgans de govern del CESB (Consell Econòmic i Social del Bages), la Comissió Executiva aprova la Proposta de dictamen sobre la situació del comerç al Bages en la reunió feta el dia 1 de juny de 2005.

ANTECEDENTS

El pla d'actuació del CES del Bages per a l'any 2004 preveia l'elaboració d'un dictamen sobre la situació del comerç al Bages, un dictamen que analitzés la situació del comerç al detall a la comarca. Aquest dictamen va ser proposat per PIMEC, que es va fer responsable de la seva elaboració.

En la sessió de la Comissió Executiva del 17 de febrer de 2005 es va acordar que s'encarregaria l'elaboració del document del dictamen a l'EUEE (Escola Universitària d'Estudis Empresarials) de la FUB (Fundació Universitària del Bages), sota la supervisió de PIMEC.

Aquest dictamen ha estat elaborat per Francesc Costa i Roca, Víctor Prat i Serra i Francesc Roma i Casanovas, professors de l'EUEE de Manresa.

Agraïm la col·laboració d'aquelles persones i institucions que amablement ens han aportat informació i en especial de les opinions expertes de: Joan Haro (president de la comissió de comerç i vicepresident segon de la Cambra de Comerç de Manresa), David Hernández (tècnic en comerç de l'ajuntament de Manresa), Aurèlia Soler (pedagoga, tècnica en comerç i exdirectora del mercat de Puigmercadal) i Joan Soler (tècnic en comerç i professor de l'IES Guillem Catà). I també, la col·laboració d'Ethel Pifarré (cap d'estudis de l'EUEE de Manresa).

1- INTRODUCCIÓ

La intenció d'aquest dictamen és fer una anàlisi de la situació del comerç al detall a la comarca del Bages.

Els establiments detallistes són el darrer graó entre el procés de distribució i el comprador o compradora final. Sens dubte és un dels sectors d'activitat econòmica que més transformacions ha sofert, no sols a Catalunya sinó arreu d'Europa. Evidentment, el Bages no n'és una excepció. Aquests canvis estan relacionats tant amb l'evolució de la societat i dels comportaments i hàbits dels consumidors com amb l'expansió de formes i respostes comercials (grans equipaments, integracions comercials o diversitat de formes associatives i col·laboratives).

En aquest dictamen es pretén identificar a grans trets quines són les tendències del comerç a la nostra comarca, a partir de les dades secundàries disponibles i de la identificació i seguiment dels factors més importants que influeixen en aquesta activitat.

Així s'assenyalen els canvis poblacions dels darrers anys, en la mesura que impliquen un cert canvi de tendència i per tant suposen modificacions en la quantitat i qualitat de la demanda comercial, els canvis en el paper del territori i de les infraestructures, la pròpia evolució territorialitzada de les activitats comercials i dels formats que les desenvolupen, etc. Tot això a partir d'un marc normatiu regulador i canviant que condiciona l'activitat i les decisions del poders públics.

Per tot això, els objectius bàsics d'aquest document són :

- Analitzar les variacions demogràfiques i territorials amb conseqüències en el sector comercial.
- Analitzar l'estructura comercial del Bages i la seva evolució recent.
- Analitzar els principals instruments normatius referents al comerç.
- Proposar línies d'actuació per incidir en la problemàtica del món del comerç al Bages.

La metodologia que s'ha fet servir en la redacció d'aquest dictamen s'ha basat en la recopilació i anàlisi de dades secundàries i un seguit d'entrevistes amb persones expertes en el tema.

2 - EL MARC NORMATIU DE L'ACTIVITAT COMERCIAL

Entre la diversa normativa que regula i afecta l'activitat comercial cal destacar dues lleis prou importants. Per una banda, la llei estatal 7/1996, anomenada "ley del comercio", modificada posteriorment en algun dels seus aspectes, i la llei del Parlament de Catalunya 17/2000, d'equipaments comercials.

Aquesta darrera pretén fomentar "*un sistema de distribució eficient a partir de la lliure i lleial competència dels agents, en el qual les petites, les mitjanes i les grans empreses comercials puguin concórrer de manera equilibrada*" (preàmbul).

El sistema de lliure competència que la llei catalana estableix està completament d'acord amb l'articulat de la llei espanyola:

"La economía española precisa, para su adecuado funcionamiento, un sistema de distribución eficiente, que permita asegurar el aprovisionamiento de los consumidores con el mejor nivel de servicio posible y con el mínimo coste de distribución. Para alcanzar este objetivo, es preciso que el mercado garantice la óptima asignación de los recursos a través del funcionamiento de la libre y leal competencia." (Llei 7/1996, de 15 de gener 1996, d'ordenació del comerç minorista, exposició de motius.)

En canvi, el desplegament que se'n fa en el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials (PTSEC) fa èmfasi en l'actuació passada de la Generalitat en aquesta matèria i en destaca la seva activitat per fer front als canvis que es donen en el sector:

"Al llarg del temps, la Generalitat de Catalunya ha propulsat, en el marc de les seves competències, la normativa més adequada per fer front als diversos canvis operats en el sector, sempre des de la perspectiva d'assolir un equilibri territorial entre els diversos formats comercials, entre els diferents operadors i amb l'objecte final d'evitar desplaçaments per motiu de compra i facilitar una oferta comercial adequada a les necessitats dels consumidors." (Decret 211/2001, de 24 de juliol, pel qual s'aprova el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials.)

D'aquesta manera, l'existència de dues normes jurídiques que regulen les mateixes matèries pot presentar, i de fet ha presentat, problemes a l'hora d'encaixar l'una amb l'altra. El cas més clar es troba en el tema dels horaris comercials.

En el moment d'emetre aquest dictamen, la situació ambigua que suposa l'existència d'aquestes dues lleis de signe força divergent s'ha posat de manifest en la possible presentació d'un recurs d'inconstitucionalitat contra la llei de l'Estat d'horaris comercials.

Segons aquesta llei, les superfícies de fins a 300 metres quadrats de superfície de venda poden obrir lliurement en els horaris que els resultin més interessants. En canvi, la llei d'horaris aprovada recentment a Catalunya (Llei 8/2004, de 23 de desembre) estableix amb caràcter general un nombre màxim de 12 hores diàries o 72 setmanals, en una franja horària de 7 a 22 hores. La llei també estableix els establiments que tenen algun tipus d'excepció respecte de la norma general.

A l'hora de fer un dictamen sobre el comerç a la comarca del Bages cal tenir present aquesta situació poc clara pel que fa al marc competencial i a les polítiques generals de comerç. L'oposició entre concepcions més intervencionistes i més liberalitzadores, encara no resolta, és una de les incògnites que fan referència al futur del sector.

Si la situació jurídica i política es manté com fins ara, el marc en el qual s'haurà de moure el comerç bagenc serà el nou Pla territorial sectorial d'equipaments comercials (PTSEC) per al període 2005-2008 que en aquests dies s'està enllestit. A partir d'aquí s'hauran de fer les adaptacions que calgui en els plans d'orientació per als equipaments comercials (POEC).

Fins ara, el PTSEC vetllava per assolir un nivell d'equipament comercial equilibrat entre els diferents formats i modalitats de distribució¹. El PTSEC que ha estat vigent fins a l'any 2004 considerava que un bon marc espacial d'intervenció era la comarca², i deixava al POEC l'orientació del sector en l'àmbit municipal³. Caldria tenir present aquest fet per veure si una hipotètica modificació futura de la divisió territorial catalana pogués afectar el marc d'actuació de la comarca.

Els programes d'orientació per als equipaments comercials (POEC), que es regeixen per la llei 17/2000, d'equipaments comercials, i per l'ordre de 8 de juliol de 1998, s'han convertit en la figura jurídica a través de la qual els ajuntaments poden intervenir en l'ordenació de l'activitat comercial del seu àmbit geogràfic.

A través dels POEC, els ajuntaments intenten adaptar l'equipament comercial a les necessitats dels consumidors i consumidoros (article 16). Els programes d'orientació per als equipaments comercials són obligatoris per a la instal·lació de grans establiments comercials de més de:

- a) 20.000 metres quadrats de superfície de venda en municipis de més de 100.000 habitants.
- b) 10.000 metres quadrats de superfície de venda en municipis de 25.001 a 100.000 habitants.

¹ Aquest objectiu té especial interès en l'actual escenari de la distribució comercial a Catalunya, caracteritzat per la progressiva concentració empresarial susceptible de distorsionar la lliure i lleial competència entre les empreses que operen en el mercat, que pot afectar les possibilitats d'exercir la capacitat d'elecció dels consumidors.

² Article 11.4 de la llei 17/2000, d'equipaments comercials

³ Segons l'ordre de 8 de juliol de 1998, per la qual es regulen els programes d'orientació per als equipaments comercials (POEC), els POEC han de referir-se a tot el terme municipal i a tot el sector comercial detallista. No obstant això, també es poden formular POEC d'àmbit territorial superior al municipi sempre que les característiques dels equipaments comercials i els hàbits de compra i consum de la població dels municipis afectats ho aconsellin. En els municipis de més de 50.000 habitants també es poden formular POEC sectorials quan facin referència a un o més dels sectors d'activitat en què es basa el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials (PTSEC), i que representin, com a mínim, el 35% dels establiments comercials existents.

- c) 5.000 metres quadrats de superfície de venda en municipis de 10.000 a 25.000 habitants.
- d) 3.000 metres quadrats de superfície de venda en municipis de menys de 10.000 habitants.

Això vol dir que, excepte Manresa⁴, tots els municipis del Bages hauran de disposar d'un POEC per implantar superfícies de més de 3.000 m². A Manresa, aquesta obligació només es planteja per a establiments de més de 10.000 m². Actualment, només la capital del Bages disposa d'un POEC, aprovat pel Consell Executiu de la Generalitat l'any 2001.

L'ordre de 8 de juliol de 1998 estableix que l'equipament comercial adequat és aquell que garanteix a la població de la zona i, si escau, a la prevista a mig termini, una oferta d'articles en condicions de qualitat, varietat i servei, preus i horaris conforme amb la situació actual i amb les tendències de desenvolupament i modernització del comerç al detall.

D'aquí que en aquest dictamen ens interressi tractar temes com ara:

- La població actual i la seva evolució a mig termini
- Les tendències pel que fa a l'oferta i la demanda

La mateixa ordre estableix que, per tenir caràcter normatiu, les determinacions dels POEC s'hauran de concretar en el planejament urbanístic (pla general, normes subsidiàries o pla especial d'usos).

Pel que fa a l'establiment de grans superfícies, la llei 17/2000 estableix que, abans de demanar els permisos municipals, serà necessària la tramitació prèvia d'un permís atorgat per la Generalitat. A finals de 2004, la Generalitat va anunciar que suspenia durant un any l'atorgament de llicències comercials per a noves grans superfícies. Alhora, els municipis que havien arribat al límit del seu creixement comercial varen veure prorrogada durant quatre mesos més la suspensió que impedeix l'augment de l'oferta comercial. La mesura es justifica en el fet que el PTSEC ha acabat el seu període de vigència i cal, per tant, elaborar-ne un de nou per als anys 2005-2008⁵.

En el moment de redactar aquest dictamen, la premsa catalana ha començat a informar que la nova política de la Generalitat anirà en la línia de no limitar l'obertura de nous hipermercats i grans superfícies. Però aquests hauran d'emplaçar-se en centres urbans o trames urbanes consolidades⁶. De totes maneres, aquest terreny encara està subjecte a negociacions i, per tant, a possibles canvis.

⁴ Possiblement també Sant Joan de Vilatorrada entri en el grup de municipis de més de 10.000 habitants.

⁵ *Regió 7*, 29 de desembre de 2004.

⁶ *La Vanguardia*, 21 de febrer de 2005.

3 - EL COMERÇ I EL SEU PES EN L'ACTIVITAT ECONÒMICA

El procés de terciarització de l'economia catalana és un fet prou conegut. Tant pel que fa a l'ocupació com a l'aportació al valor afegit, el sector dels serveis és, des de ja fa anys, el majoritari a Catalunya. En aquest escenari de terciarització econòmica, el comerç hi juga un paper destacat⁷.

3.1 - El comerç i el mercat de treball a Catalunya

Pel que fa al mercat de treball, el sector del comerç suposava l'any 2003 el 14,4% del total de l'ocupació catalana. Aquest percentatge es desglossa en

- 9,5% ocupat en activitats de comerç al detall o comerç minorista,
- 3% corresponent al comerç a l'engròs,
- 2% que s'ocupa en el comerç de vehicles i els seus components.

Tot i els canvis en els formats comercials dels darrers temps, l'estructura empresarial majoritària del comerç és de petita i mitjana empresa, especialment en el comerç detallista:

- Prop d'un 80% dels ocupats en el comerç al detall pertanyen a empreses de menys de 10 treballadors (en el comerç a l'engròs és un 42%).
- Més del 40% dels ocupats a les empreses de fins a 10 treballadors del comerç al detall i a l'engròs són autònoms o s'inclouen en el que s'anomenen ajudes familiars.

Si ens centrem en la composició d'aquesta ocupació, s'ha de dir que el comerç al detall és una de les branques d'activitat amb un percentatge més baix de salarització, tot i que, com veurem més endavant, aquesta tendeix a créixer. El pes dels treballadors i treballadores autònoms i de les ajudes familiars és important: un 15,7% del total d'autònoms catalans es troben en el subsector del comerç al detall, força lluny del 9,5% que veiem en el conjunt de l'ocupació. Només un 71% de les persones ocupades al comerç al detall són assalariats, quan la mitjana del conjunt de l'economia és d'un 82,4%

Quant a la capacitat de generar llocs de treball, el sector està per sota de la mitjana catalana. Si la mitjana de creixement de l'ocupació total a Catalunya en el període 1995-2003 ha estat del 31,2%, la del comerç ha estat d'un 12,6%.

Tot plegat amaga un procés de transformació de l'estructura interna de la força de treball, perquè han augmentat els assalariats en un 32,8%, mentre que els treballadors i treballadores autònoms han disminuït. La pèrdua d'un 21,1% d'autònoms suposa en xifres absolutes perdre uns 29.000 efectius en aquest període.

Per tant, estem parlant d'un procés de reconversió força important que el sector ha viscut amb molt poc ressò social.

⁷ Dades del 2003. Font *Informe Visió panoràmica de l'evolució conjuntural*. Caixa Catalunya.

Veiem, doncs, que és un sector on el procés de salarització, tot i ser encara baix, tendeix a créixer.

Estructura de l'ocupació en el comerç al detall de Catalunya, 1995-2003

Milers de persones

Any	Assalariats	No assalariats	Total
1995	137.8	107.1	244.9
1996	142	119.5	261.5
1997	141.6	102.2	243.8
1998	142.7	106	248.7
1999	142.5	111.9	254.4
2000	184.9	92.6	277.6
2001	185.3	103.4	288.8
2002	171.7	92.9	264.7
2003	192.3	78.4	270.8
Variació 1995-2003	54.5	-28.7	25.8

Elaborat a partir de dades de Caixa Catalunya

3.2 - Aportació del comerç al VAB i estructura del sector comercial a Catalunya

L'aportació del conjunt del comerç al valor afegit brut⁸ (VAB) de l'economia catalana és de prop de l'11%. Aquesta xifra és inferior al seu pes en l'ocupació (14,4%). No obstant això, es tracta del segon subsector en aportació al VAB, just al darrere de les activitats immobiliàries i dels serveis a les empreses (14,5% del total del VAB).

Això ens permet introduir una nova dada important: la productivitat del sector comercial en el seu conjunt és prop d'un 30% inferior a la del conjunt de l'economia.

⁸ Valor Afegit Brut: riquesa generada durant el període considerat que s'obté per diferència entre el valor de la producció i els consums intermedis utilitzats.

A més a més, el petit comerç ha perdut, a Catalunya, el 46,2 % de la quota de mercat en benefici dels supermercats i les grans superfícies del 1987 al 2002⁹. A tot Catalunya, el nombre d'establiments ha descendit en els darrers anys (el 2,6% entre el 1995 i el 2002, és a dir, gairebé 2.900 unitats), sobretot en el comerç quotidià alimentari. Alhora, la superfície de venda del sector va créixer el 19,3% durant el mateix període i la superfície mitjana dels establiments es va incrementar el 21,9%. Tots aquests fets van provocar que el nombre d'establiments per 10.000 habitants descendís (-3,9% entre el 1995 i el 2000), encara que la superfície en metres quadrats per 1.000 habitants va créixer (17,6%)¹⁰. En definitiva, cada cop hi ha menys establiments, però més grans.

La tendència a la concentració del sector en grans establiments no ha estat exempta de problemes. L'any 2003 es creava la Taula Social del Comerç¹¹, una taula de diàleg amb l'objectiu de demanar un "comerç de proximitat al servei dels ciutadans" en resposta directa a

*"la pressió social que determinats grups empresarials multinacionals de la gran distribució estan duent a terme per la desregulació total dels festius comercials i així aconseguir el monopoli de la distribució comercial, el que comportaria la desaparició de molts comerciants i la destrucció de milers de llocs de treball"*¹².

En resum, es pot afirmar que el sector comercial és un sector bàsic de l'economia catalana, tant en termes de VAB (11%) com d'ocupació (14,4%). En relació a la resta de l'economia, s'hi destaca una baixa productivitat del treball, una important incidència d'autònoms i ajuts familiars, i un important pes d'establiments de reduïdes dimensions pel que fa a l'ocupació.

En els darrers anys, dins del sector, s'han donat ritmes de creixement de l'ocupació per sota de la mitjana, fruit sobretot de la pèrdua d'ocupació dels comerciants tradicionals (autònom i ajuda familiar), mentre que el creixement de la taxa de salarització tendeix a créixer com a la resta dels sectors.

3.3 – Pes del comerç dins del PIB comarcal

El creixement econòmic del Bages en els darrers anys ha evolucionat de manera semblant al conjunt de Catalunya. Durant el període 1996-2002 el creixement acumulat del PIB¹³ al Bages ha estat d'un 21,6%, un percentatge semblant al 21,9% del total de Catalunya.¹⁴

Les xifres de creixement anual del PIB, tant a Catalunya com al Bages, en els darrers anys expressen un ritme més lent de creixement i se situen, en els tres

⁹ Enric Llarch, Jordi Matheu. *El comerç local*. Diputació de Barcelona, Àrea de Promoció Econòmica i Ocupació.

¹⁰ *Informe anual del sector de serveis a Catalunya 2002. Comerç, turisme i serveis a les empreses*. Generalitat. Generalitat de Catalunya, Departament de Consum, Comerç i Turisme, 2004.

¹¹ Aquesta taula està formada per l'Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya (ABC), la Confederació de Comerç de Catalunya (CCC), Pimec Comerç, el Consell d'Empreses Distribuïdores d'Alimentació de Catalunya (CEDAC), CCOO i UGT .

¹² *Manifest de la Taula Social del Comerç*. 2003.

¹³ Producte Interior Brut: valoració del resultat final de l'activitat productiva en el territori.

¹⁴ Font : Departament de Comerç Turisme i Consum. Dossiers Comarcals

últims anys dels quals disposem d'informació, al voltant del 2%.¹⁵ En xifres absolutes, i segons dades provisionals de Caixa Catalunya, el PIB del Bages era de 1.939 milions d'euros¹⁶, que suposaven un 2,03% del total català. Aquesta participació pràcticament no ha variat en els darrers 6 anys.

Pel que fa a la distribució sectorial de l'economia, podem comentar que el Bages continua sent una comarca amb un pes industrial més gran que el del conjunt de Catalunya, mentre que el sector serveis està prop de 8 punts per sota de la mitjana catalana.

Distribució sectorial del PIB (en percentatge). Any 2002

Sector	Bages	Catalunya	Diferència Bages/Catalunya
Primari	2,3	1,7	+ 0,6
Indústria	34,3	30,8	+ 3,5
Construcció	11,3	7,5	+ 3,8
Serveis	52,2	60	- 7,8

Elaborat a partir de: Departament de Comerç Consum i Turisme. Dossiers Comarcals

De l'anàlisi del sector de serveis es dedueix la importància del subsector del comerç al Bages. Les activitats de "comerç i reparació" suposen un 25,9% del total del sector serveis, la qual cosa suposa 6 punts més que en el conjunt de Catalunya.¹⁷

¹⁵ Evolució del creixement del PIB (taxes reals de variació interanual en %)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Bages	3,54	4,12	3,99	2,56	2,05	2,17
Catalunya	2,90	3,92	3,76	2,80	2,19	1,71

Font: Caixa Catalunya. Anuari econòmic comarcal 2004.

¹⁶ Euros constants de 1995 (Font: Caixa Catalunya. Anuari econòmic comarcal 2004).

¹⁷ Cal tenir present que en el conjunt del sector serveis hi ha un diferencial Catalunya/Bages d'un 7'8%, per tant no podem descartar que aquestes diferències entre subsectors s'expliquin per la diferència en el conjunt.

Distribució subsectorial del VAB del sector serveis. Any 2002

Subsector	Bages	Catalunya	Dif. Bages/Cat.
Comerç i reparació	25.9	20	+ 5.9
Hoteleria	11.2	12	- 0.8
Transports i com.	6.2	13.3	- 7.1
Immob. i serveis empreses	21.3	24.6	- 3.3
AP, sanitat, ensenyament	26.1	20.8	+ 5.3
Altres	9.3	9.3	0.0
Total	100	100	

Elaborat a partir de: Departament de Comerç, Consum i Turisme. Dossiers Comarcals

3.4 - El comerç del Bages comparat amb el conjunt de Catalunya

Per continuar analitzant el pes del comerç bagenc en el conjunt català, podem fer-ho a partir de les dades que apareixen en els quadres següents. En el primer s'indica el pes del Bages en el conjunt de Catalunya pel que fa a població, PIB, nombre d'establiments comercials i superfície comercial. En el segon es reflecteix la relació entre habitants, establiments i superfície de venda en ambdós marcs.

El Bages respecte a Catalunya

	% que representa el Bages respecte de Catalunya
Població (2003)	2,43 %
PIB (2003)	2,03 %
Establiments comercials (2001)	2,4 %
Superfície comercial (2001)	2,55%

Fonts : Departament de Comerç Turisme i Consum. Dossiers Comarcals i Idescat, Caixa Catalunya

Comparació Bages/Catalunya

	Bages	Catalunya
Establiments comercials/10.000 hab.	165	167
Habitants per establiment	61	60
Superfície de venda mitjana (m²)	95	90

Fonts : Departament de Comerç Turisme i Consum. Dossiers Comarcals. Any 2001

D'aquests dos quadres es pot deduir que, en el seu conjunt, no existeix un sobredimensionament de les activitats comercials al Bages. Les xifres que relacionen l'activitat amb la població són pràcticament idèntiques a les mitjanes del conjunt de Catalunya. Només es podria parlar d'una lleugera i poc significativa diferència pel que fa a la superfície de venda, major al Bages que a Catalunya¹⁸.

Pel que fa al mercat laboral, segons dades de l'Observatori del Mercat de Treball del Bages, l'any 2004 les persones que varen ser contractades com a dependents del comerç i similars suposaven gairebé un 8% del total de contractacions comarcals¹⁹. Així mateix, el comerç al detall era el sector que ocupava major nombre d'assalariats, amb un 10,5% del total; alhora, el comerç detallista –amb un 21% del total- també se situava com el sector que ocupava més autònoms²⁰.

En resum, es podria dir que el sector comercial a la comarca del Bages es presenta equilibrat en relació a la mitjana catalana.

¹⁸ Tot això confirmaria que la diferència que veiem en els quadres anteriors entre el pes del PIB dels serveis a la comarca i a Catalunya no respon a un desequilibri comercial de la comarca, sinó que explicaria que la diferència entre el conjunt del sector serveis prové d'altres subsectors terciaris.

¹⁹ Dades procedents del Departament de Treball, extretes de <http://www.cfibs.es/observa1.htm> (consulta març de 2005).

²⁰ Dades procedents de l'INSS, extretes de <http://www.cfibs.es/observa1.htm> (consulta març de 2005).

4 – ANÀLISI DE LA DEMANDA COMERCIAL

4.1 - Evolució de la població comarcal (1994-2004)

Al llarg dels darrers deu anys, l'evolució de la població del Bages ha tingut un canvi de tendència. Ha passat d'una situació d'estancament en el període 1994-1999, en què la població total de la comarca únicament es va incrementar en 103 persones (0,067%), a una situació de creixement demogràfic en el període 2000-2004, en el qual la població va augmentar en 10.005 persones (7,38%)²¹.

Anys d'estancament: 1994-1999

Durant els anys d'estancament, el creixement de població en alguns municipis²² es va compensar amb la pèrdua de població d'altres²³. Possiblement aquest desplaçament de persones dins de la comarca va ser degut a raons de treball i a les possibilitats d'adquirir habitatges en millors condicions.

En aquest període, el fenomen migratori encara no era molt significatiu. L'any 1999, per exemple, el saldo migratori interior al Bages únicament era de +148 persones, que provenien de la resta de Catalunya (durant tota la dècada dels anys 90 el saldo en relació a la resta de l'Estat va ser negatiu). El saldo de migració exterior al Bages va créixer moderadament durant els anys 90 (+88 l'any 1990, +125 l'any 1995, +293 l'any 1999). La suma d'aquests dos components migratoris va compensar el decreixement vegetatiu derivat de la baixa natalitat en comparació amb la mortalitat, que es va caracteritzar per un suau creixement causat per l'envelliment de la població²⁴.

Creixement demogràfic: 2000-2004

En el període 2000-2004 el panorama va ser del tot diferent. L'any 2000, per exemple, el saldo migratori va incrementar-se considerablement: +976 (6,34/1000), superant la mitjana catalana (5,42/1000). El saldo migratori interior també es va incrementar considerablement: + 1.571 persones que provenien bàsicament de la resta de Catalunya.

La natalitat també va augmentar. L'any 2003 van néixer en total 1.724 nens i nenes; així se superaven les 1.692 defuncions, i s'aconseguia, per primer cop des de 1986, un creixement vegetatiu de la població, malgrat que l'índex

²¹ Dades extretes de l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT).

²² Sant Joan de Vilatorrada +814, Sant Fruitós +555, Santpedor +540, Sant Salvador de Guardiola +479.

²³ Manresa -2.330, Cardona -660, Sallent -421, Sant Vicenç -293, Súria -252.

²⁴ La mitjana anual de naixements als anys 90 va ser de 1.287; la mitjana anual de defuncions als anys 90 va ser de 1.490. Dades extretes de l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT).

d'aquest creixement (0,19/1000) encara era molt inferior al de Catalunya (1,92 /1000) en el mateix any.

A partir d'aquestes dades es conclou que la revifalla demogràfica ha estat causada principalment per la immigració (exterior i interior) i únicament en una petita part a l'increment de la natalitat.

En la major part dels municipis, el comportament de la població ha seguit la tendència general de la comarca, o sigui millorar en el període 2000-2004 en relació al període 1994-1999. En l'etapa d'estancament, 13 dels 35 municipis de la comarca perdien població, mentre que en la fase de creixement únicament en disminuïen 7; els municipis que seguien perdent població ho feien amb menor intensitat i, en general, els que en guanyaven van accentuar aquesta tendència.

Si ens referim a tot el període 1994-2004, el municipi que va guanyar més població en valor absolut va ser Manresa (+ 2.450 hab.), però aquest increment no va representar més d'un 3,7% de la seva població l'any 1994. En canvi, els municipis que més van créixer en termes relatius van ser:

- Castellnou de Bages (+ 165,9%),
- Sant Salvador de Guardiola (+ 73,06%),
- Fonollosa (+ 59,8%),
- Castellgalí (+54,9%),
- Rajadell (+52,1%).

En sentit contrari, Cardona va ser el municipi que més població va perdre en termes absoluts (-955 h) i en termes relatius (-15,3%), sent superada únicament per Mura que va perdre un 28,6% de població. També van disminuir la seva població els municipis de Sallent (- 6,2%), Balsareny (-4,5%), Súria (-3,3%) i Navàs (-0,8%).

L'evolució demogràfica del Bages no és excepcional, sinó que s'emmarca dins de la tendència del conjunt de Catalunya. Es pot veure que Manresa no augmenta de població fins a l'any 2000, mentre que la comarca i la totalitat del Principat ja van començar aquesta tendència l'any 1998. A partir d'aquesta data, Catalunya té un impuls demogràfic superior al Bages i amb les dades de l'any 2002 es produeix el canvi de tendència en la població de Manresa que, de créixer a un nivell inferior, passa a tenir un increment similar al conjunt de Catalunya.

Tendències demogràfiques

Tot sembla indicar que durant 2004 i a partir de 2005 es mantindrà un increment notable de població. Al Bages, per exemple, a partir de les dades d'una mostra d'ajuntaments que representa el 28,64% de la població de la comarca i que no inclou Manresa, l'increment constatat a principis de 2005 ha estat del 2,39%, percentatge superior al 2,34% de 2002 (moment de màxim creixement en el període analitzat).

A Manresa, segons informació del control trimestral d'habitants²⁵, la població va passar de 69.750 habitants (30-6-2004) a 70.477 habitants (30-9-2004). L'increment de població trimestral es va anar accelerant: +390 habitants el primer trimestre, +675 el segon i +907 el tercer. Les previsions per a l'inici de 2005 plantejaven la possibilitat d'assolir els 71.000 habitants. Aquesta dada implicaria un creixement durant 2004 del 3,64%, molt superior al 2,79 produït durant l'any 2002 (màxim increment del període).

Seguint aquestes dades, sembla que la tendència a partir de 2005 serà d'increments significatius de població. Així sembla desprendre's dels plantejaments generals del Programa per al planejament territorial que està elaborant la Generalitat de Catalunya, que preveu que Manresa dobli la seva població en 20 anys²⁶. Segons aquest pla, Vilafranca, Vilanova, Vic i Igualada seguiran la mateixa evolució i aquesta es basarà en la rebuda d'una onada de població procedent de la regió metropolitana, a més de la immigració estrangera. Aquest fet formaria part de l'estratègia dels nous plans territorials que dirigiran el creixement i que es basaran a no fomentar encara més la concentració en l'àrea metropolitana sinó a repartir-la i situar-la en ciutats mitjanes.

A la vista de les darreres tendències pel que fa a demografia i comerç comarcals, es pot pensar que l'increment de població contribuirà d'una manera o altra a augmentar la demanda comercial i, de retruc, també l'oferta.

4.2 – Hàbits de compra

Els hàbits de compra dels ciutadans i ciutadanes del Bages no han estat fins ara estudiats de forma sistemàtica, excepte en el cas de Manresa, on varen ser estudiats l'any 2003 per l'Ajuntament d'aquesta ciutat.

Ara bé, l'enquesta metropolitana de l'any 2000, les dades de la qual s'han de prendre amb molta prudència, ens permetrien tenir una idea d'alguns comportaments dels compradors i compradores de la comarca. Si els resultats no han estat esbiaixats pel fet d'agrupar dues comarques prou dispars com són el Berguedà i el Bages, hauríem de tenir presents els següents punts:

- Pel que fa als llocs on es compraven els aliments frescos, excepte el mercat municipal, que està clarament per sota de la mitjana²⁷, tots els altres formats comercials del Bages-Berguedà estan per sobre de la mitjana. És interessant anotar que el format que presentava una major diferència era la botiga tradicional (més de 22 punts percentuals per sobre de la mitjana provincial).
- Pel que fa als aliments envasats, la botiga tradicional i l'hipermercat estaven també clarament per sobre de la mitjana del conjunt, al revés del que passava amb els supermercats.

²⁵ Regió 7. 3-11-2004.

²⁶ Regió 7. 3-11-2004.

²⁷ Segurament per la manca d'aquest tipus de format en la nostra comarca.

- Finalment, cal ressaltar que la compra directa de productes als pagesos o el consum de productes no comprats estava molt clarament per sobre de la mitjana de la província.

Pel que fa a la ciutat de Manresa, l'estudi encarregat per l'Ajuntament d'aquesta ciutat arribava a les següents conclusions:

- Important paper del comerç de proximitat en les compres dels manresans i manresanes, ja sigui en format comercial de botiga especialitzada o d'autoservei o superservei.
- Manteniment i indicis d'un lleuger increment en el pes de la trama comercial de Manresa més enllà de la zona centre. S'explicaria bàsicament per l'increment d'oferta produït per la instal·lació de superfícies mitjanes (autoserveis). Es podria parlar d'una segona corona comercial al voltant del centre amb un pes significatiu.
- Sense ser estadísticament significatiu, s'aprecia un estancament del pes de les zones de grans superfícies. En alguns casos pot ser degut a la reubicació de la clientela en establiments de la mateixa marca i de tipus autoservei.
- En el conjunt de l'alimentació, el comerç de proximitat té un paper clau. Pel que fa a l'alimentació fresca aquest paper és molt accentuat. La botiga tradicional, l'autoservei/superservei i els mercats municipals són les tipologies comercials més destacades, seguides de l'hipermercat en quart lloc. Pel que fa als productes alimentaris secs, conserves i begudes, l'autoservei i l'hipermercat són els establiments més importants.
- En la compra dels productes de drogueria, neteja i perfumeria, el propi barri i les zones d'hipermercats són les més habituals. Les tipologies comercials dominants són l'autoservei, l'hipermercat i el *discount*.
- Les compres d'alimentació són majoritàriament realitzades per la dona de la llar sola; amb tot, una quarta part d'aquestes es fan en parella. En les compres de vestit i calçat, tot i mantenir-se aquest ordre, augmenta la compra en parella. L'equipament familiar o l'automòbil, en canvi, són compres majoritàriament fetes en parella i/o en família.
- Els anomenats nous sistemes de compra són molt poc utilitzats. Només té una petita incidència la compra per catàleg, bàsicament centrada en productes de lleure (llibres, discos). Amb tot, no arriben a utilitzar-lo dues persones de cada deu. La compra per Internet, que diuen realitzar un de cada deu entrevistats, és la segona en importància en aquest grup. Els productes comprats són del mateix signe que l'apartat anterior (llibres i discos, fonamentalment).
- La freqüència de compra més alta és la dels productes frescos, en què pràcticament la totalitat de la mostra compra una o més vegades a la setmana, i una tercera part diu fer-ho cada dia. Els productes d'alimentació no frescos tenen una regularitat més alta, entre setmanal-quinzenal, i els productes de drogueria, neteja i perfumeria, la tendència és quinzenal-mensual.

- Les persones entrevistades compren més al matí que a la tarda, sobretot els productes d'alimentació i de drogueria. Pel que fa a l'equipament personal i de la llar, matí i tarda s'equilibren una mica més. Quant als dies, la majoria de les compres d'alimentació es fan entre setmana, incloent-hi el divendres; menys de dues de cada deu persones diuen fer-les el dissabte. En canvi, les compres d'equipament personal i de la llar presenten una important freqüència els dissabtes, en especial a la tarda (una tercera part d'aquestes compres es fan en dissabte).
- Els desplaçaments de compra de les persones de Manresa fora del municipi són molt poc importants. Només l'àrea del comercial de Sant Fruitós presenta percentatges estimables, però menys que fa cinc anys. No obstant i això, dos de cada deu persones entrevistades hi van com a mínim una vegada al mes. Les motivacions manifestades per anar-hi són la gamma i varietat, la qualitat, els preus i el costum.
- El desplaçament a d'altres ciutats fora de la comarca sols presenta algun interès pel que fa a Barcelona ciutat. Dels que diuen anar-hi, les dues terceres parts ho fan algun cop a l'any, esporàdicament. La visita sol estar motivada per lleure i oci i per la gamma i varietat de l'oferta.
- El desplaçament a Andorra és, després del de Barcelona, el més interessant quantitativament, tot i ser clarament esporàdic i lligat a visites per lleure i motivacions de preu²⁸.

4.3 – Nivell de renda

Per fer una proposta sobre el futur del comerç al Bages també caldria tenir en compte que la renda familiar disponible de la comarca estava l'any 1996 per sota de la del conjunt de Catalunya. Segons dades més recents, extretes de l'IDESCAT i publicades per *Regió 7*, encara es manté una certa diferència entre la renda bàsica familiar del Bages (10.600 € per habitant/any en l'exercici 2000) i la mitjana catalana (11.100 €). Es destriable que, dels municipis del Bages majors de 5.000 habitants, únicament dos estan per sobre de la mitjana: Sant Fruitós (11.700 €) i Manresa (11.200 €). Els altres estan tots per sota de la mitjana: Navarclés (10.500 €), Navàs (10.200 €); Sallent (10.000 €), Súria (10.000 €), Cardona (9.700 €), Sant Vicenç (9.700 €) i Sant Joan de Vilatorrada (9.600 €)²⁹.

En aquest sentit, és de destacar que l'informe sobre la pobresa³⁰ elaborat per Caixa de Catalunya l'any 2002, tot i que es basava en dades de 1996, donava uns percentatges d'incidència de la pobresa³¹ a la nostra comarca lleugerament

²⁸ *Estudi dels hàbits de compra i l'atractivitat comercial de Manresa*. Manresa, Ajuntament de Manresa, 2003.

²⁹ *Regió 7*. 11-12-2004.

³⁰ Consultable a <http://obrasocial.caixacatalunya.es/osocial/main.html?idioma=1>

³¹ Es consideren pobres aquelles persones que conviuen en una llar amb una renda equivalent disponible inferior al 50% de la renda mediana (en edicions posteriors, el llindar s'ha apujat fins al 60%).

per sota de la mitjana catalana i, en alguns casos concrets, el Bages era citat com un dels territoris amb menor incidència d'aquesta situació³².

Sembla clar que la demanda comercial ha d'estar relacionada amb altres factors com la capacitat d'estalvi, les dificultats per arribar a final de mes o les dificultats econòmiques en general. Malgrat que no disposem de dades concloents i que les que tenim tenen marges d'error massa grans, l'enquesta metropolitana de l'any 2000³³ permetria pensar que a la nostra comarca (que s'ha tractat de manera agregada amb el Berguedà) la gent arribava a final de mes amb menys dificultats que al conjunt de la província. Una cosa semblant passava amb la capacitat d'estalvi, que seria més elevada a casa nostra. Les persones enquestades també haurien tingut menys dificultats econòmiques en general i probablement per això no haurien hagut de reduir tant les seves despeses. Ara bé, quan aquesta reducció tenia lloc, els capítols més afectats eren l'oci, l'equipament de la llar i el vestit i el calçat.

Un altre factor que cal tenir en compte és el progressiu increment que es detecta en la part dels recursos familiars destinats al pagament de la llar (hipoteca o lloguer). Com més augmenti aquest capítol, menys recursos li quedaran a les famílies per dedicar-los al consum. En el mateix sentit, una pujada en els tipus d'interès podria tenir repercussions sobre la capacitat de consum d'algunes famílies o persones.

4.4 – Àrea comercial de Manresa

Segons l'anuari econòmic de la Caixa de Pensions (2003), Manresa és la capçalera d'una de les Àrees Comercials de Catalunya. La resta d'àrees comercials catalanes són: Barcelona, Figueres, Girona, Lleida, Olot, Tarragona i Vic.

Dins de l'àrea comercial de Manresa s'inclouen els municipis de la comarca i alguns municipis i zones d'altres comarques:

- la subàrea del Berguedà,
- Calaf – Anoia- (també atreta per la subàrea d'Igualada),
- Castellterçol -Vallès Oriental- (també atret per l'Àrea de Vic, i la subàrea de Granollers),
- Prats de Lluçanès –Osona-,
- subàrea de Solsona – Solsonès – ,
- Torà -La Segarra- (també atret per l'Àrea de Barcelona, i les subàrees de Cervera i Igualada), i
- Vacarisses – Vallès Occidental- (també atret per la subàrea de Sabadell-Terrassa).

³² Textualment, aquell informe deia que *“la zona de menys incidència de la pobresa en aquest tipus de família [sustentador principal de més de 64 ans] abraça el triangle que forma el territori Garrotxa-Ripollès-Berguedà, que integra el Bages, Osona, el Pla de l'Estany i el Vallès Occidental, més el Pallars Sobirà.*

³³ Consultable a <http://campus.uab.es/iermb/enquesta2000/DBII/indexdbII.htm>

Dins de la comarca del Bages també hi ha municipis que són atrets per altres àrees i subàrees comercials: tota l'àrea de Manresa es atreta per Barcelona; Avinyó i Moià per l'àrea de Vic; Castellbell, Monistrol de Montserrat, el Pont de Vilomara, Sant Fruitós, Sant Joan i Sant Vicenç per la subàrea de Sabadell-Terrassa.

Així,

- L'àrea comercial de Manresa comprèn 220.260 persones.
- 65.440 persones formen part de la població de Manresa.
- 117.228 persones s'inclouen en l'anomenada àrea de "gravitació directa", que inclou els habitants de municipis que es desplacen a Manresa a fer les seves compres sense gravitar també sobre altres àrees o subàrees.
- 37.592 persones són atretes comercialment per Manresa, però també són atretes per altres àrees i subàrees.

5 – ANÀLISI DE L'OFERTA COMERCIAL

5.1 – Evolució del nombre d'establiments (1996-2002)

Durant aquest període l'oferta comercial es caracteritza per la disminució del nombre d'establiments comercials detallistes al Bages (-1,7%). Aquesta tendència, que s'ha produït amb més intensitat a nivell de tot Catalunya (-4,8%), encara ha estat més accentuada a les capitals: Manresa ha perdut un 8,2%, quasi la meitat que Barcelona, que ha disminuït un 16,1%.

Comparació Bages – Manresa – Catalunya

	Bages	Manresa	Catalunya
Població	+ 3,5	+1.6	+6.8
Establiments alimentació	-9.6	-15.8	-16.2
Establiments alimentaris no	2.9	-4.5	-1.4
Total establiments detall	-1.7	-8.2	-4.8
Establiments / 1000 hab	-5	-9.7	-10.9
Superfície/ establiment (m2)	+25.2	+ 22.2	+ 24.5

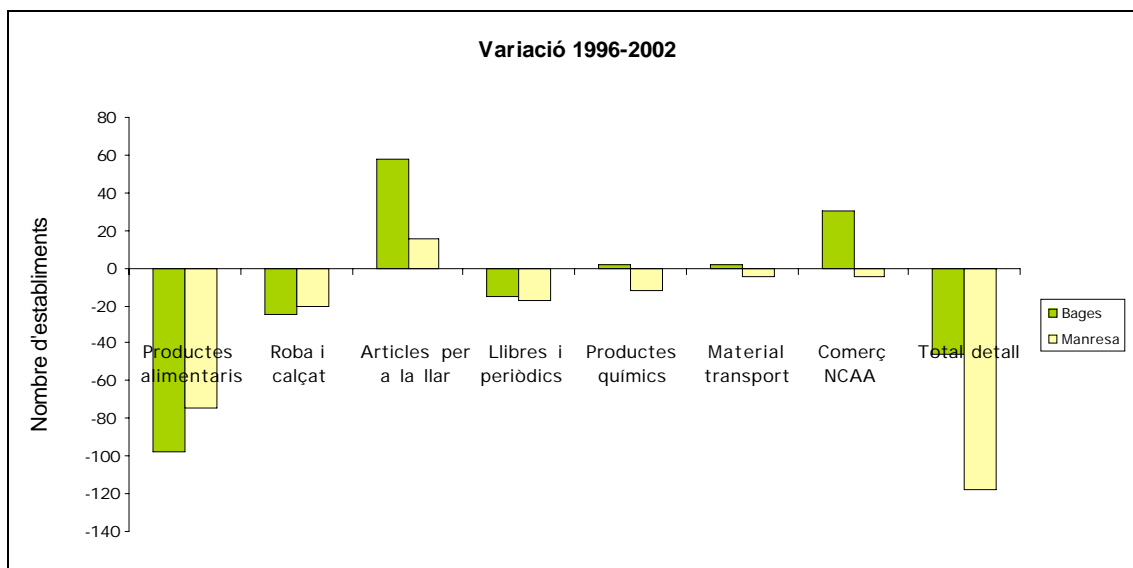
percentatge de variació, segons dades IDESCAT

Bona part de la pèrdua d'establiments minoristes s'explica per la disminució dels establiments alimentaris, que perden molt pes a les ciutats grans, fins al punt de disminuir un 15,8% a Manresa, dada encara molt allunyada del 27,1% perdut a Barcelona ciutat. Aquestes dades il·lustren el tancament de les petites botigues de queviures de barri, format comercial en regressió.

La tendència del conjunt de la comarca també és negativa, perquè en 18 dels 35 municipis del Bages disminueixen els establiments alimentaris al detall, però hem de considerar que dels 98 establiments perduts, 74 corresponen a Manresa i que les poblacions en què més ha disminuït l'oferta han estat: Cardona (-9) -municipi de la comarca que ha perdut més població en el període analitzat- i Sant Joan (-7), Sant Vicenç (-5), Artés (-4) i Santpedor (-4), municipis molt propers a les grans superfícies de Manresa i Sant Fruitós. En els municipis de menys de 1.000 habitants, les disminucions s'han compensat amb augments: d'aquesta manera, aquest període ha acabat amb un saldo positiu de +3 establiments.

Si ens referim als establiments detallistes no dedicats a l'alimentació, la comarca del Bages trenca la tendència a la pèrdua d'establiments, que es produeix a nivell de tot Catalunya (-1,4%), i augmenta un 2,9%, malgrat la disminució del 4,5% produïda a Manresa.

Com es pot observar en el gràfic següent, dins dels establiments no alimentaris, disminueixen els dedicats a roba i calçat i en menor grau els establiments de llibres i periòdics. En aquests capítols, la variació d'establiments a Manresa explica bona part de la variació a nivell de comarca. En canvi, en l'apartat d'articles per a la llar, l'increment de Manresa (+15) únicament representa una petita part dels 58 establiments que augmenten a la comarca.



Font: IDESCAT

En resum, si exclouem la pèrdua d'establiments comercials minoristes de Manresa (-118), es constata que a la resta del Bages va augmentar el nombre d'establiments comercials (+72), i que s'hi va compensar la pèrdua de 24 establiments d'alimentació amb l'augment de 96 establiments no alimentaris.

Sembla que ens trobem davant d'un canvi en l'estructura comercial de la comarca i d'un procés de redistribució del pes entre els diferents subsectors comercials.

5.2 - Evolució de la superfície comercial

La disminució del nombre d'establiments i l'augment de la població han fet disminuir en el període analitzat i de forma general la ràtio d'establiments per 1.000 habitants, passant dels 18,1 als 17,7 al Bages, dels 22,3 als 20,19 a Manresa i dels 20 als 17,7 a nivell de tot Catalunya.

L'evolució negativa del nombre d'establiments, però, no ha anat lligada a una disminució de la superfície comercial, sinó tot al contrari. Al Bages s'incrementa la superfície un 25,2%, fet que no és una excepció perquè segueix una tendència similar a l'increment produït en tot Catalunya (24,5%). El fet que l'increment en la superfície de Manresa va ser un 22,2%, menor que el percentatge comarcal, indica que a la resta de la comarca l'increment de

superfície encara va ser major. De fet, a les poblacions amb menys de 1.000 habitants l'increment en la superfície per establiment va ser del 33,3%.

Ens trobem, doncs, davant d'una estructura comercial amb una presència d'establiments més grans, sobretot en el sector alimentari.

5.3 - Situació actual de l'oferta comercial

Vistes l'oferta i la demanda comercials del Bages, cal fer algunes reflexions de conjunt.

En primer lloc, cal recordar que, segons la quantificació de l'oferta i la demanda feta al PTSEC (2001-2004), on es comparava l'oferta amb la despesa comercialitzable, Manresa tenia un excés d'oferta sobre la demanda de l'11% en dimensionament alimentari i el mateix percentatge en dimensionament no alimentari (això malgrat que s'incrementava la despesa comercialitzable atesa la seva capitalitat de comarca). Segons el PTSEC, doncs, no era aconsellable l'increment d'establiments comercials mitjans a Manresa.

A nivell de tota la comarca, l'oferta alimentaria també superava globalment la demanda en un 8% a causa de l'oferta de Manresa, de Sant Fruitós (on hi havia el major excés d'oferta, 288%), de Navàs (9%) i de Súria (7%).

A la resta de poblacions es detectava una oferta insuficient respecte a la despesa comercialitzable³⁴, situació que els permetia un creixement en mitjanes superfícies comercials alimentàries.

En conjunt, si l'any 2002 l'oferta comercial al Bages era de 17,1 establiments per cada mil habitants³⁵, la capital comarcal està més ben assortida que la mitjana. Manresa té un major nombre d'establiments en relació a la seva població (20,18), ràtio fins i tot major que la de Barcelona ciutat (19,57), segurament a causa de la seva tradició comercial i de què comercialment atreu població d'altres municipis i comarques. En aquestes xifres no hi ha incloses les àrees comercials perifèriques de Manresa, com ara les que corresponen al terme municipal de Sant Fruitós.

La superfície per establiment és major a la nostra comarca (94,5 m²) que en el conjunt de Catalunya (86,3 m²). Dins de la comarca, destaca Manresa, amb 136.357 m² de superfície destinada al comerç minorista, i en segon lloc Sant Fruitós, amb 29.997 metres quadrats i una alta ràtio de 270,2 m² per establiment, a causa de l'existència de grans i mitjanes superfícies que atreuen clients de fora del municipi³⁶.

Segons una informació apareguda a *Regió 7*, que cita fonts municipals, a la capital comarcal, el creixement del comerç als barris no ha tret protagonisme al comerç del centre de la ciutat. En barris com les Bases o la Parada, els nous establiments comercials se centren sobretot en alimentació o productes d'ús quotidià, la demanda dels quals s'acostuma a satisfer a partir del comerç de proximitat. El centre urbà s'ha especialitzat en equipament de la persona i de la

³⁴ Artés (-39%), Castellbell i el Vilar (-37%), Moià (-29%), Sallent (-30%), Navarcles (-25%), Santpedor (-23%).

³⁵ Molt similar a la mitjana de Catalunya (17,7 establiments per mil hab.).

³⁶ Dades extretes de l'IDESCAT.

llar. D'aquesta manera, la competència entre ambdós sectors és mínima. Les opinions d'alguns experts, recollides en el mateix diari, van en el mateix sentit.³⁷

A Manresa, l'obertura de l'espai comercial i lúdic de la Fàbrica Nova planteja hores d'ara tant reptes com incerteses. De moment, encara no se sap quin tipus d'establiments s'hi acabaran instal·lant, atès que no haurien de ser grans superfícies ni del mateix format que els que hi ha al centre de la ciutat. L'única cosa que queda clara actualment és que la capital bagenca comptarà amb 10.000 m² més de superfície comercial.

L'anuari econòmic de Caixa de Pensions (2003) aporta més dades sobre la variada oferta comercial a les poblacions majors de 1.000 habitants del Bages, segons el tipus d'activitat.

Nombre d'activitats, poblacions del Bages majors de 1.000 habitants, any 2003

	Totals
Comerç tradicional alimentació	1150
Supermercats alimentació	114
Alimentació	1264
Vestit i calçat	539
Llar	456
Resta no alimentació	1054
No alimentació	2049
Grans magatzems	0
Hipermercats	2
Magatzems populars ³⁸	11
Ambulant i <i>mercadillo</i>	41
Altres comerç mixt	138
Comerç mixt	192
Total activitats minoristes	3505

Font: Anuari econòmic de Caixa de Pensions, 2003

³⁷ Regió 7. 26-02-2005.

³⁸ Segons l'Anuari de la Caixa són "establecimientos que ofrecen un surtido relativamente amplio y poco profundo de bienes de consumo, con la gama de precios baja y un servicio reducido. La superficie de venta se organiza en diversas secciones y en régimen de autoservicio o preselección". Però, com ja recull aquest anuari, a partir d'aquesta definició i a efectes de l'IAE s'engloben en aquesta definició activitats comercials que s'aparten de la idea que en la pràctica de la distribució comercial es té del magatzem popular. D'aquesta manera apareixen un nombre major de magatzems populars del que en principi es podria pensar.

Com es desprèn d'aquestes dades i pel que fa als formats comercials, podem dir que en el conjunt de la comarca trobem la pràctica totalitat dels formats comercials, tret dels grans magatzems. També, especialment a Manresa, es detecta una important presència de les franquícies i marques que es troben més habitualment en ciutats de característiques semblants.

6 - ELS PUNTS FORTS I ELS PUNTS FEBLES DEL COMERÇ AL BAGES

En el futur, com tota activitat econòmica, el comerç es veurà immers en aquest món canviant que ens toca viure. Caldrà capacitat d'adaptació i visió empresarial per abordar amb garanties els reptes que es plantegin. Creixerà la població, uns formats comercials agafaran força mentre d'altres tindran més problemes, es generalitzarà l'ús de les noves tecnologies, canviaran les normatives i es produiran altres canvis que encara avui no albirem. Per ajudar a reflexionar sobre les possibilitats de fer front als nous reptes s'han analitzat els punts forts i els punts febles que té el nostre comerç a partir de les aportacions i suggeriments que hem recollit de les persones entrevistades i del resultat de l'anàlisi de la informació extreta de publicacions i dades secundàries.

6.1 - Punts febles

- Regular capacitat de compra. Tot i les informacions positives respecte a la capacitat d'estalvi més alt o índex de pobresa més baix que en altres comarques, el cert és que la renda familiar disponible per habitant del Bages continua estant per sota de la mitjana catalana, la qual cosa afectaria negativament la despesa comercialitzable.
- Alguns pobles amb tradició industrial que fa anys que està en declivi veuen condicionada negativament l'evolució de la seva població, la seva economia, i per tant també el comerç local.
- En els darrers anys, molts pobles del Bages guanyen població, però el comerç local té dificultats per fidelitzar-la, entre d'altres factors pels estils de vida i treball que condicionen els seus horaris de compra. Això podria fer que la clientela tipus del comerç de poble fos d'edat més avançada i potser amb menys capacitat de compra que el conjunt de la clientela potencial.
- Actualment els mercats ambulants setmanals d'alguns pobles no afavoreixen la complementarietat i les sinèrgies amb el comerç local ja sigui pel lloc on s'ubiquen o per la composició de la seva oferta.
- Pel que fa a la mobilitat, es produeix una dependència massa gran del transport privat. Aquest fet dificulta la mobilitat, en especial a segments concrets de població (joves, grans).
- La cultura d'arribar arreu en cotxe i la manca d'aparcaments per accedir a les zones comercials urbanes és, a vegades, un element dissuasori per a la compra.
- Els projectes normatius que plantegen la possibilitat de radicar grans i mitjanes superfícies en els centres urbans podrien suposar agreujar

els problemes de congestió urbana i d'increment de l'especulació sobre els preus del sòl urbà.³⁹

- Mala valoració dels aspectes urbanístics per part dels compradors i compradores. Accessos, imatge de l'entorn, aparcament, senyalització, enllumenat, seguretat, netedat, etc. són factors explicitats com a millorables en zones comercials, en especial a Manresa.
- No s'ha avançat massa en el procés de peatonalització de zones comercials, sobretot al centre de Manresa, tot i que un cop existeixen són molt ben valorades pels compradors i compradores.
- La dinàmica associativa dels comerciants sovint ha estat una reacció a les amenaces produïdes per la possibilitat d'implantacions de nous grans establiments i no tant una resposta a la necessitat d'analitzar, programar i actuar per millorar la situació del comerç.
- A Manresa es produeix una disgregació associativa del sector i un nivell d'associació força baix. L'increment de franquícies i, en alguns casos, el distanciament d'establiments amb lideratge sobre el sector són un fre a la participació.
- Les associacions de comerciants i botiguers depenen molt del voluntarisme de les seves juntes. En alguns casos també es detecta un excés d'individualisme i manca d'esperit associatiu tant territorial com sectorial per part de força comerciants.
- Els serveis al consumidor associats als processos de promoció i dinamització són escassos, i molt sovint, com a Manresa, pràcticament reduïts a finançar unes hores d'aparcament. En alguns casos, aquest servei no és ofert pel comerciant si no li demanen explícitament. Es podria deduir que aquestes accions es veuen més com un cost que com un element de fidelització de la clientela.
- Les iniciatives per a la millora del comerç tenen encara massa dependència de l'impuls i els ajuts que puguin venir de les diverses administracions públiques (Generalitat, Diputació, ajuntaments) .
- Insuficient incorporació de les noves tecnologies i dificultats per a la seva implementació. No sempre es veuen com un element que millori els resultats i la gestió.
- Baixa participació en les activitats de formació específica en el sector. També existeixen dificultats objectives derivades dels horaris de formació.
- Un nombre elevat d'establiments no arriba a superar el primer any de vida, amb els conseqüents costos econòmics, socials i personals que ocasionen.
- Inexistència de programes de suport al comerç per a poblacions de menys de 1.000 habitants.

³⁹ Te també la seva lectura com a punt fort, com es veurà més endavant.

- Alguns comerciants viuen amb preocupació l'increment d'establiments regentats per comerciants nouvinguts, tant pel que fa als productes comercialitzats com als horaris comercials.

6.2 - Punts forts

- El comerç dels nostres pobles no és únicament una activitat econòmica per proveir de béns i serveis i generar llocs de treball, sinó que és un lloc de trobada entre ciutadans. És una activitat que configura espais urbans, que permet la relació i humanitza la convivència dels nostres pobles. Al Bages, i en especial a Manresa, l'activitat comercial ha estat sempre un element bàsic en la seva història, ho és en l'actualitat, i ho serà en el futur.
- Creixement de la població a curt i mig termini especialment notable en alguns municipis. Aquest creixement ha de garantir una tendència a l'alça de la demanda.
- Existència d'una normativa a nivell autonòmic (PTSEC) o local (POEC) que regula la quota de mercat de les grans superfícies i intenta defensar els interessos dels consumidors i consumidores, tot vetllant per l'equilibri de l'estructura comercial.
- Potencialitat quant a l'oferta comercial dels pobles de la comarca. La xarxa comercial dels pobles sol estar lligada al comerç de proximitat i es pot parlar d'una certa complementarietat amb l'oferta de Manresa. Es remarcable la capacitat del comerç de proximitat per establir un tracte més directe i personalitzat amb el client. Algunes poblacions aprofiten l'atractivitat de productes especialitzats i artesanals: embotits, vi, ceràmica, etc. Hi ha un important camí per recórrer en aquest apartat
- En el cas de Manresa, el comerç es veu potenciat per les sinèrgies derivades de la capitalitat (oci, cultura, serveis, ensenyament).
- L'oferta a Manresa és completa i diversa i exerceix una atractivitat més enllà del Bages cap a comarques veïnes. Aquesta composició i varietat en l'oferta evita, en general, desplaçaments obligatoris a altres marcs geogràfics.
- Consolidació, en el conjunt de la comarca, d'un important calendari de fires i esdeveniments culturals populars. Aquestes activitats suposen elements de promoció comercial més enllà del moment puntual de la seva realització, perquè consoliden i reforcen accions col·lectives entre els agents protagonistes de l'activitat comercial.
- Creixent vincle entre el comerç i el turisme, clar en el cas de Moià i en desenvolupament a d'altres municipis com per exemple Manresa o Monistrol de Montserrat. Hi ha molt camí per poder avançar en el treball conjunt dels dos subsectors. Cal analitzar el paper del turisme en el desenvolupament del comerç i el paper del comerç en l'atracció de nous turistes.

- Existència de dotze municipis amb plans d'actuació i de dinamització comercial en marxa (Artés, Balsareny, Manresa, Moià, Navarces, Navàs, Sallent, Santpedor, Sant Fruitós, Sant Vicenç de Castellet, Súria, Sant Joan de Vilatorrada). Aquest fet suposa una important mobilització de recursos i actuacions. També implica potenciar la coordinació d'associacions i institucions (associacions de comerciants, Generalitat, administracions locals, Cambra de Comerç i patronals sectorials com PIMEC comerç).
- Consolidació d'un important moviment associatiu, motor bàsic i necessari dels processos de dinamització. Actualment hi ha associacions de botiguers i comerciants a la major part dels municipis més poblats.
- De confirmar-se la possibilitat de radicar grans i mitjanes superfícies en els centres urbans, podrien aparèixer elements de gran atracció potencialment aprofitables per al conjunt del comerç d'aquella zona, sobretot a partir de la seva complementarietat.
- Manresa i la seva àrea d'influència directa presenten un interès creixent per a les grans empreses i marques comercials, la qual cosa és símptoma de potencialitat comercial.
- Existència de l'Observatori Comercial de Manresa, en la mesura que suposa una informació valuosa sobre l'evolució del sector a la ciutat.

7 - CONCLUSIONS

1. El sector comercial del Bages no presenta, en general, desequilibris respecte de la mitjana del sector a Catalunya. Això tant pel que fa al seu pes en el conjunt de l'economia, com de la pròpia estructura comercial.
2. A grans trets, a la comarca podem diferenciar entre el comerç d'atracció, que està situat bàsicament al centre de la població i als centres comercials perifèrics (Sant Fruitós, els Trullols), i el de proximitat, que se situa als barris i a la resta de poblacions de la comarca.
3. En bona part de les poblacions de la comarca la localització comercial es concentra en dos o tres carrers situats al centre del poble, la qual cosa facilita les accions de promoció. En relació a l'oferta comercial, tot i tractar-se bàsicament d'un comerç de proximitat, hi ha pobles amb més diversitat d'establiments per productes com Sallent i Súria i, d'altres com Santpedor o Sant Joan on sembla haver-hi menys diversitat, probablement per la seva proximitat a Manresa.
4. Al Bages, en els últims anys han disminuït els establiments alimentaris al detall, el comerç no alimentari ha augmentat en nombre d'establiments i el comerç en general ha incrementat la seva superfície mitjana per establiment. En conjunt, segons dades del PTSEC (2001-2004), hi havia un petit excés d'oferta comercial a la comarca, però hi ha dos aspectes nous a considerar: l'increment de la població i les noves urbanitzacions.
5. La població està creixent i aquesta tendència sembla que es mantindrà a mig termini. Es preveu que els motors d'aquest creixement siguin la immigració estrangera i la gent que vindrà de l'àrea metropolitana de Barcelona. Aquest canvi demogràfic té moltes influències en el comerç, perquè incrementa la demanda en general i també una demanda específica relacionada amb els hàbits de consum de la població nouvinguda.
6. L'oferta comercial també s'ha vist modificada perquè el comerç és una de les activitats que duen a terme alguns immigrants, bé per cobrir la demanda específica del seu mateix col·lectiu o per oferir productes de baix preu al públic en general.
7. L'auge de la construcció i les noves urbanitzacions ha permès disposar de nous locals comercials i també ha originat nova demanda en els pobles amb més creixement demogràfic. A Manresa les noves urbanitzacions han possibilitat un moviment de població cap a zones com les Bases de Manresa o la Parada. Aquests moviments han permès un increment en el nombre d'establiments comercials (alimentació i ús quotidià) als nous barris però, alhora, també un increment en el centre de Manresa de botigues d'equipament personal i de la llar. El nombre

d'establiments al Barri Antic s'ha mantingut sobretot per la presència d'establiments regentats per ciutadans nouvinguts (magrebins i xinesos).

8. L'oferta comercial de la comarca és, en general, prou completa, variada i atractiva com per no provocar importants fugues de compradors i compradores a d'altres comarques. Cal destacar el paper de capitalitat comercial de Manresa més enllà de la mateixa comarca. El repte per al comerç dels altres municipis és arribar als actuals i nous residents i fidelitzar-los.
9. Existeix un important grau d'associacionisme comercial a la comarca. A Manresa l'afiliació és més reduïda. Aquest associacionisme té molt sovint un caràcter reactiu davant de les amenaces de l'entorn. Caldria passar a un tipus d'actuació més proactiva, en la línia de guanyar un protagonisme social i econòmic, d'acord amb el paper del comerç modern. D'altra banda, és molt important el treball conjunt, cooperatiu i coordinat del conjunt de les associacions de comerciants entre elles i amb les diverses administracions.
10. Cal valorar com a molt important l'existència de dotze plans d'actuació i dinamització comercial a partir del treball conjunt d'associacions, administracions i Cambra de Comerç. També són importants les naixents experiències de coordinació en la dinamització conjunta d'alguns municipis. De la mateixa manera, és important valorar l'extens i diversificat calendari firal dels diversos municipis com a elements clau en la dinamització del comerç local.
11. A curt termini, hi ha alguns factors que condicionaran el comerç comarcal: el nou pla territorial (PTSEC), les futures lleis que possibilitarien obertures de mitjanes i grans superfícies als centres urbans i el projecte de la Fàbrica Nova.

8 – PROPOSTES

Infraestructures de transport

Caldria millorar les infraestructures de transport per aprofitar el centralisme físic de la comarca i potenciar-ne el comerç.

Millorar la connexió per carretera entre els diversos pobles i amb Manresa, potenciant el transport públic.

Millorar els eixos de comunicació amb la resta de Catalunya, en especial l'Eix Diagonal, l'eix Manresa-Solsona-La Seu d'Urgell i l'eix del Llobregat.

Millorar el servei ferroviari de transport de persones augmentant-ne les freqüències de pas i potenciant-ne l'ús.

A Manresa, facilitar la mobilitat entre els diversos barris d'una manera més ràpida i abastant zones avui no cobertes.

Avançar cap a la intermodalitat entre els diversos mitjans de transport

Formació i adaptació als nous entorns

Dissenyar un nou tipus d'oferta formativa i de reciclatge dels professionals del sector, basat en l'assessorament directe a l'establiment per part d'especialistes de diversos àmbits (marxandatge, gestió econòmica, implantació de noves tecnologies, etc.), que potenciï la reflexió i l'anàlisi dels aspectes a millorar de forma conjunta.

Potenciar i difondre els estudis professionals de comerç i el seu lligam amb la formació contínua. En aquest terreny caldria veure les possibilitats que permeten disposar, a la comarca, de centres que imparteixen formació professional comercial i estudis universitaris en el camp empresarial.

Crear programes de suport a les persones que vulguin instal·lar un nou comerç per afavorir el coneixement del sector, les competències necessàries per a una bona gestió i la valoració de la importància d'associar-se.

Reforçar la visió empresarial de l'ofici de comerciant, potenciant la capacitat d'adaptació a uns entorns canviants i veient el canvi com una font d'oportunitats i no com una amenaça. I, paral·lelament, potenciar la formació i el reciclatge dels treballadors del sector.

Facilitar l'adaptació dels establiments que actualment estan adreçats únicament a satisfer la demanda específica dels col·lectius d'immigrants a un comerç d'atracció basat en una oferta cosmopolita adreçada a tota la població.

Normativa

Arbitrar mesures per evitar situacions de domini, incentivant la competència.

Potenciar la funció inspectora de les administracions quant al compliment de la normativa del comerç.

Planejament, ordenació i urbanisme

Impulsar i facilitar l'elaboració de POEC com a eina de desenvolupament i programació de les activitats comercials al màxim nombre de municipis de la comarca.

Avançar en l'elaboració de propostes d'actuació conjunta de municipis propers, utilitzant, si s'escau, la figura de planejament dels POEC en la línia de fer-los intermunicipals i fins i tot d'abast comarcal.

Caldria potenciar en els governs locals la idea d'accions transversals a les diverses regidories amb l' objectiu de millorar i potenciar el servei comercial.

Impulsar accions de millora dels accessos, mobiliari urbà, senyalització, aparcaments, etc. que facilitin la mobilitat i la comoditat dels consumidors i consumidoras en les seves accions de compra.

Aprofitar el projecte de la Fàbrica Nova i la construcció dels nous aparcaments previstos a Manresa com una bona oportunitat per a la millora del servei comercial.

Afavorir la substitució d'activitats molestes o neutres per a la vida social i comercial en el centre urbà tot facilitant-ne el trasllat a zones adequades i alliberant espais per a usos comercials.

Associacionisme i accions comercials

Impulsar i millorar l'associacionisme dels comerciants, treballant en l'anàlisi, la planificació i l'establiment de plans d'actuació que vagin més enllà de situacions reactives davant de situacions d'amenaques immediates.

Buscar formes de desenvolupament de l'associacionisme comercial més enllà de les accions de dinamització, donant suport, des de l'Administració, a iniciatives innovadores, sectorials i territorials (centrals de compres i serveis, etc.).

Deixar per als comerciants el paper de liderar i engegar accions de promoció, dinamització, etc., i reservar a l'Administració el paper que li és propi (infraestructures, urbanisme, imatge de la ciutat o poble, suport a les associacions).

Estudiar i impulsar plans d'actuació i dinamització comercial per a municipis petits amb poca oferta comercial.

Reforçar les sinèrgies entre turisme i comerç: potenciar el comerç d'atracció, especialitzat en productes artesans i autòctons en els diversos pobles, lligat a una promoció turística en àmbit comarcal que potenciï la imatge de marca del Bages. Coordinar accions aïllades dutes a terme pels diversos municipis de la comarca en un pla de promoció del conjunt del Bages.

Informació i recerca

Crear un observatori permanent de l'activitat comercial comarcal, a l'estil del que ja funciona a Manresa ciutat, que contribueixi a mantenir actualitzada la informació del sector a la comarca.

Elaborar estudis en profunditat del sector comercial del Bages que permetin conèixer millor les tres realitats que la conformen: a) Manresa ciutat, b) els municipis de més de 3.000 hab. i c) els municipis més petits (menys de 3.000 hab.).

Estudiar i fer un seguiment, de forma tant quantitativa com qualitativa, dels canvis socials que s'estan produint, en la mesura que poden afectar el futur de diversos formats comercials.

El CESB és un òrgan consultiu i de participació comarcal, del qual formen part les institucions i les entitats següents:



Aquest dictamen forma part de les accions del Pacte Territorial del Bages.
Hem comptat amb el suport de la Diputació de Barcelona i del Servei d'Ocupació de Catalunya
del Departament de Treball i Indústria.

