

Anuari de la distribució comercial sector quotidià en règim d'autoservei 2019



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Empresa
i Coneixement**



**Anuari de la distribució comercial a Catalunya.
Sector quotidià en règim d'autoservei. Any 2019**

Direcció General de Comerç
Barcelona, juliol de 2019

Estudi

Dades referenciades a 31 de desembre de 2018
Periodicitat biennal

Equip de treball

Direcció: Muntsa Vilalta, directora general de Comerç

Coordinació: Joan Morera

Elaboració:

Xavier López

Angèlica Platas

Sandra Roca

Presentació



L'Anuari de la distribució comercial que teniu entre mans és un exercici d'anàlisi del sector alimentari –però també de drogueria i perfumeria– que el Departament d'Empresa i Coneixement porta a terme des de 2002. Aquesta trajectòria s'explica per la col·laboració desinteressada que al llarg del temps han dispensat les primeres empreses de distribució comercial a Catalunya; un exemple de col·laboració públicoprivada que, a partir de les dades aportades individualment per cada operador, genera un producte de gran valor informatiu.

En un moment en què tant el comerç com el conjunt de l'economia afronten reptes de caire transversal, és molt positiu constatar que la relació entre les administracions públiques i els representants del sector privat gaudeix d'un històric de sinergies positives.

Per això vull expressar el meu agraïment als cinquanta grups empresarials que han respost els qüestionaris de l'Anuari. Molt especialment perquè en la present edició han informat qüestions d'especial valor informatiu, en àmbits com ara les partides d'inversions, la gestió d'equips, la facturació online o les actuacions solidàries que duen a terme, entre molts altres.

Les cinquanta primeres empreses de distribució comercial a Catalunya integren 5.012 establiments i ocupen més de 63.000 persones. La seva facturació de 2018 va ser de 12.103 milions d'euros, en el que suposa un creixement del 3,89% des de 2016.

Però, a banda de quantificar el creixement del sector, l'Anuari demostra el vincle existent entre les bones pràctiques en matèria de responsabilitat social i la competitivitat de les empreses. També hi queden palesos vincles molt clars entre la paritat de gènere i qüestions tan significatives com l'absentisme laboral o la rotació de personal. En el terreny de la innovació s'ha avaluat la importància que donen les empreses a les diferents tecnologies, i s'ha conclòs que el *big data* i la logística encara tenen més importància que les tecnologies de futur, com la intel·ligència artificial (AI) o l'internet de les coses (IoT).

Per acabar, vull agrair a l'equip de la Direcció General de Comerç la bona feina feta. Garantir una informació rigorosa i estructurada ha estat cabdal per assegurar la qualitat d'aquesta nova edició de l'Anuari.

Àngels Chacón
Consellera d'Empresa i Coneixement

y	Presentació	3
y	Introducció	5
y	Conclusions	6
y	Dades globals	11
y	Comptabilitat social	16
y	Competitivitat	28
y	<i>Annex 1. Quadre sintètic</i>	48
y	<i>Annex 2. Glossari</i>	49
y	<i>Annex 3. Qüestionari</i>	50
y	<i>Annex 4. Empreses participants</i>	54



Y Introducció

L'Anuari de la distribució comercial del sector quotidià en règim d'autoservei és una anàlisi biennal de les cinquanta primeres empreses de gran distribució amb punts de venda a Catalunya. Més concretament, estudia el comportament de l'oferta de productes alimentaris, drogueria i perfumeria, sempre que la seva venda es dugui a terme per mitjà del règim d'autoservei.

Les informacions recollides en aquest estudi han estat proporcionades pels propis operadors, i estan referenciades a 31 de desembre de 2018, de manera que recullen l'evolució del sector des del desembre de 2016.

Objectius

- Fer un seguiment dels principals indicadors del sector
- Mesurar la competitivitat i el rendiment de les empreses
- Identificar nous indicadors que fusionin el caire econòmic i el social
- Avaluar el posicionament de les empreses respecte les noves tecnologies i el comerç electrònic
- Comparar les zones geogràfiques per raó de l'oferta comercial

Metodologia

Univers: sector quotidià

Mostra: 50 primeres empreses

Tècnica d'investigació: qüestionari quantitatiu

Data d'actualització: 31 de desembre de 2018

Qüestionari

Dades d'empresa: 39 preguntes
descriptives

Dades d'establiments: identificatives

Treball de camp: 1r trim. 2019

Treball de gabinet: 2n trim. 2019





Y Conclusions

- Les 50 primeres empreses de distribució comercial tenen 5.012 punts de venda a Catalunya (un 13,7% del sector quotidià), una superfície de venda de 2,4 milions de metres quadrats (58,3% del sector) i una facturació de 12.103 milions d'euros (62,6% del sector).
- El sector dona feina a 63.144 persones, cosa que significa el 18,6% dels ocupats en comerç al detall.
- Durant el bienni 2017 i 2018, les primeres empreses de distribució comercial a Catalunya creixen un 3,89% en volum de venda.
- L'ocupació generada per aquestes empreses creix durant el mateix període un 5,78%, mentre que el conjunt del comerç creix un 1,33%.

Comptabilitat social

- El 82,8% de les persones que treballen al sector tenen contracte indefinit, un percentatge que està per sobre del 77,9% del conjunt de l'economia.
- L'absentisme laboral mitjà del sector és del 4,31%, però es redueix fins al 2,8% en aquelles empreses que tenen 'formació i persones' com la seva principal partida d'inversió. Això suposa una reducció del 35% respecte la mitjana.



Y Conclusions

- La rotació mitjana de les plantilles és del 9,28%, però baixa fins al 5,4% en les empreses que tenen “formació i persones” com la seva principal partida d’inversió. Això suposa una reducció del 41% respecte la mitjana.
- El comerç és un sector amb majoria de dones entre els ocupats (69%). Pel que fa a les empreses analitzades, el percentatge de dones en llocs de base és un 67,5%, entre els comandaments intermedis és 47,8% i entre els alts càrrecs és d’un 26,1%.
- Les empreses que superen el 50% de dones entre els comandaments intermedis tenen: *a)* un absentisme laboral un 19% inferior a la mitjana, i *b)* una rotació de personal que es troba un 7,3% per sota de la mitjana.
- Les empreses socialment responsables, amb més actuacions d’RSC, tenen un rendiment per metre quadrat un 38% superior a la mitjana del sector.
- Les pràctiques més habituals en RSC són: donacions i/o patrocinis (58,6% dels casos), sistemes d’estalvi energètic (56,6%), compra a proveïdors locals (50,9%) i programes de reciclatge (50,9%).

Y Conclusions

Competitivitat

- El 54,7% d'empreses han crescut en facturació els dos últims exercicis, i el rendiment mitjà del sector s'ha situat en 5.002 euros/m².
- El rendiment mitja és superior per als formats especialistes (6.014 euros/m²) i pels de majors dimensions: hipermercats (5.288 euros/m²) i (supermercats, 5.221 euros/m²).
- Durant el bienni 2017-18, el 25% de les empreses del sector creixen en marges comercials, el 47,7% creixen en nombre de treballadors, el 61,4% creixen en despeses operatives i el 47,7% creixen en inversions.
- La partida d'inversió que actualment les empreses consideren més important és el 'producte i selecció de proveïdors'. La segona inversió en importància és la 'tecnologia', però de cara al 2021 es preveu que sigui la inversió en 'formació i promoció de treballadors'.
- La tecnologia més important per a les empreses del sector és el *data analytics*, seguida per la logística.
- La quota de mercat de la venda online per al sector a Catalunya és d'un 1,44% en productes peribles i d'un 1,72% en productes no peribles. Totes les empreses que disposen de canal de venda online fan lliurament a domicili, el 95,7% disposa de servei de recollida en botiga, i un 47,8% de punt de recollida.



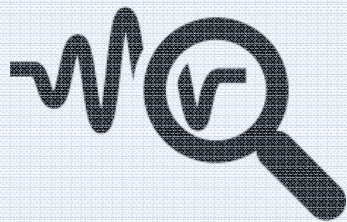
Y Conclusions

- Pel que fa a la composició de l'oferta per formats, el format superservei (entre 150 i 399 m²) està guanyant protagonisme en detriment del format més petit (autoserveis, fins a 150 m²).
- Els productes preparats, ecològics i frescos guanyen pes en pràcticament totes les sales de vendes.
- Les empreses amb més quota de mercat en superfície de venda són: Mercadona (15,58%), Dia (11,96%) i Bon Preu (9,32). I en nombre d'establiments: Dia (22,01%), Condis (10,20%) i bonÀrea (7,5%).
- Mercadona continua liderant el rànquing en facturació. En el segon lloc, Bon Preu passa per davant del grup Dia.

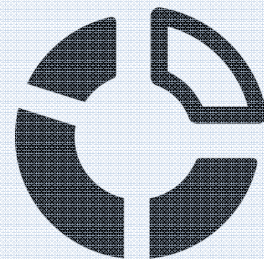




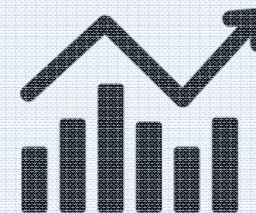
Dades globals



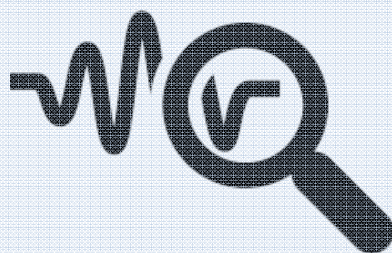
Comptabilitat social



Competitivitat



Dades globals

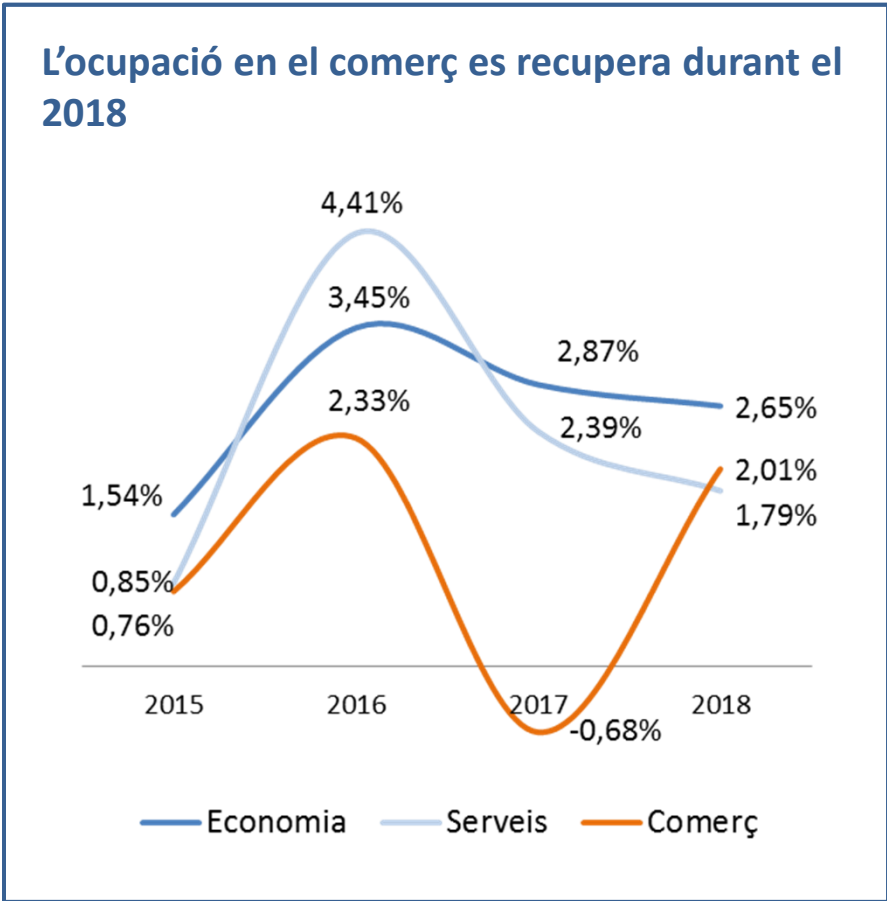
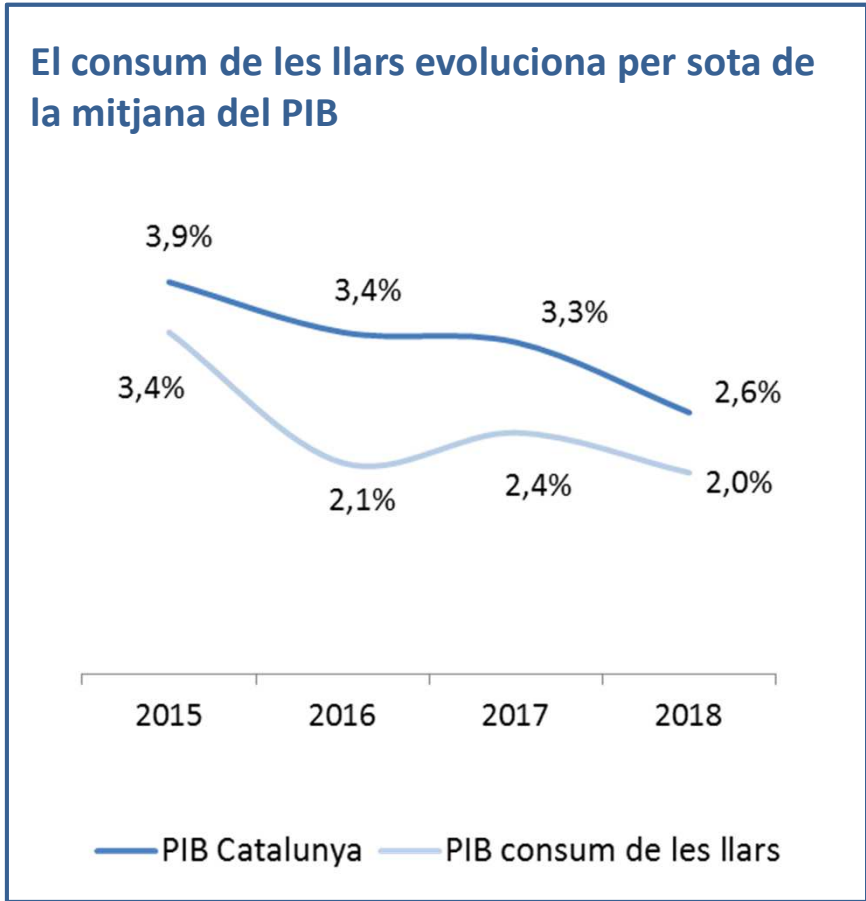


- Pàg. 12 Entorn econòmic
- Pàg. 13 Objecte d'anàlisi
- Pàg. 14 Evolució del sector
- Pàg. 15 Tendències



Entorn econòmic

L'economia catalana modera lleugerament el creixement , tot i que el PIB per components de demanda segueix per sobre del 2,5%



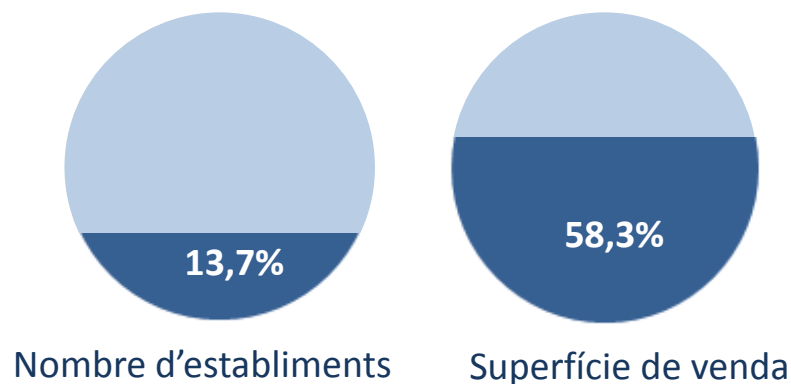


▼ Objecte d'anàlisi

Pes de les 50 primeres empreses en el conjunt del sector quotidià

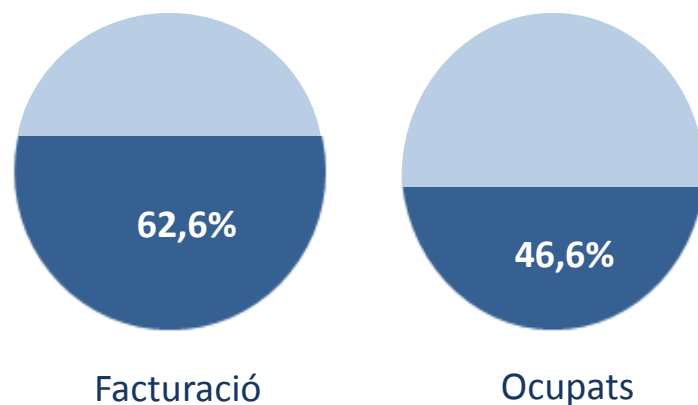
50 empreses analitzades

5.012 establiments
2,42 milions de m²
12.104 milions d'€
63.144 ocupats



Sector quotidià

36.535 establiments
4,15 milions de m²
19.350 milions d'€
135.452 ocupats



■ Top 50 ■ Resta del sector

Composició de les 50 empreses analitzades

Facturació

Més de 100 milions: **19** (38%)
10 a 100 milions: **16** (32%)
Menys de 10 milions: **15** (30%)

Implantació geogràfica

Territorials: **20** (40%)
No territorials: **30** (60%)

Tipologia d'oferta

Generalistes: **42** (84%)
Especialistes: **8** (16%)



Y Evolució del sector



Durant els anys 2017 i 2018 el sector quotidià creix a un ritme anual de 3,89% en volum de negoci

28 grups creixen en facturació, mentre que 22 decreixen

La superfície de venda és el paràmetre que més creix

L'ocupació en el sector quotidià creix un 5,78% en dos anys, per sobre de la mitjana del comerç (1,33%)

Els 63.144 ocupats del sector suposen el 18,6% de les persones ocupades en comerç a Catalunya (338.400)

Evolució de les principals magnituds

	2016	2018
Establiments	4.797	5.012
Superfície de venda (m ²)	2.248.339	2.419.681
Volum de venda (milers d'€)	11.650.317	12.103.720
Nombre de treballadors	59.692	63.144
Dimensió mitjana (m ²)	469	483
Rendiment (€/m ²)	5.182	5.002

	Evolució	
	mitjana anual	2016-18
Establiments	2,24%	↑ 4,48%
Superfície de venda (m ²)	3,81%	↑ 7,62%
Volum de venda (milers d'€)	1,95%	↑ 3,89%
Nombre de treballadors	2,89%	↑ 5,78%
Dimensió mitjana (m ²)	1,50%	↑ 3,00%
Rendiment (€/m ²)	-1,73%	↓ -3,47%

Nota: les dades per al 2016 han estat revisades respecte l'anterior edició de l'Anuari d'acord a informacions posteriors a la publicació.



Tendències



Healthcare (eco-bio)



Productes d'alt valor experiencial



Valor "casolà"



Diversitat de formats i varietats



Segmentació de públics



Envelliment de la població



Formats individuals



Formats de preparació ràpida



Màxima informació del producte



Consumidor socialment compromès



Compromís medioambiental



Tècniques d'engagement



Establiments amb restauració / degustació



Omnicanalitat



Canal online marcat pels descomptes



Marca de distribuïdor de qualitat



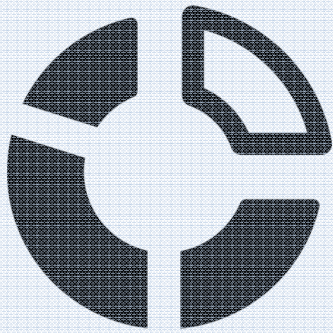
Establiments més grans en casc urbà



Acte de compra sense entrebancs (*seamless*)



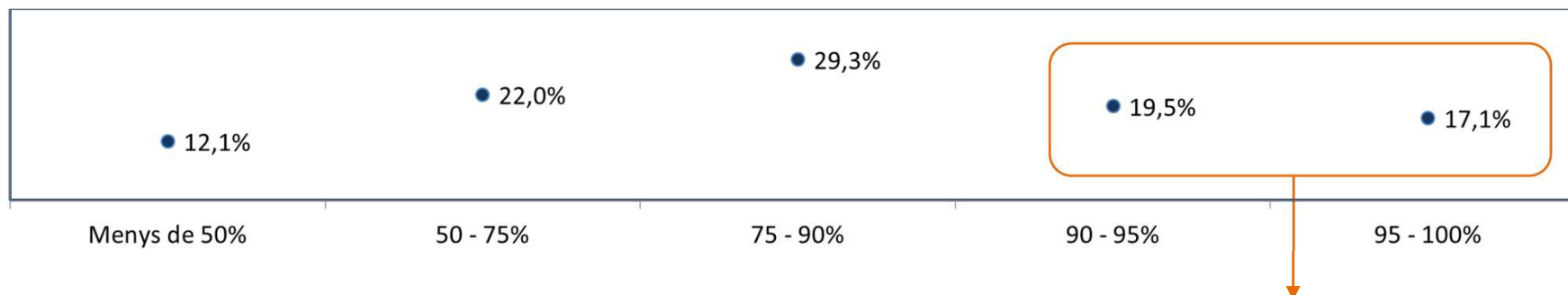
Comptabilitat social



- Pàg. 17 Contractes indefinits
- Pàg. 18 Absentisme laboral
- Pàg. 19 Rotació
- Pàg. 20 Igualtat de gènere
- Pàg. 22 Diversitat funcional
- Pàg. 23 Bones pràctiques RSC

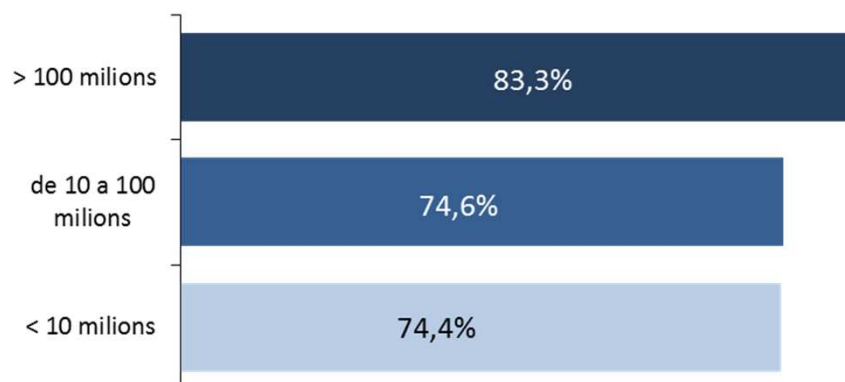
Contractes indefinits

Percentatge d'empreses segons el percentatge de contractes indefinits



El 36,6% de les empreses tenen almenys 9 de cada 10 treballadors amb contracte indefinit

Contactes indefinits segons facturació de l'empresa



Dada de context

El 77,9% de les persones ocupades a Catalunya el 2018 tenen un contracte indefinit

En el cas del comerç aquesta dada és 79,5%

Només el 13,9% dels contractes signats durant aquest any han estat indefinits

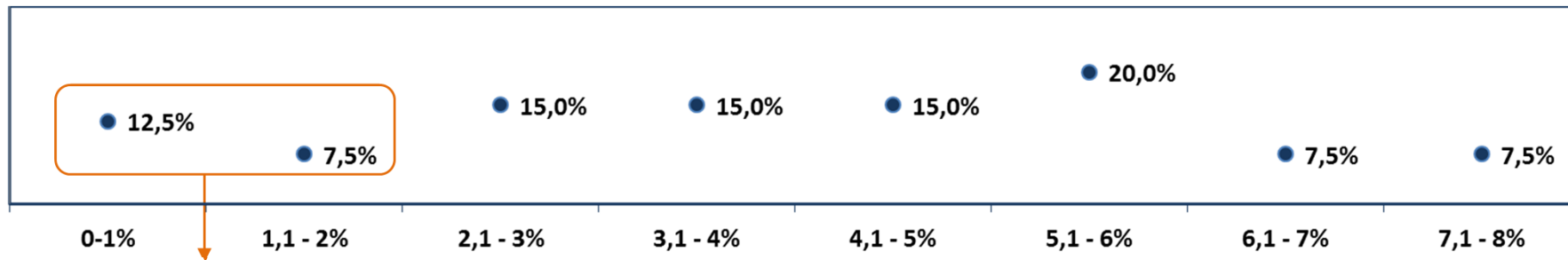
Font: Observatori de Treball i Model Productiu



Absentisme laboral

Absentisme mitjà
4,31%

Percentatge d'empreses per intervals d'absentisme

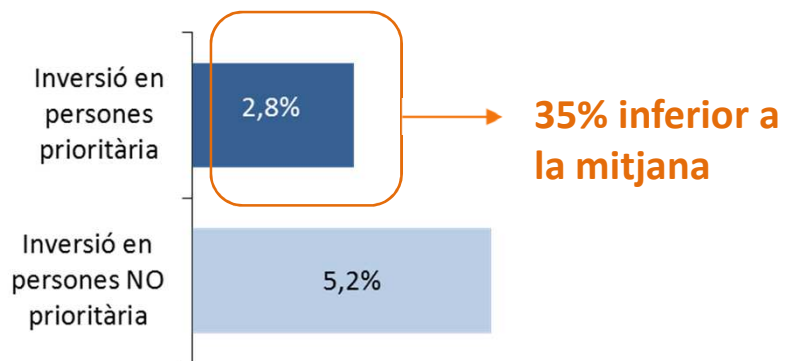


2 de cada 10 empreses per sota del 2% d'absentisme

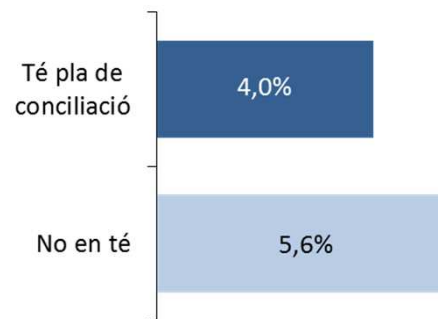
Absentisme per dimensions empresarials

Empreses (>100 milions): **4,25%** Empreses (10-100 milions): **5,13%** Empreses (<10 milions): **4,27%**

Efecte de la formació i promoció



Empreses amb o sense un Pla de conciliació familiar

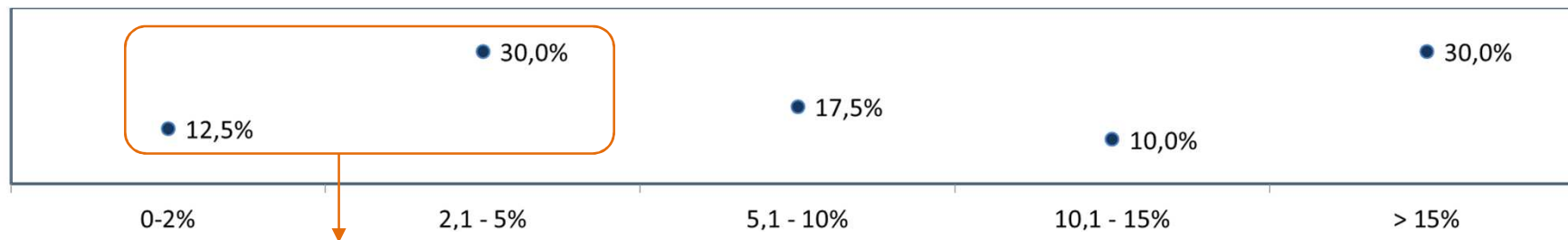


Rotació

Rotació mitjana

9,28%

Percentatge d'empreses per intervals de rotació



42,5% d'empreses per sota el 5% de rotació

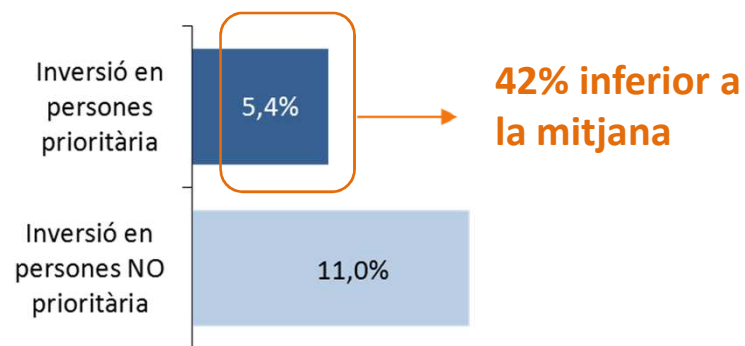
Rotació per dimensions empresarials

Empreses (>100 milions): **10,64%**

Empreses (10-100 milions): **12,74%**

Empreses (<10 milions): **8,15%**

Efecte de la formació i promoció



Dada de context

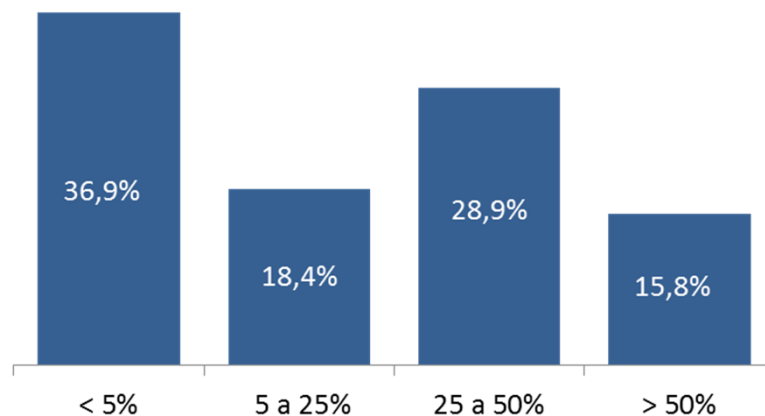
Sectors with the highest turnover rates:

1. Technology: 13,2%
2. Retail & consumer products: 13%
3. Media & entertainment: 11,4%
4. Professional services: 11,4%

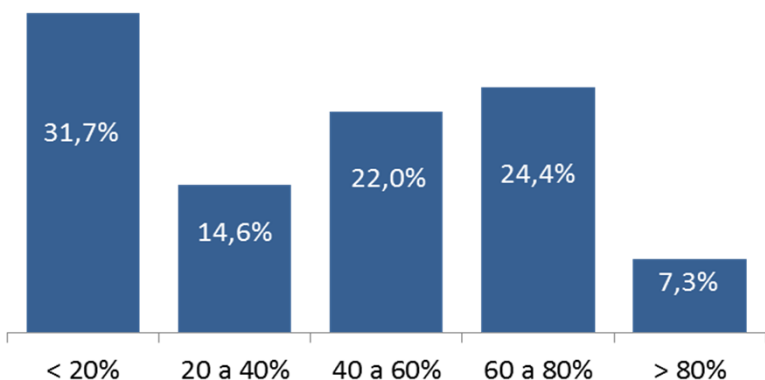
Font: LinkedIn. Highest Turnover Rates, 2017

Igualtat de gènere

Empreses segons el percentatge de dones en alts càrrecs



Empreses segons el percentatge de dones en comandaments intermedis



Dones en alts càrrecs

26,1%

Dones en comandaments

47,8%

Dones en llocs de base

67,5%



El 69,0% de les persones ocupades en el conjunt del comerç són dones

Només el 15,8% de les empreses compleixen la paritat en alts càrrecs

Percentatge d'empreses que compleixen cada condició segons les dimensions empresarials

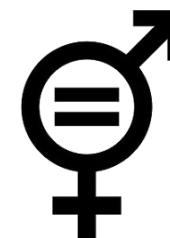
	> 25% dones en alts càrrecs	> 50% dones en comandaments
> 100 milions	40,0%	33,3%
de 10 a 100 milions	43,8%	46,7%
< 10 milions	57,1%	62,5%



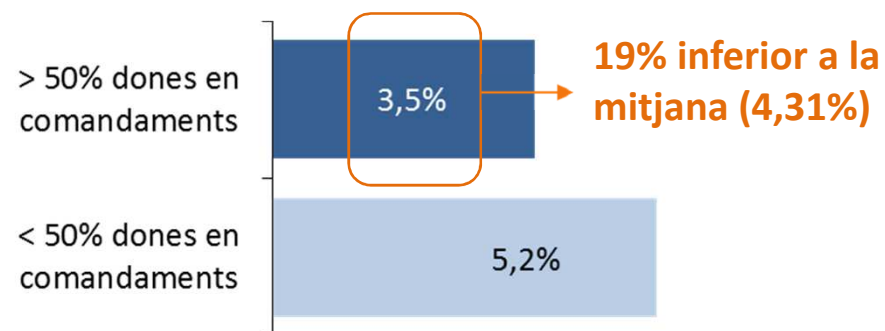
Igualtat de gènere

La paritat de gènere no està relacionada amb el rendiment, però sí amb l'absentisme i la rotació

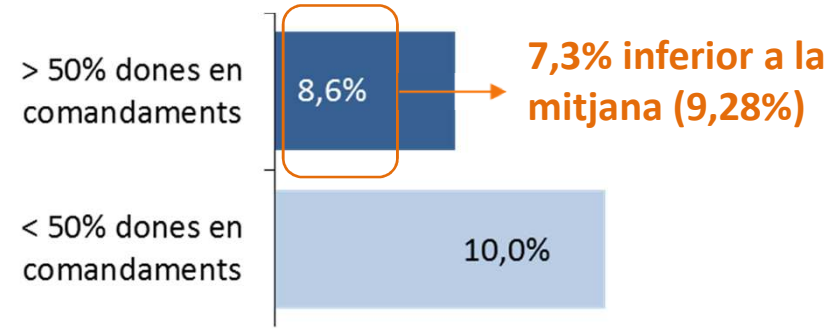
El 63,6% de les empreses tenen plans d'igualtat de gènere: empreses > 100 milions (94,7%), empreses de 10 a 100 milions (41,2%) i menys de 10 milions (37,5%)



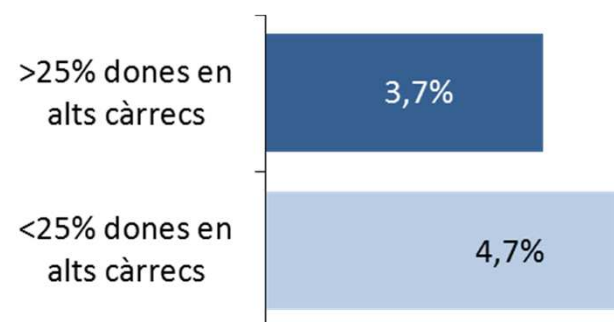
Absentisme segons paritat en comandaments



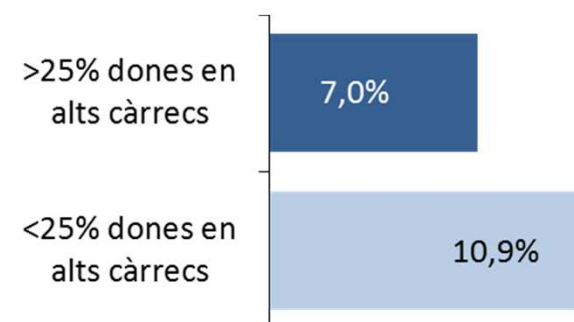
Rotació segons paritat en comandaments



Absentisme segons % dones en alts càrrecs



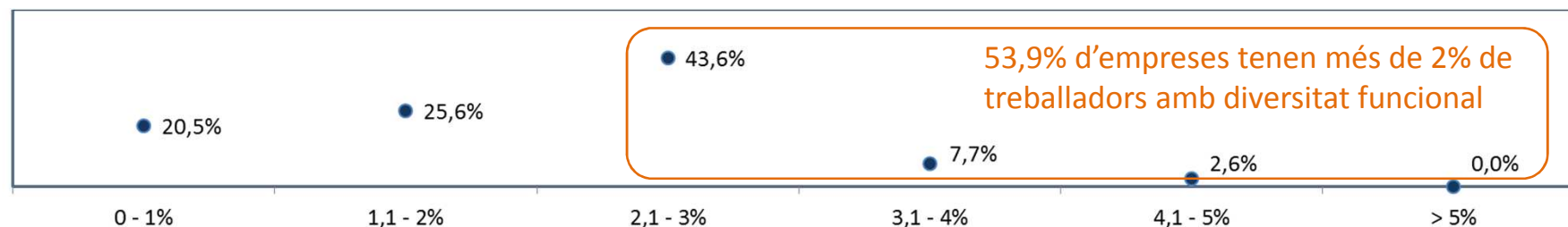
Rotació segons % dones en alts càrrecs



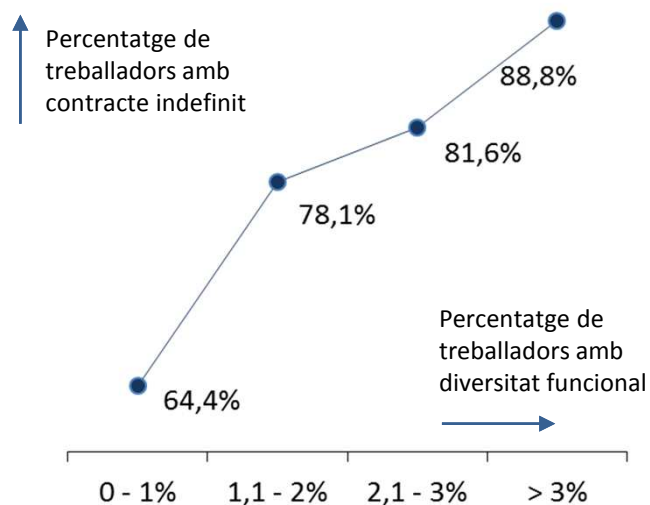
Diversitat funcional

Percentatge d'empreses segons els treballadors amb diversitat funcional

Treballadors amb diversitat funcional
2,14%



Relació entre treballadors amb diversitat funcional i contractes indefinits



Caprabo

Primer supermercat de Catalunya gestionat íntegrament amb persones amb diversitat funcional (Manresa, fundació Ampans)



Mercadona

El 2017, més de 1.000 persones amb discapacitat van treballar en més de 1.650 murals nous per decorar seccions.



Auchan retail

Auchan retail està adherit al conveni Inserta de la fundació ONCE des del 2000. El conjunt del grup ocupa més de 800 persones amb diversitat funcional.



Y Bones pràctiques RSC

Quatre de cada deu empreses del sector duen a terme almenys 7 de les actuacions següents:

	Sector	> 100 milions	de 10 a 100 milions	< 10 milions
Donacions a ON i/o patrocinis	58,6% ●	80,0% ●	55,6%	33,3% ●
Sistemes de control i estalvi d'aigua o electricitat	56,6%	70,0%	66,7% ●	26,7%
Programa de compra a proveïdors locals	50,9%	70,0%	55,6%	20,0%
Programa de reutilització i/o reciclatge	50,9%	65,0%	61,1%	20,0%
Sistema d'aprofitament d'aliments no venuts	45,3%	75,0%	44,4%	6,7%
Plans per afavorir la conciliació laboral i familiar	39,6%	70,0%	33,3%	6,7%
Criteris ètics en la tria de proveïdors	32,1%	45,0%	33,3%	13,3%
Energies renovables en punt de venda	20,8%	40,0%	16,7%	0,0%
Vehicles elèctrics o de gas	18,9%	45,0%	5,6%	0,0%

Líders en RSC

7 o més actuacions, ordre alfabètic

Alcampo	Mercadona
Ametller	Michelangelo
Bon Preu	GM Food
Caprabo	Sorli
Carrefour	Super Mas
Consum	Supermercats Pujol
Eroski	

Rendiment mitjà (€) segons l'RSC

Empresa responsable = almenys 4 actuacions



Y Bones pràctiques RSC

Vehicles elèctrics o de gas

Gairebé la meitat de les empreses que facturen més de 100 milions en quotidià compten amb vehicles elèctrics o de gas en les seves flotes

Scoobic Light

Carrefour 



El març de 2019, Carrefour presenta el sistema "Scoopic Light" per a entregues urbanes:

- Transport 100% elèctric, amb l'agilitat d'una motocicleta, estable com un tricicle i amb panells solars de recàrrega.
- Incorpora la tecnologia CAN bus (Controller Area Network), que permet gestionar la comunicació entre múltiples CPU's.

Donacions i/o patrocinis

Worldcoo. Arrodoniment solidari



bonarea

Arrodoniment solidari per a campaments d'estiu per a nens i nenes en risc d'exclusió social a Catalunya



Arrodoniment per facilitar allotjament digne a persones sense llar a Barcelona i oferir beques menjador anuals a nens i nenes en risc d'exclusió social.

Condis

COVIRAN

Arrodoniment per col·laborar amb la campanya #UnNombreUnaVida d'Unicef, en la lluita contra la mort de nou nats.



Y Bones pràctiques RSC

Plans per afavorir la conciliació laboral i familiar

bonÀrea Fundació
Assistència:



La Fundació compta amb una residència per a la tercera edat, un servei de medicina laboral per als treballadors i un centre de salut. Totes les activitats estan obertes a treballadors, familiars i resta de persones de zones rurals.

Programa “75 mesures per conciliar”



Consum posa per escrit i a l'abast de tothom les 75 mesures que implementa per facilitar la conciliació entre la vida laboral i familiar. S'hi recullen propostes en els àmbits de: qualitat de l'ocupació, flexibilitat, suport a la família, desenvolupament professional i igualtat d'oportunitats.

Programa de compra a proveïdors locals

Conveni Bon Preu i Afrucat



El maig de 2019, el grup Bon Preu signa un conveni amb Afrucat per fomentar la compra de varietats locals de fruita. Afrucat representa el 90% dels proveïdors de fruita dolça a Catalunya.

Criteris ètics en la tria de proveïdors

No vendre ous de gallines en gàbia



Algunes empreses limiten la venda d'ous als que tenen codi començat per 0 (ecològic), 1 (gallines camperes) o 2 (criades sobre terra).



Y Bones pràctiques RSC

Sistema d'aprofitament d'aliments no venuts

“La alimentación no tiene desperdicio”

AECOC



“La Alimentación no tiene desperdicio” és una iniciativa liderada per AECOC en què col·laboren diverses empreses de distribució comercial amb presència a Catalunya (Aldi, Auchan, Bon Preu, Caprabo, Carrefour, Condis, Consum, Coviran, Dia, Ecoveritas, La sirena, Lidl i Mercadona).

El projecte té 3 eixos principals:

1. Establir pràctiques de prevenció i eficiència al llarg de tota la cadena alimentària per maximitzar l'aprofitament dels recursos
2. Maximitzar l'aprofitament de l'excedent produït en les diferents fases de la cadena de valor
3. Sensibilitzar i conscienciar la societat sobre la necessitat de reduir el malbaratament alimentari.

L'agost de 2018 va tenir lloc la primera Setmana contra el malbaratament alimentari.

Programa de reutilització i/o reciclatge

El març de 2017 es prohibeix a Catalunya el lliurament gratuït de bosses de caixa o de lliurament a domicili de qualsevol material plàstic.

La practica de cobrar les bosses ja era habitual entre les grans empreses del sector. Actualment, moltes d'elles van un pas per davant de la norma i duen a terme programes per eliminar definitivament les bosses de plàstic. El consumidor així ho demana.

Algunes opcions:



Bosses de paper



Reciclats i reciclables



Cistells de rafia



Propi tupper

Y Bones pràctiques RSC

Sistemes de control i estalvi d'aigua o electricitat

Plaques fotovoltaïques



El magatzem del grup Bon Preu a 23.000 m² en Balenyà (Osona) compta des de 2017 amb una instal·lació d'autoconsum elèctric de a 7.000 m² i 2.454 panells. La instal·lació permet un estalvi del 40% en el consum energètic del centre.

LED's en punt de venda



La utilització de led's en la il·luminació dels establiments comercials no tan sols suposo un notable estalvi energètic, sinó que s'està demostrant molt més visual i atractiva des del punt de vista dels consumidors, sobretot quan es tracta de productes alimentaris.

Energies renovables en punt de venda

Espais verds a cobertes i façanes (Madrid)

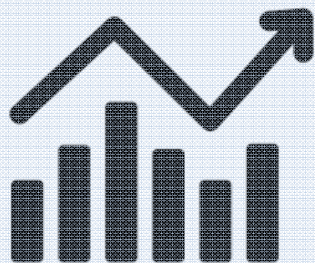


Des de 2019, Mercadona té instal·lats espais verds al terrat de 5 establiments de Madrid. Aquests espais han estat creats per persones amb discapacitat intel·lectual de la Fundació Capacis.

Les cobertes verdes tenen jardins urbans que serveixen per fomentar la bona relació amb el veïnat, que ho pot viure com un entreteniment. A banda d'això, les espècies que acullen tenen una baixa necessitat d'aigua, redueixen la contaminació de la zona i generen una imatge general de major sostenibilitat.

En total es tracta de 6.610 m² d'espai verd, al servei del medi ambient i de la inclusió social.

Competitivitat



Pàg. 29 Indicadors de competitivitat

Pàg. 31 Rendiment

Pàg. 32 Inversions

Pàg. 33 Noves tecnologies

Pàg. 35 Venda online

Pàg. 36 Formats comercials

Pàg. 38 Seccions d'oferta

Pàg. 39 Marca de distribuïdor

Pàg. 40 Proveïdors

Pàg. 41 Quotes de mercat



Y Indicadors de competitivitat

Una de cada quatre empreses creix en marges, les despeses operatives són la magnitud que més augmenta

Sector quotidià					
	Marges	Plantilla	Despeses operatives	Inversions	
Creixen	25,0%	47,7% ●	61,4% ●	47,7%	●
Es mantenen	40,9% ●	34,1%	25,0%	27,3%	
Baixen	34,1%	18,2%	13,6%	25,0%	

> 100 milions					
	Marges	Plantilla	Despeses oper.	Inversions	
Creixen	36,8%	68,4%	63,2%	63,2%	
Es mantenen	47,4%	21,1%	21,0%	21,0%	
Baixen	15,8%	10,5%	15,8%	15,8%	

de 10 a 100 milions					
	Marges	Plantilla	Despeses oper.	Inversions	
Creixen	17,6%	41,2%	64,7%	47,1%	
Es mantenen	41,2%	35,3%	29,4%	17,6%	
Baixen	41,2%	23,5%	5,9%	35,3%	

< 10 milions					
	Marges	Plantilla	Despeses oper.	Inversions	
Creixen	12,5%	12,5%	50,0%	12,5%	
Es mantenen	25,0%	62,5% ●	25,0%	62,5%	●
Baixen	62,5% ●	25,0%	25,0%	25,0%	

Y Indicadors de competitivitat

Els operadors amb estratègies d'implantació territorials i/o oferta especialitzada baixen marges per sobre de la mitjana

Territorials					
	Marges	Plantilla	Despeses oper.	Inversions	
Creixen	21,4%	14,3%	42,9%	21,4%	
Es mantenen	35,7%	64,3% ●	50,0% ●	50,0% ●	
Baixen	42,9% ●	21,4%	7,1%	28,6%	
No territorials					
	Marges	Plantilla	Despeses oper.	Inversions	
Creixen	26,7%	63,3%	70,0%	60,0%	
Es mantenen	40,0%	20,0%	13,3%	16,7%	
Baixen	33,3%	16,7%	16,7%	23,3%	
Especialistes					
	Marges	Plantilla	Despeses oper.	Inversions	
Creixen	20,0%	60,0%	70,0%	60,0%	
Es mantenen	30,0%	30,0%	0,0%	20,0%	
Baixen	50,0%	10,0%	30,0%	20,0%	
Generalistes					
	Marges	Plantilla	Despeses oper.	Inversions	
Creixen	23,5%	44,1%	58,8%	44,1%	
Es mantenen	44,1%	35,3%	32,4%	29,4%	
Baixen	32,4%	20,6%	8,8%	26,5%	

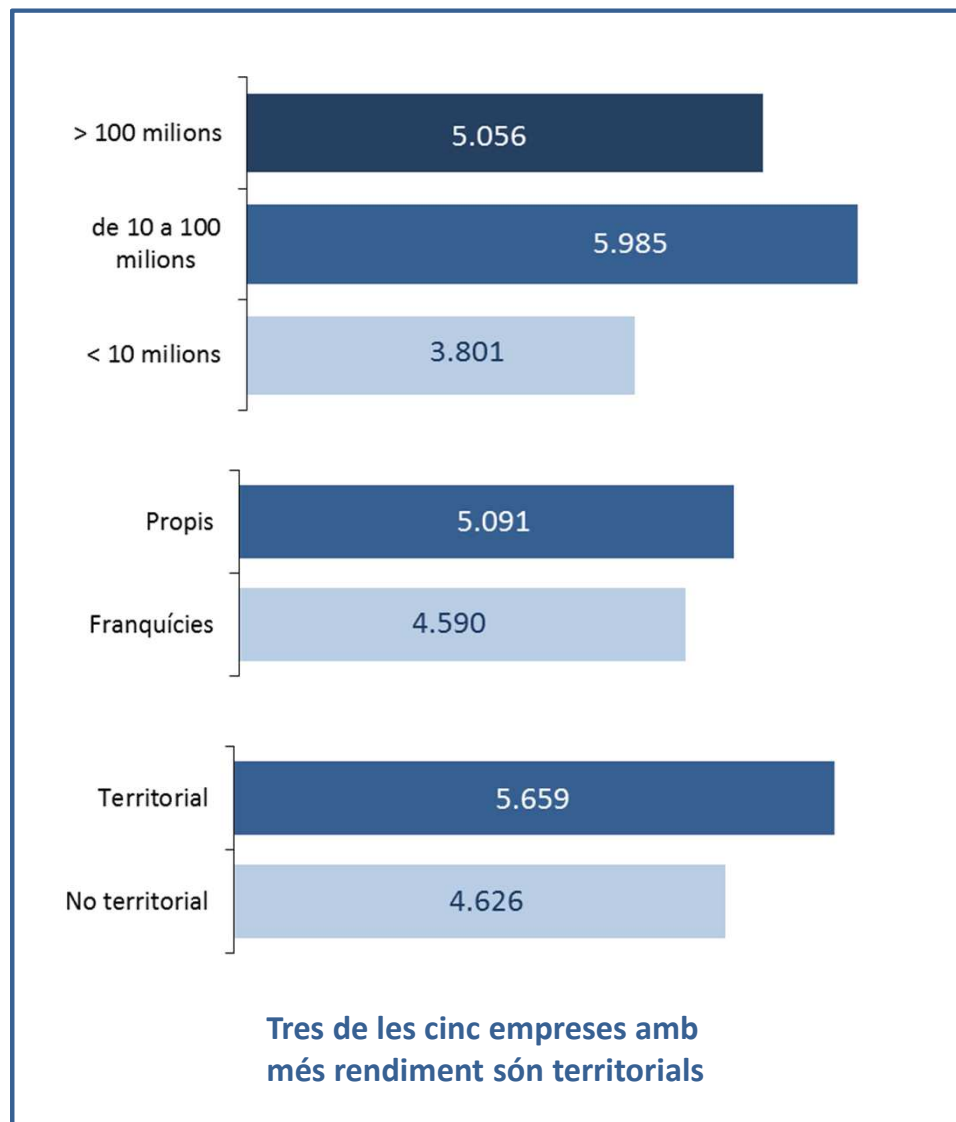
Y Rendiment



El rendiment mitjà en productes quotidians és de 5.002 €/m²

El 54,7% d'empreses creixen en facturació entre 2016 i 2018

Les empreses mitjanes són les que més creixen (77,8%)










Inversions

Importància per categories d'inversió

(Màxim = 5 ; Mínim = 1)

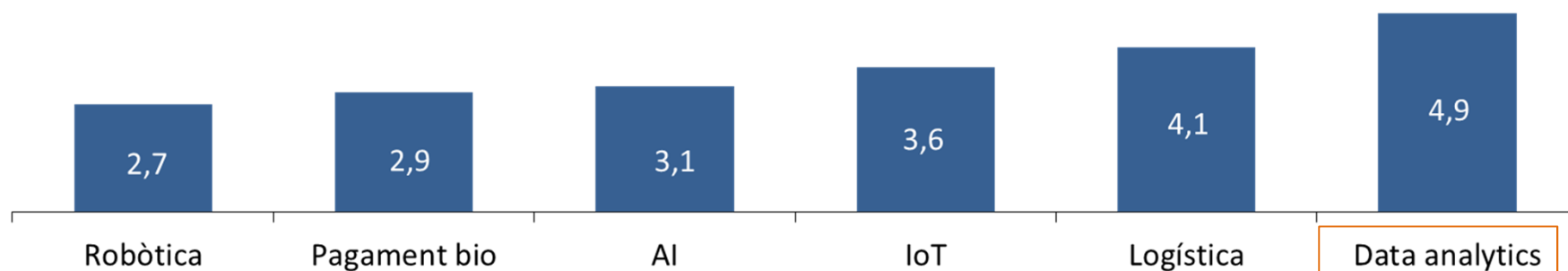
		2018	2021		
	Producte i selecció de proveïdors	3,79	3,78	=	La primera inversió per a les empreses del sector és el producte i la selecció de proveïdors
	Tecnologia	3,13	2,97	↓	El segon lloc és ocupat per la inversió en tecnologia, per bé que a curt termini es preveu que ho serà per la inversió en persones
	Formació i promoció de treballadors	3,08	3,34	↑	
	Processos logístics	2,79	2,41	↓	
	Millora de la sostenibilitat	2,15	2,34	↑	La inversió en persones ja a dia d'avui ocupa el primer lloc entre les empreses que facturen més de 100 milions



Noves tecnologies

Importància de cada tecnologia a 10 anys vista (Màxim = 6 ; Mínim = 1)

Data analytics és la tecnologia més important



L'interès per la robòtica i per la Intel·ligència artificial creix en el cas d'empreses grans i mitjanes

Importància de cada tecnologia (per tipus d'empreses)

	Robòtica	Pagament bio	AI	IoT	Logística	Data analytics
> 100 milions	2,3	2,2	2,9	2,9	4,4	5,4
de 10 a 100 milions	3,1	3,6	3,5	3,6	3,8	5,0
< 10 milions	2,7	2,9	3,1	3,6	4,1	4,9

Evolució facturació 2016 - 18

Creix	2,6	3,3	3,1	3,5	3,9	5,0
No creix	2,7	2,4	3,0	3,7	4,4	4,8



N Noves tecnologies

Pagament per mòbil

Apple pay, Samsung pay i altres



L'ús del mòbil i la connectivitat permanent és una de les característiques més comuns a tots nosaltres. El mòbil guanya prestacions dia rere dia. Deixarà en fora de joc les antigues targetes de crèdit?

Assistents de veu

L'evolució natural de les compres online



Si vam començar a comprar online per comoditat, per què no hauríem de fer encara més senzill l'acte de compra? Un assistent de veu que ens eviti asseure-nos a l'ordinador sembla el pas lògic.

Self check out

Fes-t'ho tu mateix



Més enllà de l'aparició d'Amazon Go als Estats units, a casa nostra cada cop apostem més per agilitzar al màxim acte de compra. I què hi ha més ràpid que fer un mateix el check out?

Picking automatitzat d'alta capacitat

La logística com a element operatiu clau



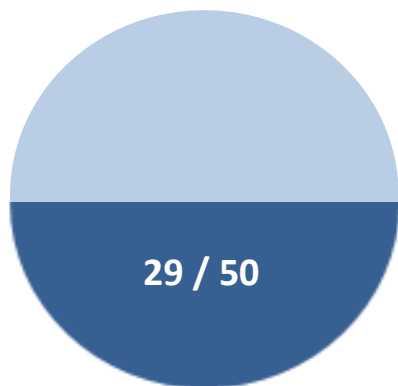
No és tan sols el creixement de les comandes online. La necessitat de proveir els punts de venda ràpidament, sense error i amb cada cop més referències fa que moltes empreses estiguin fent grans inversions en logística interna.





Venda online

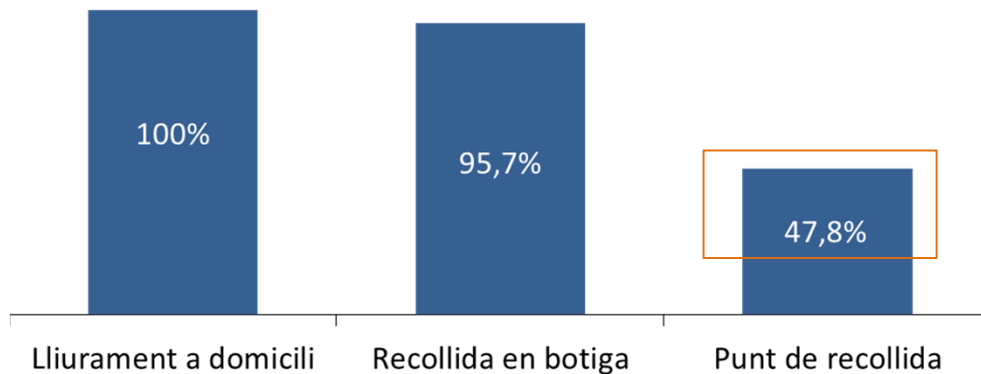
Quantes empreses del top 50 venen online?



Vendes online en productes quotidians:



Percentatge d'empreses per tipus de lliurament



Només el 17% dels compradors online compren producte fresc, però és la compra amb més repeticions (10 per any).

El 6,7% dels lliuraments a domicili en producte fresc són fallits, per sota de la mitjana de l'online (15,2%).

Font: Comerç online i mobilitat: orientacions cap a un model sostenible (DG de Comerç / RBD Consulting)





Y Formats comercials



Autoserveis (fins a 149 m²)

SV (m²) mitjana: **107**
 Rendiment (€/m²): **3.519**
 % oferta quotidiana: **99,4%**
 % de franquícies: **75%**



Hipermercats i grans magatzems

SV (m²) mitjana: **3.516**
 Rendiment (€/m²): **5.288**
 % oferta quotidiana: **58,1%**
 % de franquícies: **0%**



Superserveis (150 – 399 m²)

SV (m²) mitjana: **249**
 Rendiment (€/m²): **3.322**
 % oferta quotidiana: **98,5**
 % de franquícies: **70,6%**



Especialistes

SV (m²) mitjana: **165**
 Rendiment (€/m²): **6.014**
 % oferta quotidiana: **100%**
 % de franquícies: **30,3%**



Supermercats (400 - 2.499 m²)

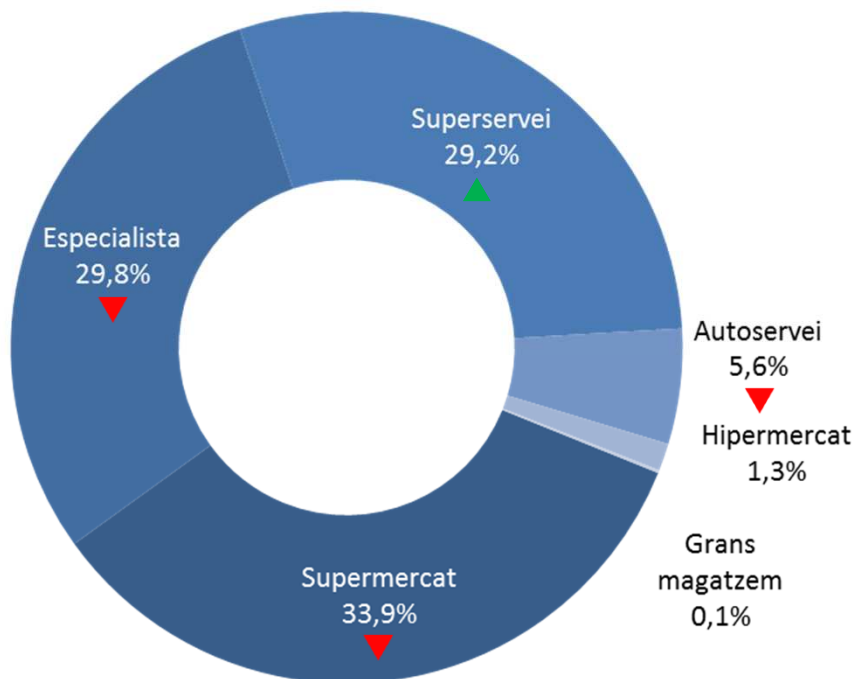
SV (m²) mitjana: **895**
 Rendiment (€/m²): **5.221**
 % oferta quotidiana: **95,5%**
 % de franquícies: **10,4%**



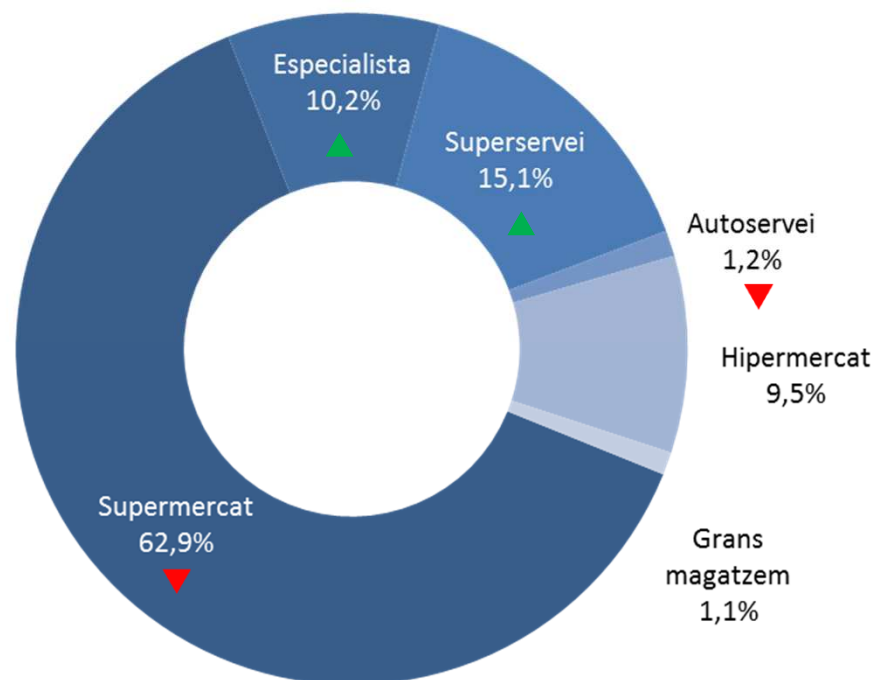


Formats comercials

Formats comercials en nombre d'establiments



Formats comercials en superfície de venda



La principal diferència entre el repartiment de formats de 2016 i 2018 és el notable flux d'establiments que passen d'autoservei a superservei

Els especialistes baixen en nombre d'establiments, però creixen en superfície de venda





Seccions d'oferta

Productes preparats, ecològics i frescos són amb diferència les seccions d'oferta que més s'incrementen

Sector quotidià

	Fescos	Aliment.	Begudes	Congelats	Preparat	Ecològics	Perf . higiene	Llar
Creixen	45,2% ●	31,0%	33,3%	31,0%	64,3% ●	61,9% ●	28,6%	23,8%
Es mantenen	38,1%	52,3% ●	45,2% ●	47,6% ●	26,2%	31,0%	47,6% ●	59,5% ●
Baixen	16,7%	16,7%	21,5%	21,4%	9,5%	7,1%	23,8%	16,7%

> 100 milions

	Fescos	Aliment.	Begudes	Congelats	Preparat	Ecològics	Perf . higiene	Llar
Creixen	52,6%	31,6%	36,8%	36,8%	63,2%	52,6%	42,1%	26,3%
Es mantenen	42,1%	52,6%	52,6%	42,1%	36,8%	36,8%	36,8%	57,9%
Baixen	5,3%	15,8%	10,5%	21,1%	0,0%	10,6%	21,1%	15,8%

de 10 a 100 milions

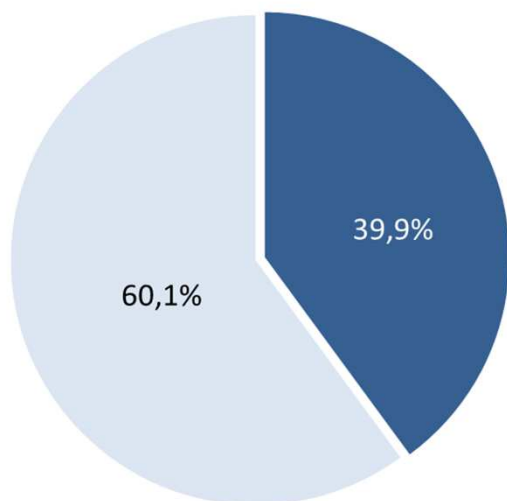
	Fescos	Aliment.	Begudes	Congelats	Preparat	Ecològics	Perf . higiene	Llar
Creixen	37,5%	37,5%	37,4%	25,0%	56,2%	62,5%	25,0%	31,3%
Es mantenen	37,5%	50,0%	31,3%	50,0%	25,0%	37,5%	50,0%	56,3%
Baixen	25,0%	12,5%	31,3%	25,0%	18,8%	0,0%	25,0%	12,4%

< 10 milions

	Fescos	Aliment.	Begudes	Congelats	Preparat	Ecològics	Perf . higiene	Llar
Creixen	42,9%	14,3%	14,3%	28,6%	85,7%	85,7%	0,0%	0,0%
Es mantenen	28,6%	57,1%	57,1%	57,1%	0,0%	0,0%	71,4%	71,4%
Baixen	28,6%	28,6%	28,6%	14,3%	14,3%	14,3%	28,6%	28,6%



Y Marca de distribuïdor



Marca de distribuïdor per tipologia d'empresa

	Territorial	No territorial
Especialistes	36,8%	69,1%
Generalistes	9,2%	36,4%

Nota: càlculs elaborats en volum de vendes i ponderats segons la facturació de les empreses.

Marca de distribuïdor

39,9%

Marca de distribuïdor especialistes

68,9%

La marca de distribuïdor representa un 41,7% per a les empreses que facturen més de 100 milions

Les marques de distribuïdor tenen el repte de mantenir preus competitiu guanyant qualitat

Les empreses amb marca de distribuïdor tenen un rendiment un 12,2% superior a la resta

La marca de distribuïdor està per sobre en les empreses amb programes de compra a proveïdors locals (40,7% enfront de 37,3%)

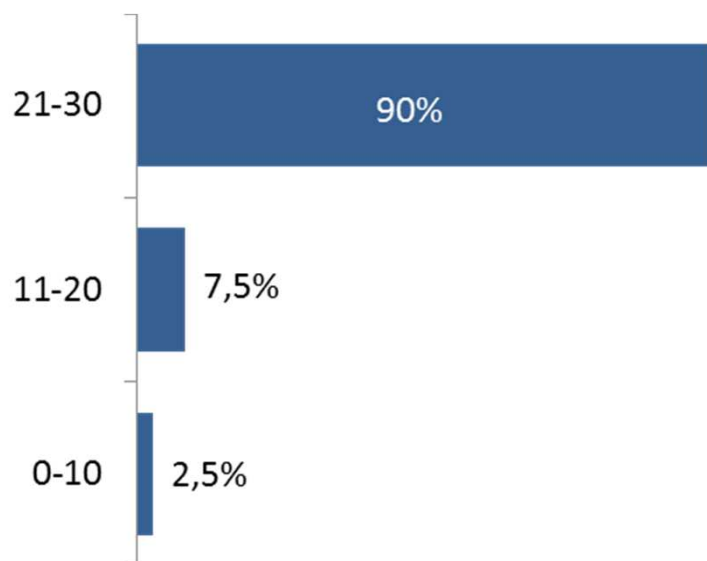
Proveïdors

Termini mitjà peribles
24,2 dies

Termini mitjà no peribles
47,9 dies

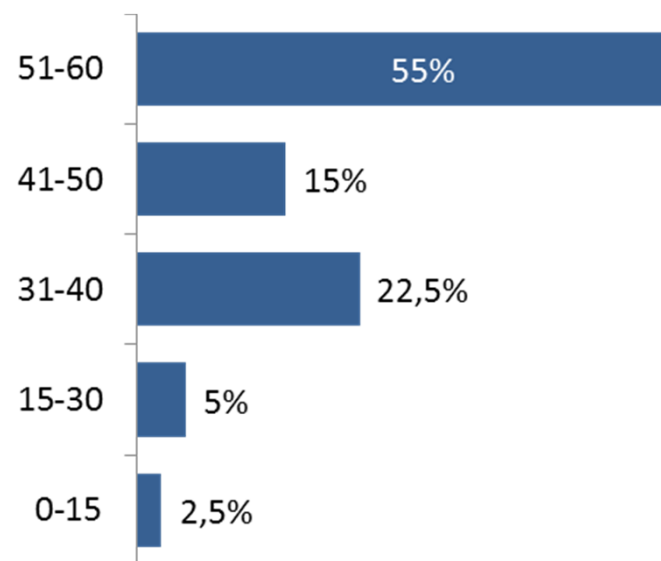
Terminis de pagament en productes peribles

Percentatge d'empreses en cada termini com a mitjana



Terminis de pagament en productes NO peribles

Percentatge d'empreses en cada termini com a mitjana



La tria de proveïdors és cada cop més complexa degut a la tendència a la microsegmentació per públics i per productes

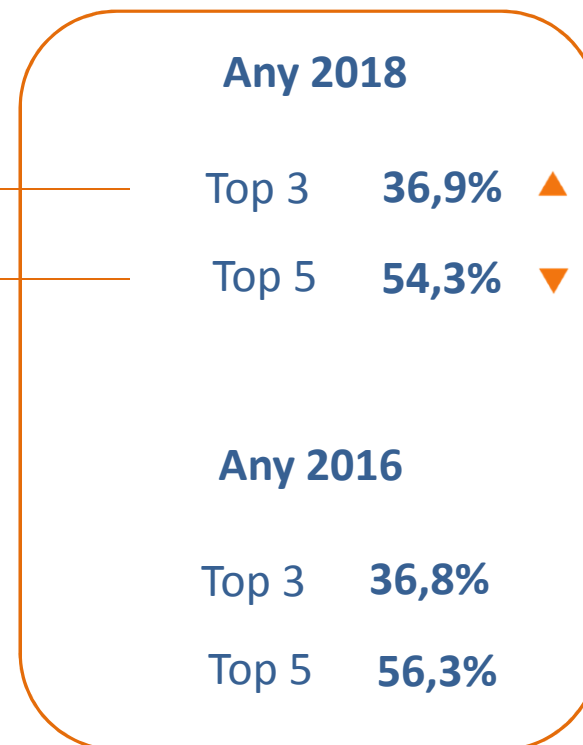
Una de cada dues empreses té un programa de compra a proveïdors locals, i una de cada tres incorpora criteris ètics en la tria de proveïdors.



Y Quotes de mercat: en superfície

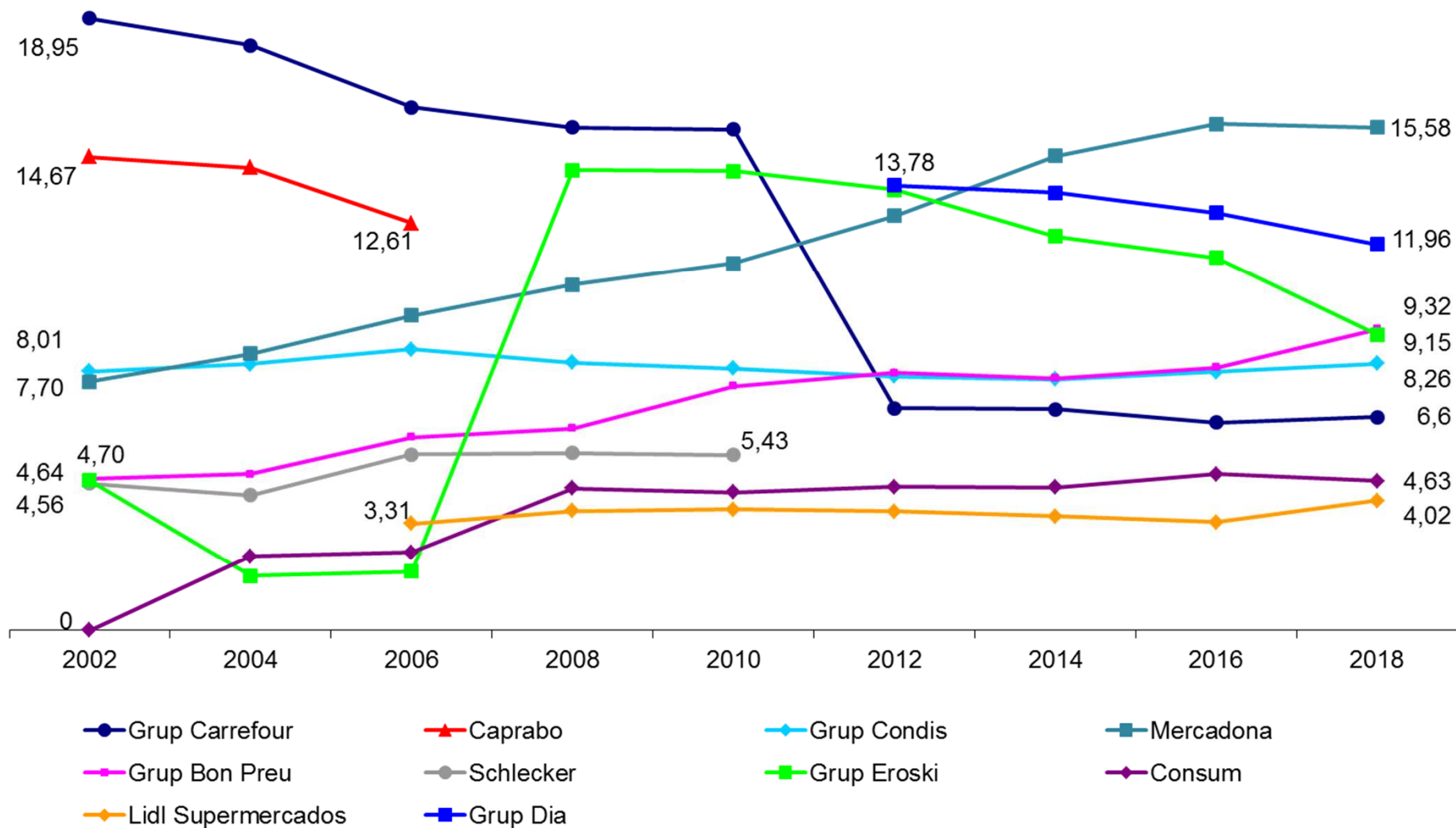
Grau de concentració empresarial

Grup empresarial	Superfície		QM (m ²)	
	2016	2.018	2016	2018
Mercadona	352.665	377.005	15,69%	15,58%
Grup Dia	290.971	289.285	12,94%	11,96%
Bon Preu	182.994	225.633	8,14%	9,32%
Grup Eroski (Caprabo)	259.355	221.516	11,54%	9,15%
Grup Condis	179.822	199.957	8,00%	8,26%
Grup Carrefour	144.748	159.775	6,44%	6,60%
Consum	108.780	112.012	4,84%	4,63%
Lidl	75.581	97.203	3,36%	4,02%
GM Food	85.054	85.703	3,78%	3,54%
Sorli Discau	69.802	70.185	3,10%	2,90%
Fragadis	71.296	67.106	3,17%	2,77%
Aldi	48.572	61.386	2,16%	2,54%
bonÀrea	50.656	57.097	2,25%	2,36%
HD Covalco	-	48.758	-	2,02%
Grup El Corte Inglés	47.100	47.100	2,09%	1,95%





Quotes de mercat (sup. de venda)

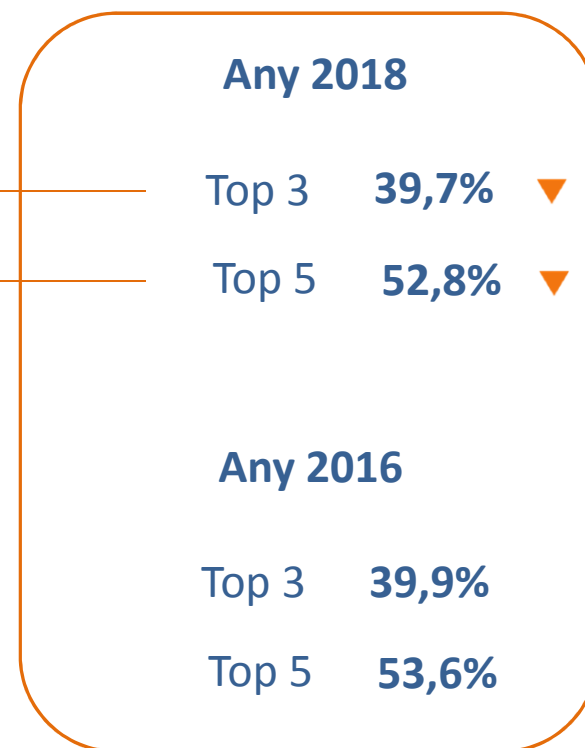




Y Quotes de mercat: en establiments

Grup empresarial	Establiments		QM (establ.)	
	2016	2018	2016	2018
Grup Dia	1.117	1.103	23,29%	22,01%
Grup Condis	441	511	9,19%	10,20%
bonÀrea	357	376	7,44%	7,50%
GM Food	356	354	7,42%	7,06%
Grup Eroski (Caprabo)	299	301	6,23%	6,01%
Mercadona	256	259	5,34%	5,17%
HD Covalco	226	236	4,71%	4,71%
La Sirena	173	200	3,61%	3,99%
Bon Preu	165	188	3,44%	3,75%
Consum	171	187	3,56%	3,73%
Fragadis	126	114	2,63%	2,27%
Grup Carrefour	107	112	2,23%	2,23%
Sorli Discau	110	110	2,29%	2,19%
DUSA	88	109	1,83%	2,17%
Lidl	91	104	1,90%	2,08%

Grau de concentració empresarial



Y Quotes de mercat

Grup empresarial	Establiments			Superfície			QM (establiments)			QM (m ²)		
	2016	2018	Dif. (%)	2016	2.018	Dif. (%)	2016	2018	Dif. (pp)	2016	2018	Dif. (pp)
Mercadona	256	259	1,17%	352.665	377.005	6,90%	5,34%	5,17%	-0,17%	15,69%	15,58%	-0,11%
Grup Dia	1.117	1.103	-1,25%	290.971	289.285	-0,58%	23,29%	22,01%	-1,28%	12,94%	11,96%	-0,98%
Bon Preu	165	188	13,94%	182.994	225.633	23,30%	3,44%	3,75%	0,31%	8,14%	9,32%	1,18%
Grup Eroski (Caprabo)	299	301	0,67%	259.355	221.516	-14,59%	6,23%	6,01%	-0,23%	11,54%	9,15%	-2,39%
Grup Condis	441	511	15,87%	179.822	199.957	11,20%	9,19%	10,20%	1,00%	8,00%	8,26%	0,26%
Grup Carrefour	107	112	4,67%	144.748	159.775	10,38%	2,23%	2,23%	0,00%	6,44%	6,60%	0,16%
Consum	171	187	9,36%	108.780	112.012	2,97%	3,56%	3,73%	0,17%	4,84%	4,63%	-0,21%
Lidl	91	104	14,29%	75.581	97.203	28,61%	1,90%	2,08%	0,18%	3,36%	4,02%	0,66%
GM Food	356	354	-0,56%	85.054	85.703	0,76%	7,42%	7,06%	-0,36%	3,78%	3,54%	-0,24%
Sorli Discau	110	110	0,00%	69.802	70.185	0,55%	2,29%	2,19%	-0,10%	3,10%	2,90%	-0,20%
Fragadis	126	114	-9,52%	71.296	67.106	-5,88%	2,63%	2,27%	-0,35%	3,17%	2,77%	-0,40%
Aldi	51	61	19,61%	48.572	61.386	26,38%	1,06%	1,22%	0,15%	2,16%	2,54%	0,38%
bonÀrea	357	376	5,32%	50.656	57.097	12,72%	7,44%	7,50%	0,06%	2,25%	2,36%	0,11%
HD Covalco	226	236	4,42%	-	48.758	-	4,71%	4,71%	0,00%	-	2,02%	-
Grup El Corte Inglés	40	40	0,00%	47.100	47.100	0,00%	0,83%	0,80%	-0,04%	2,09%	1,95%	-0,15%
Grup Auchan	18	10	-44,44%	50.045	44.525	-11,03%	0,38%	0,20%	-0,18%	2,23%	1,84%	-0,39%
La Sirena	173	200	15,61%	28.683	32.957	14,90%	3,61%	3,99%	0,38%	1,28%	1,36%	0,09%
Supermercats Pujol	70	71	1,43%	30.859	32.953	6,79%	1,46%	1,42%	-0,04%	1,37%	1,36%	-0,01%
DUSA	88	109	23,86%	19.852	24.797	24,91%	1,83%	2,17%	0,34%	0,88%	1,02%	0,14%
Grup Valvi	48	53	10,42%	20.763	22.197	6,91%	1,00%	1,06%	0,06%	0,92%	0,92%	-0,01%
Casa Ametller	89	97	8,99%	16.394	21.610	31,82%	1,86%	1,94%	0,08%	0,73%	0,89%	0,16%
FACSA	34	36	5,88%	18.660	20.551	10,13%	0,71%	0,72%	0,01%	0,83%	0,85%	0,02%
Veritas	37	49	32,43%	10.618	14.032	32,15%	0,77%	0,98%	0,21%	0,47%	0,58%	0,11%

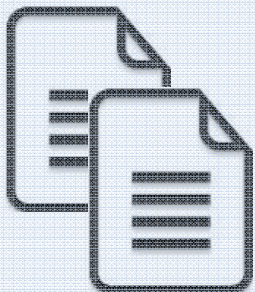
Grup empresarial	2016	2018	Dif. (%)	2016	2.018	Dif. (%)	2016	2018	Dif. (pp)	2016	2018	Dif. (pp)
Comerbal	26	27	3,85%	10.750	11.350	5,58%	0,54%	0,54%	0,00%	0,48%	0,47%	-0,01%
Supermercats Llobet	39	39	0,00%	9.883	9.373	-5,16%	0,81%	0,78%	-0,03%	0,44%	0,39%	-0,05%
Roges Supermercats	23	22	-4,35%	7.175	7.135	-0,56%	0,48%	0,44%	-0,04%	0,32%	0,29%	-0,02%
Superverd	79	72	-8,86%	7.112	6.489	-8,76%	1,65%	1,44%	-0,21%	0,32%	0,27%	-0,05%
Montané Muntané	3	13	333,33%	1.378	6.228	351,96%	0,06%	0,26%	0,20%	0,06%	0,26%	0,20%
Plat. Distr. Càrnica	26	46	76,92%	3.738	6.213	66,21%	0,54%	0,92%	0,38%	0,17%	0,26%	0,09%
Jodofi	5	11	120,00%	2.508	5.801	-	0,10%	0,22%	0,12%	0,11%	0,24%	0,13%
Raül Girona - Girona Puig	6	8	33,33%	8.483	5.782	-31,84%	0,13%	0,16%	0,03%	0,38%	0,24%	-0,14%
Vent de France	6	7	16,67%	4.316	5.086	17,84%	0,13%	0,14%	0,01%	0,19%	0,21%	0,02%
Super Montserrat	3	3	0,00%	2.938	2.938	0,00%	0,06%	0,06%	0,00%	0,13%	0,12%	-0,01%
Supr Grup	4	3	-25,00%	3.597	2.822	-21,55%	0,08%	0,06%	-0,02%	0,16%	0,12%	-0,04%
Servifruit	11	9	-18,18%	2.005	2.150	7,23%	0,23%	0,18%	-0,05%	0,09%	0,09%	0,00%
Douglas	10	9	-10,00%	2.122	2.122	0,00%	0,21%	0,18%	-0,03%	0,09%	0,09%	-0,01%
Supermercats Supermas	3	3	0,00%	1.690	1.810	7,10%	0,06%	0,06%	0,00%	0,08%	0,07%	0,00%
Punt Fresc	22	22	0,00%	1.680	1.680	0,00%	0,46%	0,44%	-0,02%	0,07%	0,07%	-0,01%
Establiments d'Alimentació	8	7	-12,50%	1.917	1.651	-13,88%	0,17%	0,14%	-0,03%	0,09%	0,07%	-0,02%
Hiperfruit	8	8	0,00%	1.520	1.520	0,00%	0,17%	0,16%	-0,01%	0,07%	0,06%	0,00%
Supermercados Cape	3	3	0,00%	-	1.301	-	0,06%	0,06%	0,00%	-	0,05%	-
Abandescu	1	1	0,00%	2.237	1.170	-47,70%	0,02%	0,02%	0,00%	0,10%	0,05%	-0,05%
Cal Vicentó	8	8	0,00%	1.085	1.085	0,00%	0,17%	0,16%	-0,01%	0,05%	0,04%	0,00%
SAT Vall d'en Bas	2	2	0,00%	-	757	-	0,04%	0,04%	0,00%	-	0,03%	-
Prod. Alim. Ilimitados	3	3	0,00%	610	610	0,00%	0,06%	0,06%	0,00%	0,03%	0,03%	0,00%
Supermercats Ribetans	6	1	-83,33%	4.050	600	-85,19%	0,13%	0,02%	-0,11%	0,18%	0,02%	-0,16%
Fruites Núria	2	3	50,00%	490	490	0,00%	0,04%	0,06%	0,02%	0,02%	0,02%	0,00%
Superm. Las Planas	1	1	0,00%	375	175	-53,33%	0,02%	0,02%	0,00%	0,02%	0,01%	-0,01%

Y Quotes de mercat: en facturació

Bon Preu passa per davant de Dia en el segon lloc del rànquing del top 50

Grups empresarials per estrats		
QM (facturació)	2016	2018
> 15%	Mercadona	Mercadona
10 - 15%	Dia	-
5 - 10%	Eroski, Carrefour, Bon Preu, Condis, Eroski, bonÀrea, Consum	Bon Preu, Dia, Carrefour, Eroski, bonÀrea, Consum
2 - 5%	Lidl, Auchan, El Corte Inglés, Sorli Discou	Lidl, Condis, El Corte Inglés, Miquel Alimentació, Auchan
1 - 2%	Aldi, Supermercats Pujol, Casa Ametller, Fragadis, La Sirena	Sorli, Ametller, HD Covalco, Aldi, Fragadis, Pujol, La Sirena
0,5 - 1%	Miquel Alimentació, Abanescu, Tramuntana, Comerbal, Valvi	Vent de France, Comerbal, Valvi
0 - 0,5%	Resta de grups empresarials (3,25%)	Resta de grups empresarials (3,12%)

Annexos



- Pàg. 48 Annex 1. Quadre sintètic
- Pàg. 49 Annex 2. Glossari
- Pàg. 50 Annex 3. Qüestionari
- Pàg. 54 Annex 4. Empreses participants



Annex 1. Quadre sintètic

	Mercadona	BonPreu	Carrefour	Grup Eroski	Bonàrea	Consum	Lidl	Condis	Grup Dia	GM Food	El Corte Inglés	Alcampo	Aldi	Sorli	Ametller Origen
Dades corporatives															
Opera en règim de franquícies			•	•	•	•		•	•	•				•	
Augment en establiments (2016-18)	•	•	•	•	•	•	•	•					•		•
Presència fora de Catalunya	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		
Presència a fora de l'Estat			•	•	•		•				•		•		
Oferta especialitzada				•	•				•						•
Treballa en multiformat		•	•	•		•	•	•	•	•	•	•		•	
Comerç online															
Ven online	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•			•
Entrega a domicili	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•			•
Recollida a botiga	•		•	•	•	•		•	•		•	•			•
Punt de recollida		•	•	•	•				•		•	•			
RSC															
Té un pla d'igualtat de gènere	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•
Paritat en comandaments intermedis	•	•		•		•							•		
Almenys 25% de dones en alts càrrecs	•			•				•	•				•		
Programes per col·lectius risc d'exclusió	•		•	•		•		•	•		•	•			•
Accions amb ONG's	•	•	•	•	•	•		•	•	•		•	•	•	•
Té un pla de conciliació familiar	•	•	•	•	•	•		•		•		•		•	•
Compra a proveïdors locals	•	•	•	•	•	•				•		•	•	•	•
Críters ètics en la tria de proveïdors	•	•	•	•	•	•						•	•		•
Programa contra el malbaratament	•	•	•	•	•	•		•	•	•		•		•	•
Sostenibilitat ambiental															
Vehicles elèctrics	•		•	•		•		•	•					•	
Programa reutilització i reciclatge	•	•	•	•	•	•		•		•		•		•	•
Control i estalvi aigua i/o electricitat	•	•	•	•	•	•		•		•		•	•	•	•
Energies renovables punt de venda		•		•		•			•	•		•	•		
Xarxes socials															
Facebook	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Twitter	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Instagram	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Youtube	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Altres		•	•	•			•				•		•	•	•

Nota: Informació aportada per les pròpies empreses i completada amb informació de les seves pàgines web i de premsa.

Y Annex 2. Glossari

Absentisme: Percentatge d'hores no treballades pel conjunt de la plantilla sense comptar vacances, festius o hores perdudes.

Autoservei: Establiments amb una superfície de venda fins a 149 m².

Diversitat funcional: Terme alternatiu al de discapacitat que ha començat a utilitzar-se per iniciativa de les mateixes persones afectades i pretén evitar connotacions pejoratives.

Empreses territorials: Empreses amb tots els establiments situats en una mateixa vegueria.

Empreses especialistes: Empreses amb més d'un 80% dels productes d'una sessió específica.

Hipermercat (sup. de venda):

Gran: més de 10.000 m²

Mitjà: 5.000 a 9.999 m²

Petit: 2.500 a 4.999 m²

Marca de distribuïdor: Productes produïts exclusivament per a cada operador i venuts amb les seves marques.

Quota de mercat: quocient entre la contribució de cada empresa i el total del sector; es pot calcular tant en nombre d'establiments, com en superfície o en facturació.

Quotidià (sector). Conjunt de l'oferta composta pels productes alimentaris, drogueria i perfumeria.

Règim d'autoservei. Tipus de venda en què el client se serveix els productes directament de les prestatgeries.

Rotació: nombre de baixes, voluntàries o no, dividit pel nombre d'empleats (no confondre amb la taxa de rotació).

RSC: Responsabilitat social corporativa.

Supermercat :

Gran: 1.300 a 2.499 m²

Petit: 400 a 1.299 m²

Superservei: 150 a 399 m²

Venda assistida. Tipus de venda en què el producte és subministrat per un venedor.



Annex 3. Qüestionari



Anuari de la distribució comercial - sector quotidià 2019

Codi:
Grup empresarial:
A quina/es centrals de compres pertany?

1. OPERACIONS

	Catalunya	Conjunt de l'Estat
1.a .Nombre d'establiments a 31 de desembre de 2018:	<input type="text"/>	<input type="text"/>

	Catalunya (milers d'€)	Conjunt de l'Estat (milers d'€)
1.b. Facturació en productes quotidians (alimentari, drogueria, perfumeria):	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.c. Facturació en productes no quotidians:	<input type="text"/>	<input type="text"/>

1.d. Indiqueu el percentatge estimat de la marca del distribuïdor (en facturació):

Assenyalau amb una "X" com han evolucionat els següents indicadors per a la vostra empresa durant 2018:

	Han baixat	S'han mantingut	Han crescut
1.e. Marges comercials:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.f. Nombre de treballadors/es:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.g. Despeses operatives:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.h. Inversions realitzades:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Assenyalau amb una "X" com ha evolucionat el pes de les següents seccions a la vostra empresa durant 2018:

	Han baixat	S'han mantingut	Han crescut
1.i. Frescos:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.j. Alimentació:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.k. Begudes:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.l. Congelats:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.m. Menjar preparat:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.n. Productes ecològics:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.o. Perfumeria i higiene:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1.p. Neteja i llar:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>





Annex 3. Qüestionari

1.q. Indiqueu el termini mitjà de pagament a proveïdors per a aquests productes:

Peribles	No peribles
<input type="text"/>	<input type="text"/> (seleccionar un tram de resposta)
0-10 dies	0-15 dies
11-20 dies	15-30 dies
21-30 dies	31-40 dies
	41-50 dies
	51-60 dies

1.r. Ordeneu de l'1 al 5 aquestes partides segons la importància que tenen en les vostres inversions (essent 1 la més important):
Com estimeu que siguin aquests valors el 2021?

	2018	2021
Formació i promoció de treballadors:	<input type="text"/>	<input type="text"/> (feu prospecció per a l'any 2021)
Producte i selecció de proveïdors:	<input type="text"/>	
Tecnologia:	<input type="text"/>	
Millora en la sostenibilitat:	<input type="text"/>	
Processos logístics:	<input type="text"/>	

2. RECURSOS HUMANS

2.a .Nombre de treballadors de mitjana durant el 2018:

Catalunya	Conjunt de l'Estat
<input type="text"/>	<input type="text"/>

2.b. Seleccionen quin ha estat el vostre percentatge **d'absentisme** per a l'any 2018:
(tenint en compte tant malaltia comú com accident laboral)?
(seleccionar un tram de resposta, peu de pàgina)

2.c. Seleccionen la vostra **rotació** de personal per a l'any 2018 respecte el total de plantilla?
(incloent acomiadaments i baixes voluntàries)
(seleccionar un tram de resposta, peu de pàgina)

2.d. Quin ha estat el percentatge de treballadors/es en plantilla amb contracte indefinit de mitjana per al 2018?

Trams de resposta pregunta 2.b: 0 - 1% / 1,1 - 2% / 2,1 - 3% / 3,1 - 4% / 4,1 - 5% / 5,1 - 6% / 6,1 - 7% / 7,1 - 8% / més de 8%

Trams de resposta pregunta 2.c: 0 - 2% / 2,1 - 5% / 5,1 - 10% / 10,1 - 15% / més de 15%





Annex 3. Qüestionari

3. RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

3.a. Igualtat

3.a.1. L'empresa compta amb un pla d'igualtat de gènere? si / no

3.a.2. Indiqueu el percentatge aproximat de dones respecte el total de treballadors per a cadascuna d'aquestes categories:

% de dones entre els llocs de base %
 % de dones en càrrecs intermedis %
 % de dones en alts càrrecs %

3.a.3. Disposeu de programes de formació i inserció de col·lectius en risc d'exclusió? si / no

3.a.4. Assenyalau el percentatge de persones contractades amb diversitat funcional:

seleccionar un tram de resposta >>

0 - 1%
1,1 - 2%
2,1 - 3%
3,1 - 4%
4,1 - 5%
5,1 - 6%
6,1 - 7%
> 7%

3.b. Iniciatives

3.b.1. Entre les següents actuacions de RSC, assenyalau amb "X" aquelles que heu dut a terme el 2018:

Comptar amb vehicles elèctrics o de gas en la flota logística:
 Donacions a ONG i/o patrocinis d'activitats:
 Plans per afavorir la conciliació laboral i familiar:
 Programa de compra a proveïdors locals:
 Incorporació de criteris ètics en la tria de proveïdors:
 Sistema d'aprofitament d'aliments no venuts:
 Programa de reutilització i reciclatge:
 Sistemes per al control i estalvi en el consum d'aigua o electricitat:
 Ús d'energies renovables en el punt de venda:

Nota: Us agraïem que adjunteu qualsevol informació relativa a aquestes o altres actuacions que estiguen duent a terme en matèria de Responsabilitat Social Corporativa (RSC)





Annex 3. Qüestionari

4. INNOVACIÓ

4.a. Comerç online

4.a.1/2. Quin és el percentatge de facturació de les vendes online respecte el total de la facturació per a aquests productes?

Quotidians No quotidians

--	--

4.a.3. Quines de les següents opcions de recollida oferiu?

Domicili:	<input type="checkbox"/>
Botiga:	<input type="checkbox"/>
Punt de recollida:	<input type="checkbox"/>

4.b. Solucions tecnològiques

4.b.1. Ordeneu de l'1 al 6 segons importància en la vostra planificació a 10 anys vista (*essent 1 el primer i 6 l'últim*):

Assistència per veu/ Intel·ligència Artificial:	<input type="checkbox"/>
Internet of Things:	<input type="checkbox"/>
Pagament biomètric:	<input type="checkbox"/>
Data analytics:	<input type="checkbox"/>
Robòtica a front office:	<input type="checkbox"/>
Logística intel·ligent:	<input type="checkbox"/>



Annex 4. Empreses participants

Abanescu	Grup Carrefour	Servifruit Gomab
Aldi Masquefa Supermercats	Grup Condis	Sorli Discau
Cal Vicentó	Grup Consum	Super Grup
Caprabo (Grup Eroski)	Grup DIA	Super Montserrat
Casa Ametller	Grup Punt Fresc	Supercor
Comerbal	Grup Superverd	Supermercados Las Planas
Corporació Alimentària Guissona	HD Covalco	Supermercados Maximer
DUSA (cc)	Hipercor (Grup ECISA)	Supermercats Llobet
El Corte Inglés	Hiperfruit	Supermercats Pujol
Eroski (Grup Eroski)	Jodofi	Supermercats Ribetans
Establiments d'alimentació	La Sirena	Supermercats Super Mas
FACSA (cc)	Lidl Supermercados	Tramuntana
Fragadis	Mercadona, SA	Valvi Alimentació i Serveis
Fruites Núria	Montane-Muntané	Veritas
Girona Puig	Plataforma Distribución Cárnica	
GM Food	Productos Alimenticios Ilimitados	
Grup Auchan	Raül Girona	
Grup Bon Preu - Esclat	Roges Supermercats	



**Anuari de la distribució comercial a Catalunya.
Sector quotidià en règim d'autoservei. Any 2019**

Direcció General de Comerç
Barcelona. Juliol, de 2019

Anuari de la distribució comercial sector quotidià en règim d'autoservei 2019



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Empresa
i Coneixement**