



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



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

2021



**Anuari de la distribució comercial a Catalunya.
Sector quotidià en règim d'autoservei. Any 2021**

Direcció General de Comerç i Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM)
Barcelona, Novembre de 2021

Estudi

Dades referenciades a 31 de desembre de 2020
Periodicitat biennal

Equip de treball

Coordinació: Direcció general de Comerç i CCAM

Elaboració:



1. **Presentació**
2. **Introducció**
3. **Conclusions**
4. **Resultats**
 - ☐ *Dades Globals*
 - ☐ *Comptabilitat social*
 - ☐ *Competitivitat*
5. **Annexos**
 - ☐ *Quadre sintètic*
 - ☐ *Glossari*
 - ☐ *Qüestionari*
 - ☐ *Empreses participants*

Presentació

Em plau presentar-vos l'Anuari de la distribució comercial 2021, una anàlisi de l'evolució que ha tingut el sector quotidià durant el bienni 2019-2020, elaborat a partir d'informació de les cinquanta primeres empreses de gran distribució a Catalunya.

L'edició d'enguany és molt especial perquè se centra en un període marcat pels impactes de la Covid-19. En aquest sentit, vull aprofitar per agrair el compromís d'uns treballadors i treballadores que van dur a terme les seves funcions amb total professionalitat fins i tot en els moments més incerts de la pandèmia, quan anar a treballar cada matí significava superar la por i demostrar una incontestable vocació de servei.

Gràcies també a les empreses: pel diàleg constant que van mantenir amb les administracions i perquè amb la seva solvència logística van evitar que es trenqués la cadena distribució, garantint l'abastiment de la població des del primer dia de la crisi pandèmica.

Els resultats que es presenten en aquest Anuari de la distribució comercial 2021 permeten, no tan sols fer un seguiment dels principals indicadors de l'oferta de productes alimentaris, drogueria i perfumeria, sinó també mesurar la competitivitat, el rendiment i el compromís social de les principals empreses del sector.

La necessitat de contemplar valors com la sostenibilitat, el respecte per la igualtat de gènere i la cohesió social són demandes socials creixents que el teixit empresarial no pot obviar en cadascun dels seus processos.

El primer capítol de l'estudi conclou que les 50 primeres empreses d'oferta quotidiana integren 5.198 punts de venda a Catalunya (un 14,1% del sector), una superfície de venda de 2,5 milions de metres quadrats (52,4% del sector) i una facturació de 14.190 milions d'euros (62,1% del sector).

Però l'estudi també inclou una anàlisi de l'evolució dels diferents formats comercials, de les principals tendències en l'oferta de productes, de la gestió dels equips, de l'adopció de noves tecnologies i molts altres aspectes d'interès. I, amb caràcter annex, incorpora també un retrat dels diferents àmbits territorials que fa zoom en les diferents realitats territorials del país.

Tot aquest treball ha estat fruit d'una feina conjunta entre la Generalitat de Catalunya i les empreses que han facilitat la informació. Per això vull expressar el meu agraïment més sincer als cinquanta grups empresarials que responen periòdicament els qüestionaris de l'Anuari.

Roger Torrent i Ramió
Molt Honorable Consell d'Empresa i Treball

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 2020, de manera que recullen l'evolució del sector des del desembre de 2018.

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 2020

Qüestionari

Dades d'empresa: 42 preguntes descriptives

Dades d'establiments: identificatives

Treball de camp: 2on trim. 2021

Treball de gabinet: 3er trim. 2021

- Les 50 primeres empreses de distribució comercial tenen 5.198 punts de venda a Catalunya (un 14,1% del sector quotidià), una superfície de venda de 2,5 milions de metres quadrats (52,4% del sector) i una facturació de 14.190 milions d'euros (62,1% del sector).
- Aquestes 50 empreses donen feina a 72.841 persones, cosa que significa el 22,2% dels ocupats en comerç al detall.
- Durant el bienni 2019-2020, les primeres empreses de distribució comercial a Catalunya creixen un 13,7% en volum de venda.
- L'ocupació generada per aquestes empreses creix durant el mateix període un 10,6%, mentre que el conjunt del comerç decreix un -0,1%.

Comptabilitat social

- El 84,4% de les persones que treballen al sector tenen contracte indefinit, un percentatge que està per sobre del 80,2% del conjunt de l'economia. Font: Idescat, EPA (4t trim 2020)
- L'absentisme laboral mitjà del sector és del 6,4%, però es redueix fins al 5,1% en aquelles empreses que tenen un "Pla de conciliació familiar". Això suposa una reducció del 20% respecte la mitjana.

- El comerç és un sector amb majoria de dones entre els ocupats (63,9%), però aquest percentatge canvia molt entre els diferents estrats de l'organigrama de l'empresa: per a les 50 empreses analitzades, el percentatge de dones en llocs de base és un 65,5%, entre els comandaments intermedis és 45,9% i entre els alts càrrecs és només d'un 30,0%.
- L'aspecte positiu és que el percentatge de dones en alts càrrecs creix 4 punts amb respecte 2018.
- Les empreses que superen almenys el 50% de dones entre els comandaments intermedis tenen: *a)* un absentisme laboral un 16% inferior a la mitjana, i *b)* una rotació de personal que es troba un 4% per sota de la mitjana.
- Les empreses socialment més responsables (que duen a terme almenys 6 actuacions d'RSC) tenen un rendiment per metre quadrat un 12% superior a la mitjana del sector.
- Les pràctiques més habituals en RSC són: compra a proveïdors locals (80%), donacions i/o patrocinis (76%), sistemes d'aprofitament d'aliments no venuts (74%), accions de reducció de residus plàstics (72%), criteris ètics en la tria de proveïdors (70%) i programa de reutilització i reciclatge (68%).

Competitivitat

- El 74% d'empreses han crescut en facturació durant el bienni 2019-2020. També ha crescut el rendiment mitjà del sector, que s'ha situat en 5.658 euros/m² en 2020 (el 2018 era de 5.171 euros/m²).
- El rendiment mitjà és superior per als formats propis que no pas per a les franquícies. Per dimensions, les empreses que facturen més de 100 milions són el grup tenen un rendiment més alt (5.785 euros/m²).
- Els marges comercials s'estrenyen: durant el bienni 2019-20, el 8% de les empreses del sector creixen en marges comercials mentre que el 24% baixen en marges.
- El 52% de les empreses creixen en nombre de treballadors, el 74% creixen en despeses operatives i el 44% creixen en inversions.
- La partida d'inversió que les empreses consideren més important és el 'producte i selecció de proveïdors' i la segona és la 'tecnologia'. Ara bé, de cara al 2022 es preveu una pujada en la inversió de 'processos logístics'.
- La tecnologia més important per a les empreses del sector és el *data analytics*, seguida per la logística.
- El 22% de les empreses tenen un programa per validar la innovació en producte (amb estudis de mercat), garantir que aquest és d'interès per al consumidor és el principal criteri per escollir la innovació al lineal.

- La marca del fabricant pesa actualment un 65,5% enfront el 34,5% de la marca de distribuïdor.
- La transformació digital de l'empresa durant el 2020 és més elevada entre les empreses que facturen més de 100 milions; especialment en organització/processos i les capacitats de l'equip humà. Més del 50% amortitzarà la inversió en TD en més de 2 anys.
- La quota de mercat de la venda online per al sector a Catalunya és d'un 2,49% en productes quotidians i d'un 1,23% en productes no quotidians. Totes les empreses que disposen de canal de venda online fan lliurament a domicili, el 82% disposa de servei de recollida en botiga, i un 19% de punt de recollida.
- 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 precuinats guanyen pes en previsió cap al 2022.
- Les empreses amb més quota de mercat en superfície de venda són: Mercadona (15,2%), Dia (10,4%) i Bon Preu (9,8%). I en nombre d'establiments: Dia (19,4%), Condis (11,6%) i GM Food (8,7%).
- Mercadona continua liderant el rànquing en facturació. En el segon lloc, Bon Preu continua per davant del grup Dia.

4. Resultats



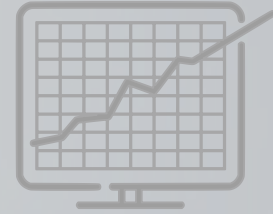
**Dades
globals**



**Comptabilitat
social**



Competitivitat



Dades globals



Pàg. 12 Entorn econòmic

Pàg. 13 Objecte d'anàlisi

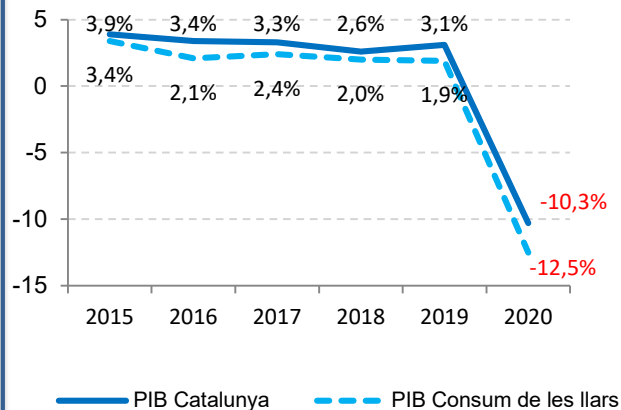
Pàg. 14 Evolució del sector

Pàg. 15 Impactes per la Covid-19

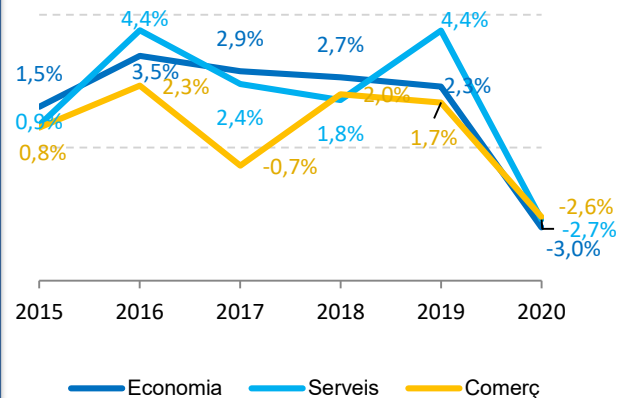
Pàg. 16 Tendències

El PIB català baixa significativament el 2020 per efecte de la COVID-19, amb una contenció de la despesa de les llars que no es reactiva fins al 2021

El consum de les llars evoluciona per sota de la mitjana del PIB



L'ocupació en el comerç cau durant el 2020 per la pandèmia



* Els ERTO compten com a ocupats

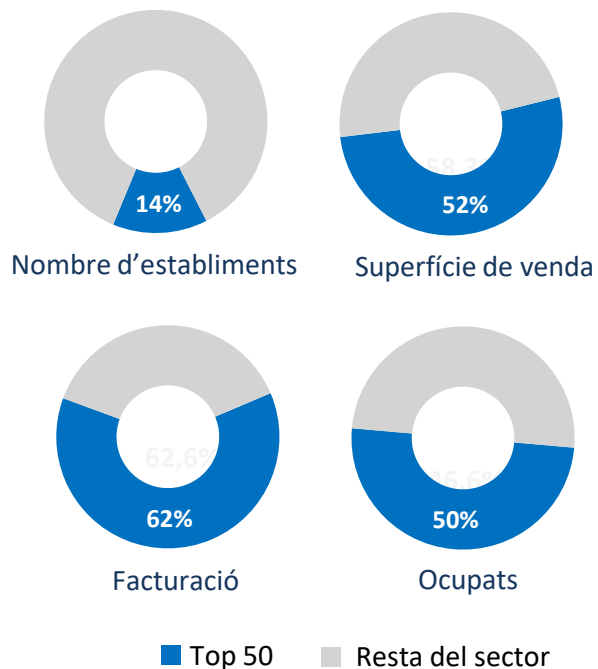
Pes de les 50 primeres empreses en el conjunt del sector quotidià

50 empreses analitzades

5.198 establiments
2,51 milions de m²
14.190 milions d'€
72.841 ocupats

Sector quotidià

36.768 establiments
4,78 milions de m²
22.843 milions d'€
147.002 ocupats



Composició de les 50 empreses analitzades

Facturació

Més de 100 milions: **20** (40%)
10 a 100 milions: **18** (36%)
Menys de 10 milions: **12** (24%)

Implantació geogràfica

Territorials: **19** (38%)
No territorials: **31** (62%)

Tipologia d'oferta

Generalistes: **41** (82%)
Especialistes: **9** (18%)



#1 Durant els anys 2019 i 2020 el sector quotidià creix a un ritme anual de 13,7% en volum de negoci

#2 37 grups creixen en facturació, mentre que 13 decreixen

#3 El volum de negoci és el paràmetre que més creix

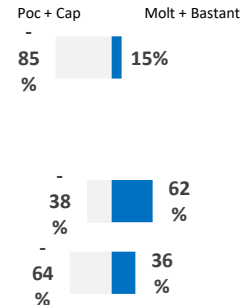
#4 L'ocupació en el sector quotidià creix un 10,6% en dos anys.

#5 Els 72.841 ocupats del sector suposen el 49,6% de les persones ocupades en el sector quotidià del comerç a Catalunya (147.003)

Evolució de les principals magnituds

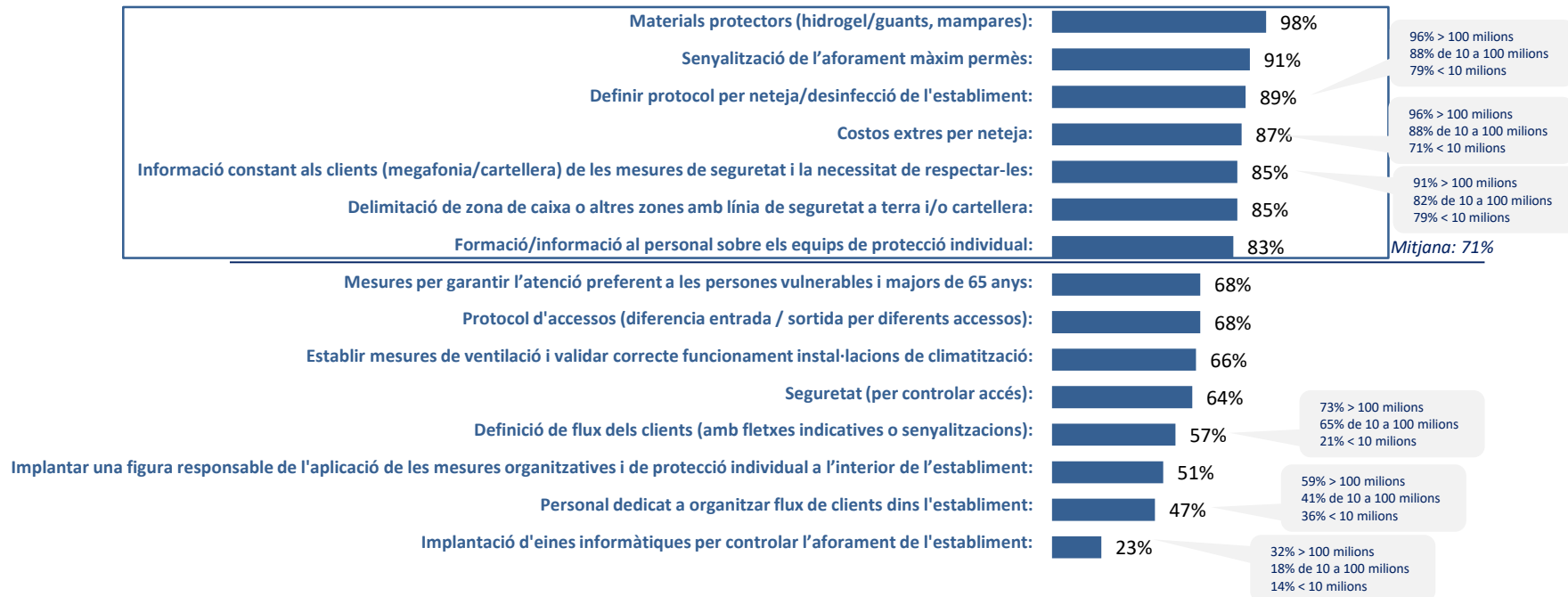
	2018	2020	2018-20
Establiments	4.997	5.198	4,0% ↑
Superfície de venda (m²)	2.414.579	2.508.131	3,9% ↑
Volum de venda (milers d'€)	12.484.641	14.190.926	13,7% ↑
Nombre de treballadors	65.856	72.841	10,6% ↑
Dimensió Mitjana (m²)	483	483	-0,1% =
Rendiment (€/m²)	5.171	5.658	9,4% ↑

Impacte Covid



Nota: les dades per al 2018 han estat revisades respecte l'anterior edició de l'Anuari d'acord a informacions posteriors a la publicació.

Ranking: Impactes com a conseqüència de la pandèmia





1- Conscienciació Social:

- Flexitarianisme/ Vegetarianisme/ Veganisme.
- Eco-Bio.
- Sostenibilitat.
- Proximitat/ tradicional/casolà.



2- Individualisme

- Compres experiencials.
- Marketing “one to one”.
- Àmplia varietat (long tail).
- Tot més fàcil i més ràpid.
- Gamificació.



3- Factors demogràfics:

- Envelliment.
- Llars més petites.
- Estancament poblacional.



4- Formes de comprar

- Omnicanalitat.
- Trencament de fronteres entre canals (hosteleria-retail-delivery).
- Menys visites i compres més grans.



5- Un nou retail

- Hipers al barri.
- Models tradicionals (hipermercats/ súpers/ discount) més difusos.
- Ensenyes cada vegada menys diferenciades.

Comptabilitat social



Pàg. 18 Contractes indefinits

Pàg. 19 Absentisme laboral

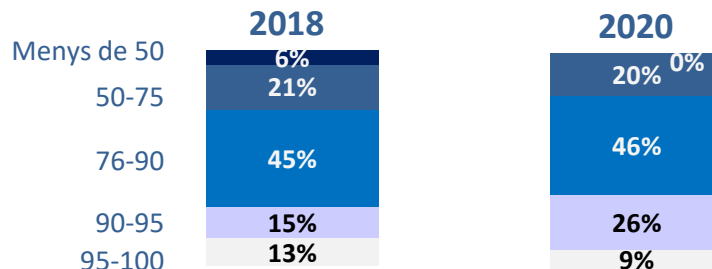
Pàg. 20 Rotació

Pàg. 21 Igualtat de gènere

Pàg. 23 Diversitat funcional

Pàg. 24 Bones pràctiques RSC

Percentatge d'empreses segons el percentatge de contractes indefinits



El 35% de les empreses tenen almenys 9 de cada 10 treballadors amb contracte indefinit

Mitjana de contractes indefinits: **80,5%**

84,4%

2018-20:

3,9%



Mitjana de Contractes indefinits segons facturació de l'empresa



Dada de context

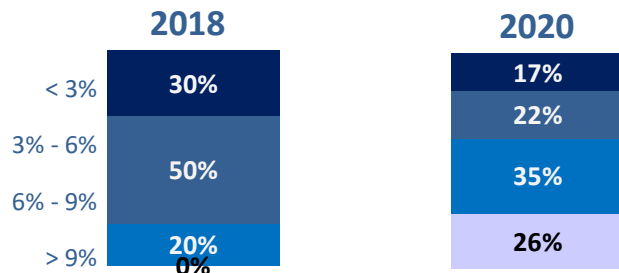
El 80,2% de les persones ocupades a Catalunya el 2020 tenen un contracte indefinit

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

Percentatge d'empreses per intervals d'absentisme



3 de cada 10 empreses per sobre del 9% d'absentisme; la pandèmia ha tingut impacte

2018-20: 2,0%

Impacte Covid



Absentisme mitjana: **4,3%**

6,4%

Absentisme per dimensions empresarials

Empreses (>100 milions): **7,9%**

Empreses (10-100 milions): **5,6%**

Empreses (<10 milions): **5,0%**

Efecte de la formació i promoció

Inversió en persones PRIORITÀRIA

6,3%

2% inferior a la mitjana

Inversió en persones NO PRIORITÀRIA

6,4%

Empreses amb o sense un Pla de conciliació familiar

Té pla de conciliació

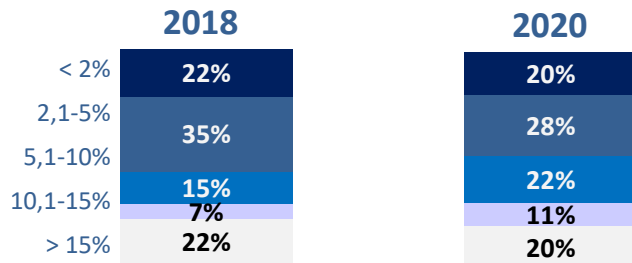
5,1%

20% inferior a la mitjana

No en té

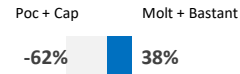
7,2%

Percentatge d'empreses per intervals de rotació



47,9% d'empreses per sota el 5% de rotació

Impacte Covid



Rotació mitjana: **7,7%**

8,1%

2018-20: 0,4% =

Rotació per dimensions empresarials

Empreses (>100 milions): **8,9%**

Empreses (10-100 milions): **8,7%**

Empreses (<10 milions): **5,9%**

Efecte de la formació i promoció

Inversió en
persones
PRIORITÀRIA

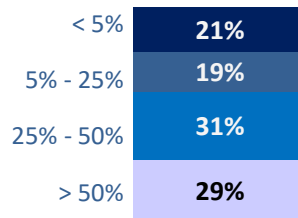
8,8%

8% superior a la mitjana

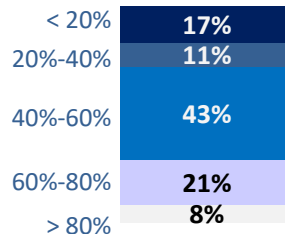
Inversió en
persones NO
PRIORITÀRIA

7,8%

Empreses segons el percentatge de dones en alts càrrecs



Empreses segons el percentatge de dones en comandaments intermedis



Dones en alts càrrecs

30,0%

Dones en comandaments

45,9%

Dones en llocs de base

65,5%



El 63,9% de les persones ocupades en el conjunt del comerç són dones (69% en 2018)

El 29% de les empreses compleixen la paritat en alts càrrecs (creix amb respecte 2018, del 16%)

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

	> 25% dones en alts càrrecs	> 50% dones en comandaments
> 100 milions	58%	44%
De 10 a 100 milions	53%	65%
< 10 milions	75%	46%



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

El 76% de les empreses tenen plans d'igualtat de gènere: empreses > 100 milions (100%), empreses de 10 a 100 milions (79%) i menys de 10 milions (33%)

Absentisme segons paritat en comandaments

> 50% dones en comandaments

5,4%

16% inferior a la mitjana (6,4%)

< 50% dones en comandaments

6,6%

Rotació segons paritat en comandaments

> 50% dones en comandaments

7,8%

4% inferior a la mitjana (8,1%)

< 50% dones en comandaments

8,3%

Absentisme segons % dones en alts càrrecs

> 25% dones en alts càrrecs

5,0%

< 25% dones en alts càrrecs

7,6%

Rotació segons % dones en alts càrrecs

> 25% dones en alts càrrecs

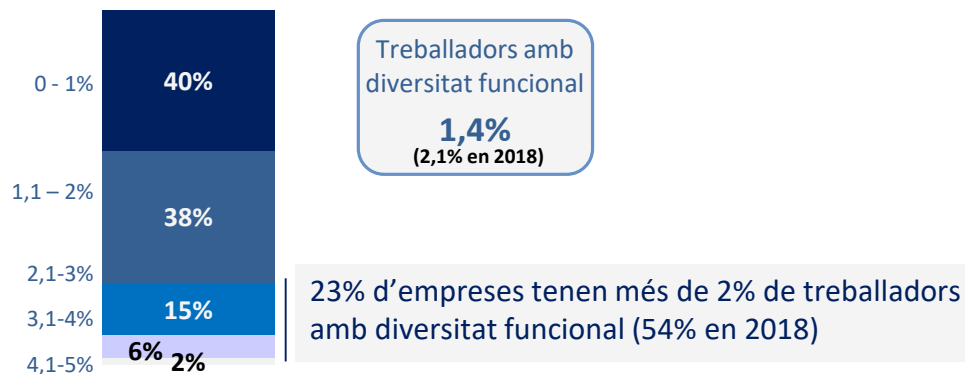
8,2%

< 25% dones en alts càrrecs

8,1%

El 40% de les empreses tenen programes de formació i inserció de col·lectius en risc d'exclusió: empreses > 100 milions (50%), empreses de 10 a 100 milions (35%) i menys de 10 milions (31%)

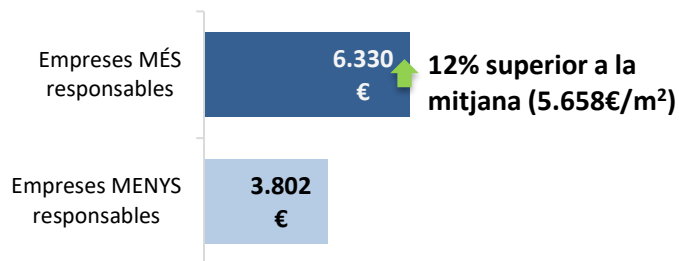
Percentatge d'empreses segons els treballadors amb diversitat funcional



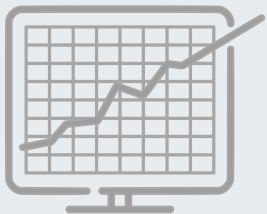
Sis de cada deu empreses del sector duen a terme almenys 6 de les actuacions següents:

	TOTAL SECTOR	> 100 milions	De 10 a 100 milions	< 100 milions
Programa de compra a proveïdors locals	80%	75%	71%	100%
Donacions a ONG i/o patrocinis	76%	85%	77%	62%
Sistema d'aprofitament d'aliments no venuts	74%	80%	77%	62%
Accions de reducció de residus plàstics	72%	80%	53%	85%
Criteris ètics en la tria de proveïdors	70%	75%	59%	77%
Programa de reutilització i reciclatge	68%	75%	71%	54%
Sistemes per al control i estalvi d'aigua o electricitat	66%	80%	59%	54%
Accions solidàries a l'impacte de la Covid-19	60%	85%	59%	23%
Plans per afavorir la conciliació laboral i familiar	52%	75%	29%	46%
Vehicles elèctrics o de gas	32%	55%	24%	8%
Ús d'energies renovables en el punt de venda	22%	25%	24%	15%

Rendiment mitjà (€) segons l'RSC Empresa responsable = almenys 6 actuacions



Competitivitat



Pàg. 26 Indicadors de competitivitat

Pàg. 29 Rendiment

Pàg. 30 Inversions

Pàg. 31 Noves tecnologies

Pàg. 33 Innovació de productes

Pàg. 34 Digitalització de l'empresa

Pàg. 35 Venda online

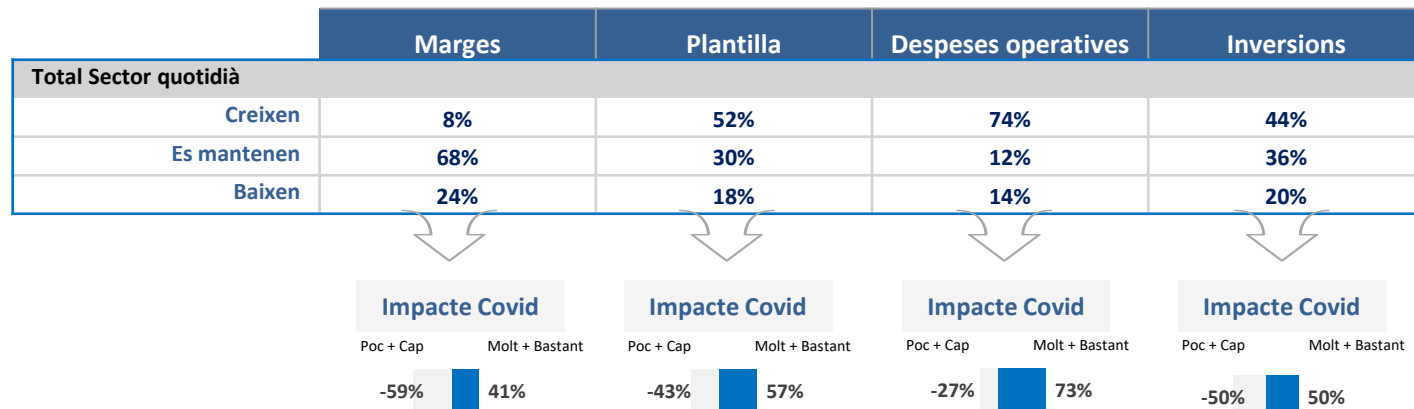
Pàg. 37 Formats comercials

Pàg. 39 Seccions d'oferta

Pàg. 41 Marca de distribuïdor

Pàg. 42 Quotes de mercat

Un 8% de les empreses creixen en marges vs. un 24% baixen en marges (els marges s'estan reduint).
Les despeses operatives i la plantilla són la magnitud que més augmenta, també per la Covid.



Les empreses que facturen més són les que creixen més en plantilla, despeses e inversions.

	Marges	Plantilla	Despeses operatives	Inversions
Total Sector quotidià				
Creixen	8%	52%	74%	44%
Es mantenen	68%	30%	12%	36%
Baixen	24%	18%	14%	20%
> 100 Milions				
Creixen	5%	65%	85%	55%
Es mantenen	80%	20%	0%	30%
Baixen	15%	15%	15%	15%
De 10 a 100 milions				
Creixen	13%	56%	69%	31%
Es mantenen	75%	25%	19%	44%
Baixen	13%	19%	13%	25%
< 10 milions				
Creixen	7%	29%	64%	43%
Es mantenen	43%	50%	21%	36%
Baixen	50%	21%	14%	21%

Els operadors amb estratègies d'implantació territorials baixen marges i plantilla per sobre de la mitjana

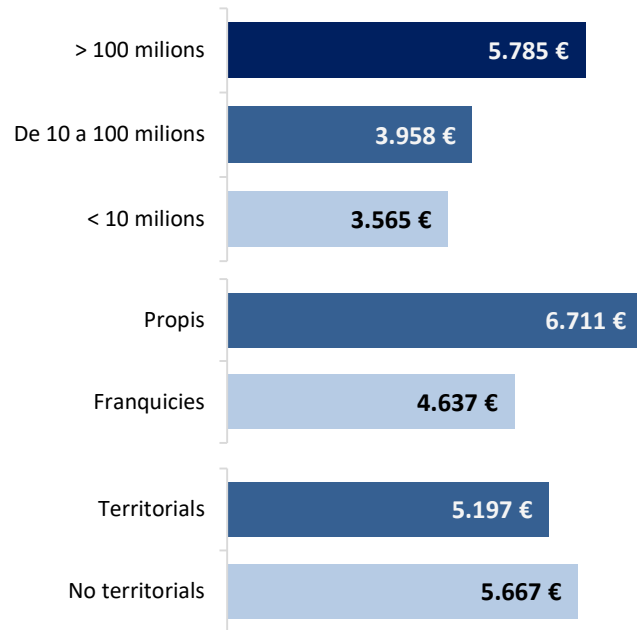
	Marges	Plantilla	Despeses operatives	Inversions
Total Sector quotidià				
Creixen	8%	52%	74%	44%
Es mantenen	68%	30%	12%	36%
Baixen	24%	18%	14%	20%
Territorials				
Creixen	0%	37%	63%	37%
Es mantenen	58%	32%	21%	37%
Baixen	42%	32%	16%	26%
No territorials				
Creixen	13%	61%	81%	48%
Es mantenen	74%	29%	7%	36%
Baixen	13%	10%	13%	16%
Especialistes				
Creixen	22%	56%	67%	44%
Es mantenen	67%	33%	22%	22%
Baixen	11%	11%	11%	33%
Generalistes				
Creixen	5%	51%	76%	44%
Es mantenen	68%	29%	10%	39%
Baixen	27%	20%	15%	17%



El rendiment mitjà en productes quotidians és de 5.658 €/m²

El 74% d'empreses creixen en facturació entre 2018 i 2020

Les empreses grans són les que més creixen (86% >100 milions, 63% de 10 a 100 milions i 50% < 10 milions)



Importància per categories d'inversió

(Màxim = 5 ; Mínim = 1)

		2020	2022		
	Producte i selecció de proveïdors	3,39	3,40	=	La primera inversió per a les empreses del sector és el producte i la selecció de proveïdors
	Tecnologia	3,28	3,26	=	El segon lloc és ocupat per la inversió en tecnologia, i en tercer lloc la inversió en persones però baixarà en 2021 en lloc de processos logístics (recobra importància en un futur).
	Formació i promoció de treballadors	2,91	2,77	↓	
	Processos logístics	2,74	2,86	↑	La inversió en tecnologia a dia d'avui ocupa el primer lloc entre les empreses que facturen més de 100 milions
	Millora de la sostenibilitat	2,74	2,77	=	

Importància de cada tecnologia a 10 anys vista

(Màxim = 8 ; Mínim = 1)

Data analytics:	6,4
Logística intel·ligent:	6,2
Internet of Things:	4,6
Logística inversa (economia circular):	4,5
Pagament biomètric:	4,3
Robòtica a front office:	4,3
Assistència per veu/ Intel·ligència Artificial:	4,2
Criptomonedes:	1,5

Data analytics i logística intel·ligent són les tecnologies més importants

Importància de cada tecnologia (per tipus d'empreses)

	> 100 milions	De 10 a 100 milions	< 10 milions
Data analytics:	6,8	6,7	5,2
Logística intel·ligent:	6,2	6,3	5,9
Internet of Things:	4,9	4,1	5,0
Logística inversa (economia circular):	4,2	4,9	4,2
Pagament biomètric:	3,8	4,5	5,1
Robòtica a front office:	3,6	4,3	5,6
Assistència per veu/ Intel·ligència Artificial:	4,7	3,9	3,7
Criptomonedes:	1,7	1,4	1,3

L'interès per Internet of Things, pagament biomètric i robòtica és més alt en el cas d'empreses petites

Pagament per mòbil

Apple pay, Samsung pay i altres



La pandèmia ha fet que aquest mitjà de pagament acceleri la seva implantació i sigui ja una realitat per a molts compradors. En els propers anys veurem el seu lideratge definitiu posant en escac al pagament amb targeta i en efectiu (especialment). Això dona entrada a altres competidors de les tradicionals VISA, Mastercard, etc com pot ser PayPal, ApplePay, SamsungPay etc.

Assistents de veu

L'evolució natural de les compres online



A mesura que el canal en línia creix a un ritme de doble dígit va obrint-se l'oportunitat a la compra mitjançant assistents de veu. L'impacte d'aquests aparells en el mercat pot ser molt rellevant, ja que les peticions genèriques deixa en mans de l'algoritme la selecció de marques o canals.

Self check out

Fes-t'ho tu mateix



Moltes grans cadenes estan ja provant aquest sistema que preveu estalviar moltes cues i despeses a les cadenes de distribució, però s'han de desenvolupar sistemes que permetin ser àgils i ràpids quan tinguem molts articles en la cistella de compra. Malgrat diversos intents amb xips RFDI encara no s'ha trobat una solució econòmica i fiable.

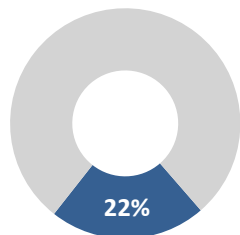
Picking automatitzat d'alta capacitat

La logística com a element operatiu clau



Ja s'estan provant sistemes de repartiment mitjançant drons i similars —en les zones on està permès el seu vol— que podrien ser un game-changer al canal en línia, però cal superar molts problemes per poder fer-ho amb seguretat (especialment a les ciutats).

Existeix un programa per validar la innovació en producte?

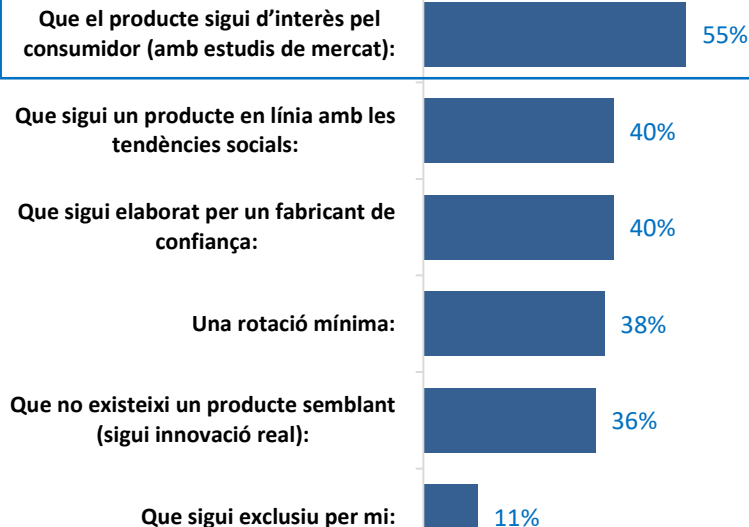


2 de cada 10 de les empreses tenen un programa per validar la innovació en producte.

% Marca Fabricant vs. Distribuïdor

		% Fabricant	% Distribuïdor
% Marca del Fabricant	> 100 milions	58%	42%
	De 10 a 100 milions	77%	23%
% Marca del Distribuïdor	< 10 milions	65%	35%

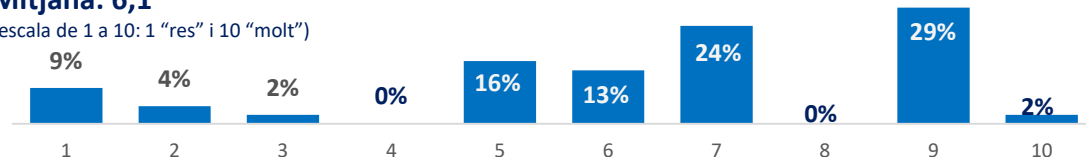
Criteris per escollir la innovació al lineal



Transformació digital de l'empresa durant el 2020

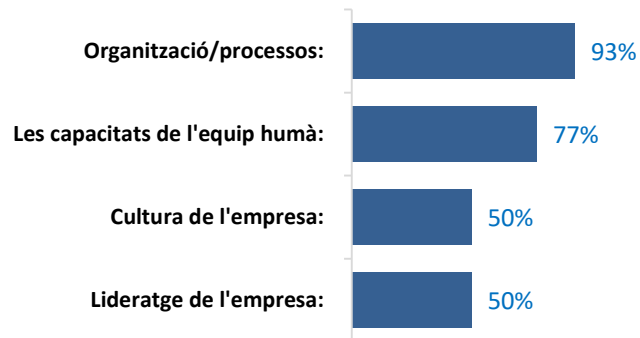
Mitjana: 6,1

(escala de 1 a 10: 1 "res" i 10 "molt")

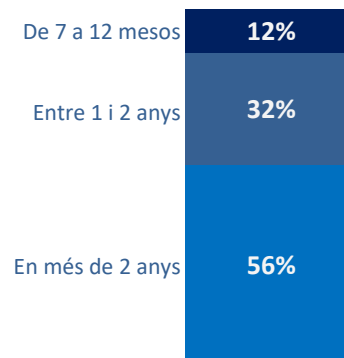


	Mitjana
> 100 milions	6,7
De 10 a 100 milions	5,6
< 10 milions	5,5

En quins aspectes s'ha transformat?

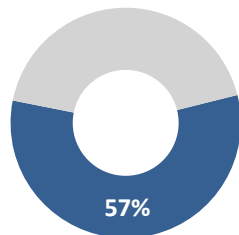


En quan temps amortitzaren la inversió en Transformació Digital?



Quantes empreses del top 50 venen productes online?

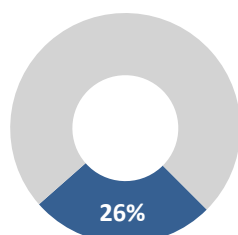
Productes quotidians



El 57% de les empreses venen online productes quotidians (26 empreses)

Mitjana Productes quotidians 2,49%

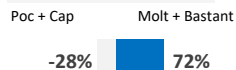
Productes NO quotidians



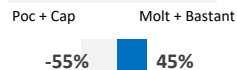
El 26% de les empreses venen online productes no quotidians (14 empreses)

Mitjana productes no quotidians 1,23%

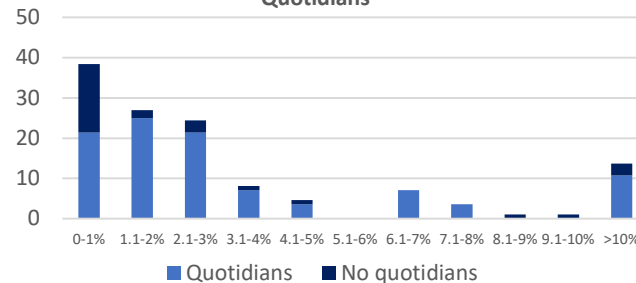
Impacte Covid



Impacte Covid

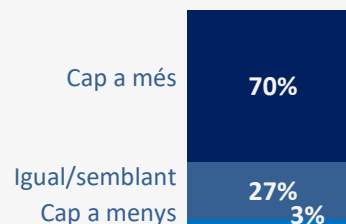


Percentatge de facturació productes Quotidians i No Quotidians



El 61% realitza alguna acció per potenciar la venda online, però tan sols el 40% considera un negoci rentable actualment la venda online.

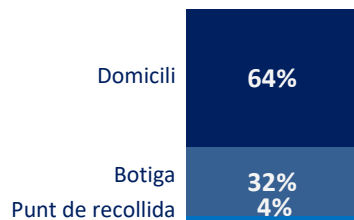
Previsió venda online pel 2022



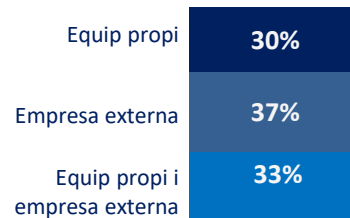
Ofertes d'opcions de recollida en venda online



Percentatge que representa el tipus de lliurament



Gestió de les comandes



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)



Autoserveis (fins a 149 m²)

SV (m²) mitjana: **106**
Rendiment (€/m²): **3.824**
% oferta quotidiana: **99,6%**
% de franquícies: **67%**



Hipermercats i grans magatzems

SV (m²) mitjana: **3.486**
Rendiment (€/m²): **5.649**
% oferta quotidiana: **59,3%**
% de franquícies: **0%**



Superserveis (150 – 399 m²)

SV (m²) mitjana: **252**
Rendiment (€/m²): **4.092**
% oferta quotidiana: **99,1%**
% de franquícies: **75%**



Especialistes

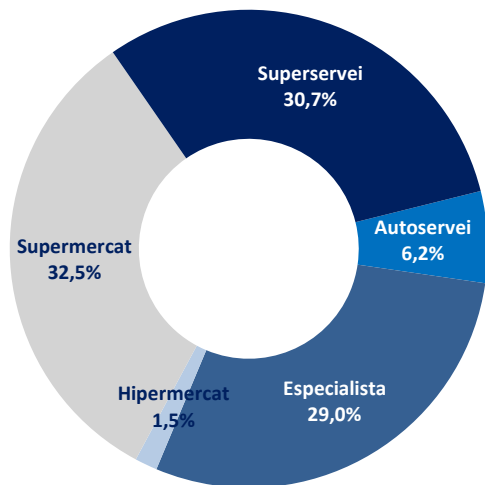
SV (m²) mitjana: **168**
Rendiment (€/m²): **5.964**
% oferta quotidiana: **100%**
% de franquícies: **31%**



Supermercats (400 - 2.499 m²)

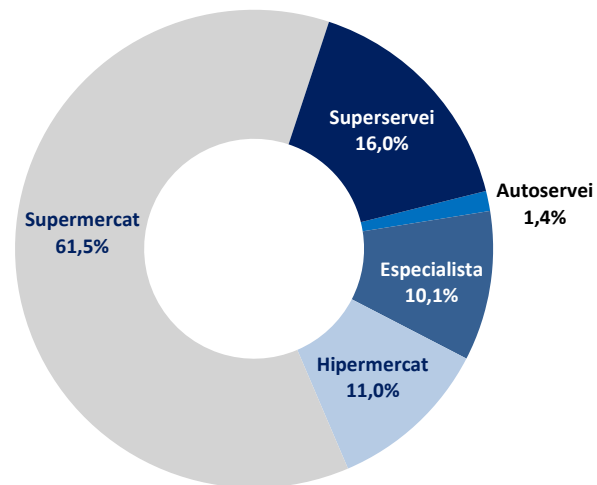
SV (m²) mitjana: **912**
Rendiment (€/m²): **6.058**
% oferta quotidiana: **96,4%**
% de franquícies: **11%**

Formats comercials en nombre d'establiments



Total nombre d'establiments: 5.198

Formats comercials en superfície de venda



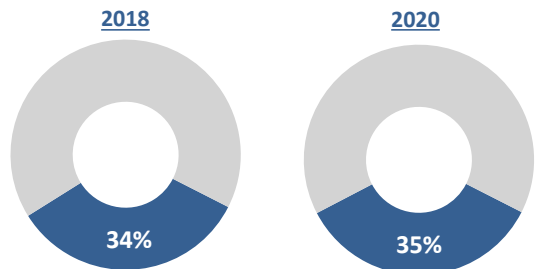
Total superfície de venda: 2,51 milions de m²

Productes ecològics, preparats i precuinats són les seccions d'oferta que més previsió cap a més cap al 2022.

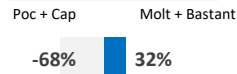
	Frescos	Alimentació	Begudes	Congelats	Precuinat	Cuinat preparat per consumir	Ecològics	Perfumeria i higiene	Neteja i llar
Total Sector quotidià									
Creixen	68%	62%	61%	58%	57%	65%	59%	49%	71%
Es mantenen	18%	24%	25%	26%	18%	12%	32%	19%	17%
Baixen	14%	13%	14%	16%	25%	23%	9%	33%	12%
Previsió 2022									
Cap a més	22%	19%	24%	30%	49%	56%	48%	30%	23%
Igual	49%	55%	46%	43%	29%	31%	40%	45%	49%
Cap a menys	29%	26%	29%	28%	22%	13%	13%	25%	28%

	Frescos	Alimentació	Begudes	Congelats	Precuinat	Cuinat preparat per consumir	Ecològics	Perfumeria i higiene	Neteja i llar
Total Sector quotidià									
Creixen	68%	62%	61%	58%	57%	65%	59%	49%	71%
Es mantenen	18%	24%	25%	26%	18%	12%	32%	19%	17%
Baixen	14%	13%	14%	16%	25%	23%	9%	33%	12%
> 100 milions									
Creixen	67%	68%	79%	67%	50%	61%	47%	61%	83%
Es mantenen	33%	26%	21%	28%	22%	11%	47%	11%	11%
Baixen	0%	5%	0%	6%	28%	28%	5%	28%	6%
De 10 a 100 milions									
Creixen	67%	60%	50%	57%	73%	71%	64%	43%	54%
Es mantenen	13%	27%	29%	29%	13%	7%	21%	21%	23%
Baixen	20%	13%	21%	14%	13%	21%	14%	36%	23%
< 10 milions									
Creixen	73%	55%	46%	46%	46%	64%	73%	36%	73%
Es mantenen	0%	18%	27%	18%	18%	18%	18%	27%	18%
Baixen	27%	27%	27%	36%	36%	18%	9%	36%	9%

Marca de distribuïdor



Impacte Covid



Marca de distribuïdor per tipologia d'empresa

	Territorial	No territorial
Especialistes	100%	62,4%
Generalistes	27,8%	26,4%

Marca de distribuïdor
2020

34,5%

Marca de distribuïdor
especialistes

67,7%

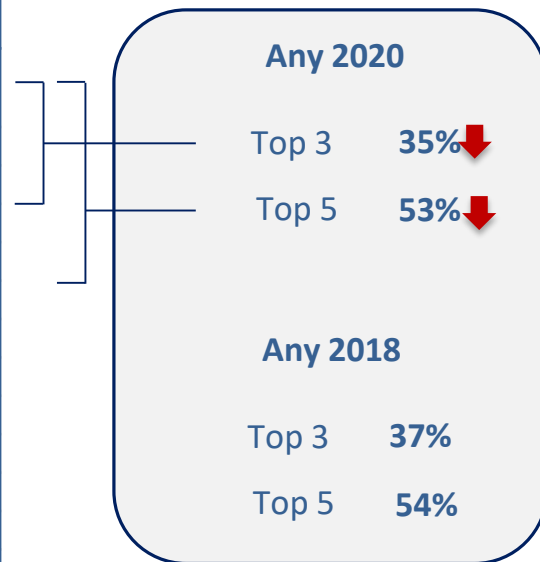
La marca de distribuïdor es manté respecte a 2018: en 2020 representa un 34,5% vs. un 33,6% en 2018.

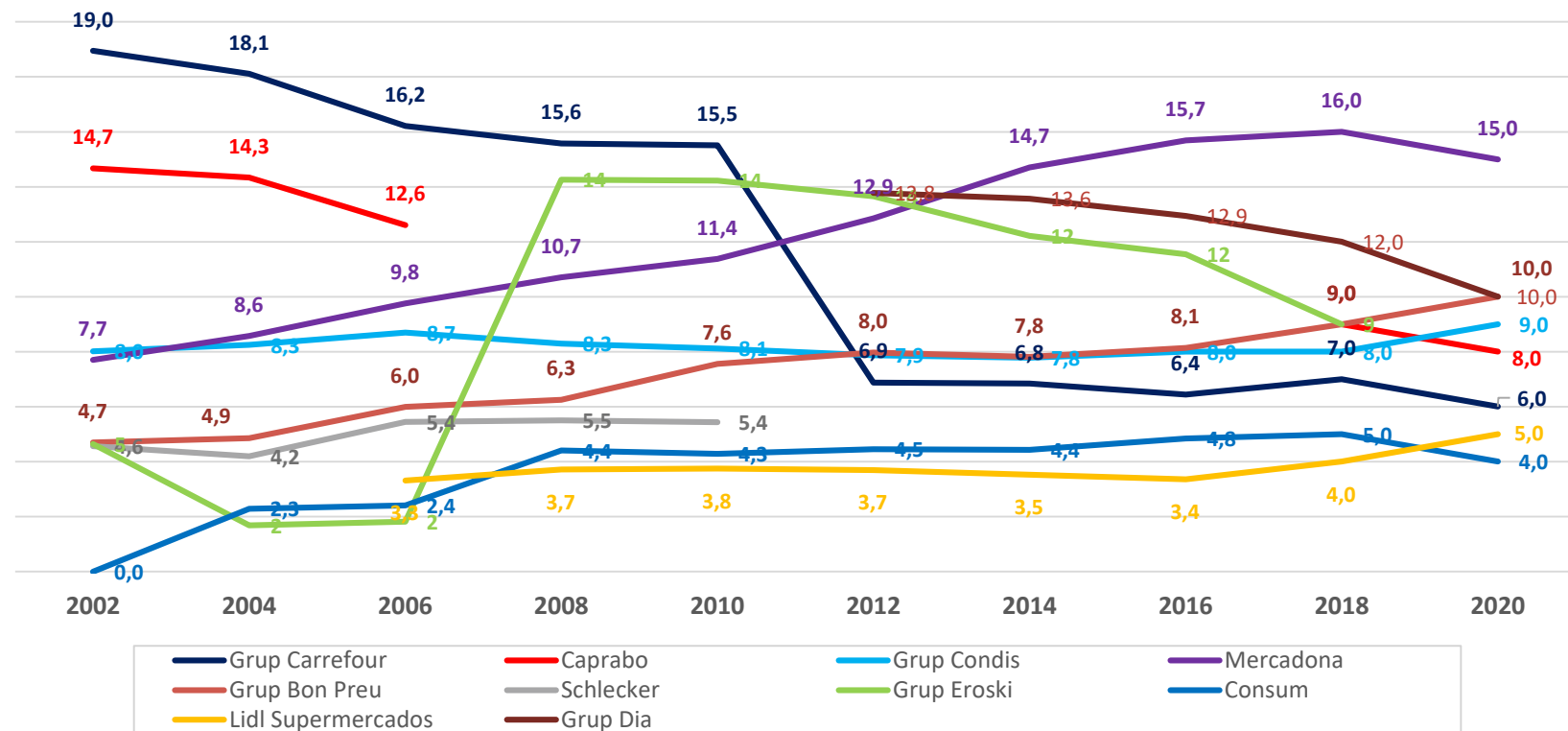
La marca de distribuïdor representa un 42,7% per a les empreses que facturen més de 100 milions (similar a 2018, 39,8%).

La marca de distribuïdor està per sobre en les empreses amb programes de compra a proveïdors locals (38,2% enfront de 21,9%).

	Superfície		QM (m²)	
	2018	2020	2018	2020
Grup Empresarial				
Mercadona	377.005	380.574	16%	15%
Grup Dia	289.285	260.448	12%	10%
Bon Preu	225.633	246.731	9%	10%
Condis	199.957	223.582	8%	9%
Caprabo	219.531	206.089	9%	8%
Grup Carrefour	159.670	158.382	7%	6%
Lidl	97.203	121.147	4%	5%
GM Food	85.703	114.803	4%	5%
Consum	112.012	111.272	5%	4%
Aldi	61.386	76.511	3%	3%
Sorli Discal	70.185	71.263	3%	3%
Fragadis	67.106	70.464	3%	3%
bonÀrea	57.097	63.474	2%	3%
HD Covalco	48.758	51.089	2%	2%
Grup Auchan	44.525	49.340	2%	2%
Grup El Corte Inglés	47.100	47.099	2%	2%

Grau de concentració empresarial





	Establiments		QM (establ.)	
	2018	2020	2018	2020
Grup Empresarial				
Grup Dia	1103	1007	22%	19%
Condis	511	604	10%	12%
GM Food	354	451	7%	9%
bonÀrea	376	396	8%	8%
Caprabo	299	285	6%	5%
Mercadona	259	250	5%	5%
HD Covalco	236	247	5%	5%
La Sirena	200	213	4%	4%
Bon Preu	188	198	4%	4%
Consum	187	182	4%	4%
Grup Carrefour	112	129	2%	2%
Covirán	109	121	2%	2%
Fragadis	104	117	2%	2%
Lidl	114	117	2%	2%
Sorli Discau	110	116	2%	2%
Casa Ametller	97	111	2%	2%

Grau de concentració empresarial

Any 2020

Top 3 **40%** =

Top 5 **53%** =

Any 2018

Top 3 **39%**

Top 5 **53%**

	Establiments			Superfície			QM (establ.)			QM (m²)		
	2018	2020	Dif.(%)	2018	2020	Dif.(%)	2018	2020	Dif.(%)	2018	2020	Dif.(%)
Grup Empresarial												
Mercadona	259	250	-3,5	377.005	380.574	0,9	5,2	4,8	-7,2	15,6	15,2	-2,8
Grup Dia	1103	1007	-8,7	289.285	260.448	-10,0	22,1	19,4	-12,2	12,0	10,4	-13,3
Bon Preu	188	198	5,3	225.633	246.731	9,4	3,8	3,8	1,2	9,3	9,8	5,3
Condis	511	604	18,2	199.957	223.582	11,8	10,2	11,6	13,6	8,3	8,9	7,6
Caprabo	299	285	-4,7	219.531	206.089	-6,1	6,0	5,5	-8,4	9,1	8,2	-9,6
Grup Carrefour	112	129	15,2	159.670	158.382	-0,8	2,2	2,5	10,7	6,6	6,3	-4,5
Lidl	104	117	12,5	97.203	121.147	24,6	2,1	2,3	8,1	4,0	4,8	20,0
GM Food	354	451	27,4	85.703	114.803	34,0	7,1	8,7	22,5	3,5	4,6	29,0
Consum	187	182	-2,7	112.012	111.272	-0,7	3,7	3,5	-6,4	4,6	4,4	-4,4
Aldi	61	74	21,3	61.386	76.511	24,6	1,2	1,4	16,6	2,5	3,1	20,0
Sorli Discal	110	116	5,5	70.185	71.263	1,5	2,2	2,2	1,4	2,9	2,8	-2,3
Fragadis	114	117	2,6	67.106	70.464	5,0	2,3	2,3	-1,3	2,8	2,8	1,1
bonÀrea	376	396	5,3	57.097	63.474	11,2	7,5	7,6	1,2	2,4	2,5	7,0
HD Covalco	236	247	4,7	48.758	51.089	4,8	4,7	4,8	0,6	2,0	2,0	0,9
Grup Auchan	10	11	10,0	44.525	49.340	10,8	0,2	0,2	5,7	1,8	2,0	6,7
Grup El Corte Inglés	40	40	0,0	47.100	47.099	0,0	0,8	0,8	-3,9	2,0	1,9	-3,7
Supermercats Pujol	71	77	8,5	32.953	36.429	10,5	1,4	1,5	4,3	1,4	1,5	6,4
La Sirena	200	213	6,5	32.957	34.338	4,2	4,0	4,1	2,4	1,4	1,4	0,3
Casa Ametller	97	111	14,4	21.610	25.709	19,0	1,9	2,1	10,0	0,9	1,0	14,5
Grup Valvi	53	58	9,4	22.197	23.599	6,3	1,1	1,1	5,2	0,9	0,9	2,4
Covirán	109	121	11,0	24.797	22.496	-9,3	2,2	2,3	6,7	1,0	0,9	-12,7
FACSA	36	37	2,8	20.551	20.076	-2,3	0,7	0,7	-1,2	0,9	0,8	-6,0
Ecoveritas	49	52	6,1	14.032	15.332	9,3	1,0	1,0	2,0	0,6	0,6	5,2

	Establiments			Superfície			QM (establ.)			QM (m²)		
	2018	2020	Dif.(%)	2018	2020	Dif.(%)	2018	2020	Dif.(%)	2018	2020	Dif.(%)
Grup Empresarial												
Comerbal	27	27	0,0	11.350	11.570	1,9	0,5	0,5	-3,9	0,5	0,5	-1,9
Supermercats Llobet	39	40	2,6	9.373	9.557	2,0	0,8	0,8	-1,4	0,4	0,4	-1,8
Roges Supermercats	22	21	-4,5	7.135	6.905	-3,2	0,4	0,4	-8,2	0,3	0,3	-6,8
Superverd	72	69	-4,2	6.489	6.387	-1,6	1,4	1,3	-7,9	0,3	0,3	-5,2
Plataforma de Distribució Càrnica	46	43	-6,5	6.213	5.861	-5,7	0,9	0,8	-10,1	0,3	0,2	-9,2
Jodofi	11	11	0,0	5.801	5.801	0,0	0,2	0,2	-3,9	0,2	0,2	-3,7
Vent de France	7	7	0,0	5.086	5.316	4,5	0,1	0,1	-3,9	0,2	0,2	0,6
Montané Muntané	13	9	-30,8	6.228	4.011	-35,6	0,3	0,2	-33,4	0,3	0,2	-38,0
Super Montserrat	3	3	0,0	2.938	2.938	0,0	0,1	0,1	-3,9	0,1	0,1	-3,7
Servifruit	9	10	11,1	2.150	2.400	11,6	0,2	0,2	6,8	0,1	0,1	7,5
Supermercados Cape	3	4	33,3	1.301	2.051	57,6	0,1	0,1	28,2	0,1	0,1	51,8
Raül Girona	6	4	-33,3	2.870	1.870	-34,8	0,1	0,1	-35,9	0,1	0,1	-37,3
Super Mas	3	3	0,0	1.810	1.810	0,0	0,1	0,1	-3,9	0,1	0,1	-3,7
Punt Fresc SL	22	22	0,0	1.680	1.680	0,0	0,4	0,4	-3,9	0,1	0,1	-3,7
Establiments d'Alimentació	7	7	0,0	1.651	1.651	0,0	0,1	0,1	-3,9	0,1	0,1	-3,7
Girona Pu	2	1	-50,0	2.912	1.512	-48,1	0,0	0,0	-51,9	0,1	0,1	-50,0
Superservis	7	7	0,0	1.240	1.240	0,0	0,1	0,1	-3,9	0,1	0,0	-3,7
Abanescu	1	1	0,0	1.170	1.170	0,0	0,0	0,0	-3,9	0,0	0,0	-3,7
Cal Vicentó	8	8	0,0	1.085	1.085	0,0	0,2	0,2	-3,9	0,0	0,0	-3,7
Super Grup	3	1	-66,7	2.822	1.047	-62,9	0,1	0,0	-68,0	0,1	0,0	-64,3
SAT La Vall d'en Bas	2	2	0,0	757	757	0,0	0,0	0,0	-3,9	0,0	0,0	-3,7
Supermercats Ribetans	1	1	0,0	600	600	0,0	0,0	0,0	-3,9	0,0	0,0	-3,7
Fruites Núria	3	3	0,0	490	490	0,0	0,1	0,1	-3,9	0,0	0,0	-3,7
Las Planas	1	1	0,0	175	175	0,0	0,0	0,0	-3,9	0,0	0,0	-3,7

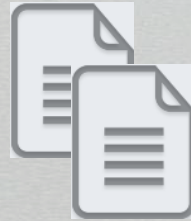
Mercadona en primer lloc del rànkig, Bon Preu segueix en segon lloc del rànkig, tercer lloc per Grup Dia i quart per Grup Carrefour.

Grups empresarials per estrats		
QM (Facturació)	2018	2020
> 15%	Mercadona	Mercadona
10 – 15%	-	-
5 – 10%	Bon Preu, Grup Dia, Grup Carrefour, Caprabo, Condis, BonÀrea, Consum	Bon Preu, Grup Dia, Grup Carrefour, Caprabo, Condis, BonÀrea, Consum
2 – 5%	Lidl, GM Food, Casa Ametller, Grup Auchan, Sorli Discau, Grup El Corte Inglés, HD Covalco	Lidl, GM Food, Aldi, Casa Ametller, Grup Auchan, Sorli Discau, Grup El Corte Inglés, Fragadis
1 – 2%	Aldi, Fragadis, Supermercats Pujol, La Sirena	HD Covalco, Supermercats Pujol, La Sirena
0,5 - 1%	Ecoveritas, Comerbal, Vent de France	-
0 – 0,5%	Resta de grups empresarials (3,4%)	Resta de grups empresarials (4,4%)

5. Annexos



Annexos



Annexos



Pàg. 50 Annex 2. Glossari

Pàg. 51 Annex 3. Qüestionari

Pàg. 56 Annex 4. Empreses participants

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 Secció 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 composada pels producte 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.

Anuari de la distribució comercial - sector quotidià 2021 - Part I

Codi:

Grup empresarial:

A quina/s central/s de compres pertany?

1. OPERACIONS

1.a. Nombre d'establiments a 31 de desembre de 2020:

Catalunya	Conjunt de l'Estat (incloent Catalunya)	Quin impacte ha tingut la Covid-19 en aquest valor?

Seleccionar una resposta >>

1.b. Facturació en productes quotidians (alimentari, drogueria, perfumeria):

Catalunya (milers d'€)	Conjunt de l'Estat (milers d'€)	Quin impacte ha tingut la Covid-19 en aquest valor?

1.c. Facturació en productes no quotidians:

Seleccionar una resposta >>

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

Quin impacte ha tingut la Covid-19 en aquest valor?

Seleccionar una resposta >>

Assenyalen amb una "X" com ha evolucionat els següents indicadors per a la vostra empresa durant 2020:

	Has baixat	S'ha mantingut	Has crescut	Quin impacte ha tingut la Covid-19 en aquest valor?
1.e. Marges comercials:	☐	☐	☐	
1.f. Nombre de treballadors/es:	☐	☐	☐	
1.g. Despeses operatives:	☐	☐	☐	
1.h. Inversions realitzades:	☐	☐	☐	

Seleccionar una resposta >>

Assenyalen amb una "X" com ha evolucionat el pes de les següents seccions a la vostra empresa durant 2020:

	Has baixat	S'ha mantingut	Has crescut	Com és la previsió cap al 2022?
1.i. Frescos:	☐	☐	☐	
1.j. Alimentació:	☐	☐	☐	
1.k. Begudes:	☐	☐	☐	
1.l. Congelats:	☐	☐	☐	
1.m. Menjar precuinat:	☐	☐	☐	
1.n. Menjar cuinat preparat per consumir:	☐	☐	☐	
1.o. Productes ecològics:	☐	☐	☐	
1.p. Perfumeria i higiene:	☐	☐	☐	
1.q. Netejat i llar:	☐	☐	☐	

Seleccionar una resposta >>

1.r. Ordeneu de l'1 al 5 aquestes partides segons la importància que tenen en les vostres inversions (essent 1 la més important i 5 la menys important).
Com estimeu que siguin aquests valors el 2022?

	2020	Projecció per a l'any 2022
Formació i promoció de treballadors:		
Producte i selecció de proveïdors:		
Tecnologia:		
Millora en la sostenibilitat:		
Processos logístics:		

2. RECURSOS HUMANS

2.a. Nombre de treballadors de mitjana durant el 2020:

Catalunya	Conjunt de l'Estat	Quin impacte ha tingut la Covid-19 en aquest valor?

Seleccionar una resposta >>>

2.b. Seleccionen quin ha estat el vostre percentatge d'absentisme per a l'any 2020:

(tenint en compte tant malaltia com: accident laboral o absència laboral per la Covid o contacte amb un positiu de la Covid-19)

		Quin impacte ha tingut la Covid-19 en aquest valor?
--	--	--

Seleccionar una resposta >>>

2.c. Seleccionen la vostra rotació de personal per a l'any 2020 respecte el total de plantilla:

(inclouent acomiadaments i baixes voluntàries)

		Quin impacte ha tingut la Covid-19 en aquest valor?
--	--	--

Seleccionar una resposta >>>

2.d. Quin ha estat el percentatge de treballadores en plantilla amb contracte indefinit de mitjana per al 2020?

3. TEMES GENERALS

3.a. Quins altres impactes considereu que ha tingut la Covid-19 en la teva organització? Assenyalen amb "X" aquelles que heu dut a conseqüència de la pandèmia:

Costos extras per neteja:	
Materials protectors (hidrogel/guants, mampares):	
Seguretat (per controlar accés):	
Formació/informació al personal sobre els equips de protecció individual:	
Informació constant als clients (megafonia/cortallers) de les mesures de seguretat i la necessitat de respectar-les:	
Medures per garantir l'atenció preferent a les persones vulnerables i majors de 65 anys:	
Implantar una figura responsable de l'aplicació de les mesures organitzatives i de protecció individual a l'interior de l'establiment:	
Senyalització de l'aforament màxim permès:	
Implantació d'eines informàtiques per controlar l'aforament de l'establiment:	
Definir protocol per neteja/desinfecció de l'establiment:	
Establir mesures de ventilació i validar correcte funcionament instal·lacions de climatització:	
Personal dedicat a organitzar flux de clients dins l'establiment:	
Delimitació de zona de caixa o altres zones amb línia de seguretat a terra i/o cartellera:	
Protocol d'accésos (diferencia entrada / sortida per diferents accessos):	
Definició de flux dels clients (amb fletxes indicatives o senyalitzacions):	

Trama 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% / 8,1 - 9% / 9,1 - 10% / més de 10%

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



Anuari de la distribució comercial - sector quotidià 2021 - Part II

Codi:

Grup empresarial:

4. RESPONSABILITAT SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

4.a. Igualtat

4.a.1. L'empresa compta amb un pla d'igualtat de gènere?

 Sí / No*Seleccionar una resposta >>*

4.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		%

4.a.3. Disposeu de programes de formació i inserció de col·lectius en risc d'exclusió?

Seleccionar una resposta >>

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

Seleccionar una resposta >>

4.b. Iniciatives

4.b.1. Entre les següents actuacions de RSC, assenyalau amb "X" aquelles que heu dut a terme el 2020:

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:	☐
Accions de reducció de residus plàstics:	☐
Accions solidàries vinculades a l'impacte de la Covid-19:	☐

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

5. INNOVACIÓ**5.a. Comerç online**

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

	Quin impacte ha tingut la Covid-19 en aquest	
Quotidians		
No quotidians		

Seleccionar una resposta >>

5.a.2. Durant l'any 2021 realitzareu alguna acció per potencialitzar-la? Sí / No

Seleccionar una resposta >>

5.a.3. Quina es la previsió per la venda online pel 2022?

més / menys

Seleccionar una resposta >>

5.a.4. Considereu que la venda online és un negoci rentable actualment? Sí / No

Seleccionar una resposta >>

5.a.5. Quines de les següents opcions de recollida ofereu? Assenyalau amb una X (multiresposta).

5.a.6. I quin percentatge representa?

Domicili:		%
Botiga:		%
Punt de recollida:		%
Total		100 %

5.a.7. Com es gestiona el lliurament de les comandes? Assenyalau amb una X la resposta apropiada.

Equip propi:	
Empresa externa de missatgeria:	
Equip propi i empresa externa de missatgeria:	

5.b. Solucions tecnològiques

5.b.1. Ordeneu de l'1 al 8 segons importància en la vostra planificació a 10 anys vista (essent 1 més important i 8 menys important):

Assistència per veu/ Intel·ligència Artificial:	
Internet of Things:	
Pagament biomètric:	
Data analytics:	
Robòtica a front office:	
Logística intel·ligent:	
Logística inversa (economia circular):	
Criptomonedes:	

5.c. Innovació de productes

5.c.1. Existeix un programa per validar la innovació en producte?

 Sí / No*Seleccionar una resposta.>>*

5.c.2. Quins són els criteris o característiques per escollir quin innovació s'incorpora al lineal? assenyalen amb "X" quin o quins són

- Una rotació mínima: ☐
- Que no existeixi un producte semblant (sigui innovació real): ☐
- Que el producte sigui d'interès pel consumidor (amb estudis de mercat): ☐
- Que sigui un producte en línia amb les tendències socials: ☐
- Que sigui exclusiu per mi: ☐
- Que sigui elaborat per un fabricant de confiança: ☐

5.c.3. Quin percentatge de la innovació en producte és aportada per la Marca del Fabricant i la Marca del Distribuïdor?

% Marca del Fabricant		%
% Marca del Distribuïdor		%
Total	100,0%	%

6. DIGITALITZACIÓ DE L'EMPRESA

6.1. S'ha transformat l'empresa digitalment durant el 2020? (Resposta de l'1 al 10)

(1:Res i 10:Molt)

6.2. En quins aspectes s'ha transformat? Assenyalen amb "X" aquelles que heu dut a terme el 2020:

- Cultura de l'empresa: ☐
- Organització/processos: ☐
- Les capacitats de l'equip humà: ☐
- Lideratge de l'empresa: ☐

6.3. En quan temps amortitzeu la inversió en transformació digital (en mesos), realitzada en els últims 3 anys?

Seleccionar una resposta.>>

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

Abanescu

Aldi

Bon Preu

bonÀrea

Cal Vicentó

Caprabo

Casa Ametller

Comerbal

Condis

Consum

Covirán

Ecoveritas

Establiments d'Alimentació

FACSA

Fragadis

Fruites Núria

Girona Pu

GM Food

Grup Auchan

Grup Carrefour

Grup Dia

Grup El Corte Inglés

Grup Valvi

HD Covalco

Jodofi

La Sirena

Las Planas

Lidl

Mercadona

Montané Muntané

Plataforma de Distribución Cárnica

Punt Fresc SL

Raül Girona

Roges Supermercats

SAT La Vall d'en Bas

Servifruit

Sorli Discau

Super Mas

Super Montserrat

Supermercados Cape

Supermercats Llobet

Supermercats Pujol

Supermercats Ribetans

Superservis

Superverd

Vent de France



**Anuari de la distribució comercial a Catalunya.
Sector quotidià en règim d'autoservei. Any 2021**

Direcció General de Comerç i Consorci de Comerç,
Artesania i Moda (CCAM)

Barcelona. Novembre, de 2021



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

2021



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