



**AQR-Lab**

**U B I R E A**

**U B**   
Universitat de Barcelona

# Estudi sobre els efectes de la liberalització d'horaris comercials a la ciutat de Barcelona

**INFORME AQR-Lab**

**RESUM EXECUTIU**

**Octubre 2013**

**AQR-Lab**

**Laboratori de Transferència en Economia  
Aplicada de la Universitat de Barcelona**

**Equip Investigador:**

*Jordi Suriñach (dir)*

*Jordi López-Tamayo*

*Esther Vayá*

*Facultat d'Economia i Empresa*

*Avinguda Diagonal, 690*

*08034 BARCELONA*

*Teléfono: +34934037241*

*Fax: +34934037242/ +34934021821*

*E-mail: [aqrlab@ub.edu](mailto:aqrlab@ub.edu)*

*Página web: [www.ub.edu/aqrlab](http://www.ub.edu/aqrlab)*

# ÍNDEX

SUMARI. .... 2

RESUM EXECUTIU ..... 5

ANNEX 1. Comparativa segons els diferents escenaris plantejats ..... 20

ANNEX.2. Comparativa segons el nombre de diumenges i festius amb llibertat d'obertura..... 31

## Sumari

1. **No hi ha estudis previs comparables que analitzin els efectes a nivell de ciutat, i de manera individualitzada per formats comercials, d'una eliminació de les regulacions sobre l'obertura en diumenges i festius.** Alhora, els resultats obtinguts a la literatura prèvia, més centrada a nivell de països i regions, són difícilment extrapolables pel cas de la ciutat de Barcelona.
2. **La literatura és poc concloent en relació als efectes d'una obertura en diumenges i festius.** Així, tot i haver un **major consens respecte un efecte positiu sobre les vendes**, hi ha alguns treballs que també apunten a què aquest augment no és significatiu o a que el què es produeix és un canvi d'hàbits dels consumidors i una redistribució de les vendes al llarg dels set dies de la setmana. De manera semblant, tot i haver un **major nombre de treballs que obtenen un efecte positiu en termes d'ocupació total del sector**, en alguns casos però s'apunten a pèrdues d'ocupació netes. Els treballs revisats apunten majoritàriament a què una obertura en diumenges i festius acaba tenint un **efecte de canvi de l'estructura comercial, on el petit comerç sortiria perdent i el gran comerç guanyaria**. Alhora, un darrer treball **per Espanya** del 2013 apunta a que l'evolució de la conjuntura econòmica sembla haver tingut un efecte superior sobre l'evolució del comerç minorista que l'estructura comercial prèvia o les regulacions existents. D'aquesta manera, **els efectes associats al cicle econòmic (sobre facturació, ocupació) haurien estat més rellevants que els efectes associats a la liberalització-regulació comercial a Espanya**.
3. **Catalunya és la regió d'Espanya amb un major nivell de regulació d'horaris comercials**, situació sols comparable, a nivell internacional, amb Bèlgica i inferior únicament al d'Àustria i Xipre.
4. **Tot i la política més liberalitzadora de Madrid en termes comercials, la crisi econòmica ha portat a una disminució relativa de l'índex de vendes superior a Madrid que a Catalunya** (al llarg del 2012 i començaments del 2013 aquesta davallada però ha estat lleugerament menor a Madrid).
5. **La política més liberalitzadora en termes d'horaris comercials i especialment d'obertura de grans superfícies de Madrid podria haver tingut un efecte més intens de creació d'ocupació en períodes més expansius del cicle però alhora, segons la variable que s'agafi, podria haver generat un efecte de major destrucció d'ocupació en períodes de major crisi econòmica.**
6. **El comerç d'alimentació de proximitat (tradicionals i supermercats) segueix sent superior a Catalunya que a Madrid al 2011 (en termes de superfície i nombre d'establiments per càpita).** Tot i això, i malgrat la política comercial més proteccionista de Catalunya, entre 1999 i 2011 **s'ha produït una major disminució relativa a Catalunya que a Madrid de la superfície de comerç tradicional d'alimentació** (i del nombre d'establiments) i un **menor augment de la superfície de supermercats** (i del nombre d'activitats).
7. **Entre 1999 i 2011, en comerç especialitzat en no alimentació, el comportament ha estat més favorable a Madrid que a Catalunya.** Així, la superfície d'especialitzat en no alimentació per cada 1000 habitants ha passat de ser més gran a Catalunya al 2005 a ser-ho a Madrid al 2011.
8. **La política més liberalitzadora de Madrid en termes d'obertura de grans superfícies (especialment hipermercats i grans magatzems) ha fet que la dotació d'aquests tipus de formats s'intensifiqués molt més a Madrid que a Catalunya.**
9. **El nombre total d'empreses de comerç minorista s'ha reduït comparativament més a Catalunya (-12,1%) que a Madrid (-3,4%) entre 1999 i 2011, degut especialment a una major reducció relativa a Catalunya del nombre d'empreses molt petites (amb menys de 3 assalariats).** Aquest fet ha portat a que, si bé al 2011 seguissin havent més empreses de comerç minorista a Catalunya que a Madrid per cada 1000 habitants, aquesta diferència fos força més petita que l'observada al 1999. **Atenent solament al subperíode de major crisi (2008-2011), el nombre d'empreses de qualsevol mida ha disminuït comparativament més a Madrid que a Catalunya.**
10. **La destrucció (en termes de facturació i establiments) del petit comerç ja s'està produint des de fa temps a Catalunya, inclús abans de l'inici de la crisi, i es veu determinada, entre d'altres factors, per canvis sociodemogràfics i d'hàbits dels consumidors.**
11. Segons l'enquesta Òmnibus Municipal de la Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona (setembre, 2012), **el 84,4% dels consumidors barcelonins es sentien molt o bastant satisfets amb els horaris**

**comercials.** El 39,4% dels barcelonins afirmaven estar en contra o molt en contra de que s'obrissin en diumenges, front el **33,8% que es mostraven a favor o molt a favor de que obrissin i el 25,8% restant que adoptaven una posició neutre.**

12. Segons les Enquestes sobre activitat comercial a Barcelona (Ajuntament Barcelona, 2012), **el 70% dels propietaris dels establiments enquestats estarien poc o gens d'acord amb l'obertura en diumenges i festius** (menor grau de desacord però en el cas dels sectors d'alimentació i d'oci i cultura i en el cas dels propietaris de nacionalitat estrangera).
13. **L'estudi de simulació indica que els efectes de l'obertura en diumenges i festius cal relativitzar-los, atès que els percentatges de variació respecte l'escenari actual són limitats**
14. **De l'estudi de simulació es pot concloure que, si es vol maximitzar la facturació, quant més dies festius s'obri, major facturació. Per contra, si es vol minimitzar els possibles efectes adversos sobre l'ocupació, quant menys dies s'obri, millor.**
15. **De les simulacions efectuades s'ha estimat que, en el cas d'uns augments moderats del nombre de diumenges i festius permesos (entre dos i quatre addicionals), els efectes sobre la facturació global, l'ocupació i la superfície de comerç serien força petits.** Així, la facturació total del sector podria augmentar entre un 0,01% (1,1 milions d'euros) i un 0,38% (39,2 milions) i l'ocupació total del sector de comerç podria mantenir-se pràcticament constant o augmentar fins un 0,22% (177 ocupats).
16. **En el cas d'un augment mig del nombre de diumenges i festius permesos (entre vuit i deu addicionals) i sota el supòsit que no es produïssin canvis als hàbits dels consumidors serien més significatius.** Així, la facturació total del sector podria augmentar entre un 0,04% (4,5 milions d'euros) i un 0,94% (98 milions d'euros), mentre que l'ocupació es podria mantenir pràcticament constant o augmentar fins un 0,53% (419 ocupats). La possibilitat però de que un augment mig del nombre de diumenges i festius oberts comportés un canvi d'hàbits dels consumidors portaria a que l'ocupació pogués arribar a disminuir un màxim del -0,65% (513 ocupats menys) o incrementar un màxim del 0,23% (181 ocupats més).
17. **En el cas d'un augment elevat del nombre de diumenges i festius permesos** (des d'un increment de 22 festius fins una obertura tots els dies de l'any), **sota un supòsit d'augment baix o mig de les vendes al segment de no alimentació, la facturació total del sector podria incrementar entre un mínim del 0,12%** (12,4 milions d'euros, amb 22 festius més oberts) **i un màxim de l'1,25%** (131 milions d'euros, liberalització total). En canvi, **en el cas d'un augment alt o molt alt de les vendes, la facturació total podria incrementar entre un 0,95%** (99 milions d'euros, amb 22 festius més) **i un 5,5%** (569 milions d'euros, liberalització total). En tots els casos però es produiria una pèrdua neta de facturació del comerç de proximitat i un guany net de facturació del comerç de no proximitat.
18. **En el cas d'un augment elevat del nombre de diumenges i festius permesos, l'ocupació total del sector augmentaria o disminuiria en funció de si la creació d'ocupació al comerç de no proximitat superés o no la pèrdua d'ocupació del comerç de proximitat, ...**, i aquest resultat dependria de l'augment previst total de les vendes. **En termes d'ocupació, menys en el cas de l'escenari d'augment molt elevat de les vendes, a la resta d'escenaris un major nombre de diumenges i festius permesos portaria a una major pèrdua relativa d'ocupació total.** Així, s'ha estimat que aquesta **únicament incrementaria a l'escenari optimista i amb un augment previst molt elevat de les vendes**, amb un augment mínim del 0,47% (371 nous ocupats, amb 22 festius addicionals) i un màxim del 1,4% (1.102 ocupats més, liberalització total). En canvi, **sota un escenari d'increment baix o mig de les vendes, l'ocupació total es veuria reduïda** entre un mínim del 0,37% (898 ocupats menys, augment de 22 festius i escenari optimista) i una disminució màxima del 3,0% (2.336 ocupats menys, liberalització total i escenari pessimista). Cal afegir alhora que, si bé en termes de quantitat les pèrdues d'ocupació al comerç de proximitat podrien, en certs casos, ser compensades per guanys d'ocupació al comerç de no proximitat, caldria també considerar la possible diferent tipologia de l'ocupació en ambdós formats (contractes a temps parcial o total, contractes indefinits o temporals, ...).
19. **En un context de crisi econòmica generalitzada com l'actual, seria poc probable que una liberalització àmplia d'horaris comercials propiciés un increment molt alt de les vendes.** En aquesta situació, i sota uns escenaris més probables d'incrementos baixos o mitjans de les vendes, el més prudent seria iniciar un procés progressiu de major liberalització. Això permetria potenciar més l'atractiu turístic de Barcelona com a ciutat de compres però

minimitzant els potencials canvis d'estructura del comerç minorista de la ciutat (on el comerç de proximitat té una presència i tradició força més arrelada que a altres ciutats europees comparables).

20. D'aquesta manera, **un augment mig del nombre de diumenges i festius (entre 8 i 10 addicionals) podria arribar a proporcionar resultats més significatius que els derivats d'un increment moderat dels mateixos (entre 2 i 4 addicionals), semblant** (l'opció de 8-10 dies d'obertura addicional) **una opció més adequada**. En aquest cas, la facturació total del sector podria arribar a incrementar fins un 0,9% (98 milions d'euros més) i l'ocupació total augmentar fins un 0,53% (419 ocupats més). Per tal d'aconseguir aquests objectius caldria una elecció estratègica dels diumenges i festius en els que s'obris. Així, **a més d'una revisió dels vuit diumenges i festius actualment permesos (tot posicionant-los en dates coincidents amb esdeveniments de gran afluència de públic a la ciutat), seria recomanable una ubicació dels diumenges i festius addicionals en èpoques de major despesa de turistes i excursionistes i menor despesa de residents a la ciutat (especialment en el segment de No Alimentació) com ara els mesos del període estival**. D'aquesta manera es podria maximitzar l'increment de vendes (especialment derivada de la demanda turística) i podrien minimitzar el risc dels esmentats canvis d'hàbits dels residents.
21. Tanmateix, **seria raonable anar apropant de manera progressiva, en matèria d'obertura en diumenges i festius, la ciutat de Barcelona a la d'altres ciutats com Londres, París, Roma o Nova York per tal de potenciar al màxim l'atractiu de Barcelona com a ciutat de compres**.

## *Resum Executiu*

L'Ajuntament de Barcelona va fer l'encàrrec al Laboratori de Transferència en Economia Aplicada de la UB (AQR-Lab) d'un estudi que analitzés i mesurés l'impacte econòmic que podria generar en el conjunt de la ciutat de Barcelona (i del seu teixit comercial) l'aplicació del "Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad" en aquells punts relatius a l'obertura en diumenges i festius que s'especifiquen al títol V sobre "Medidas de liberalización comercial y de fomento de la internacionalización empresarial".

Concretament, a l'esmentat Real Decreto, apareixien dos punts dins aquest entorn. El primer, general per totes les regions, fixava en 16 els diumenges i festius en què podrien obrir les grans superfícies durant tot l'any, amb un mínim de deu. El segon, i específic per un conjunt de 14 ciutats, entre elles Barcelona, determinava l'obligatorietat de definir una Zona de Gran Afluència Turística (ZGAT) on hi hagués plena llibertat d'obertura en diumenges i festius al llarg de tot l'any.

Abordar el primer dels punts suposa quantificar com afectaria a l'estructura del comerç minorista de la ciutat de Barcelona el fet d'obrir un major nombre de festius en termes de variables com ara la facturació, ocupació, superfície comercial o la distribució de les quotes de mercat per formats comercials (és a dir, distingint entre petit comerç, comerç especialitzat mitja i gran, supermercats, hipermercats,...), sempre prenent com a referència la situació actual fins el moment (en la que tots els comerciants de manera generalitzada poden obrir un total de 8 diumenges i festius). Aquesta tasca és complicada en la mesura en la no es disposen de dades oficials de magnituds bàsiques relatives al comerç al detall com és la seva facturació o el nombre d'ocupats al sector, ni a nivell general pel conjunt de la ciutat ni per formats comercials.

El segon dels punts és però notablement més complex. Així, a la dificultat de la pròpia delimitació de l'àrea s'hi afegeix la impossibilitat, amb la informació estadística disponible fins al moment, de quantificar els efectes que suposaria per tota la ciutat la definició d'una ZGAT. Així si volguéssim conèixer què succeiria, no solament amb el comerç dins de l'àrea sinó amb el comerç de fora d'aquesta àrea, caldria disposar d'informació sobre facturació, ocupació i superfície per formats comercials per eixos, districtes o barris de la ciutat. Com s'ha esmentat abans, aquesta informació no es troba disponible ni tan sols pel conjunt de la ciutat.

Donada aquesta elevada dificultat d'abordar el segon dels punts anteriors, el present informe es centra en l'exploració del primer dels punts esmentats. Així, **l'objectiu del mateix és analitzar i estimar el impacte econòmic potencial que tindria per la ciutat de Barcelona l'aplicació del RD en termes d'una major liberalització de l'obertura en diumenges i festius a tota la ciutat.** D'aquesta manera, l'estudi una base de coneixement superior a l'actual i es converteix en una eina addicional de debat per a tots els agents de la ciutat implicats.

**Per aconseguir aquest objectiu, s'han dut a terme tres tasques bàsiques. En primer lloc, s'ha realitzat una revisió exhaustiva de la literatura existent sobre els efectes de les desregulacions horàries a nivell internacional i nacional, tot sintetitzant a l'informe tant les anàlisis teòriques com les aportacions empíriques obtingudes.** En aquest sentit cal però notar que la gran majoria dels estudis empírics fan referència a efectes de la desregulació a l'àmbit nacional o, com a màxim, regional/provincial, pel que els seus resultats són difícilment extrapolables al cas d'una ciutat. Alhora, són mínims els estudis que prenen com a referència els efectes a nivell local o sobre una àrea metropolitana (únicament hi ha alguns estudis, basats en anàlisis descriptives o enquestes, relatius bàsicament a ciutats d'Austràlia). Alhora, i en relació a aquests darrers, cal considerar que les realitats econòmiques, socials, culturals, legislatives, d'hàbits, de mida de ciutat, ... són distintes, pel que és difícil pensar que es puguin reproduir mimèticament els efectes d'altres territoris sobre la ciutat de Barcelona. A més, en alguns dels casos, les conseqüències es valoren sense que hagi passat temps suficient per mesurar els efectes a mig i llarg terme. Tot i aquestes limitacions,

el lector pot trobar a l'informe una àmplia anàlisi comparativa dels resultats teòrics i empírics obtinguts pels diferents autors.

**En segon lloc**, i després de fer una breu revisió de la legislació d'horaris comercials a nivell nacional i internacional, **s'ha dut a terme una anàlisi sobre en quina mesura l'evolució del comerç minorista ha estat diferent en zones d'Espanya on s'ha portat a terme una liberalització d'horaris comercials més extrema (com ara Madrid) respecte les que no ho han fet (Catalunya)**. D'aquesta manera, i prenent un període temporal relativament llarg (des de 1999 i fins 2013, en funció de la variable analitzada), s'ha comparat l'evolució de les principals macromagnituds del comerç minorista (xifra de vendes, nombre d'establiments, superfície, ocupats, ...) a Catalunya i a Madrid. Tot i ser conscients de les notables diferències entre ambdues regions (no solament relatives al perfil turístic de les mateixes sinó també a l'estructura econòmica en general i del comerç minorista en particular, la ubicació geogràfica de les mateixes,...), s'ha considerat adient oferir informació més completa i rigurosa entorn a un debat recurrent a la societat (la bondat o no d'una desregularització comercial a Espanya). Addicionalment, s'ha fet una breu anàlisi comparativa sobre l'evolució del comportament dels municipis turístics front els no turístics.

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

Seguidament es mostren, sintetitzades, els principals resultats obtinguts a les tres parts de l'informe. Pel que respecte a la primera part de l'estudi (revisió bibliogràfica), caldrien ressaltar les següents conclusions.

1. A la literatura, els arguments que es donen per introduir o no una regulació horària en festius es poden agrupar en funció de quina sigui la perspectiva de l'anàlisi: des del vessant dels comerciants, dels treballadors del sector o des dels consumidors. Així, des de la perspectiva dels comerciants, **s'argumenta la necessitat d'una regulació** per tal d'assegurar el grau de competència al sector i no alterar arbitràriament l'estructura de mercat, perjudicant al petit comerç (amb grans dificultats per poder fer front als costos operatius, laborals i personals d'una obertura en diumenges i festius) i beneficiant a les grans superfícies. Des de la perspectiva dels treballadors del sector, l'objectiu de la regulació passaria per assegurar el seu dia de descans (i sobretot de les empreses familiars), permetre la conciliació de la seva vida familiar i professional i evitar la substitució de treball estable. Per últim, des de la perspectiva dels consumidors, la regulació perseguiria harmonitzar i economitza els costos de cerca mitjançant l'homogeneïtzació dels horaris, protegir formes tradicionals de compra i el comerç de proximitat, i mantenir la viabilitat i la vitalitat dels centres de les ciutats (el comerç de proximitat realitza una funció vertebradora de les estructures urbanes i evita el seu despoblament). Alhora, s'al·ludeix a una inexistència de demanda insatisfeta per part dels consumidors respecte als horaris comercials.
2. D'altra banda, hi ha **arguments que apunten que la regulació horària comporta uns costos pels diferents agents**. Així, des de la perspectiva dels comerciants es diu que la llibertat horària permetria una major eficiència en el sector minorista i fomentaria alhora la competència, evitaria perdre consumidors potencials (visitants, i a més es podria competir amb altra tipus de despesa lúdica i amb la venda on-line, la qual no té horari de tancament) i els hi permetria adaptar-se a les demandes i necessitats dels consumidors. Des de la perspectiva dels treballadors al sector de comerç s'argumenta que les restriccions horàries imposen costos a aquells treballadors del comerç que prefereixin treballar fora dels horaris regulats o que siguin indiferents a treballar-hi fora d'aquests horaris a canvi de la prima salarial. Així, la desregulació augmentaria les possibilitats de trobar feina a la gent jove (molts d'ells estudiants que voldrien treballar en diumenge), a les dones, als caps de les famílies monoparentals i a totes aquelles persones que volguessin treballar a temps parcial. Per últim, s'argumenta que la desregulació afavoriria als consumidors per diversos motius: facilitaria la compra per famílies on els dos membres de la parella treballen o per famílies monoparentals, permetria potenciar l'aspecte lúdic de les compres, augmentaria el temps que tenen els consumidors per adquirir informació sobre els diferents

productes i fer comparacions i evitarien les externalitats negatives derivades de la congestió que comporta concentrar en uns mateixos dies tot el procés de compra.

3. En relació als efectes que una desregulació horària ha tingut a altres països/regions/ciutats en termes de vendes, ocupació, productivitat, ..., cal dir que, **en general, la literatura és poc conclouent, tot i que en determinats casos semblen haver més evidències respecte certs tipus de direcció dels efectes**. Així, pel que respecte als efectes d'una major liberalització **sobre les vendes** del sector, en un nombre més elevat de casos els resultats mostren com aquest **efecte és positiu**, és a dir, la desregulació portaria a un augment de les vendes. Això es deuria al següent: una redirecció de la despesa dels consumidors cap el comerç en lloc d'altres destinacions com ara activitats d'oci amb major desregulació horària; a unes majors possibilitats de compra per part dels consumidors donada l'ampliació horària i les disminucions del cost en termes del temps que suposa la compra; o a la captació de despesa de no residents (tant de residents en àrees properes on no hi hagi liberalització d'horaris comercials, com de turistes). Aquest efecte dependria però del segment de mercat (afectant sobretot a productes de consum general no alimentari) i del format comercial (petit augment o inclús disminució de vendes de petits comerços o comerços més ineficients front augment de les vendes als grans comerços). Malgrat això, cal apuntar que **certs treballs** detectarien que no hi hauria increment significatiu de **vendes** sinó una **redistribució** de les mateixes entre els diferents dies de la setmana. Alhora, un darrer treball per Espanya del 2013 apunta a que l'evolució de la conjuntura econòmica sembla haver tingut un efecte superior sobre l'evolució del comerç minorista que l'estructura comercial prèvia o les regulacions existents al llarg de la darrera dècada. D'aquesta manera, **els efectes associats al cicle econòmic** (sobre facturació, ocupació) **haurien estat més rellevants** que els efectes associats a la liberalització-regulació comercial a Espanya.
4. Quant a l'**ocupació**, en termes generals, diversos treballs apunten a que una major liberalització horària vindria associada a un **increment de l'ocupació total al sector de comerç minorista, fonamentalment a temps parcial**, a l'augmentar la mà d'obra necessària per atendre l'establiment amb independència de l'evolució de les vendes. Malgrat això, aquest efecte dependria del format comercial. Així, front un **potencial augment del nombre d'ocupats als establiments de major mida** (amb més possibilitats per assumir l'augment d'hores d'obertura i l'obertura en diumenges i festius), les menors possibilitats del **petit comerç** per afrontar una obertura en diumenges i festius podria portar al **tancament** de part d'aquests establiments i, per tant, a la **disminució de l'ocupació**. D'aquesta manera, **l'augment o disminució neta d'ocupació dependria de si la potencial destrucció d'ocupació fos inferior o superior a la seva creació**.
5. **L'efecte sobre la productivitat no està clar** i depèn de si les possibles majors vendes acaben compensant o no els majors costos laborals associats a la liberalització horària. Alguns estudis però argumenten que es podrien detectar **increments de productivitat deguts a millores tecnològiques introduïdes pels establiments de major mida**.
6. **No hi ha resultats conclouents respecte l'efecte sobre els preus**. Així, si la desregulació horària incrementa la competència, es podria esperar una disminució als preus al consum (o un increment més suau). Al contrari, si l'increment dels costos laborals i fixos no es veu compensat o superat per una disminució dels costos de capital (i majors vendes), els preus podrien acabar augmentant. Alhora, altres factors intervindrien en el resultat final: una major demanda de béns acabaria generant, per sí mateixa, una major pressió sobre els seus preus i/o el fet de disposar de més temps per comparar preus per part dels consumidor els podria pressionar a la baixa.
7. Sembla haver consens en què **la desregulació horària afectarà negativament als petits comerços i afavorirà als grans establiments comercials**. Aquest fet estaria reflectint les menors possibilitats d'obertura en diumenges i festius per part dels petits comerços familiars ja que obrir implicaria, per una banda, renunciar al seu dia de descans i a la conciliació laboral-familiar (amb la subseqüent pèrdua de quota de mercat) i, per una altre, una major afectació sobre els seus costos donada la major intensitat



de mà d'obra que presenten (fent en molts casos inviable mantenir aquesta obertura des del punt de vista financer).

8. **Consens més generalitzat sobre beneficis dels consumidors derivats de la liberalització** al poder decidir els moments més adequats per realitzar les seves compres, disposar d'una major oferta i un major temps per comparar preus i poder fomentar els aspectes lúdics de la compra. **Els possibles perjudicis es derivarien d'un potencial increment dels preus al consum i d'una potencial destrucció de part del petit comerç de proximitat** (més valorat, entre d'altres aspectes, no solament per la seva ubicació al territori sinó pel seu tracte més personalitzat i una possible major qualitat dels productes). Aquest darrer fet els obligaria a desplaçar-se (major cost en termes de temps i de diners) per aconseguir determinats productes, fet que seria especialment negatiu per a les persones amb problemes de mobilitat.

Pel que respecte a l'estudi comparatiu legislatiu, es poden obtenir les següents conclusions.

9. **En les darreres dècades diversos països han començat a desregular** en matèria d'horaris comercials. En aquest sentit, a diferència dels Estats Units (on la liberalització és molt elevada), la resta de països de la zona euro tenen algun tipus de regulació sobre la matèria (exceptuant Irlanda i Eslovàquia). **La legislació és força diferent entre països**, havent-hi inclús diferències entre regions o municipis d'un mateix país. Així, per exemple, a Alemanya i Espanya la legislació és nacional i regional, a Portugal i Holanda és estatal i local, i a Itàlia és local.
10. A nivell de país, Xipre mostra una regulació més estricta, seguit per Àustria, Bèlgica Itàlia i Regne Unit. En canvi, Irlanda i Eslovàquia presenten una llibertat total d'horaris comercials i a França la regulació és escassa. Tant Espanya, com Portugal, Alemanya i Malta es trobarien en una posició intermitja-baixa.
11. A nivell de regions espanyoles, **Madrid és on menor és el nivell de regulació d'horaris comercials mentre que Catalunya és la comunitat amb una major regulació (nivell comparable a l'obtingut, a nivell internacional, per Bèlgica i solament inferior al d'Àustria i Xipre**, països on, com s'ha esmentat anteriorment, major és la regulació d'horaris comercials).
12. Quant a la dimensió local, l'anàlisi de la regulació horària en diumenges i festius per algunes de les principals ciutats mostra també diferències notables. **París, Milà, Roma, en zones turístiques, poden obrir en diumenges i festius. Alhora, en ciutats com Londres, Nova York, Tokyo, Shanghai o Dubai poden obrir en tota la ciutat.**

De l'anàlisi comparativa de l'evolució del comerç minorista als darrers anys entre Catalunya i Madrid es poden extreure les següents conclusions:

13. Considerant l'evolució de l'índex de vendes del comerç minorista de l'INE (2004-2013) es pot concloure que, tot i la política més liberalitzadora de Madrid en termes comercials, **la crisi econòmica ha portat a una disminució relativa de l'índex de vendes superior a Madrid que a Catalunya**. Únicament al llarg del 2012 i primer semestre del 2013 aquesta davallada ha estat lleugerament menor a Madrid que a Catalunya. Però a priori no semblaria que aquesta evolució dels darrers mesos es pogués explicar com a efecte de la implantació de la nova llei estatal de comerç minorista de juliol del 2012 a Madrid donat que aquesta menor davallada relativa també s'ha donat al primer semestre del 2012. Caldria una projecció temporal força més llarga per tal de constatar quins han estat els efectes dels canvis legislatius sobre horaris comercials a Madrid.
14. Atenent a l'índex d'ocupació publicat per l'INE (2001-2013), **una política més liberalitzadora en termes d'horaris comercials i especialment d'obertura de grans superfícies** (en general, el model més liberal de Madrid) **podria haver contribuït a un efecte més intens de creació d'ocupació en períodes més expansius del cicle (2005-2008). En canvi, podria haver generat un efecte de major destrucció d'ocupació en períodes de major crisi econòmica (2008-2013)**. Aquesta darrera conclusió però es veuria

matissada si s'atén a l'evolució del personal ocupat del comerç minorista (Enquesta Anual de Serveis, INE) on, entre 2008 i 2011, la pèrdua d'ocupació relativa hauria estat superior a Catalunya que a Madrid.

15. Analitzant l'evolució de la superfície i del nombre d'establiments per formats comercials del Anuario Económico de España - La Caixa (1999-2011), es pot concloure que **el comerç d'alimentació de proximitat (tradicionals i supermercats) segueix sent superior a Catalunya que a Madrid al 2011** (en termes de superfície i nombre d'establiments per càpita). Tot i això, i malgrat la política comercial més proteccionista de Catalunya, **s'ha produït una major disminució relativa a Catalunya que a Madrid de la superfície de comerç tradicional d'alimentació (i del nombre d'establiments) i un menor augment de la superfície de supermercats (i del nombre d'establiments)**. A més, entre 2005 i 2011 (i especialment entre 2008 i 2011), s'ha produït una substitució progressiva de comerç tradicional d'alimentació per supermercats (inclosos dintre d'aquests des dels autoserveis, regentats en molts casos per estrangers, com supermercats mitjans i grans) tant a Catalunya com a Madrid.
16. La **major presència d'hipermercats, de grans magatzems i de centres comercials (en termes de superfície per 1000 habitants) detectada a Madrid** al 2005 (en comparació a Catalunya) **s'ha reforçat al final del període**. En aquest sentit, la política més liberalitzadora de Madrid en termes d'obertura de grans superfícies (especialment hipermercats i grans magatzems) ha fet que la dotació d'aquests tipus de formats s'intensifiqués molt més a Madrid que a Catalunya.
17. **Entre 1999 i 2011, en comerç especialitzat en no alimentació, el comportament ha estat més favorable a Madrid que a Catalunya**. Així, la **superfície d'especialitzat en no alimentació per cada 1000 habitants** ha passat de ser més gran a Catalunya al 2005 a ser-ho a Madrid al 2011. Això s'ha degut en part a un major increment relatiu de la superfície entre 2005 i 2008 a Madrid i un major decrement relatiu a Catalunya entre 2008 i 2011.
18. En termes per càpita, **tant en superfície com establiments**, pel conjunt del període 1999-2011 i per qualsevol format comercial, el creixement ha estat superior a Madrid que a Catalunya (i el decreixement inferior). Això fa pensar que a **Madrid s'ha permès més obertures d'establiments en relació al creixement de la població, havent estat, Catalunya, més restrictiva a l'hora d'ampliar el comerç al detall**.
19. A partir de l'estudi de l'evolució del nombre d'empreses per mida de treballadors que apareix al DIRCE (INE) entre 1999 i 2011, es pot concloure que **el nombre total d'empreses de comerç minorista s'ha reduït comparativament més a Catalunya (-12,1%) que a Madrid (-3,4%), degut especialment a una major reducció relativa a Catalunya del nombre d'empreses molt petites (amb menys de 3 assalariats)**. Aquest fet ha portat a que, si bé al 2011 seguien havent més empreses de comerç minorista a Catalunya que a Madrid per cada 1000 habitants, aquesta diferència fos força més petita que l'observada al 1999.
20. **Entre 1999 i 2011, el nombre d'empreses micro (entre 0 i 9 assalariats) ha disminuït més a Catalunya que a Madrid (-12% i -3% respectivament)**, resultat bàsicament degut a una major reducció relativa a Catalunya de les empreses molt petites, amb menys de 3 assalariats (-16% a Catalunya i -5,4% a Madrid). Cal dir, a més, que a Catalunya aquesta reducció ha estat progressiva al llarg de tot el període (canvi més brusc entre els anys 2005 i 2006) i que, al període de major crisi (2008-2011), la disminució ha estat més intensa a Madrid que a Catalunya. D'aquesta manera, es podria concloure que tot i la major protecció del petit comerç a Catalunya que a Madrid, ja s'hauria produït un **procés "de selecció", on els diferents canvis socioeconòmics haurien portat a una destrucció a Catalunya d'una part important del comerç molt petit, prèvia a la darrera crisi econòmica o a l'aplicació de qualsevol política més liberalitzadora com la proposada al 2012**.

21. **L'evolució però de les empreses per la resta de mides ha estat més favorable a Catalunya que a Madrid en termes generals.** Així, en el cas de les empreses petites (entre 10 i 49 assalariats), s'ha produït una reducció del nombre d'empreses més gran a Madrid (-38%) que a Catalunya (-27,6%); en el cas de les empreses mitjanes (entre 50 i 199 assalariats), a Catalunya s'ha produït un increment del 23,5% i una reducció a Madrid del 0,6%; i, per últim, en el cas de les empreses grans (més de 199 assalariats), l'increment a Catalunya ha estat superior que el de Madrid (74% i 43% respectivament).
22. Dins el grup d'empreses grans, però, s'ha observat com l'increment a Catalunya ha estat més elevat en el cas d'empreses entre 200 i 1000 assalariats (73% a Catalunya i 18% a Madrid) mentre que el contrari ha succeït en el cas d'empreses molt grans, de més de 1000 assalariats (75% a Catalunya i 123% a Madrid). En aquest sentit, la diferent legislació en matèria de grans superfícies entre Madrid i Catalunya explicaria les darreres diferències.
23. **Atenent solament al subperíode de major crisi (2008-2011), el nombre d'empreses de qualsevol mida ha disminuït comparativament més a Madrid que a Catalunya.** Cal notar però que no es pot conèixer quina part de les reduccions observades en el nombre d'empreses segons mida (especialment en el cas de les empreses de menys de 3 assalariats) es deu a un tancament de les empreses i quina a un augment de la mida de l'empresa (que l'ha portat a passar a un altre nivell d'assalariats).
24. Si centrem l'anàlisi solament en les empreses especialitzades en alimentació, es pot concloure que **entre 1999 i 2011, el nombre total d'empreses en alimentació ha disminuït comparativament més a Madrid que a Catalunya (al contrari que en les empreses totals).** Aquest fet s'explicaria especialment per un comportament força diferent entre Madrid i Catalunya pel que fa a les empreses d'alimentació petites (entre 10 a 49 assalariats) i mitjanes (de 50 a 199 assalariats): aquestes han disminuït força a Madrid mentre que a Catalunya o no han variat (en el cas de les petites) o han incrementat (en el cas de les mitjanes). Alhora, en el cas de les empreses entre 3 i 9 assalariats, l'augment a Catalunya ha estat comparativament superior que el de Madrid, mentre que la disminució del nombre d'empreses entre 0 i 2 assalariats ha estat major a Catalunya que a Madrid.

A la darrera part de l'informe s'ha dut a terme un esforç d'aproximar, de manera quantitativa, els possibles efectes que tindria una major obertura en diumenges i festius. Prèviament però s'han recollit les diferents posicions que comerciants, treballadors i consumidors tindrien vers una major liberalització d'horaris comercials. En aquest sentit, cal remarcar les següents conclusions.

25. Pel que respecte als **consumidors**, a nivell teòric, caldria esperar una **posició favorable a l'obertura en diumenges i festius donat que això els hi permetria gaudir d'un temps addicional per realitzar les seves compres** (més temps per comparar preus i qualitat, major possibilitats per realitzar una compra lúdica, major capacitat de l'elecció del dia per la realització de les seves compres,...). **Solament es podria esperar una postura contrària en cas d'increment de preus o destrucció rellevant del comerç proximitat.** En el cas concret de la ciutat de Barcelona, l'Enquesta Òmnibus Municipal de la Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona (setembre, 2012) va informar que el **84,4% dels consumidors barcelonins es sentien molt o bastant satisfets amb els horaris comercials**, puntuació mitjana de 7,9 sobre 10 (percentatge més alt entre 2000 a 2012). Alhora, el **39,4% dels barcelonins afirmaven estar en contra o molt en contra de que s'obrissin en diumenges, front el 33,8% que es mostraven a favor o molt a favor de que obrissin** (el 25,8% restant adopten una posició neutra). D'aquesta manera, no semblaria existir doncs necessitat per part dels ciutadans de Barcelona d'uns horaris comercials més amplis... tot i que la possibilitat de comprar en aquests dies resultaria **atractiva** per cert col·lectiu de consumidors, inclosos **excursionistes i turistes** que es trobessin visitant aquests dies la ciutat.
26. Pel que respecte als **comerciants**, la seva postura dependria clarament dels formats comercials. Així, en el cas especialment del **comerç especialitzat petit, la posició seria, en termes generals, contrària a l'obertura generalitzada en diumenges i festius.** D'aquesta manera, en cas d'obrir en diumenges,

haurien de suportar uns majors costos laborals en termes relatius (encara que no fos rentable l'obertura) i, en el cas dels negocis familiars, l'obertura en diumenges recauria en els propis propietaris, amb la pèrdua del dia de descans/oci i la dificultat de conciliar vida laboral i familiar. En aquest sentit, cal dir que segons les Enquestes sobre activitat comercial a Barcelona (Ajuntament Barcelona, 2012), **el 70% dels propietaris dels establiments enquestats estarien poc o gens d'acord amb l'obertura en diumenges i festius** (tot i aquest elevat resultat general, en termes sectorials, els sectors d'alimentació i oci i cultura estarien en menor grau de desacord que la resta de sectors i el mateix succeiria en el cas dels propietaris de nacionalitat estrangera, independentment del sector). Alhora, segons l'Indicador de Comerç de Barcelona (ICOB) del segon trimestre del 2012, **més del 60% dels enquestats es trobarien satisfets o molt satisfets amb els horaris comercials actuals** (amb una valoració global de 3,74 sobre 5). **A més**, en cas de que haguessin de canviar els horaris, l'opció més desitjada **per ells** seria la de no tancar al migdia i fer jornada completa (reportaria un menor increment de costos). Malgrat això, **l'opció que reportaria un major increment de les vendes seria obrir tots els diumenges i festius (una de les més opcions més costoses però) o ampliar el nombre de diumenges i festius autoritzats. Alhora, afirmen que, el que més reduiria les seves vendes, seria el fet que la resta de comerços obrissin tots els diumenges i festius i ells no, mentre que l'efecte de reducció de les seves vendes es minimitzaria en cas que es produís solament un increment del nombre de diumenges i festius autoritzats.**

Pel que fa a la postura dels **supermercats** (no hipermercats), en termes generals caldria suposar una **postura contrària respecte a obrir en diumenges i festius, fet que es recolzaria en l'argument que, en el cas del sector d'alimentació i productes quotidians, la demanda no seria elàstica i una obertura en diumenges no generaria un augment d'aquesta sinó una distribució de les compres al llarg dels sets dies de la setmana.** Alhora, argumentarien que seria difícil trobar personal disposat a treballar en festius i que aquesta obertura portaria a un augment de costos, tensions salarials i deteriorament de condicions laborals dels treballadors no compensada per un increment de les vendes.

Per últim, en el cas de la **resta de grans formats (hipermercats, grans superfícies especialitzades, grans magatzems, centres comercials...), s'esperaria una postura més favorable respecte la possibilitat d'obertura en diumenges i festius.** Així, aquests formats (especialment centrats en el segment de no alimentació) veurien una possibilitat **d'incrementar les seves vendes especialment fruit de la despesa de turistes i excursionistes que visitarien la ciutat en diumenge, a més d'un possible augment de les compres de residents** (conseqüència d'una "compra per impuls" o d'una redistribució de la despesa de les famílies entre oci/cultura i compres). En aquest sentit, aquest tipus de formats comercials tindrien més possibilitats organitzatives, d'ajust i d'adaptació per tal de fer front a una reestructuració del personal i a un augment d'hores d'obertura.

27. Respecte a la posició dels **treballadors** vers aquesta obertura en diumenges i festius, s'hauria d'esperar, al menys a nivell teòric, que **no es trobessin a favor d'obrir** atès que això implicaria un reorganització (o ampliació) del temps de treball i l'eliminació per tant del dia de descans comú per quasi tots els sectors econòmics (amb la subseqüent dificultat de la conciliació entre vida familiar-laboral). Únicament estarien d'acord certs col·lectius (com estudiants, personal femení, ...) que els hi fos atractiva l'opció de treballs en festius (tant per l'horari com per un potencial plus salarial). No es disposa però d'informació relativa a la postura dels treballadors (no propietaris) a la ciutat de Barcelona, si bé es podrien ressaltar algunes protestes realitzades per treballadors de grans superfícies i grans magatzems en contra la darrera liberalització d'horaris comercials (per exemple a Alacant, Navarra o València on s'haurien produït diverses manifestacions de treballadors per les dificultats de conciliació entre vida laboral i familiar i perquè certs establiments haurien fixat nous convenis col·lectius per tal d'eliminar els plusos per treballar en festius i voler cobrir l'obertura en diumenges amb el mateix personal i reestructuracions d'horaris comercials).

Després de revisar les diferents postures dels agents, a l'informe es realitza un **estudi de simulació** que tracta d'aproximar quantitativament els efectes, per la ciutat de Barcelona, d'una possible obertura en

diumenges i festius arreu de la ciutat. Abans de fer-ho però, **s'ha hagut de realitzar un notable esforç d'estimació de quina ha estat l'estructura de comerç minorista a la ciutat de Barcelona a l'any de referència de l'estudi (2011).** Això s'ha degut a la inexistència de dades oficials sobre aspectes com ara la facturació total del comerç minorista a la ciutat o les quotes de mercat, ocupació i superfície per formats comercials (tant del segment d'alimentació com de no alimentació). En aquest sentit, i per tal de fer més rigorós l'estudi, s'han definit **7 tipus de formats comercials, 3 d'ells** associats al que es podria definir com a **comerç de proximitat** (comerç tradicional d'alimentació, supermercats i petit comerç especialitzat en no alimentació) i **4 d'ells més propers al que seria comerç de no proximitat** (mitjà i gran comerç especialitzat en no alimentació, hipermercats, grans magatzems i magatzems populars).

Un cop estimada el que seria la situació de partida l'any 2011, s'ha dut a terme l'exercici de simulació. En aquest sentit, cal dir que per tal de poder cobrir el major tipus de possibilitats en quant a la simulació es refereix, s'han **definit diferents escenaris segons quatre tipus de criteris: el nombre de diumenges i festius permesos, el tipus de segment, el possible comportament de les vendes i el possible comportament dels agents front un augment o disminució de la seva facturació (en termes d'ocupació i superfície).**

En relació al primer criteri, s'ha considerat una **gradació en el nombre de diumenges i festius permesos**, de manera que s'han simulat set possibilitats: augment moderat del nombre de diumenges i festius permesos (que recollirien dues opcions: l'augment de dos diumenges i festius addicionals als vuit ja permesos actualment i l'augment de quatre diumenges i festius addicionals); augment mig (vuit o deu diumenges i festius addicionals); i augment elevat (vint-i-dos, trenta quatre, i cinquanta diumenges i festius addicionals, situació aquesta darrera que suposaria l'obertura durant tot l'any). En aquest sentit cal dir que, en funció del nombre d'augment de diumenges i festius permesos, s'han fet certs supòsits sobre la decisió d'obrir o no en aquests dies addicionals per part dels agents dels diferents formats comercials. D'aquesta manera s'han recollit les diferents possibilitats de fer front a una major obertura en diumenges i festius entre, per exemple, el què seria el comerç tradicional d'alimentació, els supermercats o el petit comerç familiar especialitzat en no alimentació i el què serien els hipermercats, grans magatzems o magatzems populars.

Respecte al segon criteri, **s'ha distingit en l'anàlisi entre el què seria el segment d'alimentació** (sense incloure drogueria, ni perfumeria i farmàcia) i el què seria el **segment de no alimentació**. Aquesta divisió ha permès diferenciar la resposta de les vendes als dos segments front un augment dels diumenges i festius permesos. D'aquesta manera, i en relació al tercer criteri emprat per la definició d'escenaris, s'ha suposat que, en el cas del segment d'alimentació, una obertura de més diumenges i festius no faria augmentar les vendes sinó que fomentaria un canvi d'hàbits dels consumidors que portaria a què probablement es produís una redistribució de la mateixa facturació al llarg dels set dies de la setmana. En canvi, en el segment de no alimentació, a més de suposar un canvi d'hàbits dels consumidors i, per tant, una redistribució de la facturació ja existent al llarg de tota la setmana, s'ha suposat també que hi hauria un possible augment de les vendes a la ciutat de Barcelona que vindria donat pel següent: captació de despesa turística, que pot venir en part per una substitució de despesa realitzada pels turistes entre compres i oci/cultura i en part per un augment addicional de la xifra total de despesa turística; captació de despesa provinent de residents en altres municipis de l'Àrea d'Influència de la ciutat de Barcelona on no estigui permesa la liberalització d'obertura en diumenges i festius; captació de despesa provinent de residents a la ciutat que pot venir en part per una substitució de despesa realitzada entre compres i oci/cultura i en part per un augment addicional de la xifra total de despesa (menor estalvi). En relació a aquest augment addicional de les vendes al segment de no alimentació, s'han definit **quatre escenaris que difereixen en funció de quin és el supòsit d'augment estimat de les vendes com a resposta a la major obertura en diumenges i festius: Augment Baix, Augment Mig, Augment Alt i Augment Molt Alt.** En aquest sentit, i assumint com a referència un escenari d'obertura durant tot l'any, l'escenari d'Augment Baix suposaria un increment del 0,5% de la facturació del segment de No Alimentació, l'escenari d'Augment Mig un 2%, l'escenari d'Augment Alt un 4% i l'escenari d'un Augment Molt Alt un 8,7%. Addicionalment, cal remarcar que l'escenari d'augment mig reproduiria l'augment esperat de les vendes si incrementéssim linealment la despesa turística diària realitzada al sector de comerç a la ciutat de Barcelona l'any 2012 (segons dades publicades a l'Enquesta de Turisme de Barcelona).

Cal notar però que, en el cas d'un augment moderat del nombre de diumenges i festius permesos, és a dir, entre dos o quatre festius addicionals, no són d'esperar canvis notables d'hàbits dels consumidors (en termes de redistribució de les seves compres al llarg de la setmana i canvi de format comercial escollit per comprar) més enllà dels ja produïts, i recollits, a la situació de partida existent l'any 2011. Això ha portat a que, en el cas dels escenaris de dos i quatre festius addicionals, es suposa que els consumidors residents a la ciutat no canvien les seves pautes de consum pel que únicament es produiria un augment de la facturació com a conseqüència d'una major obertura (però no redistribució intrasetmanal de les compres). Alhora, en el cas d'un augment mig dels diumenges i festius permesos (8 i 10 addicionals) s'han considerat les dues possibilitats: no existència de canvi d'hàbits dels consumidors i sí existència de canvi d'hàbits. Així, i a diferència del cas d'un augment moderat de festius, a l'escenari d'obertura de 8 o 10 diumenges més es podria donar una certa redistribució de la compra entre els set dies de la setmana (especialment de la demanda interna i al segment de No Alimentació), veient-se perjudicats llavors aquells comerços que no obrissin a aquests diumenges i festius addicionals. En aquest cas, la probabilitat que es produeixin els esmentats canvis d'hàbits es trobaria però altament condicionada a l'elecció final dels diumenges i festius addicionals. Així, una ubicació dels mateixos en èpoques de menor despesa de residents a la ciutat i major despesa de turistes i excursionistes podrien minimitzar el risc dels esmentats canvis d'hàbits. En el cas final d'un augment elevat del nombre de diumenges i festius es considera que sí que es produirien canvis d'hàbits als consumidors.

Pel que respecte al quart criteri de definició d'escenaris, relacionat amb el possible **comportament dels agents front un augment o disminució de la seva facturació en termes d'ocupació i superfície, s'ha definit dos subescenaris: l'optimista i el pessimista**. Així, al subescenari optimista, s'ha suposat que els formats que perdessin facturació ho traslladarien en un 70% a pèrdues d'ocupació (és a dir, assumirien part de la pèrdua de facturació mantenint un 30% d'ocupació "sobrant"), mentre que els formats que guanyessin facturació ho traslladen en un 70% a augments "nets" d'ocupació (l'altre 30% d'augment "brut" d'ocupació el compensen amb redistribució de plantilla). A l'escenari pessimista però s'ha suposat que els formats que perdessin facturació ho traslladarien totalment a pèrdues d'ocupació mentre que els formats que guanyessin facturació ho traslladarien en un 50% a augments "nets" d'ocupació (l'altre 50% d'augment "brut" d'ocupació el compensarien amb redistribució de plantilla). De manera similar, s'han realitzat supòsits sobre què succeiria amb la superfície.

D'aquesta manera, s'ha realitzat un **total de seixanta quatre simulacions** que tractarien de cobrir les diferents conseqüències en termes de facturació, quotes de mercat, ocupació i superfície pels diferents formats comercials en cas de diferents modificacions del nombre vigent de diumenges i festius permesos actualment. En aquest sentit cal remarcar però que els resultats de les esmentades simulacions són únicament aproximatius i totalment dependents dels supòsits emprats als diferents escenaris. D'aquesta manera, qualsevol modificació dels esmentats supòsits implicarien canvis dels resultats obtinguts, fet que porta a què les xifres aportades per aquestes simulacions siguin únicament aproximatives.

De manera breu, l'anàlisi dels resultats aportats per les diferents simulacions (veure una síntesi de les mateixes a la taula següent) permetria arribar a les següents conclusions.

## Síntesi General de les Simulacions.

## A.- Augment moderat de festius

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

## B.- Augment mig de festius

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

16 (+8)		18 (+10)	
Baix-Mig	Alt-MoltAlt	Baix-Mig	Alt-MoltAlt
Facturació			
-1,00% / -0,96%	-0,90% / -0,78%	-1,23% / -1,18%	-1,12% / -0,96%
1,42% / 1,67%	2,00% / 2,78%	1,76% / 2,07%	2,49% / 3,46%
<b>0,04% / 0,17%</b>	<b>0,35% / 0,75%</b>	<b>0,05% / 0,22%</b>	<b>0,43% / 0,94%</b>
Ocupació (*)			
-0,96% / -0,64%	-0,86% / -0,51%	-1,18% / -0,79%	-1,06% / -0,62%
0,21% / 0,69%	0,57% / 1,35%	0,26% / 0,86%	0,71% / 1,68%
<b>-0,53% / -0,15%</b>	<b>-0,33% / 0,18%</b>	<b>-0,65% / -0,18%</b>	<b>-0,40% / 0,23%</b>
Superfície (*)			
-1,21% / -0,80%	-1,06% / -0,61%	-1,49% / -0,99%	-1,31% / -0,75%
-0,42% / -0,16%	-0,12% / 0,13%	-0,52% / -0,19%	-0,15% / 0,16%
<b>-0,88% / -0,53%</b>	<b>-0,67% / -0,30%</b>	<b>-1,08% / -0,66%</b>	<b>-0,82% / -0,37%</b>

## C.- Augment elevat de festius

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

NOTA: Entre parèntesi els dies que s'afegeixen als 8 festius actuals. En vermell s'indica, atesa la conjuntura econòmica actual, els resultats més plausibles en funció dels dies d'obertura.

(\*) La construcció de límit inferior de l'interval és l'escenari corresponent però considerant el subescenari pessimista. El límit superior és l'escenari corresponent però considerant el subescenari optimista.

28. En el cas d'uns **augment moderats del nombre de diumenges i festius permesos (entre dos i quatre addicionals)**, els efectes sobre la facturació global, l'ocupació i la superfície de comerç serien força **petits**. Així, i en funció dels supòsits establerts sobre l'augment potencial de les vendes en el segment de no alimentació, **la facturació total del sector podria augmentar entre un 0,01% (1,1 milions d'euros) i un 0,38% (39,1 milions d'euros)**. Alhora, s'ha estimat que **l'ocupació total del sector de comerç podria mantenir-se pràcticament constant o augmentar fins un 0,22% (177 ocupats) i la seva superfície entre**

**un 0,001% i un 0,037% (1.420 m2).** El diferent comportament suposat vers l'obertura en aquests dies addicionals entre el que seria el comerç de proximitat (comerç tradicional d'alimentació, supermercats i petit comerç especialitzat en no alimentació) i el comerç de no proximitat (comerç mitjà i gran especialitzat en no alimentació, hipermercats, grans magatzems i magatzems populars) portaria a que les variacions relatives fossin més elevades en el segon cas. Així, pel que fa al comerç de proximitat, la seva facturació relativa augmentaria entre un 0,004% (0,2 milions d'euros) i un 0,13% (7,6 milions d'euros) i la seva ocupació podria mantenir-se pràcticament constant o incrementar fins un 0,09% (47 ocupats més), mentre que, en el cas del comerç de no proximitat, aquests intervals oscil·larien entre un 0,02% (0,9 milions d'euros) i 0,7% (31,6 milions d'euros) en termes de facturació i entre un 0,009% i un 0,45% en termes d'ocupació (130 ocupats).

29. En el cas d'un **augment mig del nombre de diumenges i festius permesos (entre vuit i deu addicionals) i sota el supòsit que no es produïssin canvis als hàbits dels consumidors (en termes de redistribució de la compra ja existent al llarg dels set dies de la setmana), els efectes sobre la facturació global, l'ocupació i la superfície de comerç serien els següents.** Així, i en funció dels supòsits establerts sobre l'augment potencial de les vendes en el segment de no alimentació, **la facturació total del sector podria augmentar entre un 0,04% (4,5 milions d'euros) i un 0,94% (98 milions d'euros).** Alhora, s'ha estimat que **l'ocupació total del sector de comerç podria mantenir-se pràcticament constant o augmentar fins un 0,53% (419 ocupats) i la seva superfície entre un 0,002% (74 m2) i un 0,084% (3.216 m2).** El diferent comportament suposat vers l'obertura en aquests dies addicionals entre el que seria el comerç de proximitat i el comerç de no proximitat portaria a que les variacions relatives fossin novament més elevades en el segon cas. Així, en el cas del comerç de proximitat, la seva facturació relativa augmentaria entre un 0,013% (0,8 milions d'euros) i un 0,29% (17 milions d'euros) i la seva ocupació podria mantenir-se pràcticament constant o incrementar fins un 0,22% (107 ocupats més), mentre que, en el cas del comerç de no proximitat, aquests intervals oscil·larien entre un 0,08% (3,7 milions d'euros) i un 1,8% (80,7 milions d'euros) en termes de facturació i entre un 0,04% (10 ocupats) i un 1,07% en termes d'ocupació (311 ocupats).
30. En el cas d'un **augment mig del nombre de diumenges i festius permesos (entre 8 i 10 addicionals) i sota un supòsit de que sí que es produïrien canvis en els hàbits dels consumidors, s'ha estimat que la facturació total del sector podria augmentar entre un 0,04% (4,5 milions d'euros) i un 0,94% (98 milions d'euros)** en funció dels escenaris. Alhora, per formats comercials, s'hauria obtingut que **la facturació del comerç de proximitat podria disminuir entre un -0,78% (46,2 milions d'euros) i un -1,23% (73,3 milions d'euros), mentre que la del comerç de no proximitat podria augmentar entre un 1,4% (63,8 milions d'euros) i un 3,46% (155 milions d'euros),** resultat derivat del supòsit que hi hauria comparativament una major proporció de comerços de no proximitat que obririen aquests dies addicionals en comparació als comerços de proximitat. De manera similar, en **termes d'ocupació, al comerç de proximitat, aquesta podria disminuir entre un -1,18% (588 ocupats) i un -0,5% (252 ocupats), mentre que al comerç de no proximitat podria augmentar entre un 0,21% (60 ocupats) i un 1,68% (492 ocupats).** En termes d'ocupació total, cal dir que aquesta dependria de quin fos l'efecte net entre l'augment de l'ocupació generada al comerç de no proximitat i la disminució al comerç de proximitat. En qualsevol cas, aquesta **ocupació total podria variar entre un -0,65% (513 ocupats menys) i un 0,23% (181 ocupats més),** valors inferiors en tots els casos a l'1%. Cal dir també que, menys en el cas d'un augment de les vendes molt elevat, a la resta de casos **un major nombre de diumenges i festius permesos portaria a un major increment de la facturació global però podria portar a una major disminució de l'ocupació total.**
31. Finalment, en el cas d'un **augment elevat del nombre de diumenges i festius permesos (des d'un increment de 22 festius fins una obertura tots els dies de l'any), sota uns supòsits d'augment baix o mig de les vendes al segment de no alimentació, la facturació total del sector podria incrementar entre un mínim del 0,12% (12,4 milions d'euros, amb 22 festius més oberts) i un màxim de l'1,25% (130,7 milions d'euros amb una liberalització total).** En canvi, **en el cas d'un augment alt o molt alt de les vendes, la**



**facturació total podria incrementar entre un 0,95%** (99,2 milions d'euros ,amb 22 festius més) i **un 5,5%** (568,7 milions d'euros amb una liberalització total). Novament, aquest resultat amagaria **un increment potencial de la facturació del comerç de no proximitat (entre un mínim del 3,7%, que suposen 164,5 milions d'euros més en el cas d'increment baix de les vendes i 22 festius més i un màxim del 19,2%, que suposarien 859,5 milions d'euros més en el cas d'un increment molt alt de les vendes i liberalització total) i una disminució potencial relativa de la facturació del comerç de proximitat (màxima disminució del -5,6%, que suposa una caiguda de 334,5 milions en el cas de liberalització total i augment baix de les vendes, i una disminució mínima del -2,2%, que implicaria una pèrdua de 130,5 milions d'euros en el cas d'obertura de 22 festius addicionals i augment molt alt de les vendes)**. En termes **d'ocupació global, s'ha estimat que aquesta únicament incrementaria a l'escenari optimista i amb un augment previst molt elevat de les vendes, amb un augment mínim del 0,47% ( 371 ocupats més amb 22 festius addicionals) i un màxim del 1,4% (1.102 ocupats més amb una liberalització total)**. En canvi, sota un escenari d'increment baix o mig de les vendes, **l'ocupació total es veuria reduïda entre un mínim del -0,37%** (296 ocupats menys amb augment de 22 festius i escenari optimista) **i una disminució màxima del -2,9%** (2.336 ocupats menys amb una liberalització total i escenari pessimista). La variació neta de l'ocupació total dependria doncs de si la creació neta al comerç de no proximitat acabés superant o no la disminució estimada al comerç de proximitat. En aquest sentit, **el comerç de proximitat podria perdre entre un mínim del -1,7%** (835 ocupats menys en el cas de 22 festius addicionals, increment mig de les vendes i escenari optimista) **i un màxim del -5,4%** (2.695 ocupats menys en presència d'una liberalització total, increment baix de les vendes i escenari pessimista). En canvi, **l'ocupació al comerç de no proximitat podria augmentar entre un mínim del 0,6%** (174 ocupats més amb 22 festius, increment baix de les vendes i escenari pessimista) **i un màxim del 4,2%** (1.237 ocupats més amb una liberalització total, increment mig de les vendes i escenari optimista).

32. **En termes globals (tant en el cas d'un augment elevat del nombre de diumenges i festius permesos com en el cas d'un augment moderat dels mateixos però amb canvi d'hàbits dels consumidors, s'ha observat que un major nombre de diumenges i festius permesos portaria a una major pèrdua relativa d'ocupació total (menys en el cas de l'escenari d'augment molt elevat de les vendes), tot i que implicaria una major facturació global del sector. Alhora, a menor augment estimat de les vendes en el segment de no alimentació (fruit de l'augment de festius), majors serien les pèrdues estimades d'ocupació total. Com s'ha comentat anteriorment, la variació de l'ocupació total amagaria dos comportaments diferents de l'ocupació en funció del tipus de format comercial.**
33. **En qualsevol cas, cal tenir present, a partir de les dades de l'estudi, que la pèrdua de llocs de treball estimada en els escenaris de simulació, en termes relatius, són força inferiors a les pèrdues ja hagudes en els darrers anys com a conseqüència del canvi d'hàbits dels consumidors i de l'evolució econòmica (per exemple, disminució del 32,5% de la superfície de comerç tradicional d'alimentació a Catalunya entre 2008 i 2011 o davallada del 9,03% de l'ocupació al sector de comerç al detall a Catalunya al mateix període). Addicionalment, en termes relatius (percentuals), les variacions en algunes magnituds respecte la situació actual és molt reduïda, i en molts casos menors a l'1%.**
34. **Per últim, cal afegir que, si bé en termes de quantitat les pèrdues d'ocupació al comerç de proximitat podrien, en certs casos, ser compensades per guanys d'ocupació al comerç de no proximitat, caldria també considerar la possible diferent tipologia de l'ocupació en ambdós formats (contractes a temps parcial o total, contractes indefinits o temporals, ...).**

Finalment, i pel que fa als resultats globals de la simulació, cal fer les següents reflexions.

35. **És d'esperar que els establiments definits com de proximitat poguessin tenir diferents postures vers l'obertura en diumenges i festius segons la seva ubicació (més a favor si estan dins un entorn de "centralitat o atractivitat" ja sigui perquè estiguin dins centres comercials o zones properes a centres comercials on l'oci actua de reclam mitjançant cinemes i restauració o estiguin a zones de gran afluència**

turística; més en contra si estan dins barris més perifèrics on l'activitat els diumenges i festius és escassa). En aquest sentit, **diferents respostes d'aquest tipus de comerç podrien portar a certs desequilibris entre districtes de la ciutat**, havent-hi certes àrees on la pèrdua del comerç de proximitat seria comparativament superior (amb el que això comporta de disminució potencial del benestar del consumidor i possibles problemes derivats en termes de seguretat ciutadana, etc). Alhora, en les àrees on es concentrassin els majors impactes positius, es podria arribar a generar major congestió de trànsit respecte l'actual.

36. **Caldria esperar que el petit comerç més afectat per les pèrdues fos aquell menys competitiu** en termes de tenir un producte o productes poc diferenciats i/o amb una estructura de funcionament menys competitiva (no treballant amb central de compres, sense circuit de venda *on-line*,...).
37. De manera similar, es podrien arribar a donar diferències en les decisions d'obertura en el cas del comerç de no proximitat en funció de la localització dels mateixos.
38. Cal tenir en compte, en tota l'anàlisi, **el diferent comportament associat al sector alimentació respecte el no alimentació**, donat que als escenaris previstos, no es preveu un augment de les vendes al segment d'alimentació com a conseqüència d'una major obertura de diumenges i festius.
39. Els impactes estimats a la simulació són estàtics, és a dir, es compara la situació actual amb una situació hipotètica d'obertura per part de certs establiments en diferent nombre de festius. Malgrat això, **s'ha de tenir en compte que molt probablement el canvi no es donaria de cop sinó que es podria diluir en el temps, seria dinàmic**. Així, en el cas d'una liberalització total (obertura tot l'any), l'obertura de tots els dies de l'any per part de certs formats comercials podria fer-se de manera gradual, començant per obrir els diumenges i festius més rentables. Alhora, la translació de pèrdua de facturació a pèrdua d'ocupació en el cas del comerç de proximitat podria ser gradual donat que, especialment el petit comerç, podria intentar mantenir-se un temps amb la mateixa plantilla tot i tenir menors guanys (evitant d'aquesta manera el tancament de l'establiment). Un resultat similar podria donar-se també amb el comerç de no proximitat: es podria optar en un primer moment per redistribuir la plantilla i anar gradualment incrementant l'ocupació quan es veïés un manteniment o increment estable de les seves vendes.
40. En termes globals de ciutat, cal pensar que part dels possibles impactes positius estimats pel sector de comerç es trobarien compensats per pèrdues en el sector de la restauració i oci/cultura<sup>1</sup>. **Els beneficis nets per la ciutat provindrien d'una major despesa (menys estalvi) per part tant dels residents a la ciutat (moguts per la "compra lúdica"), com de la major despesa realitzada pels residents a municipis de l'àrea d'influència de Barcelona** (tant degut a una substitució de compres que farien en el seu municipi com d'un menor estalvi) **com de la major despesa dels turistes**.
41. Cal tenir en compte que els resultats de la simulació **no consideren una possible resposta per part d'altres municipis de Catalunya** que, per contrarestar l'efecte de Barcelona, cerquessin declarar-se com a municipis de Gran Afluència Turística.

Arribat aquest punt i a la vista dels resultats obtinguts a tot l'estudi, seguidament es presenten un **conjunt de suggeriments que poden contribuir a la presa final de decisions sobre l'augment del nombre de festius i diumenges permesos a la ciutat de Barcelona**.

42. Tenint en compte el que succeeix a altres metròpolis europees com ara Londres, París, Roma o a d'altres ciutats punteres com Nova York, sembla adequat apropar Barcelona a aquestes ciutats tot potenciant el

---

<sup>1</sup> Caldria tenir en compte que, per contra, també podria passar que el major nivell d'activitat a la ciutat generés un efecte colateral de major despesa en restauració, transport, ... de la gent que vingués a comprar i visitar la ciutat exclusivament els diumenges i festius addicionals autoritzats.

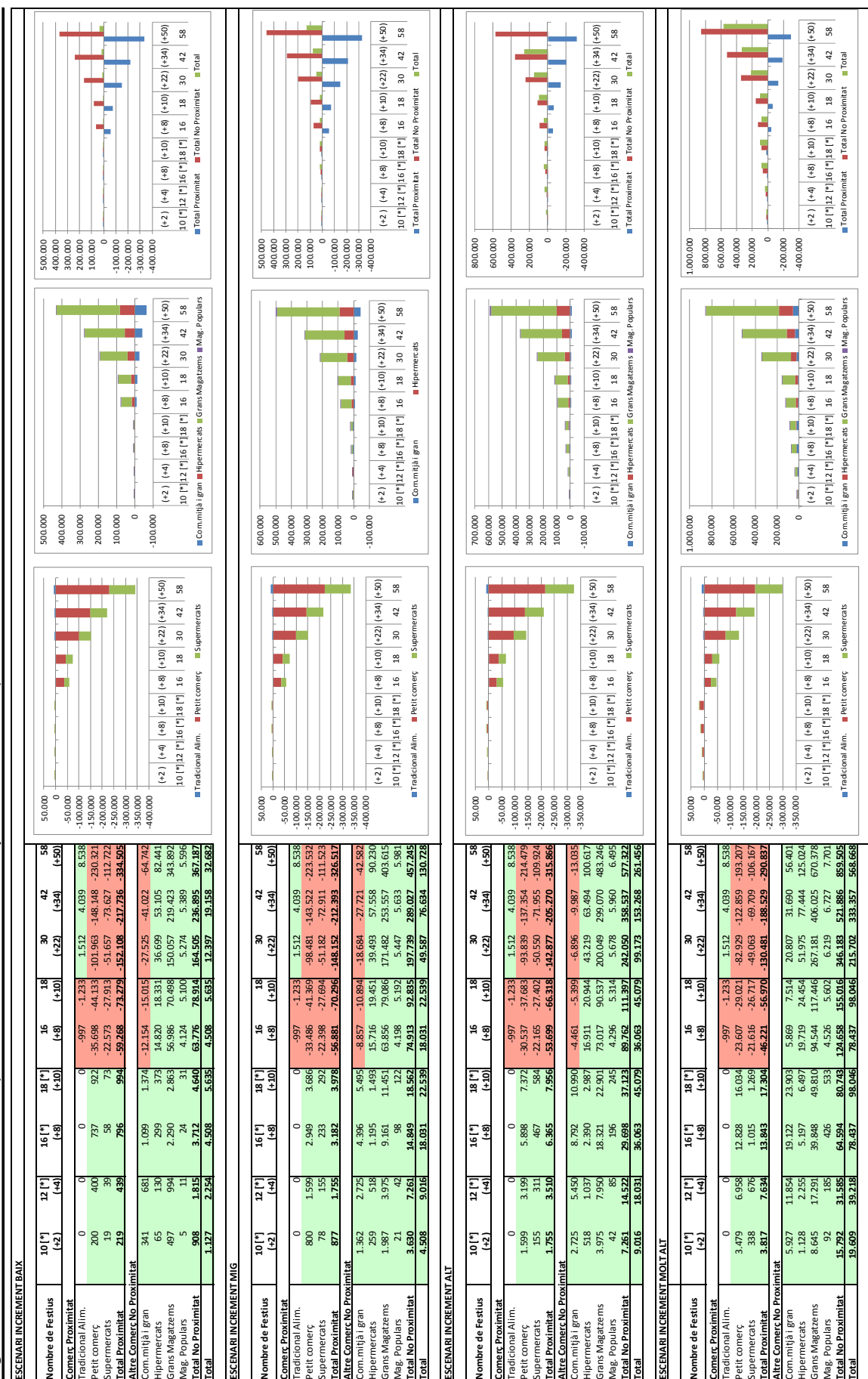
seu atractiu turístic com a destí de compres. En aquest sentit, **una major liberalització d'horaris comercials que augmentés les facilitats de compra en diumenges i festius tant als residents com, molt especialment, als turistes i excursionistes semblaria adequada.**

43. Tot i tenint en compte el punt anterior, cal tenir present que quant major fos el nombre de diumenges i festius on es permetés l'obertura dels establiments comercials, més rellevant seria l'efecte del cicle econòmic sobre el possible augment que aquesta liberalització produís sobre les vendes del sector comercial. Així, **en un context de crisi econòmica generalitzada com l'actual, seria poc probable que una liberalització d'horaris comercials propiciés un increment alt o molt alt de les vendes.** En aquesta situació, i sota uns escenaris més plausibles d'increments baixos o mitjans de les vendes, l'estudi de simulació ha mostrat que a major nombre de festius i diumenges permesos, major seria la pèrdua neta potencial de l'ocupació al sector de comerç al detall, tot i que seria superior l'augment de facturació total del sector. Així, centrant-nos exclusivament en els escenaris més probables d'increments baixos o mitjos de les vendes, una liberalització total (obertura durant tot l'any) podria arribar a suposar una reducció de l'ocupació total del sector d'un 2,96% (pèrdua de 2.336 llocs de treball al sector), si bé la facturació total del sector podria incrementar fins un 1,25% (131 milions d'euros).
44. Donat aquest resultat, **el més prudent seria iniciar una procés progressiu de major liberalització.** Això permetria potenciar més l'atractiu turístic de Barcelona com a ciutat de compres però minimitzant els potencials canvis d'estructura del comerç minorista de la ciutat (on el comerç de proximitat té una presència i tradició força més arrelada que a altres ciutats europees comparables).
45. D'acord al punt anterior, **un augment moderat del nombre de diumenges i festius permesos (entre 2 i quatre addicionals als vuit ja existents), podria fer incrementar la facturació total del sector fins un màxim del 0,38% (39 milions d'euros) i l'ocupació fins un màxim del 0,23%, amb 177 ocupats més** (en el cas de l'escenari d'increment molt alt de les vendes i 4 diumenges i festius més). Aquests resultats, com es pot observar, serien notablement reduïts.
46. En canvi un augment mig del nombre de diumenges i festius (entre 8 i 10 addicionals) podria arribar a proporcionar resultats més significatius, semblant una opció més adequada. Així, en aquest cas, la facturació total del sector podria arribar a incrementar fins un 0,9% (98 milions d'euros més) i l'ocupació total augmentar fins un 0,53% (419 ocupats més). Malgrat això, la possibilitat d'obtenir aquests resultats estaria supeditada a dos factors: a que es produís un augment molt elevat de les vendes en aquests diumenges i festius addicionals i a que no es produïssin canvis en els hàbits de consum, especialment dels residents a la ciutat (en termes d'una redistribució de les seves compres al llarg dels set dies de la setmana que impliqués un perjudici per aquells comerciants que decidissin no obrir). En aquesta situació, aconseguir aquests objectius dependria, en tot cas, de l'elecció estratègica que es fes, per la ciutat, dels diumenges i festius en els que s'obris. Així, a més d'una revisió dels vuit diumenges i festius actualment permesos (tot posicionant-los en dates coincidents amb esdeveniments de gran afluència de públic a la ciutat), seria recomanable una ubicació dels diumenges i festius addicionals en èpoques de major despesa de turistes i excursionistes i menor despesa de residents a la ciutat (especialment en el segment de No Alimentació) com ara els mesos del període estival. D'aquesta manera es podria maximitzar l'increment de vendes (especialment derivada de la demanda turística) i podrien minimitzar el risc dels esmentats canvis d'hàbits dels residents.
47. A més dels punts anteriors, cal considerar que **les mesures de regulació comercial es troben justificades sempre que perseguissin assegurar el grau de competència dins el sector i protegir al consumidor** (tot proporcionant-lo una varietat de formats comercials de proximitat i no proximitat que cobris les diferents necessitats dels mateixos). Però aquestes mesures de regulació no haurien de servir per protegir a qualsevol tipus d'establiment comercial amb independència de la seva competitivitat.
48. Certament, **el model de comerç de la ciutat de Barcelona, i per extensió de Catalunya, és diferent al d'altres ciutats, regions o països.** Així, hi ha un equilibri notable entre l'oferta de diferents tipus de

**formats comercials i la important presència del comerç de proximitat està ben valorada pels consumidors i actua com a eix vertebrador de la ciutat** (promovent, entre d'altres coses, una major seguretat ciutadana al llarg de la ciutat). Malgrat això, s'ha de remarcar que **el petit comerç s'ha vist afectat als darrers temps no solament per la crisi econòmica sinó també per un conjunt de canvis socio-demogràfics** (inserció de la dona al mercat laboral, canvis en les estructures familiars amb un augment de les famílies monoparentals, augment del volum de compres on-line per part dels consumidors,...) **que l'han afectat i que li han fet perdre avantatges competitius vers altres tipus de formats comercials de majors dimensions** (tot provocant tancament d'establiments i pèrdues d'ocupació). En aquest sentit, tot i **que difícilment es pot lluitar contra els esmentats canvis (i l'avenç dels mateixos)**, sí que **caldria potenciar l'aplicació per part del petit comerç d'estratègies de millora de la seva competitivitat**. Així, caldria aplicar mesures que potenciessin, dins d'aquest tipus de petit comerç de proximitat, tot un seguit de mesures que els permetessin ser més competitius. Entre ells, poden citar-se la presència de les centrals de compres, la disponibilitat de pàgines web i de compres on-line, la diferenciació de producte, etc. Alhora, entre d'altres línies addicionals d'actuació, es podrien aplicar mesures que afavorissin l'acte de compra com mesures urbanístiques que potenciessin les zones de vianants en trams dels eixos turístics.

ANNEX 1. Comparativa segons els diferents escenaris plantejats.

Figura A.1.a. Efectes sobre facturació (variació en milers d'euros respecte situació inicial).



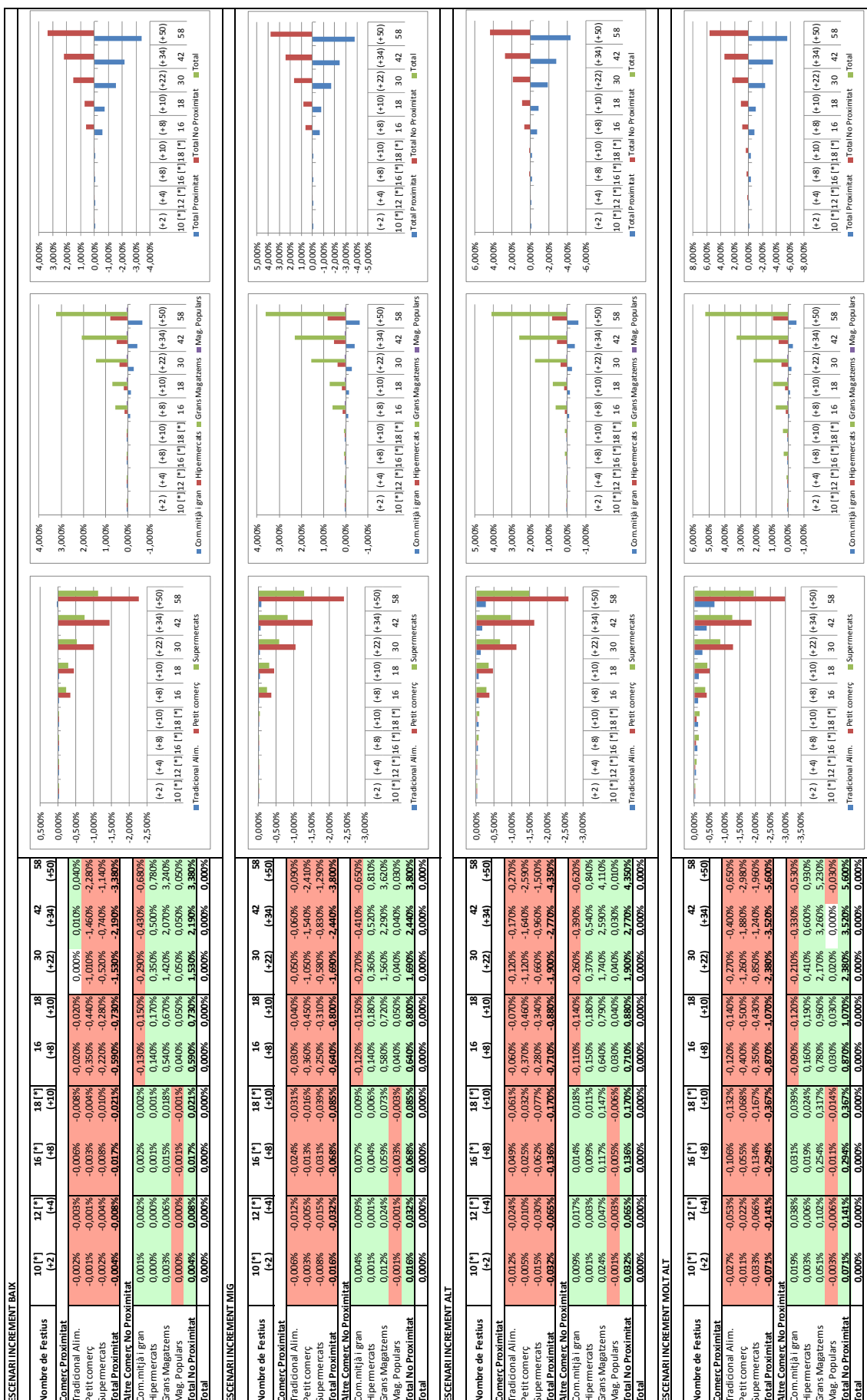
[\*] Sense canvi d'habits.

Figura A.1.b. Efectes sobre facturació (variació percentual respecte situació inicial).



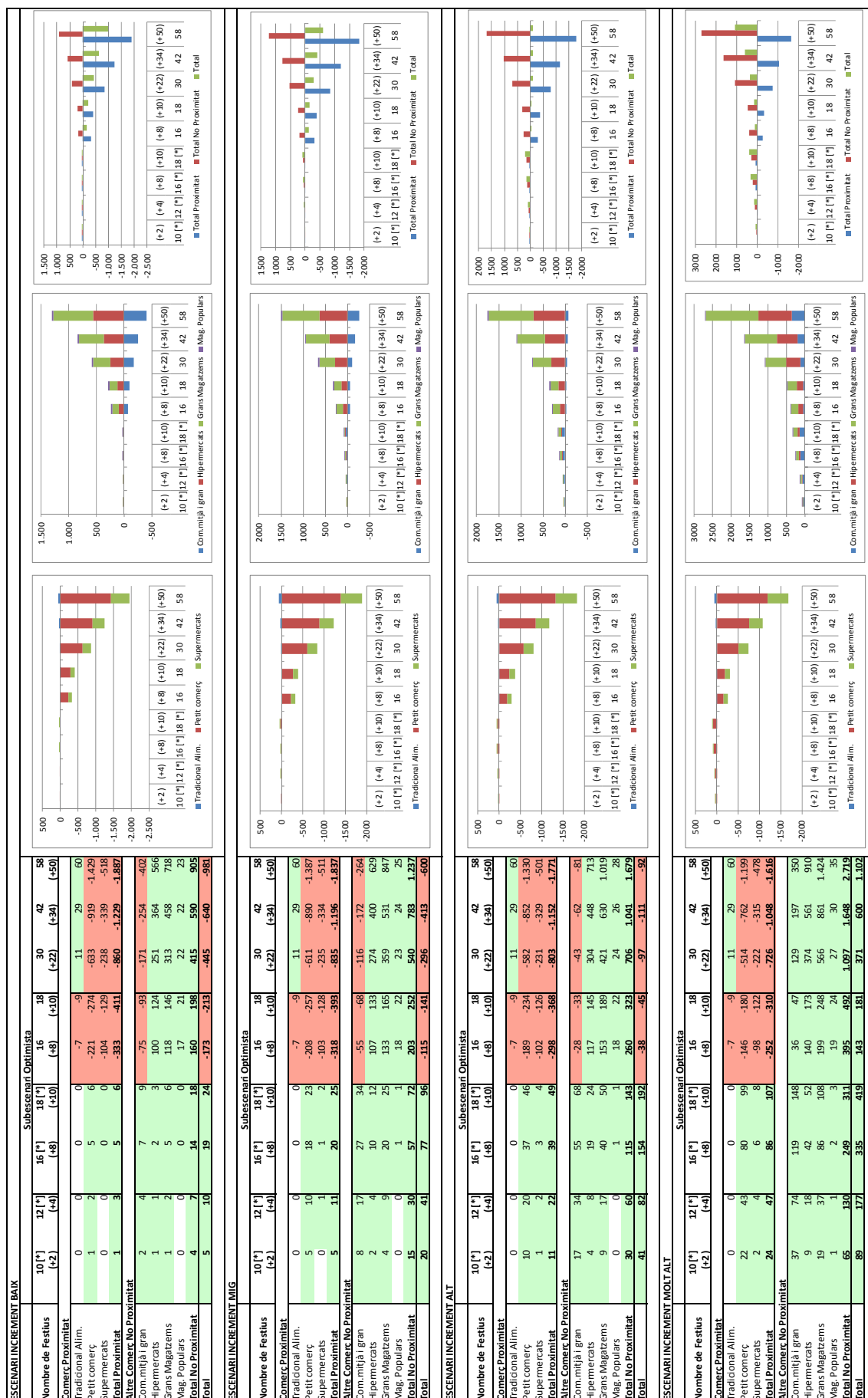
[\*] Sense canvi d'hàbits.

Figura A.2. Efectes sobre quotes de mercat (variació respecte situació inicial).



[\*] Sense canvi d'hàbit.

Figura A.3.a. Efectes sobre ocupació (variació respecte situació inicial). Escenari optimista.



[\*] Sense canvi d'hàbit.



Figura A.3.b. Efectes sobre ocupació (variació respecte situació inicial). Escenari pessimista.



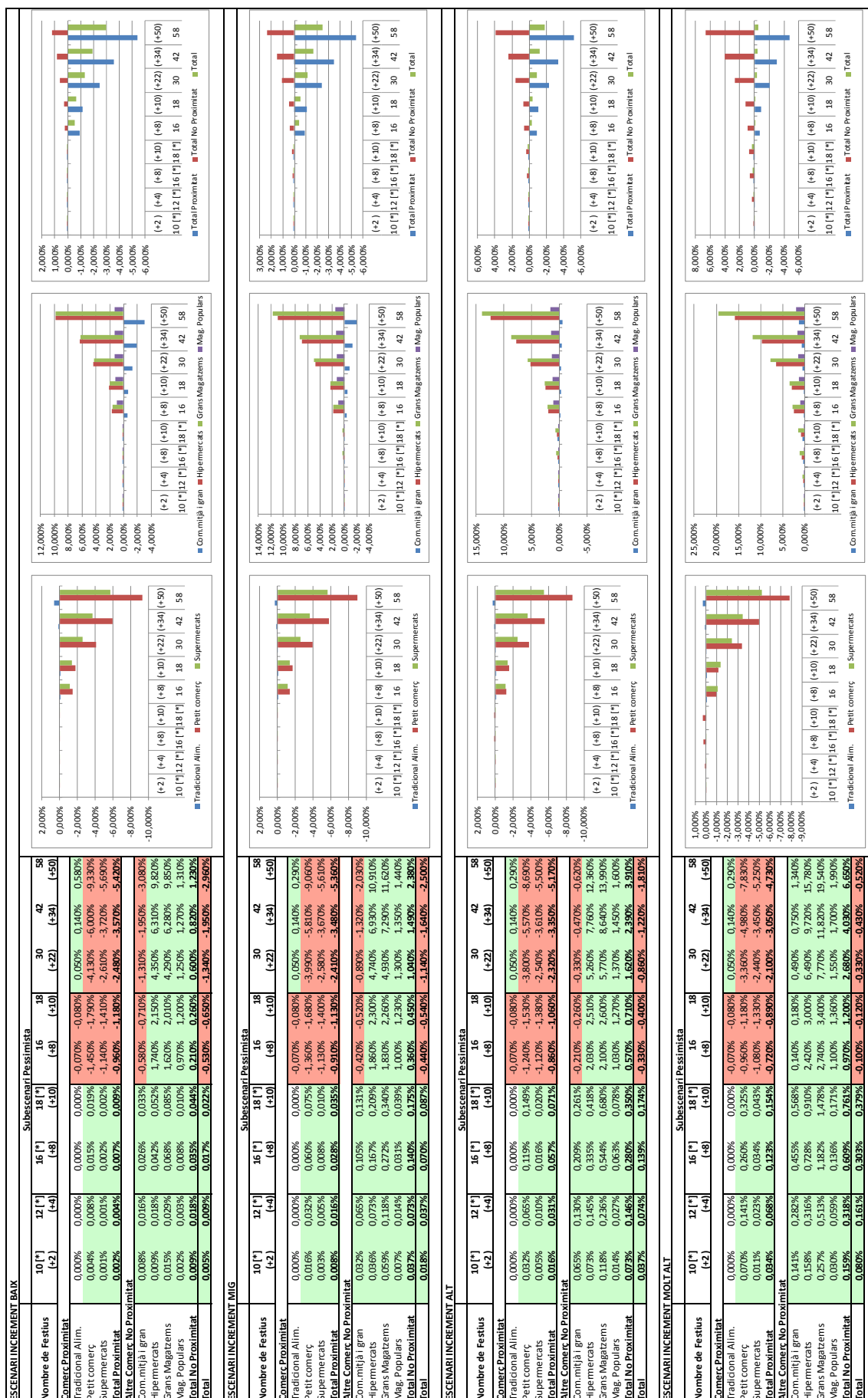
[\*] Sense canvi d'hàbit.

Figura A.3.c. Efectes sobre ocupació (variació % respecte situació inicial). Escenari optimista.



[\*] Sense canvi d'hàbit.

Figura A.3.d. Efectes sobre ocupació (variació % respecte situació inicial). Escenari pessimista.



[\*] Sense canvi d'hàbits.

Figura A.4.a. Efectes sobre superfície (variació m2 respecte situació inicial). Escenari optimista.



[\*] Sense canvi d'hàbit.

Figura A.4.b. Efectes sobre superfície (variació m2 respecte situació inicial). Escenari pessimista.



[\*] Sense canvi d'hàbit.

Figura A.4.c. Efectes sobre superfície (variació % respecte situació inicial). Escenari optimista.



[\*] Sense canvi d'hàbits.

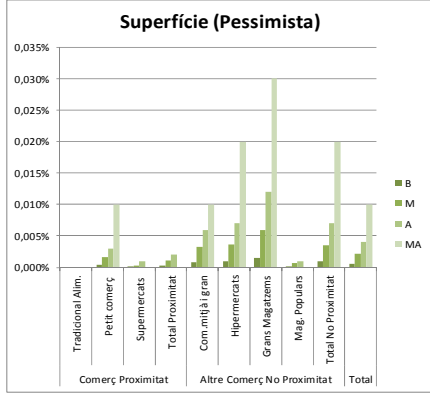
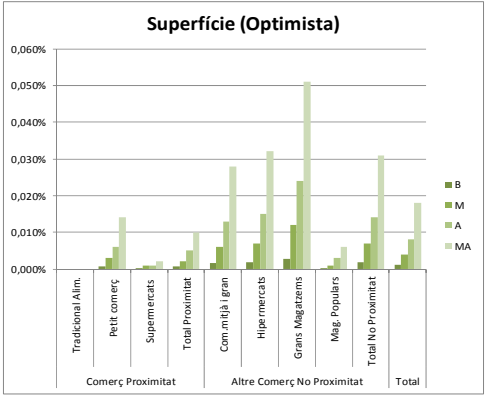
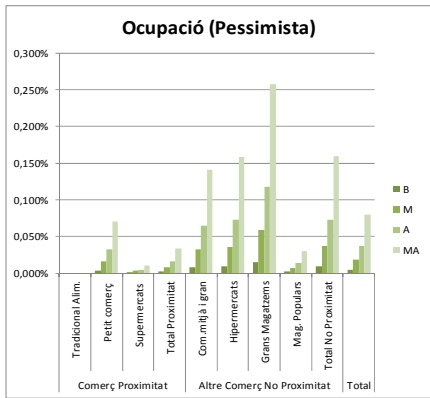
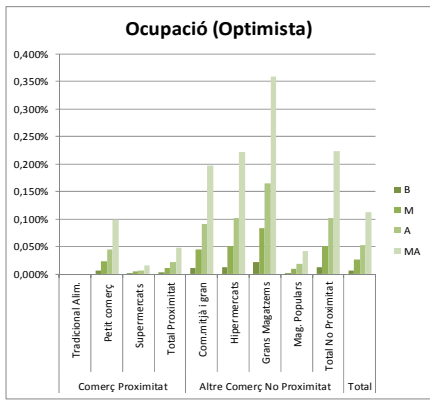
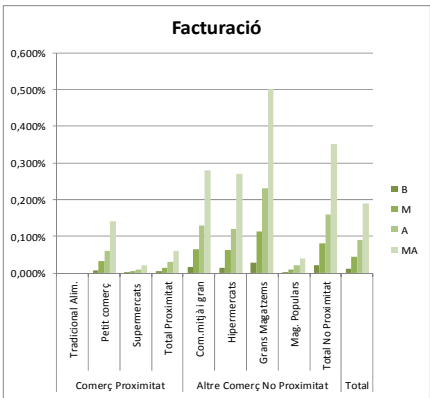
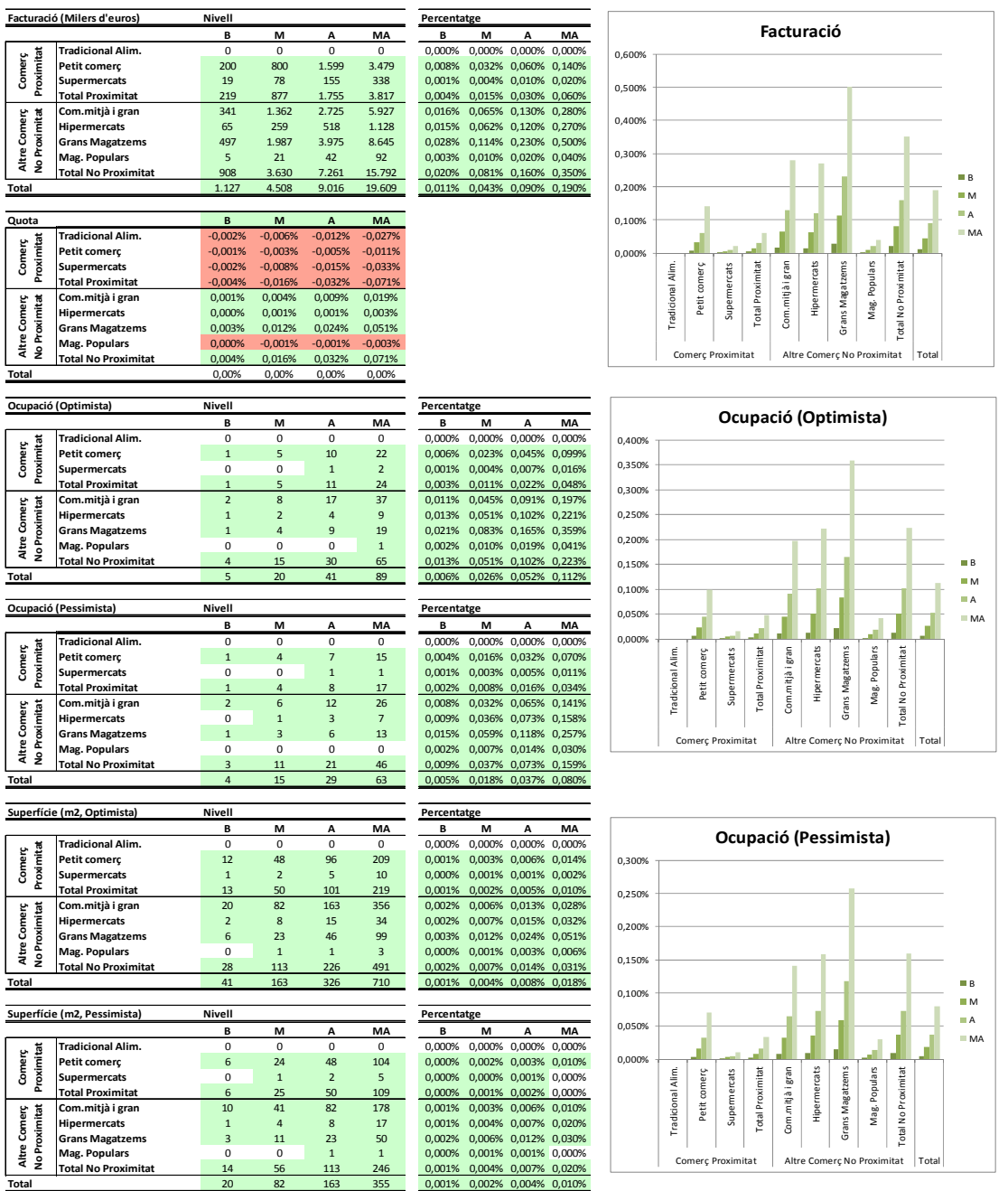
Figura A.4.d. Efectes sobre superfície (variació % respecte situació inicial). Escenari pessimista.



[\*] Sense canvi d'hàbits.

ANNEX.2. Comparativa segons el nombre de diumenges i festius amb llibertat d'obertura.

Figura A.2.1. Dies Festius 10 (+2). Sense canvi d'hàbits.

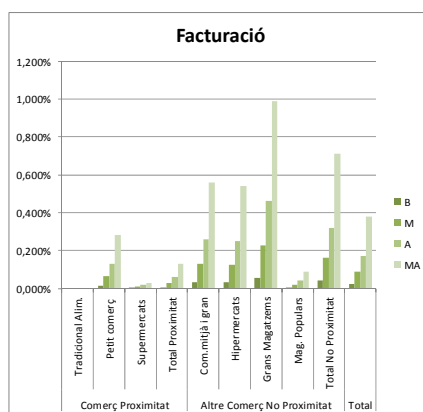


NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.



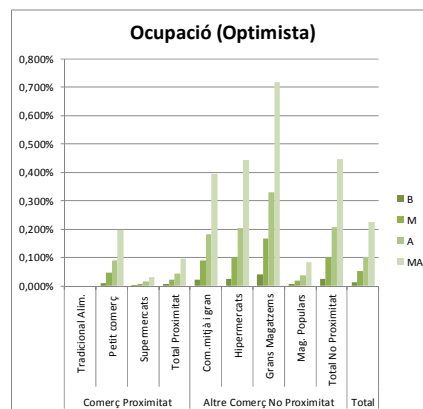
Figura A.2.2. Dies Festius 12 (+4). Sense canvi d'hàbits.

Facturació (Milers d'euros)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicion. Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	400	1.599	3.199	6.958	0,016%	0,065%	0,130%	0,280%
	Supermercats	39	155	311	676	0,002%	0,008%	0,020%	0,030%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>439</b>	<b>1.755</b>	<b>3.510</b>	<b>7.634</b>	<b>0,007%</b>	<b>0,030%</b>	<b>0,060%</b>	<b>0,130%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	681	2.725	5.450	11.854	0,032%	0,130%	0,260%	0,560%
	Hipermercats	130	518	1.037	2.255	0,031%	0,123%	0,250%	0,540%
	Grans Magatzems	994	3.975	7.950	17.291	0,057%	0,228%	0,460%	0,990%
	Mag. Populars	11	42	85	185	0,005%	0,020%	0,040%	0,090%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>1.815</b>	<b>7.261</b>	<b>14.522</b>	<b>31.585</b>	<b>0,041%</b>	<b>0,162%</b>	<b>0,320%</b>	<b>0,710%</b>
<b>Total</b>	<b>2.254</b>	<b>9.016</b>	<b>18.031</b>	<b>39.218</b>	<b>0,022%</b>	<b>0,087%</b>	<b>0,170%</b>	<b>0,380%</b>	

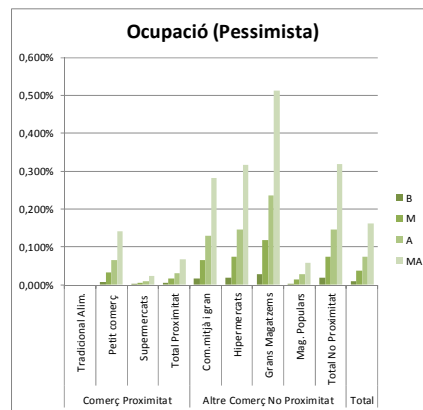


Quota		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicion. Alim.	-0,003%	-0,012%	-0,024%	-0,053%
	Petit comerç	-0,001%	-0,005%	-0,010%	-0,022%
	Supermercats	-0,004%	-0,015%	-0,030%	-0,066%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-0,008%</b>	<b>-0,032%</b>	<b>-0,065%</b>	<b>-0,141%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	0,002%	0,009%	0,017%	0,038%
	Hipermercats	0,000%	0,001%	0,003%	0,006%
	Grans Magatzems	0,006%	0,024%	0,047%	0,102%
	Mag. Populars	-0,0003%	-0,001%	-0,003%	-0,006%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>0,008%</b>	<b>0,032%</b>	<b>0,065%</b>	<b>0,141%</b>
	<b>Total</b>	<b>0,000%</b>	<b>0,000%</b>	<b>0,000%</b>	<b>0,000%</b>

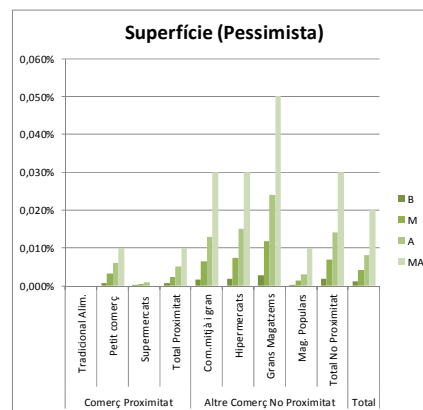
Ocupació (Optimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicion. Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	2	10	20	43	0,011%	0,045%	0,091%	0,197%
	Supermercats	0	1	2	4	0,002%	0,007%	0,015%	0,032%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>22</b>	<b>47</b>	<b>0,005%</b>	<b>0,022%</b>	<b>0,044%</b>	<b>0,095%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	4	17	34	74	0,023%	0,091%	0,181%	0,395%
	Hipermercats	1	4	8	18	0,025%	0,102%	0,203%	0,442%
	Grans Magatzems	2	9	17	37	0,041%	0,165%	0,330%	0,718%
	Mag. Populars	0	0	0	1	0,005%	0,019%	0,038%	0,083%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>7</b>	<b>30</b>	<b>60</b>	<b>130</b>	<b>0,026%</b>	<b>0,102%</b>	<b>0,205%</b>	<b>0,446%</b>
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>41</b>	<b>82</b>	<b>177</b>	<b>0,013%</b>	<b>0,052%</b>	<b>0,103%</b>	<b>0,225%</b>	



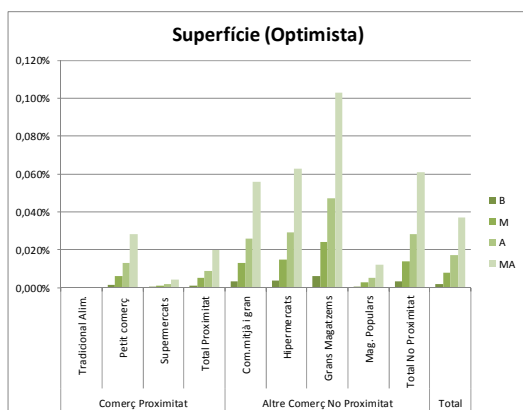
Ocupació (Pessimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicion. Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	2	7	14	31	0,008%	0,026%	0,052%	0,114%
	Supermercats	0	1	1	3	0,001%	0,005%	0,010%	0,023%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>0,004%</b>	<b>0,016%</b>	<b>0,031%</b>	<b>0,068%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	3	12	24	53	0,016%	0,065%	0,130%	0,282%
	Hipermercats	1	3	6	13	0,018%	0,073%	0,145%	0,316%
	Grans Magatzems	2	6	12	27	0,029%	0,118%	0,236%	0,513%
	Mag. Populars	0	0	0	1	0,003%	0,014%	0,027%	0,059%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>5</b>	<b>21</b>	<b>43</b>	<b>93</b>	<b>0,018%</b>	<b>0,073%</b>	<b>0,146%</b>	<b>0,318%</b>
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>29</b>	<b>58</b>	<b>127</b>	<b>0,009%</b>	<b>0,037%</b>	<b>0,074%</b>	<b>0,161%</b>	



Superfície (m2, Optimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicion. Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	24	96	192	417	0,002%	0,006%	0,013%	0,028%
	Supermercats	1	5	9	21	0,000%	0,001%	0,002%	0,004%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>25</b>	<b>101</b>	<b>201</b>	<b>438</b>	<b>0,001%</b>	<b>0,005%</b>	<b>0,009%</b>	<b>0,020%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	41	163	327	711	0,003%	0,013%	0,026%	0,056%
	Hipermercats	4	15	31	67	0,004%	0,015%	0,029%	0,063%
	Grans Magatzems	11	46	91	199	0,006%	0,024%	0,047%	0,103%
	Mag. Populars	0	1	3	6	0,001%	0,003%	0,005%	0,012%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>56</b>	<b>226</b>	<b>452</b>	<b>982</b>	<b>0,004%</b>	<b>0,014%</b>	<b>0,028%</b>	<b>0,061%</b>
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>326</b>	<b>653</b>	<b>1.420</b>	<b>0,002%</b>	<b>0,008%</b>	<b>0,017%</b>	<b>0,037%</b>	



Superfície (m2, Pessimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicion. Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	12	48	96	209	0,001%	0,003%	0,006%	0,010%
	Supermercats	1	2	5	10	0,000%	0,001%	0,001%	0,000%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>13</b>	<b>50</b>	<b>101</b>	<b>219</b>	<b>0,001%</b>	<b>0,002%</b>	<b>0,005%</b>	<b>0,010%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	20	82	163	356	0,002%	0,007%	0,013%	0,030%
	Hipermercats	2	8	15	34	0,002%	0,007%	0,015%	0,030%
	Grans Magatzems	6	23	46	99	0,003%	0,012%	0,024%	0,050%
	Mag. Populars	0	1	3	6	0,000%	0,001%	0,003%	0,010%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>28</b>	<b>113</b>	<b>226</b>	<b>491</b>	<b>0,002%</b>	<b>0,007%</b>	<b>0,014%</b>	<b>0,030%</b>
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>163</b>	<b>326</b>	<b>710</b>	<b>0,001%</b>	<b>0,004%</b>	<b>0,008%</b>	<b>0,020%</b>	



NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.

Figura A.2.3. Dies Festius 16 (+8). Sense canvi d'hàbits.

Facturació (Milers d'euros)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiciona Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	737	2.949	5.898	12.828	0,030%	0,119%	0,239%	0,520%
	Supermercats	58	233	467	1.015	0,003%	0,012%	0,023%	0,051%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>796</b>	<b>3.182</b>	<b>6.365</b>	<b>13.843</b>	<b>0,013%</b>	<b>0,054%</b>	<b>0,107%</b>	<b>0,233%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	1.099	4.396	8.792	19.122	0,052%	0,209%	0,418%	0,910%
	Hipermercats	299	1.195	2.390	5.197	0,071%	0,284%	0,569%	1,237%
	Grans Magatzems	2.290	9.161	18.321	39.848	0,131%	0,525%	1,049%	2,282%
	Mag. Populars	24	98	196	426	0,012%	0,047%	0,094%	0,203%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>3.712</b>	<b>14.849</b>	<b>29.698</b>	<b>64.594</b>	<b>0,083%</b>	<b>0,332%</b>	<b>0,663%</b>	<b>1,442%</b>	
<b>Total</b>	<b>4.508</b>	<b>18.031</b>	<b>36.063</b>	<b>78.437</b>	<b>0,043%</b>	<b>0,173%</b>	<b>0,346%</b>	<b>0,753%</b>	

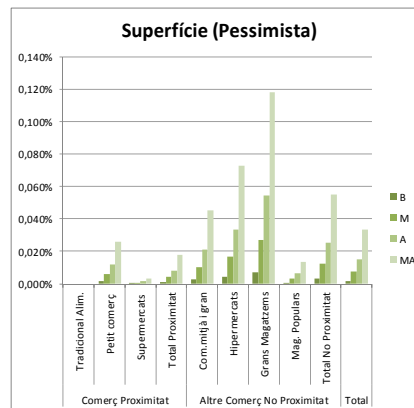
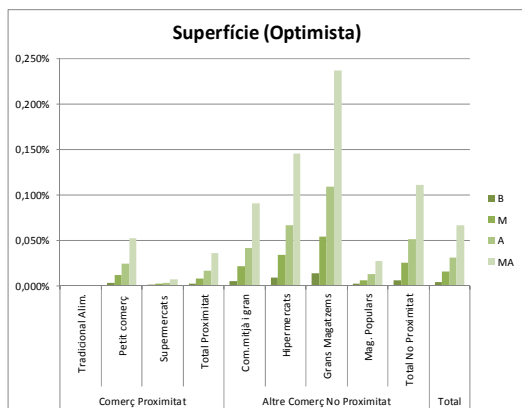
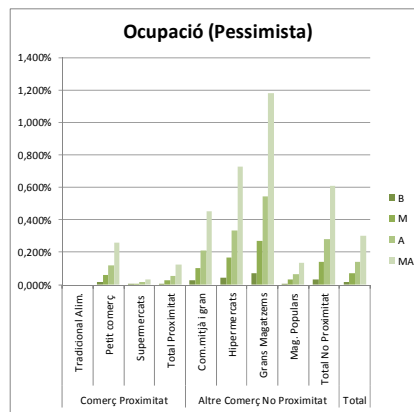
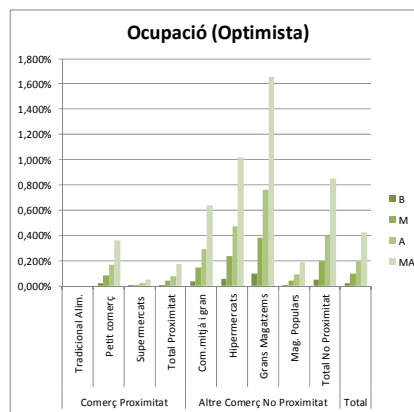
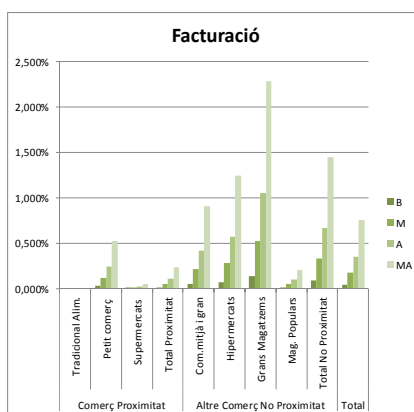
Quota		Nivell			
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiciona Alim.	-0,01%	-0,02%	-0,05%	-0,11%
	Petit comerç	0,00%	-0,01%	-0,03%	-0,05%
	Supermercats	-0,01%	-0,03%	-0,06%	-0,13%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-0,02%</b>	<b>-0,07%</b>	<b>-0,14%</b>	<b>-0,29%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	0,00%	0,01%	0,01%	0,03%
	Hipermercats	0,00%	0,00%	0,01%	0,02%
	Grans Magatzems	0,01%	0,06%	0,12%	0,25%
	Mag. Populars	-0,00%	0,00%	-0,01%	-0,01%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>0,02%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,14%</b>	<b>0,29%</b>	
<b>Total</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	

Ocupació (Optimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiciona Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	5	18	37	80	0,021%	0,084%	0,167%	0,364%
	Supermercats	0	1	3	6	0,003%	0,011%	0,022%	0,048%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>39</b>	<b>86</b>	<b>0,010%</b>	<b>0,040%</b>	<b>0,079%</b>	<b>0,172%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	7	27	55	119	0,037%	0,146%	0,293%	0,637%
	Hipermercats	2	10	19	42	0,059%	0,234%	0,468%	1,019%
	Grans Magatzems	5	20	40	86	0,095%	0,381%	0,761%	1,655%
	Mag. Populars	0	1	1	2	0,011%	0,044%	0,088%	0,191%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>14</b>	<b>57</b>	<b>115</b>	<b>249</b>	<b>0,049%</b>	<b>0,196%</b>	<b>0,392%</b>	<b>0,853%</b>	
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>77</b>	<b>154</b>	<b>335</b>	<b>0,024%</b>	<b>0,098%</b>	<b>0,195%</b>	<b>0,424%</b>	

Ocupació (Pessimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiciona Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	3	13	26	57	0,015%	0,060%	0,119%	0,260%
	Supermercats	0	1	2	4	0,002%	0,008%	0,016%	0,034%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>61</b>	<b>0,007%</b>	<b>0,028%</b>	<b>0,057%</b>	<b>0,123%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	5	19	39	85	0,026%	0,105%	0,209%	0,455%
	Hipermercats	2	7	14	30	0,042%	0,167%	0,335%	0,728%
	Grans Magatzems	4	14	28	62	0,068%	0,272%	0,544%	1,182%
	Mag. Populars	0	0	1	2	0,008%	0,031%	0,063%	0,136%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>10</b>	<b>41</b>	<b>82</b>	<b>178</b>	<b>0,035%</b>	<b>0,140%</b>	<b>0,280%</b>	<b>0,609%</b>	
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>55</b>	<b>110</b>	<b>239</b>	<b>0,017%</b>	<b>0,070%</b>	<b>0,139%</b>	<b>0,303%</b>	

Superfície (m2, Optimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiciona Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	44	177	354	769	0,003%	0,012%	0,024%	0,052%
	Supermercats	2	7	14	31	0,000%	0,002%	0,003%	0,007%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>46</b>	<b>184</b>	<b>368</b>	<b>800</b>	<b>0,002%</b>	<b>0,008%</b>	<b>0,016%</b>	<b>0,036%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	66	264	527	1.147	0,005%	0,021%	0,042%	0,091%
	Hipermercats	9	36	71	155	0,008%	0,033%	0,067%	0,146%
	Grans Magatzems	26	105	211	458	0,014%	0,054%	0,109%	0,236%
	Mag. Populars	1	3	6	13	0,002%	0,006%	0,013%	0,027%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>102</b>	<b>407</b>	<b>815</b>	<b>1.772</b>	<b>0,006%</b>	<b>0,025%</b>	<b>0,051%</b>	<b>0,110%</b>	
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>591</b>	<b>1.183</b>	<b>2.573</b>	<b>0,004%</b>	<b>0,015%</b>	<b>0,031%</b>	<b>0,067%</b>	

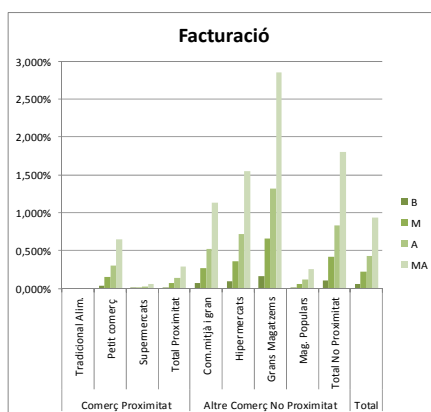
Superfície (m2, Pessimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiciona Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	22	88	177	385	0,001%	0,006%	0,012%	0,026%
	Supermercats	1	4	7	15	0,000%	0,001%	0,002%	0,003%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>23</b>	<b>92</b>	<b>184</b>	<b>400</b>	<b>0,001%</b>	<b>0,004%</b>	<b>0,008%</b>	<b>0,018%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	33	132	264	573	0,003%	0,010%	0,021%	0,045%
	Hipermercats	4	18	36	77	0,004%	0,017%	0,033%	0,073%
	Grans Magatzems	13	53	105	229	0,007%	0,027%	0,054%	0,118%
	Mag. Populars	0	1	3	6	0,001%	0,003%	0,006%	0,014%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>51</b>	<b>204</b>	<b>407</b>	<b>886</b>	<b>0,003%</b>	<b>0,013%</b>	<b>0,025%</b>	<b>0,055%</b>	
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>296</b>	<b>591</b>	<b>1.286</b>	<b>0,002%</b>	<b>0,008%</b>	<b>0,015%</b>	<b>0,033%</b>	



NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.

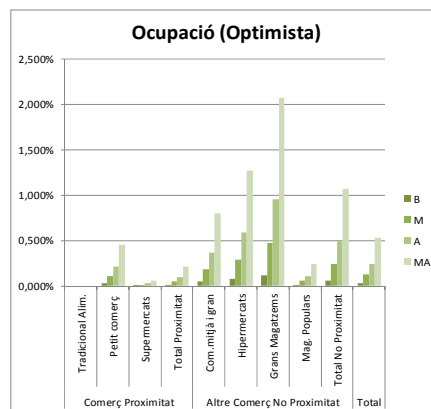
Figura A.2.4. Dies Festius 18 (+10). Sense canvi d'hàbits.

Facturació (Milers d'euros)					Percentatge				
		Nivell							
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	922	3.686	7.372	16.034	0,037%	0,149%	0,299%	0,650%
	Supermercats	73	292	584	1.269	0,004%	0,015%	0,029%	0,063%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>994</b>	<b>3.978</b>	<b>7.956</b>	<b>17.304</b>	<b>0,017%</b>	<b>0,067%</b>	<b>0,134%</b>	<b>0,291%</b>
Altres Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	1.374	5.495	10.990	23.903	0,065%	0,261%	0,523%	1,137%
	Hipermercats	373	1.493	2.987	6.497	0,089%	0,355%	0,711%	1,546%
	Grans Magatzems	2.863	11.451	22.901	49.810	0,164%	0,656%	1,312%	2,853%
	Mag. Populars	31	122	245	533	0,015%	0,058%	0,117%	0,254%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>4.640</b>	<b>18.562</b>	<b>37.123</b>	<b>80.743</b>	<b>0,104%</b>	<b>0,414%</b>	<b>0,829%</b>	<b>1,803%</b>	
<b>Total</b>	<b>5.635</b>	<b>22.539</b>	<b>45.079</b>	<b>98.046</b>	<b>0,054%</b>	<b>0,216%</b>	<b>0,433%</b>	<b>0,941%</b>	

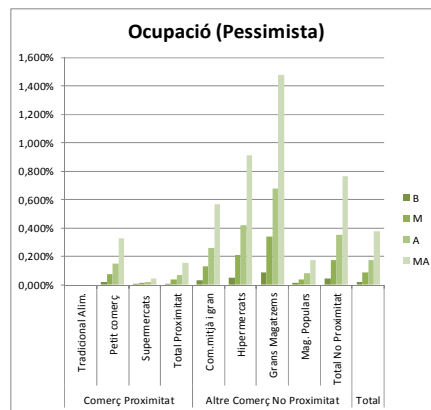


Quota					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	-0,01%	-0,03%	-0,06%	-0,13%
	Petit comerç	0,00%	-0,02%	-0,03%	-0,07%
	Supermercats	-0,01%	-0,04%	-0,08%	-0,17%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-0,02%</b>	<b>-0,08%</b>	<b>-0,17%</b>	<b>-0,37%</b>
Altres Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	0,00%	0,01%	0,02%	0,04%
	Hipermercats	0,00%	0,01%	0,01%	0,02%
	Grans Magatzems	0,02%	0,07%	0,15%	0,32%
	Mag. Populars	0,00%	0,00%	-0,01%	-0,01%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>0,02%</b>	<b>0,08%</b>	<b>0,17%</b>	<b>0,37%</b>	
<b>Total</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	

Ocupació (Optimista)					Percentatge				
		Nivell							
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	6	23	46	99	0,026%	0,105%	0,209%	0,455%
	Supermercats	0	2	4	8	0,003%	0,014%	0,027%	0,060%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>6</b>	<b>25</b>	<b>49</b>	<b>107</b>	<b>0,012%</b>	<b>0,050%</b>	<b>0,099%</b>	<b>0,216%</b>
Altres Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	9	34	68	148	0,046%	0,183%	0,366%	0,796%
	Hipermercats	3	12	24	52	0,073%	0,293%	0,585%	1,273%
	Grans Magatzems	6	25	50	108	0,119%	0,476%	0,951%	2,069%
	Mag. Populars	0	1	1	3	0,014%	0,055%	0,110%	0,239%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>18</b>	<b>72</b>	<b>143</b>	<b>311</b>	<b>0,061%</b>	<b>0,245%</b>	<b>0,490%</b>	<b>1,066%</b>	
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>96</b>	<b>192</b>	<b>419</b>	<b>0,030%</b>	<b>0,122%</b>	<b>0,244%</b>	<b>0,530%</b>	

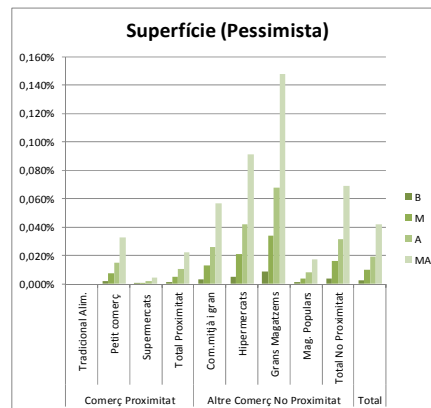
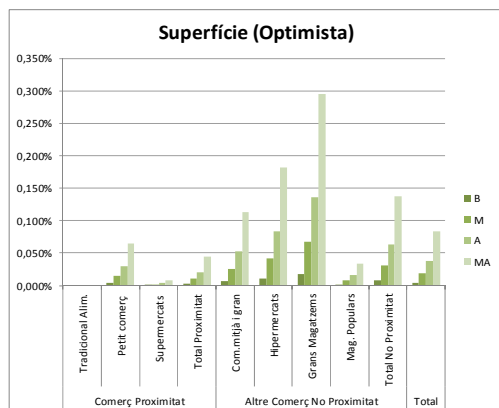


Ocupació (Pessimista)					Percentatge				
		Nivell							
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	4	16	33	71	0,019%	0,075%	0,149%	0,325%
	Supermercats	0	1	3	6	0,002%	0,010%	0,020%	0,043%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>35</b>	<b>77</b>	<b>0,009%</b>	<b>0,035%</b>	<b>0,071%</b>	<b>0,154%</b>
Altres Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	6	24	49	106	0,033%	0,131%	0,261%	0,568%
	Hipermercats	2	9	17	37	0,052%	0,209%	0,418%	0,910%
	Grans Magatzems	4	18	35	77	0,085%	0,340%	0,680%	1,478%
	Mag. Populars	0	0	1	2	0,010%	0,039%	0,078%	0,171%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>13</b>	<b>51</b>	<b>102</b>	<b>222</b>	<b>0,044%</b>	<b>0,175%</b>	<b>0,350%</b>	<b>0,761%</b>	
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>69</b>	<b>137</b>	<b>299</b>	<b>0,022%</b>	<b>0,087%</b>	<b>0,174%</b>	<b>0,379%</b>	



Superfície (m2, Optimista)					Percentatge				
		Nivell							
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	55	221	442	962	0,004%	0,015%	0,030%	0,065%
	Supermercats	2	9	18	39	0,000%	0,002%	0,004%	0,008%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>57</b>	<b>230</b>	<b>460</b>	<b>1.000</b>	<b>0,003%</b>	<b>0,010%</b>	<b>0,021%</b>	<b>0,045%</b>
Altres Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	82	330	659	1.434	0,007%	0,026%	0,052%	0,114%
	Hipermercats	11	44	89	193	0,010%	0,042%	0,084%	0,182%
	Grans Magatzems	33	132	263	572	0,017%	0,068%	0,136%	0,296%
	Mag. Populars	1	4	7	16	0,002%	0,008%	0,016%	0,034%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>127</b>	<b>509</b>	<b>1.018</b>	<b>2.215</b>	<b>0,008%</b>	<b>0,032%</b>	<b>0,063%</b>	<b>0,138%</b>	
<b>Total</b>	<b>185</b>	<b>739</b>	<b>1.478</b>	<b>3.216</b>	<b>0,005%</b>	<b>0,019%</b>	<b>0,038%</b>	<b>0,084%</b>	

Superfície (m2, Pessimista)					Percentatge				
		Nivell							
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	0	0	0	0	0,000%	0,000%	0,000%	0,000%
	Petit comerç	28	111	221	481	0,002%	0,007%	0,015%	0,032%
	Supermercats	1	4	9	19	0,000%	0,001%	0,002%	0,004%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>29</b>	<b>115</b>	<b>230</b>	<b>500</b>	<b>0,001%</b>	<b>0,005%</b>	<b>0,010%</b>	<b>0,022%</b>
Altres Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	41	165	330	717	0,003%	0,013%	0,026%	0,057%
	Hipermercats	6	22	44	97	0,005%	0,021%	0,042%	0,091%
	Grans Magatzems	16	66	132	286	0,008%	0,034%	0,068%	0,148%
	Mag. Populars	0	2	4	8	0,001%	0,004%	0,008%	0,017%
<b>Total No Proximitat</b>	<b>64</b>	<b>255</b>	<b>509</b>	<b>1.108</b>	<b>0,004%</b>	<b>0,016%</b>	<b>0,032%</b>	<b>0,069%</b>	
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>370</b>	<b>739</b>	<b>1.608</b>	<b>0,002%</b>	<b>0,010%</b>	<b>0,019%</b>	<b>0,042%</b>	



NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.

Figura A.2.5. Dies Festius 16 (+8).

Facturació (Milers d'euros)		Nivell			
		B	M	A	MA
<b>Comerç Proximitat</b>	Tradicional Alim.	-997	-997	-997	-997
	Petit comerç	-35.698	-33.486	-30.537	-23.607
	Supermercats	-22.573	-22.398	-22.165	-21.616
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-59.268</b>	<b>-56.881</b>	<b>-53.699</b>	<b>-46.221</b>
<b>Altre Comerç No Proximitat</b>	Com.mitjà i gran	-12.154	-8.857	-4.461	5.869
	Hipermercats	14.820	15.716	16.911	19.719
	Grans Magatzems	56.986	63.856	73.017	94.544
	Mag. Populars	4.124	4.198	4.296	4.526
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>63.776</b>	<b>74.913</b>	<b>89.762</b>	<b>124.658</b>
<b>Total</b>	<b>4.508</b>	<b>18.031</b>	<b>36.063</b>	<b>78.437</b>	

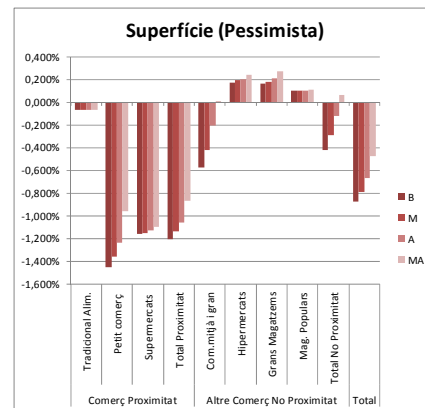
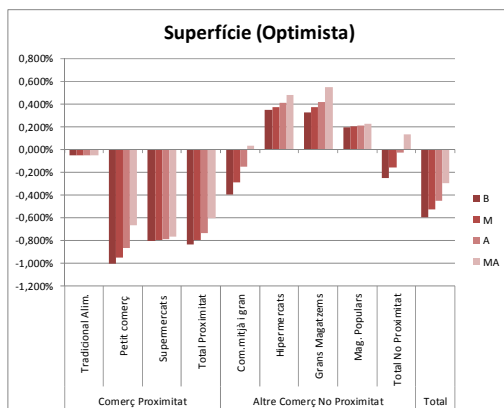
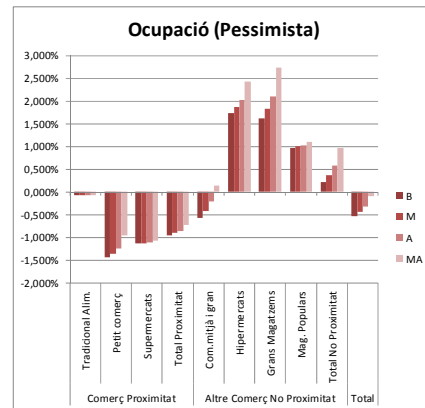
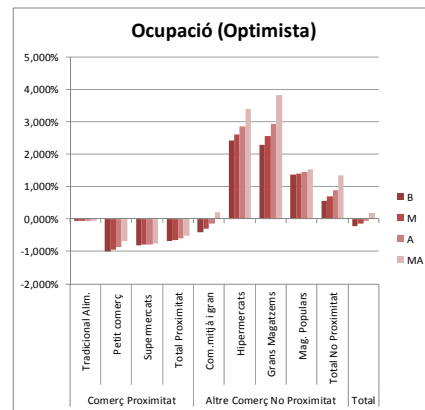
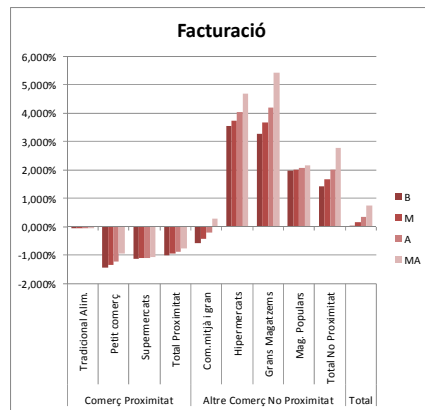
Quota		Nivell			
		B	M	A	MA
<b>Comerç Proximitat</b>	Tradicional Alim.	-0,02%	-0,03%	-0,06%	-0,12%
	Petit comerç	-0,35%	-0,36%	-0,37%	-0,40%
	Supermercats	-0,22%	-0,25%	-0,28%	-0,35%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-0,59%</b>	<b>-0,64%</b>	<b>-0,71%</b>	<b>-0,87%</b>
<b>Altre Comerç No Proximitat</b>	Com.mitjà i gran	-0,13%	-0,12%	-0,11%	-0,09%
	Hipermercats	0,14%	0,14%	0,15%	0,16%
	Grans Magatzems	0,54%	0,58%	0,64%	0,78%
	Mag. Populars	0,04%	0,04%	0,03%	0,03%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>0,59%</b>	<b>0,64%</b>	<b>0,71%</b>	<b>0,87%</b>
<b>Total</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	

Ocupació (Optimista)		Nivell			
		B	M	A	MA
<b>Comerç Proximitat</b>	Tradicional Alim.	-7	-7	-7	-7
	Petit comerç	-221	-208	-189	-146
	Supermercats	-104	-103	-102	-98
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-333</b>	<b>-318</b>	<b>-298</b>	<b>-252</b>
<b>Altre Comerç No Proximitat</b>	Com.mitjà i gran	-75	-55	-28	36
	Hipermercats	100	107	117	140
	Grans Magatzems	118	133	153	199
	Mag. Populars	17	18	19	19
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>160</b>	<b>203</b>	<b>260</b>	<b>395</b>
<b>Total</b>	<b>-173</b>	<b>-115</b>	<b>-38</b>	<b>143</b>	

Ocupació (Pessimista)		Nivell			
		B	M	A	MA
<b>Comerç Proximitat</b>	Tradicional Alim.	-10	-10	-10	-10
	Petit comerç	-316	-297	-271	-209
	Supermercats	-149	-147	-145	-141
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-475</b>	<b>-454</b>	<b>-426</b>	<b>-360</b>
<b>Altre Comerç No Proximitat</b>	Com.mitjà i gran	-108	-78	-40	26
	Hipermercats	72	77	84	100
	Grans Magatzems	84	95	109	142
	Mag. Populars	12	13	13	14
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>60</b>	<b>106</b>	<b>166</b>	<b>282</b>
<b>Total</b>	<b>-415</b>	<b>-349</b>	<b>-260</b>	<b>-78</b>	

Superfície (m2, Optimista)		Nivell			
		B	M	A	MA
<b>Comerç Proximitat</b>	Tradicional Alim.	-140	-140	-140	-140
	Petit comerç	-14.988	-14.060	-12.822	-9.912
	Supermercats	-3.743	-3.706	-3.656	-3.539
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-18.871</b>	<b>-17.905</b>	<b>-16.617</b>	<b>-13.591</b>
<b>Altre Comerç No Proximitat</b>	Com.mitjà i gran	-5.103	-3.719	-1.873	352
	Hipermercats	369	395	431	514
	Grans Magatzems	628	707	812	1.059
	Mag. Populars	91	93	96	103
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-4.016</b>	<b>-2.523</b>	<b>-534</b>	<b>2.029</b>
<b>Total</b>	<b>-22.887</b>	<b>-20.429</b>	<b>-17.151</b>	<b>-11.562</b>	

Superfície (m2, Pessimista)		Nivell			
		B	M	A	MA
<b>Comerç Proximitat</b>	Tradicional Alim.	-199	-199	-199	-199
	Petit comerç	-21.412	-20.086	-18.317	-14.160
	Supermercats	-5.347	-5.294	-5.223	-5.056
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-26.959</b>	<b>-25.579</b>	<b>-23.739</b>	<b>-19.416</b>
<b>Altre Comerç No Proximitat</b>	Com.mitjà i gran	-7.290	-5.313	-2.676	176
	Hipermercats	184	198	215	257
	Grans Magatzems	314	353	406	530
	Mag. Populars	46	47	48	52
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-6.747</b>	<b>-4.715</b>	<b>-2.006</b>	<b>1.014</b>
<b>Total</b>	<b>-33.705</b>	<b>-30.294</b>	<b>-25.746</b>	<b>-18.401</b>	



NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.

Figura A.2.6. Dies Festius 18 (+10).

Facturació (Milers d'euros)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	-1.233	-1.233	-1.233	-1.233	-0,080%	-0,080%	-0,080%	-0,080%
	Petit comerç	-44.133	-41.369	-37.683	-29.021	-1,790%	-1,680%	-1,530%	-1,180%
	Supermercats	-27.913	-27.694	-27.402	-26.717	-1,400%	-1,380%	-1,370%	-1,340%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-73.279</b>	<b>-70.296</b>	<b>-66.318</b>	<b>-56.970</b>	<b>-1,230%</b>	<b>-1,180%</b>	<b>-1,120%</b>	<b>-0,960%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-15.015	-10.894	-5.399	7.514	-0,710%	-0,520%	-0,260%	0,360%
	Hipermercats	18.331	19.451	20.944	24.454	4,360%	4,630%	4,980%	5,820%
	Grans Magatzems	70.498	79.086	90.537	117.446	4,040%	4,530%	5,190%	6,730%
	Mag. Populars	5.100	5.192	5.314	5.602	2,430%	2,480%	2,540%	2,670%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>78.914</b>	<b>92.835</b>	<b>111.397</b>	<b>155.016</b>	<b>1,760%</b>	<b>2,070%</b>	<b>2,490%</b>	<b>3,460%</b>
<b>Total</b>	<b>5.635</b>	<b>22.539</b>	<b>45.079</b>	<b>98.046</b>	<b>0,050%</b>	<b>0,220%</b>	<b>0,430%</b>	<b>0,940%</b>	

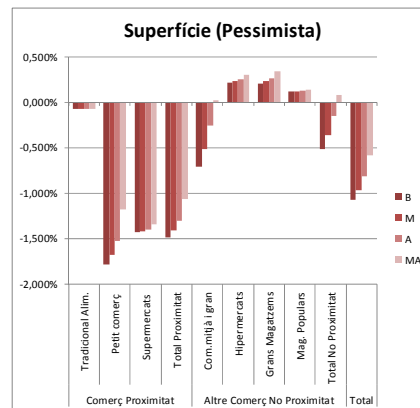
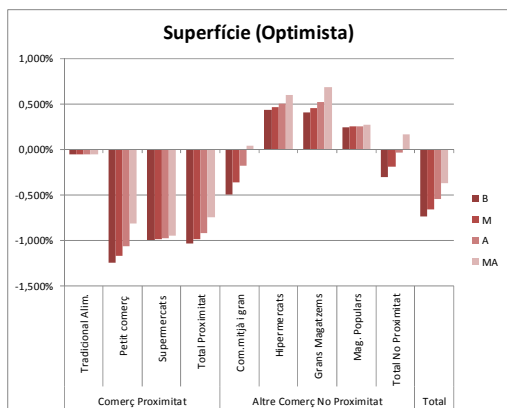
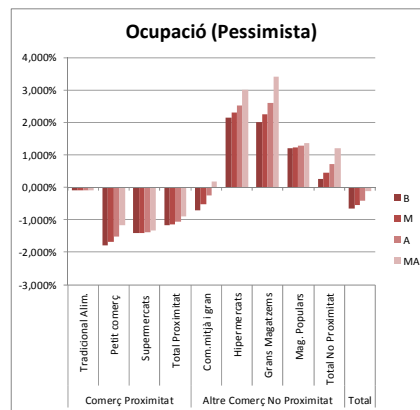
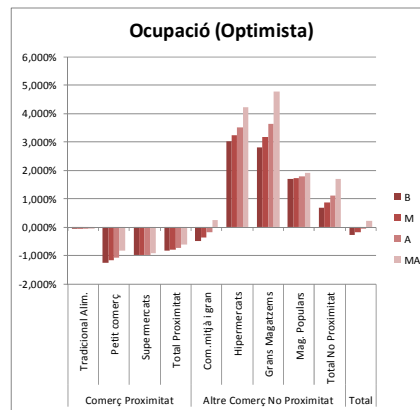
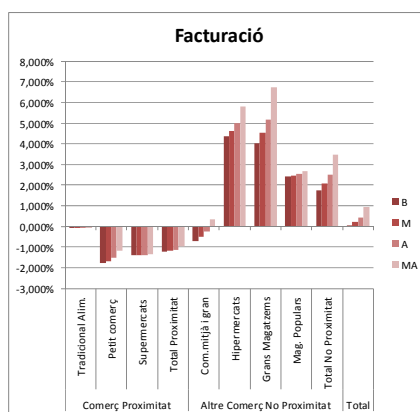
Quota		Nivell			
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	-0,02%	-0,04%	-0,07%	-0,14%
	Petit comerç	-0,44%	-0,45%	-0,46%	-0,50%
	Supermercats	-0,28%	-0,31%	-0,34%	-0,43%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-0,73%</b>	<b>-0,80%</b>	<b>-0,88%</b>	<b>-1,07%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-0,15%	-0,15%	-0,14%	-0,12%
	Hipermercats	0,17%	0,18%	0,18%	0,19%
	Grans Magatzems	0,67%	0,72%	0,79%	0,96%
	Mag. Populars	0,05%	0,05%	0,04%	0,03%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>0,73%</b>	<b>0,80%</b>	<b>0,88%</b>	<b>1,07%</b>
<b>Total</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	

Ocupació (Optimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	-9	-9	-9	-9	-0,060%	-0,060%	-0,060%	-0,060%
	Petit comerç	-274	-257	-234	-180	-1,250%	-1,170%	-1,070%	-0,820%
	Supermercats	-129	-128	-126	-122	-0,990%	-0,980%	-0,970%	-0,930%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-411</b>	<b>-393</b>	<b>-368</b>	<b>-310</b>	<b>-0,830%</b>	<b>-0,790%</b>	<b>-0,740%</b>	<b>-0,620%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-93	-68	-33	47	-0,500%	-0,360%	-0,180%	0,250%
	Hipermercats	124	133	145	173	3,010%	3,230%	3,520%	4,210%
	Grans Magatzems	146	165	189	248	2,810%	3,170%	3,640%	4,760%
	Mag. Populars	21	22	24	24	1,690%	1,730%	1,780%	1,910%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>198</b>	<b>252</b>	<b>323</b>	<b>492</b>	<b>0,680%</b>	<b>0,860%</b>	<b>1,110%</b>	<b>1,680%</b>
<b>Total</b>	<b>-213</b>	<b>-141</b>	<b>-45</b>	<b>181</b>	<b>-0,270%</b>	<b>-0,180%</b>	<b>-0,060%</b>	<b>0,230%</b>	

Ocupació (Pessimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	-12	-12	-12	-12	-0,080%	-0,080%	-0,080%	-0,080%
	Petit comerç	-391	-367	-334	-257	-1,790%	-1,680%	-1,530%	-1,180%
	Supermercats	-184	-182	-180	-174	-1,410%	-1,400%	-1,380%	-1,330%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-588</b>	<b>-561</b>	<b>-526</b>	<b>-443</b>	<b>-1,180%</b>	<b>-1,130%</b>	<b>-1,060%</b>	<b>-0,890%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-133	-97	-48	33	-0,710%	-0,520%	-0,260%	0,180%
	Hipermercats	88	95	104	124	2,150%	2,300%	2,510%	3,000%
	Grans Magatzems	104	118	135	177	2,010%	2,260%	2,600%	3,400%
	Mag. Populars	15	16	17	17	1,200%	1,230%	1,270%	1,360%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>75</b>	<b>132</b>	<b>207</b>	<b>351</b>	<b>0,260%</b>	<b>0,450%</b>	<b>0,710%</b>	<b>1,200%</b>
<b>Total</b>	<b>-513</b>	<b>-430</b>	<b>-319</b>	<b>-92</b>	<b>-0,650%</b>	<b>-0,540%</b>	<b>-0,400%</b>	<b>-0,120%</b>	

Superfície (m2, Optimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	-173	-173	-173	-173	-0,060%	-0,060%	-0,060%	-0,060%
	Petit comerç	-18.530	-17.370	-15.822	-12.185	-1,250%	-1,170%	-1,070%	-0,820%
	Supermercats	-4.629	-4.582	-4.520	-4.374	-1,000%	-0,990%	-0,980%	-0,950%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-23.331</b>	<b>-22.124</b>	<b>-20.514</b>	<b>-16.731</b>	<b>-1,040%</b>	<b>-0,990%</b>	<b>-0,920%</b>	<b>-0,750%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-6.304	-4.574	-2.267	451	-0,500%	-0,360%	-0,180%	0,040%
	Hipermercats	456	489	534	638	0,430%	0,460%	0,500%	0,600%
	Grans Magatzems	777	875	1.007	1.316	0,400%	0,450%	0,520%	0,680%
	Mag. Populars	113	115	119	128	0,240%	0,250%	0,250%	0,270%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-4.959</b>	<b>-3.094</b>	<b>-607</b>	<b>2.533</b>	<b>-0,310%</b>	<b>-0,190%</b>	<b>-0,040%</b>	<b>0,160%</b>
<b>Total</b>	<b>-28.290</b>	<b>-25.218</b>	<b>-21.121</b>	<b>-14.198</b>	<b>-0,740%</b>	<b>-0,660%</b>	<b>-0,550%</b>	<b>-0,370%</b>	

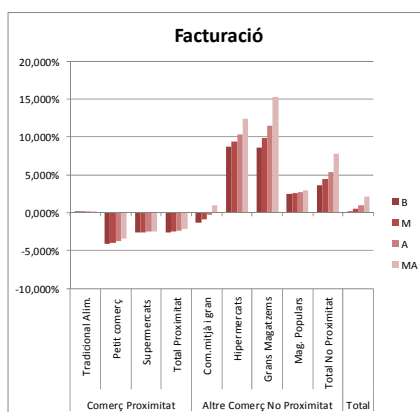
Superfície (m2, Pessimista)		Nivell				Percentatge			
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	-247	-247	-247	-247	-0,080%	-0,080%	-0,080%	-0,080%
	Petit comerç	-26.472	-24.814	-22.603	-17.407	-1,790%	-1,680%	-1,530%	-1,180%
	Supermercats	-6.612	-6.546	-6.457	-6.248	-1,430%	-1,420%	-1,400%	-1,350%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-33.331</b>	<b>-31.606</b>	<b>-29.306</b>	<b>-23.902</b>	<b>-1,490%</b>	<b>-1,410%</b>	<b>-1,310%</b>	<b>-1,070%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-9.006	-6.534	-3.238	225	-0,710%	-0,520%	-0,260%	0,020%
	Hipermercats	228	245	267	319	0,210%	0,230%	0,250%	0,300%
	Grans Magatzems	388	438	504	658	0,200%	0,230%	0,260%	0,340%
	Mag. Populars	56	58	60	64	0,120%	0,120%	0,130%	0,140%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-8.334</b>	<b>-5.794</b>	<b>-2.408</b>	<b>1.266</b>	<b>-0,520%</b>	<b>-0,360%</b>	<b>-0,150%</b>	<b>0,080%</b>
<b>Total</b>	<b>-41.664</b>	<b>-37.400</b>	<b>-31.715</b>	<b>-22.635</b>	<b>-1,080%</b>	<b>-0,970%</b>	<b>-0,820%</b>	<b>-0,590%</b>	



NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.

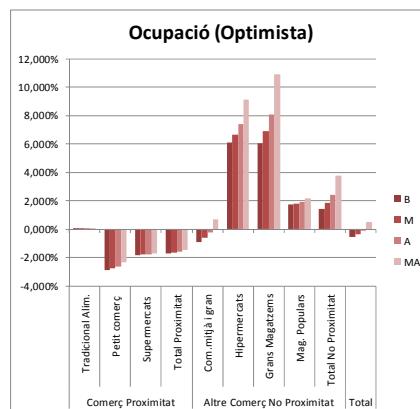
Figura A.2.7. Dies Festius 30 (+22).

Facturació (Milers d'euros)					Percentatge				
		Nivell							
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	1.512	1.512	1.512	1.512	0,100%	0,100%	0,100%	0,100%
	Petit comerç	-101.963	-98.481	-93.839	-82.929	-4,130%	-3,990%	-3,800%	-3,360%
	Supermercats	-51.657	-51.182	-50.550	-49.063	-2,580%	-2,560%	-2,530%	-2,450%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-152.108</b>	<b>-148.152</b>	<b>-142.877</b>	<b>-130.481</b>	<b>-2,560%</b>	<b>-2,490%</b>	<b>-2,410%</b>	<b>-2,200%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-27.525	-18.684	-6.896	20.807	-1,310%	-0,890%	-0,330%	0,990%
	Hipermercats	36.699	39.493	43.219	51.975	8,730%	9,400%	10,280%	12,370%
	Grans Magatzems	150.057	171.482	200.049	267.181	8,990%	9,820%	11,460%	15,300%
	Mag. Populars	5.274	5.447	5.678	6.219	2,520%	2,600%	2,710%	2,970%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>164.505</b>	<b>197.739</b>	<b>242.050</b>	<b>346.183</b>	<b>3,670%</b>	<b>4,420%</b>	<b>5,400%</b>	<b>7,730%</b>
<b>Total</b>	<b>12.397</b>	<b>49.587</b>	<b>99.173</b>	<b>215.702</b>	<b>0,120%</b>	<b>0,480%</b>	<b>0,950%</b>	<b>2,070%</b>	

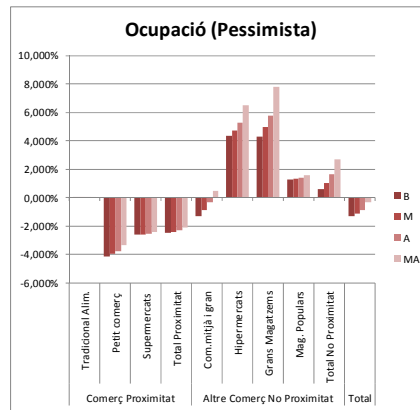


Quota					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	0,00%	-0,05%	-0,12%	-0,27%
	Petit comerç	-1,01%	-1,05%	-1,12%	-1,26%
	Supermercats	-0,52%	-0,58%	-0,66%	-0,85%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-1,53%</b>	<b>-1,69%</b>	<b>-1,90%</b>	<b>-2,38%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-0,29%	-0,27%	-0,26%	-0,21%
	Hipermercats	0,35%	0,36%	0,37%	0,41%
	Grans Magatzems	1,42%	1,56%	1,74%	2,17%
	Mag. Populars	0,05%	0,04%	0,04%	0,02%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>1,53%</b>	<b>1,69%</b>	<b>1,90%</b>	<b>2,38%</b>
<b>Total</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	

Ocupació (Optimista)					Percentatge				
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	11	11	11	11	0,070%	0,070%	0,070%	0,070%
	Petit comerç	-633	-611	-582	-514	-2,890%	-2,790%	-2,660%	-2,350%
	Supermercats	-238	-235	-231	-222	-1,830%	-1,800%	-1,770%	-1,710%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-860</b>	<b>-835</b>	<b>-803</b>	<b>-726</b>	<b>-1,730%</b>	<b>-1,680%</b>	<b>-1,610%</b>	<b>-1,460%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-171	-116	-43	129	-0,920%	-0,620%	-0,230%	0,690%
	Hipermercats	251	274	304	374	6,090%	6,640%	7,370%	9,090%
	Grans Magatzems	313	359	421	566	6,010%	6,900%	8,080%	10,870%
	Mag. Populars	22	23	24	27	1,740%	1,820%	1,920%	2,170%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>415</b>	<b>540</b>	<b>706</b>	<b>1.097</b>	<b>1,420%</b>	<b>1,850%</b>	<b>2,420%</b>	<b>3,750%</b>
<b>Total</b>	<b>-445</b>	<b>-296</b>	<b>-97</b>	<b>371</b>	<b>-0,560%</b>	<b>-0,370%</b>	<b>-0,120%</b>	<b>0,470%</b>	

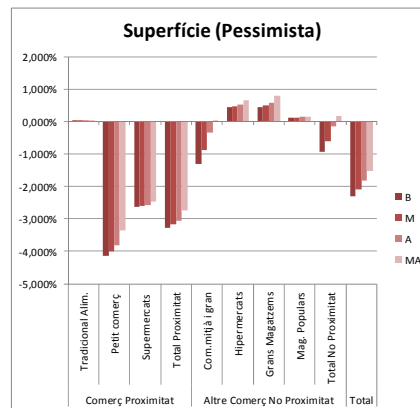
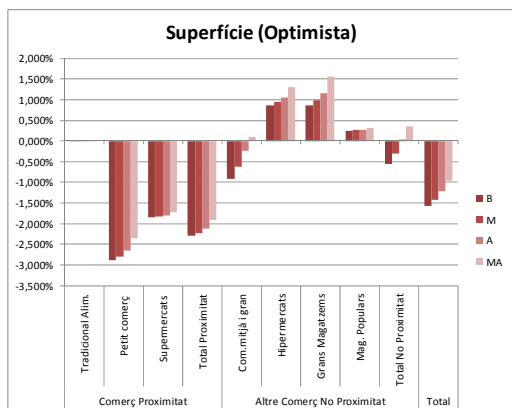


Ocupació (Pessimista)					Percentatge				
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	8	8	8	8	0,050%	0,050%	0,050%	0,050%
	Petit comerç	-904	-873	-832	-735	-2,890%	-2,790%	-2,660%	-2,350%
	Supermercats	-340	-336	-330	-317	-2,610%	-2,580%	-2,540%	-2,440%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-1.236</b>	<b>-1.201</b>	<b>-1.154</b>	<b>-1.044</b>	<b>-2,480%</b>	<b>-2,410%</b>	<b>-2,320%</b>	<b>-2,100%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-244	-166	-61	92	-1,310%	-0,890%	-0,330%	0,490%
	Hipermercats	179	195	217	267	4,350%	4,740%	5,260%	6,490%
	Grans Magatzems	223	256	301	404	4,290%	4,930%	5,770%	7,770%
	Mag. Populars	16	16	17	19	1,250%	1,300%	1,370%	1,550%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>174</b>	<b>303</b>	<b>474</b>	<b>783</b>	<b>0,600%</b>	<b>1,040%</b>	<b>1,620%</b>	<b>2,680%</b>
<b>Total</b>	<b>-1.061</b>	<b>-898</b>	<b>-680</b>	<b>-261</b>	<b>-1,340%</b>	<b>-1,140%</b>	<b>-0,860%</b>	<b>-0,330%</b>	



Superfície (m2, Optimista)					Percentatge				
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	30	30	30	30	0,010%	0,010%	0,010%	0,010%
	Petit comerç	-42.811	-41.350	-39.400	-34.820	-2,890%	-2,790%	-2,660%	-2,350%
	Supermercats	-8.538	-8.437	-8.302	-7.986	-1,850%	-1,830%	-1,800%	-1,730%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-51.319</b>	<b>-49.756</b>	<b>-47.672</b>	<b>-42.775</b>	<b>-2,290%</b>	<b>-2,220%</b>	<b>-2,130%</b>	<b>-1,910%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-11.557	-7.845	-2.895	1.248	-0,920%	-0,620%	-0,230%	0,100%
	Hipermercats	924	1.007	1.118	1.379	0,870%	0,950%	1,050%	1,300%
	Grans Magatzems	1.662	1.908	2.236	3.008	0,860%	0,990%	1,150%	1,550%
	Mag. Populars	117	122	129	145	0,250%	0,260%	0,270%	0,310%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-8.854</b>	<b>-4.808</b>	<b>588</b>	<b>5.779</b>	<b>-0,550%</b>	<b>-0,300%</b>	<b>0,040%</b>	<b>0,360%</b>
<b>Total</b>	<b>-60.173</b>	<b>-54.564</b>	<b>-47.084</b>	<b>-36.996</b>	<b>-1,570%</b>	<b>-1,420%</b>	<b>-1,220%</b>	<b>-0,960%</b>	

Superfície (m2, Pessimista)					Percentatge				
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	15	15	15	15	0,010%	0,010%	0,010%	0,010%
	Petit comerç	-61.159	-59.071	-56.286	-49.742	-4,130%	-3,990%	-3,800%	-3,360%
	Supermercats	-12.197	-12.053	-11.860	-11.409	-2,640%	-2,610%	-2,570%	-2,470%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-73.341</b>	<b>-71.108</b>	<b>-68.131</b>	<b>-61.136</b>	<b>-3,280%</b>	<b>-3,180%</b>	<b>-3,050%</b>	<b>-2,730%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-16.510	-11.207	-4.136	624	-1,310%	-0,890%	-0,330%	0,050%
	Hipermercats	462	504	559	689	0,440%	0,470%	0,530%	0,650%
	Grans Magatzems	831	954	1.118	1.504	0,430%	0,490%	0,580%	0,780%
	Mag. Populars	58	61	64	73	0,120%	0,130%	0,140%	0,150%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-15.159</b>	<b>-9.688</b>	<b>-2.394</b>	<b>2.890</b>	<b>-0,940%</b>	<b>-0,600%</b>	<b>-0,150%</b>	<b>0,180%</b>
<b>Total</b>	<b>-88.499</b>	<b>-80.796</b>	<b>-70.526</b>	<b>-58.246</b>	<b>-2,300%</b>	<b>-2,100%</b>	<b>-1,830%</b>	<b>-1,520%</b>	

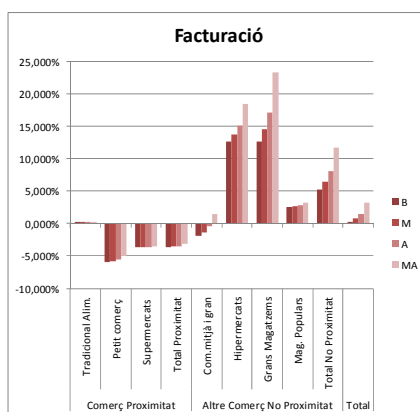


NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.



Figura A.2.8. Dies Festius 42 (+34).

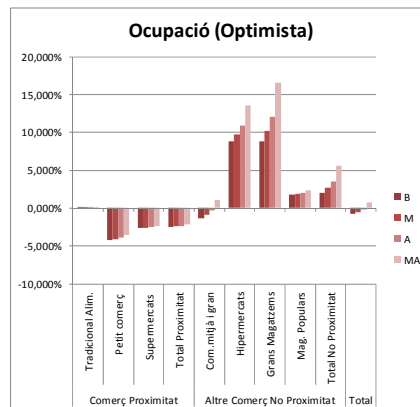
Facturació (Milers d'euros)					Percentatge				
		Nivell							
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiconal Alim.	4.039	4.039	4.039	4.039	0,270%	0,270%	0,270%	0,270%
	Petit comerç	-148.148	-143.522	-137.354	-122.859	-6,000%	-5,810%	-5,570%	-4,980%
	Supermercats	-73.627	-72.911	-71.955	-69.709	-3,680%	-3,650%	-3,600%	-3,490%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-217.736</b>	<b>-212.393</b>	<b>-205.270</b>	<b>-188.529</b>	<b>-3,670%</b>	<b>-3,580%</b>	<b>-3,460%</b>	<b>-3,170%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-41.022	-27.721	-9.987	31.690	-1,950%	-1,320%	-0,470%	1,510%
	Hipermercats	53.105	57.558	63.494	77.444	12,640%	13,690%	15,110%	18,430%
	Grans Magatzems	219.423	253.557	299.070	406.025	12,570%	14,520%	17,130%	23,250%
	Mag. Populars	5.389	5.633	5.960	6.727	2,570%	2,690%	2,850%	3,210%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>236.895</b>	<b>289.027</b>	<b>358.537</b>	<b>521.886</b>	<b>5,290%</b>	<b>6,450%</b>	<b>8,010%</b>	<b>11,650%</b>
<b>Total</b>	<b>19.158</b>	<b>76.634</b>	<b>153.268</b>	<b>333.357</b>	<b>0,180%</b>	<b>0,740%</b>	<b>1,470%</b>	<b>3,200%</b>	



Quota					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiconal Alim.	0,01%	-0,06%	-0,17%	-0,40%
	Petit comerç	-1,46%	-1,54%	-1,64%	-1,88%
	Supermercats	-0,74%	-0,83%	-0,96%	-1,24%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-2,19%</b>	<b>-2,44%</b>	<b>-2,77%</b>	<b>-3,52%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-0,43%	-0,41%	-0,39%	-0,33%
	Hipermercats	0,50%	0,52%	0,54%	0,60%
	Grans Magatzems	2,07%	2,29%	2,59%	3,26%
	Mag. Populars	0,05%	0,04%	0,03%	0,00%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>2,19%</b>	<b>2,44%</b>	<b>2,77%</b>	<b>3,52%</b>
<b>Total</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	

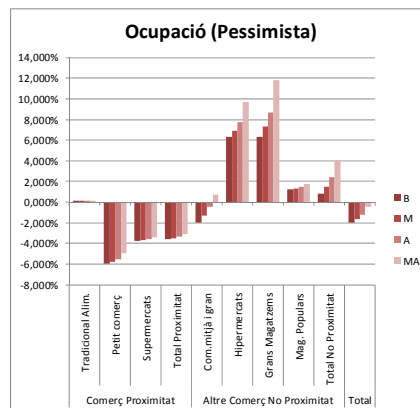
Ocupació (Optimista)					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiconal Alim.	29	29	29	29
	Petit comerç	-919	-890	-852	-762
	Supermercats	-339	-334	-329	-315
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-1.229</b>	<b>-1.196</b>	<b>-1.152</b>	<b>-1.048</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-254	-172	-62	197
	Hipermercats	364	400	448	561
	Grans Magatzems	458	531	630	861
	Mag. Populars	22	24	26	30
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>590</b>	<b>783</b>	<b>1.041</b>	<b>1.648</b>
<b>Total</b>	<b>-640</b>	<b>-413</b>	<b>-111</b>	<b>600</b>	

Percentatge				
B	M	A	MA	
0,190%	0,190%	0,190%	0,190%	
-4,200%	-4,070%	-3,900%	-3,480%	
-2,600%	-2,570%	-2,520%	-2,420%	
<b>-2,470%</b>	<b>-2,400%</b>	<b>-2,320%</b>	<b>-2,110%</b>	
-1,370%	-0,920%	-0,330%	1,060%	
8,830%	9,710%	10,870%	13,600%	
8,790%	10,210%	12,100%	16,540%	
1,780%	1,890%	2,030%	2,380%	
<b>2,020%</b>	<b>2,680%</b>	<b>3,560%</b>	<b>5,640%</b>	
-0,810%	-0,520%	-0,140%	0,760%	



Ocupació (Pessimista)					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiconal Alim.	20	20	20	20
	Petit comerç	-1.313	-1.272	-1.217	-1.089
	Supermercats	-484	-478	-469	-450
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-1.776</b>	<b>-1.729</b>	<b>-1.666</b>	<b>-1.518</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-364	-246	-89	140
	Hipermercats	260	286	320	400
	Grans Magatzems	327	380	450	615
	Mag. Populars	16	17	18	21
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>239</b>	<b>437</b>	<b>700</b>	<b>1.177</b>
<b>Total</b>	<b>-1.537</b>	<b>-1.293</b>	<b>-967</b>	<b>-341</b>	

Percentatge				
B	M	A	MA	
0,140%	0,140%	0,140%	0,140%	
-6,000%	-5,810%	-5,570%	-4,980%	
-3,720%	-3,670%	-3,610%	-3,450%	
<b>-3,570%</b>	<b>-3,480%</b>	<b>-3,350%</b>	<b>-3,050%</b>	
-1,950%	-1,320%	-0,470%	0,750%	
6,310%	6,930%	7,760%	9,720%	
6,280%	7,290%	8,640%	11,820%	
1,270%	1,350%	1,450%	1,700%	
<b>0,820%</b>	<b>1,490%</b>	<b>2,390%</b>	<b>4,030%</b>	
-1,950%	-1,640%	-1,220%	-0,430%	

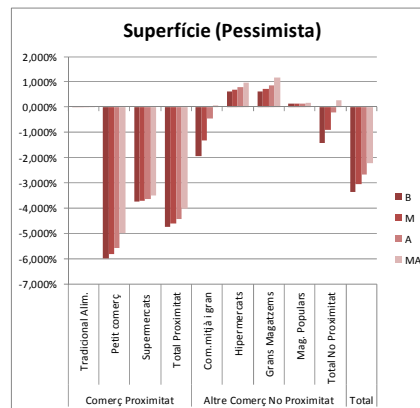
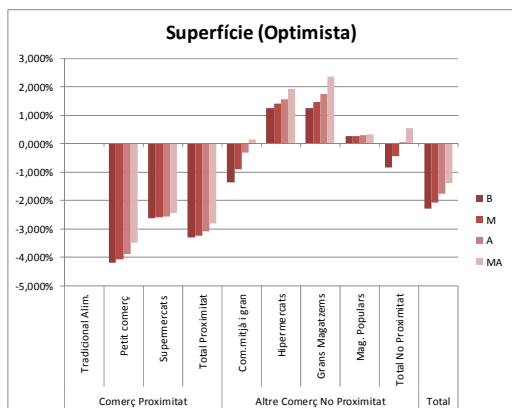


Superfície (m2, Optimista)					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiconal Alim.	81	81	81	81
	Petit comerç	-62.203	-60.261	-57.671	-51.585
	Supermercats	-12.160	-12.008	-11.804	-11.327
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-74.282</b>	<b>-72.187</b>	<b>-69.395</b>	<b>-62.831</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-17.224	-11.639	-4.193	1.901
	Hipermercats	1.340	1.473	1.649	2.064
	Grans Magatzems	2.432	2.824	3.347	4.576
	Mag. Populars	119	126	136	159
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-13.333</b>	<b>-7.216</b>	<b>940</b>	<b>8.700</b>
<b>Total</b>	<b>-87.615</b>	<b>-79.403</b>	<b>-68.455</b>	<b>-54.131</b>	

Percentatge				
B	M	A	MA	
0,030%	0,030%	0,030%	0,030%	
-4,200%	-4,070%	-3,900%	-3,480%	
-2,630%	-2,600%	-2,560%	-2,450%	
<b>-3,320%</b>	<b>-3,230%</b>	<b>-3,100%</b>	<b>-2,810%</b>	
-1,370%	-0,920%	-0,330%	0,150%	
1,260%	1,390%	1,550%	1,940%	
1,260%	1,460%	1,730%	2,360%	
0,250%	0,270%	0,290%	0,340%	
<b>-0,830%</b>	<b>-0,450%</b>	<b>0,060%</b>	<b>0,540%</b>	
-2,280%	-2,070%	-1,780%	-1,410%	

Superfície (m2, Pessimista)					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradiconal Alim.	40	40	40	40
	Petit comerç	-88.861	-86.087	-82.387	-73.693
	Supermercats	-17.372	-17.154	-16.864	-16.181
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-106.192</b>	<b>-103.200</b>	<b>-99.210</b>	<b>-89.834</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-24.606	-16.628	-5.990	950
	Hipermercats	670	736	825	1.032
	Grans Magatzems	1.216	1.412	1.674	2.288
	Mag. Populars	59	63	68	80
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-22.660</b>	<b>-14.416</b>	<b>-3.424</b>	<b>4.350</b>
<b>Total</b>	<b>-128.852</b>	<b>-117.616</b>	<b>-102.634</b>	<b>-85.484</b>	

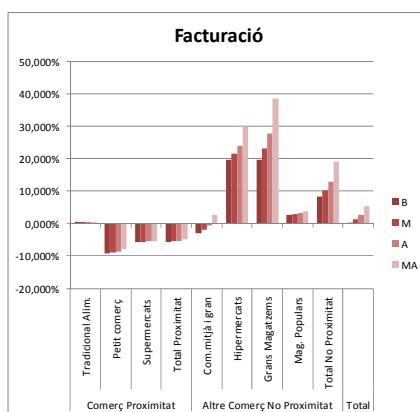
Percentatge				
B	M	A	MA	
0,010%	0,010%	0,010%	0,010%	
-6,000%	-5,810%	-5,570%	-4,980%	
-3,760%	-3,720%	-3,650%	-3,500%	
<b>-4,750%</b>	<b>-4,610%</b>	<b>-4,440%</b>	<b>-4,020%</b>	
-1,950%	-1,320%	-0,470%	0,080%	
0,630%	0,690%	0,780%	0,970%	
0,630%	0,730%	0,860%	1,180%	
0,130%	0,130%	0,150%	0,170%	
<b>-1,410%</b>	<b>-0,900%</b>	<b>-0,210%</b>	<b>0,270%</b>	
-3,350%	-3,060%	-2,670%	-2,220%	



NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.

Figura A.2.9. Dies Festius 58 (+50).

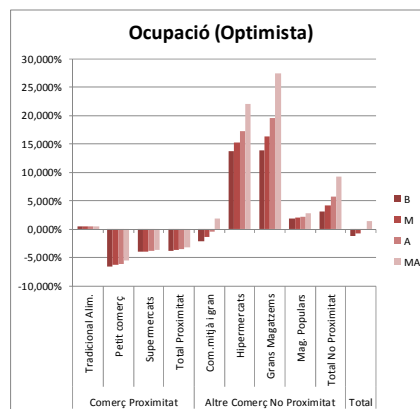
Facturació (Milers d'euros)					Percentatge				
		Nivell							
		B	M	A	MA	B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	8.538	8.538	8.538	8.538	0,580%	0,580%	0,580%	0,580%
	Petit comerç	-230.321	-223.532	-214.479	-193.207	-9,330%	-9,060%	-8,690%	-7,830%
	Supermercats	-112.722	-111.523	-109.924	-106.167	-5,640%	-5,580%	-5,500%	-5,310%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-334.505</b>	<b>-326.517</b>	<b>-315.866</b>	<b>-290.837</b>	<b>-5,630%</b>	<b>-5,500%</b>	<b>-5,320%</b>	<b>-4,900%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-64.742	-42.582	-13.035	56.401	-3,080%	-2,030%	-0,620%	2,680%
	Hipermercats	82.441	90.230	100.617	125.024	19,610%	21,470%	23,940%	29,750%
	Grans Magatzems	343.892	403.615	483.246	670.378	19,700%	23,120%	27,680%	38,390%
	Mag. Populars	5.596	5.981	6.495	7.701	2,670%	2,860%	3,100%	3,680%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>367.187</b>	<b>457.245</b>	<b>577.322</b>	<b>859.505</b>	<b>8,200%</b>	<b>10,210%</b>	<b>12,890%</b>	<b>19,190%</b>
<b>Total</b>	<b>32.682</b>	<b>130.728</b>	<b>261.456</b>	<b>568.668</b>	<b>0,310%</b>	<b>1,250%</b>	<b>2,510%</b>	<b>5,460%</b>	



Quota					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	0,04%	-0,09%	-0,27%	-0,65%
	Petit comerç	-2,28%	-2,41%	-2,59%	-2,98%
	Supermercats	-1,14%	-1,29%	-1,50%	-1,96%
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-3,38%</b>	<b>-3,80%</b>	<b>-4,35%</b>	<b>-5,60%</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-0,68%	-0,65%	-0,62%	-0,53%
	Hipermercats	0,78%	0,81%	0,84%	0,93%
	Grans Magatzems	3,24%	3,62%	4,11%	5,23%
	Mag. Populars	0,05%	0,03%	0,01%	-0,03%
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>3,38%</b>	<b>3,80%</b>	<b>4,35%</b>	<b>5,60%</b>
<b>Total</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	

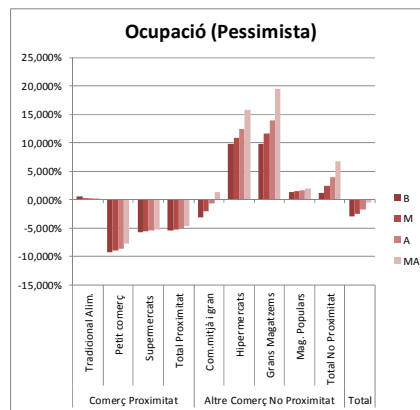
Ocupació (Optimista)					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	60	60	60	60
	Petit comerç	-1.429	-1.387	-1.330	-1.199
	Supermercats	-518	-511	-501	-478
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-1.887</b>	<b>-1.837</b>	<b>-1.771</b>	<b>-1.616</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-402	-264	-81	350
	Hipermercats	566	629	713	910
	Grans Magatzems	718	847	1.019	1.424
	Mag. Populars	23	25	28	35
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>905</b>	<b>1.237</b>	<b>1.679</b>	<b>2.719</b>
<b>Total</b>	<b>-981</b>	<b>-600</b>	<b>-92</b>	<b>1.102</b>	

Percentatge				
B	M	A	MA	
0,410%	0,410%	0,410%	0,410%	
-6,530%	-6,340%	-6,080%	-5,480%	
-3,980%	-3,920%	-3,850%	-3,670%	
<b>-3,790%</b>	<b>-3,690%</b>	<b>-3,560%</b>	<b>-3,250%</b>	
-2,160%	-1,420%	-0,430%	1,880%	
13,740%	15,270%	17,300%	22,090%	
13,790%	16,270%	19,580%	27,350%	
1,840%	2,010%	2,240%	2,780%	
<b>3,100%</b>	<b>4,230%</b>	<b>5,750%</b>	<b>9,310%</b>	
-1,240%	-0,760%	-0,120%	1,400%	



Ocupació (Pessimista)					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	86	43	43	43
	Petit comerç	-2.041	-1.981	-1.901	-1.712
	Supermercats	-741	-730	-716	-683
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-2.695</b>	<b>-2.668</b>	<b>-2.574</b>	<b>-2.352</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-574	-377	-116	250
	Hipermercats	404	449	509	650
	Grans Magatzems	513	605	728	1.017
	Mag. Populars	17	18	20	25
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>360</b>	<b>695</b>	<b>1.142</b>	<b>1.942</b>
<b>Total</b>	<b>-2.336</b>	<b>-1.973</b>	<b>-1.432</b>	<b>-411</b>	

Percentatge				
B	M	A	MA	
0,580%	0,290%	0,290%	0,290%	
-6,530%	-6,340%	-6,080%	-5,480%	
-5,690%	-5,610%	-5,500%	-5,250%	
<b>-5,420%</b>	<b>-5,360%</b>	<b>-5,170%</b>	<b>-4,730%</b>	
-3,080%	-2,030%	-0,620%	1,340%	
9,820%	10,910%	12,360%	15,780%	
9,850%	11,620%	13,990%	19,540%	
1,310%	1,440%	1,600%	1,990%	
<b>1,230%</b>	<b>2,380%</b>	<b>3,910%</b>	<b>6,650%</b>	
-2,960%	-2,500%	-1,810%	-0,520%	

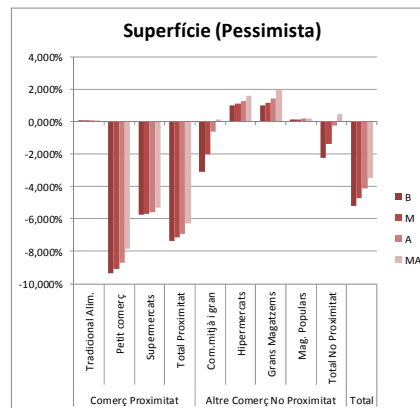
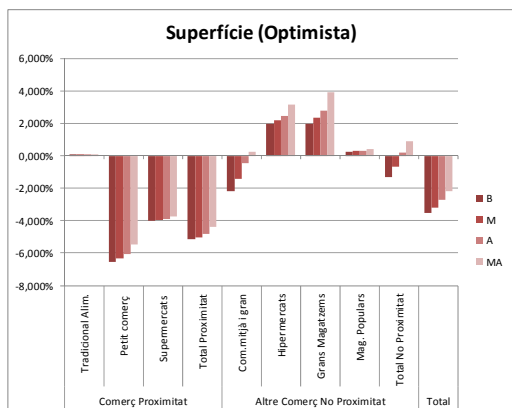


Superfície (m2, Optimista)					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	171	171	171	171
	Petit comerç	-96.705	-93.854	-90.054	-81.122
	Supermercats	-18.605	-18.350	-18.010	-17.212
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-115.139</b>	<b>-112.034</b>	<b>-107.893</b>	<b>-98.163</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-27.183	-17.879	-5.473	3.383
	Hipermercats	2.085	2.317	2.625	3.351
	Grans Magatzems	3.815	4.501	5.416	7.566
	Mag. Populars	123	135	150	186
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-21.161</b>	<b>-10.927</b>	<b>2.718</b>	<b>14.486</b>
<b>Total</b>	<b>-136.300</b>	<b>-122.961</b>	<b>-105.175</b>	<b>-83.677</b>	

Percentatge				
B	M	A	MA	
0,060%	0,060%	0,060%	0,060%	
-9,330%	-9,060%	-8,690%	-7,830%	
-4,030%	-3,970%	-3,900%	-3,730%	
<b>-5,150%</b>	<b>-5,010%</b>	<b>-4,820%</b>	<b>-4,390%</b>	
-2,160%	-1,420%	-0,430%	0,270%	
1,960%	2,180%	2,470%	3,160%	
1,970%	2,320%	2,800%	3,910%	
0,260%	0,290%	0,320%	0,400%	
<b>-1,320%</b>	<b>-0,680%</b>	<b>0,170%</b>	<b>0,900%</b>	
-3,550%	-3,200%	-2,740%	-2,180%	

Superfície (m2, Pessimista)					
		B	M	A	MA
Comerç Proximitat	Tradicional Alim.	85	85	85	85
	Petit comerç	-138.150	-134.078	-128.648	-115.889
	Supermercats	-26.578	-26.214	-25.729	-24.589
	<b>Total Proximitat</b>	<b>-164.643</b>	<b>-160.207</b>	<b>-154.292</b>	<b>-140.392</b>
Altre Comerç No Proximitat	Com.mitjà i gran	-38.834	-25.541	-7.818	1.692
	Hipermercats	1.042	1.158	1.313	1.676
	Grans Magatzems	1.907	2.250	2.708	3.783
	Mag. Populars	62	67	75	93
	<b>Total No Proximitat</b>	<b>-35.822</b>	<b>-22.065</b>	<b>-3.723</b>	<b>7.243</b>
<b>Total</b>	<b>-200.465</b>	<b>-182.272</b>	<b>-158.015</b>	<b>-133.149</b>	

Percentatge				
B	M	A	MA	
0,030%	0,030%	0,030%	0,030%	
-9,330%	-9,060%	-8,690%	-7,830%	
-5,760%	-5,680%	-5,570%	-5,330%	
<b>-7,360%</b>	<b>-7,160%</b>	<b>-6,900%</b>	<b>-6,280%</b>	
-3,080%	-2,030%	-0,620%	0,130%	
0,980%	1,090%	1,240%	1,580%	
0,990%	1,160%	1,400%	1,950%	
0,130%	0,140%	0,160%	0,200%	
<b>-2,230%</b>	<b>-1,370%</b>	<b>-0,230%</b>	<b>0,450%</b>	
-5,210%	-4,740%	-4,110%	-3,460%	



NOTA: On B fa referència a l'Escenari Baix, M a l'Escenari Mig, A a l'Escenari Alt i MA a l'Escenari Molt Alt.