

***MAPA DE LA INTERNACIONALITZACIÓ DE LES
EMPRESSES CATALANES DE RETAIL***

© 2018. ESCI-UPF

Treball elaborat per: Mercè Roca, Pelayo Corella, Rosa Colomé, Marta Segura

*Suport a la recerca: Guillem Artigau, Mercè Capell, Blanca Fabian, Paula Martínez,
Karla Aquino*

ÍNDIX

<i>INTRODUCCIÓ</i>	4
<i>1. CARACTERITZACIÓ DEL RETAIL CATALÀ I LA SEVA INTERNACIONALITZACIÓ</i>	5
<i>1.1. Definició de retail</i>	5
<i>1.2. Canvis recents en el retail</i>	9
<i>2. OBJECTIUS I METODOLOGIA EMPRADA</i>	13
<i>3. DELIMITACIÓ DE LES EMPRESES ANALITZADES</i>	16
<i>3.1. Criteris d'inclusió</i>	16
<i>3.2. Procés de cerca, depuració i obtenció del directori analitzat</i>	18
<i>3.3. Llistat d'empreses</i>	19
<i>4. VARIABLES DE CARACTERITZACIÓ DEL RETAIL CATALÀ INTERNACIONAL</i>	24
<i>5. BASE DE DADES I ANÀLISI ESTADÍSTICA</i>	26
<i>5.1. Caracterització de la base de dades</i>	26
<i>5.2. Caracterització de l'activitat empresarial</i>	27
<i>5.3. Caracterització de l'activitat internacional</i>	31
<i>5.4. Caracterització per tipologia d'establiment físics</i>	38
<i>5.5. Caracterització per l'ús del comerç electrònic</i>	43
<i>6. CONCLUSIONS</i>	47
<i>7. LIMITACIONS I FUTURES LÍNIES DE RECERCA</i>	51
<i>ANNEXOS</i>	53
<i>FONTS D'INFORMACIÓ</i>	77

INTRODUCCIÓ

El *retail* català té un elevat potencial de creixement. Nombroses empreses d'aquest sector han protagonitzat processos d'obertura de nous mercats, que han permès guanyar dimensionament per fer front a l'entorn competitiu. El creixement internacional de les empreses catalanes de *retail* ha comportat el desenvolupament de nous canals de venda directa; en nombrosos casos, amb l'establiment de punts de venda física a l'exterior.

L'objectiu d'aquest treball és elaborar un mapa de les principals empreses catalanes del *retail* amb presència internacional, per tal d'identificar les característiques i els trets distintius de les empreses del sector que han fet el salt a l'exterior. La seva anàlisi té com a finalitat facilitar tota la informació per a la presa de decisions orientades a desenvolupar polítiques per potenciar la internacionalització de les empreses de *retail*.

Per donar resposta a aquest objectiu, el treball s'estructura en els següents apartats:

Apartat 1. Caracterització del sector del *retail* català i les seves vies d'internacionalització.

Apartat 2. Presentació dels objectius específics del projecte i la metodologia emprada. S'assenyalen quines han estat les principals fonts de dades i els procediments realitzats per assolir els objectius de l'estudi.

Apartat 3. Delimitació de les característiques del conjunt d'empreses que s'analitzen a l'estudi. S'hi especifiquen els criteris de cerca i inclusió d'empreses que determinen l'abast del sector del *retail* internacional català considerat.

Apartat 4. Delimitació del llistat de variables de caracterització de les empreses de *retail* internacional catalanes més importants per nivell de facturació.

Apartat 5. Anàlisi estadística per a la caracterització de les empreses de *retail* internacional catalanes més importants per nivell de facturació.

Apartat 6. Conclusions. Principals resultats de l'estudi.

Apartat 7. Limitacions i futures línies de recerca.

1. CARACTERITZACIÓ DEL RETAIL CATALÀ I LA SEVA INTERNACIONALITZACIÓ

1.1. Definició de retail

Què és i què s'entén per *retail*? De manera molt sintètica, podríem dir que és la venda directa de béns i serveis al consumidor final per part d'un distribuïdor minorista. Tot i així, aquesta descripció ha quedat superada per l'evolució del sector en aquests darrers anys.

Si bé el *retail* ha de complir la màxima d'estar en contacte amb el client final, els actors i els canals que conformen el panorama comercial actual han variat notablement en els darrers anys i ha guanyat en complexitat. Avui, el *retail* és molt més polièdric i enrevessat que anys enrere.

D'una banda, els actors: en el passat, el paper de distribuïdor era diferent del de fabricant, ja que els primers venien i els segons, fabricaven. Ara, però, tots poden produir i vendre alhora.

De l'altra, el canals de venda: la multiplicació dels canals, fruit d'una accelerada evolució del sector, condicionava les polítiques d'expansió en base al model de negoci de cada empresa. Hi havia empreses que amb un model contrastat en un únic canal, creixien amb força i determinació; d'altres, amb més flexibilitat, eren capaces de treballar i expandir-se a través de diferents canals amb un creixement més variat.

La irrupció del món digital i, en particular, l'adveniment dels *pure players* ha obligat a repensar l'estratègia a totes les empreses. Ara, són poques les empreses internacionalitzades que no combinen l'*on-line* amb l'*off-line*.

1.1.1. Fabricants i distribuïdors

Ara mateix, la diferència entre fabricant i distribuïdor és poc clara perquè molts d'ells duen a terme aquesta doble tasca d'una manera primària o secundària en una simbiosi quasi perfecta que complica, i molt, el panorama comercial. Aquest és ara més complet i transversal, a la vegada que més competitiu.

Molts fabricants han volgut desenvolupar la cadena de valor per arribar al client final i gaudir d'un contacte més directe i permanent amb el consumidor. D'aquesta manera, tenen informació de primera mà sobre els gustos i les tendències i, molt important, controlen sense intermediaris l'atenció al client i el servei de postvenda. Tot i així, hi ha altres raons per defensar aquesta verticalització de dalt a baix: s'eliminen intermediaris i es potencia el valor de la marca. En els punts de venda propis, només hi ha la seva marca i aquesta té tot l'escenari per projectar els seus valors, el seu posicionament i buscar la complicitat del consumidor. El sector de la moda ha estat clarament l'exemple a seguir.

Ara bé, també s'ha produït una verticalització a la inversa, de baix a dalt: distribuïdors o *retailers* que han estat capaços de prescindir de fabricants de tota la vida per desenvolupar la seva pròpia marca. Aquesta tendència va ser impulsada, inicialment, pel gran consum. Grans cadenes de supermercats i hipermercats que, gràcies a la seva notorietat i al gran volum de clientela, tenien la possibilitat d'oferir productes sota la seva ensenya. Les raons són conegudes: el preu era i és més competitiu, doncs la marca no ha de realitzar cap campanya de màrqueting ni de promoció. És una manera de fidelitzar pel factor preu, reforçant el vincle del distribuïdor amb el consumidor. El que va començar en el gran consum i especialment en el món de l'alimentació, ara s'ha estès a altres sectors i segments de mercats.

1.1.2. Canals de venda

En el context actual s'ha donat pas a una varietat i complexitat de canals de distribució que permet que cada empresa dissenyi la seva presència en el mercat en funció dels seus recursos i capacitats. Clarament, la irrupció del món digital ha obligat a les

empreses a repensar el model, a dissenyar noves estratègies i a buscar al seu client que es mou indistintament tant en el món virtual com en el físic. Això suposa la necessitat de comptar amb més recursos (operacionals i financers), més *know-how* i més flexibilitat en la gestió empresarial per buscar la fórmula que s'adapti a les possibilitats de cada empresa.

Els principals canals de distribució del món del *retail* en el context actual són els següents:

- **Show-room:** és un escenari que permet que els clients puguin contemplar el producte en un entorn òptim, utilitzat per les empreses que des del món de la fabricació s'acosten al món de la distribució. Aquestes iniciatives solen venir associades amb el desenvolupament de nous canals de venda complementaris, ja sigui la venda *on-line*, el multimarca (*wholesale*) o la creació de punts de venda propis.
- **Venda no sedentària i fires:** són punts de venda duts a terme fora d'un establiment físic permanent. Donen servei de manera periòdica a una població i en el cas de les fires solen ser una bona plataforma per a la promoció de les empreses emergents, que tenen el primer contacte amb el client i analitzar, així, de manera directa, quin és l'impacte del seu producte. És també, en molts casos, una fase iniciàtica en la vida de moltes empreses, com *startups* i emprenedors, en el món de la distribució.
- **Botiga pròpia:** és un espai físic on les empreses venen el seus productes i es transmeten els valors propis de les seves marques.
- **Multimarca:** és un establiment especialitzat que té un catàleg de productes i marques variat de fabricants diversos. En alguns casos, sobretot en empreses que han aconseguit una massa crítica suficient de vendes i de punts de venda, aquestes són capaces de desenvolupar marca pròpia sense perdre la filosofia inicial de vendre marques de fabricants.
- **Franquícia:** és una fórmula utilitzada per les empreses sota el qual el propietari de la marca, a canvi d'uns *royalties* i comissions, cedeix l'ús de la marca, el producte o servei i el *know how* de l'empresa a socis que són els propietaris del

punt de venda (i per tant, els que arrisquen el capital). El punt de venda ha de reproduir la imatge i vendre els productes amb les condicions prefixades per la central franquiciadora.

- **Supermercat:** establiment d'autoservei, especialitzat en alimentació, higiene, articles de neteja, perfumeria i roba, principalment, d'un dimensionament mitjà i normalment localitzat als centres urbans. Solen formar part de cadenes amb marca reconeguda pels consumidors, independentment de la propietat (franquícia o establiment propi de la cadena).
- **Hipermercat:** establiment d'autoservei, amb una varietat normalment superior de productes que el supermercat i d'un dimensionament superior.
- **Grans magatzems:** establiments de gran dimensionament, amb un ventall de productes molt variat, que es diferencia d'altres grans formats pel servei i l'atenció a la clientela.
- **Corner:** també coneguts com *shop in shop* en anglès, són espais localitzats normalment a grans magatzems on una marca ven el seu producte projectant la seva imatge. En molts casos, és la pròpia marca la responsable de la gestió de l'espai, que el gran magatzem cedeix a canvi d'un lloguer i/o un percentatge de les vendes.
- **Vending:** venda en màquines expenedores especialitzades en localitzacions variades depenent del producte a la venda (normalment, en espais públics i en centres de pas, com estacions de transport).
- **Outlet:** establiment comercial especialitzat en la venda de productes d'altres temporades. És un dels canals que més impacte ha tingut en els darrers anys, ja que moltes empreses l'han desenvolupat per intentar recuperar part de la inversió del producte no venut al finalitzar el període de rebaixes.
- **Pop-up:** botigues temporals que les empreses utilitzen per posar a la venda productes associats a una determinada temporada (Sant Valentí, Halloween, Nadal, etc.), per donar-se a conèixer en un mercat nou o per promocionar-se i reforçar el seu posicionament en el marc d'una nova localització o d'un esdeveniment significatiu.

- **e-Commerce:** és el canal de venda *on-line* que les empreses desenvolupen a través del seu propi lloc web.
- **e-Marketplace:** és un canal de la venda *on-line* mitjançant operadors externs. Aquestes plataformes acostumen a tenir una forta implantació i posen al servei de les empreses un fort posicionament a la xarxa, brindant accés a una audiència més àmplia o complementària a la que podrien abastar les empreses per si mateixes.
- **Venda flash:** nascudes en el nou entorn *on-line*, són plataformes que compten amb una extensa base de clients/consumidors als quals ofereixen de manera temporal i amb importants descomptes, els productes de diverses empreses.

1.2. Canvis recents en el retail

L'evolució i verticalització del sector ha provocat profunds canvis en la distribució comercial. No ha estat en cap cas fruit de la casualitat sinó conseqüència d'un context històric marcat per la globalització.

Gràcies a aquesta globalització, en el context internacional, s'han accelerat els intercanvis comercials, les inversions i, com a resultat, els processos d'expansió internacional: primer, amb la recerca de nous proveïdors i, després, amb la creació de nous punts de venda en altres països.

Des dels anys 80 i 90, la creixent competència i l'entrada de nous operadors internacionals va obligar a moltes empreses catalanes a fer un canvi en els processos de gestió apostant per una profunda professionalització.

L'estructura empresarial del comerç català havia estat, tradicionalment, la de petites empreses familiars. Aquesta professionalització va provocar una millora holística en moltes empreses: la recerca de nous proveïdors, molts d'ells internacionals, va consolidar i/o incrementar els marges; la creació de nous departaments va permetre una major especialització en àmbits com l'operativa, les finances o el màrqueting.

En definitiva, la professionalització va comportar la consolidació del valor de marca de les empreses gràcies a la notorietat que donava l'obertura de nous punts de venda. Aquest creixement empresarial va comportar, addicionalment, noves oportunitats: economies d'escala, més *know-how*, més dimensionament i, en darrera instància, una menor dependència d'un únic mercat.

Les empreses que van donar aquest pas van canviar el *frame* mental: havien deixat de ser botiguers per ser empresaris. Havien deixat de ser propietaris d'un punt de venda per crear una xarxa en constant expansió. Aquesta expansió va ser la que va permetre traspasar els límits nacionals i obrir punts de venda a l'estranger.

Aquesta evolució, que amb comptadíssimes excepcions es va començar a transitar entre els anys 90 i els primers anys del segle XXI, ha creat una creixent dualització en el sector: establiments convertits en cadenes en expansió (nacional i internacional) davant d'establiments que continuen exercint un rol determinant en l'oferta comercial local i conformant la realitat comercial de les ciutats i pobles del país, però que no estan en situació de plantejar-se fer un salt d'aquesta magnitud.

La irrupció del comerç electrònic ha estat l'altre factor determinant a l'hora de configurar la realitat actual. Fins als inicis d'aquest segle, el discurs dominant al món del comerç estava centrat en la legislació: l'obertura de festius, el nombre d'hores i la localització especialment de les grans superfícies comercials.

Fa 20 anys enrere es parlava de les lleis d'equipaments comercials, de la política de dinamització comercial, dels plans territorials sectorials d'equipaments comercials (PTSEC), de les trames urbanes consolidades (TUC) o dels 8 festius i 72 hores d'obertura. Ara mateix, el tradicional enfrontament entre grans i petits ha quedat superat per l'impacte de l'*on-line*.

La irrupció d'Amazon, Alibaba, Zalando, Yoox, Asos i moltes altres companyies obliguen a repensar l'estratègia. Ara, el nou paradigma és l'omnicanalitat: el que és

important és que la marca arribi al seu client independentment del canal que utilitzi. Els *outlets on-line*, les ofertes i descomptes permanents, la consolidació de noves festes del consum, com el *Black Friday*, obliguen a repensar el model de rebaixes i, en definitiva, l'estratègia de venda de les marques, així com el marc legal actual.

Així les coses, l'evolució del comerç ha provocat una major concentració. La mateixa oferta en menys mans. I així ho assenyalen les estadístiques oficials. Segons IDESCAT, mentre al 2009 hi havia a Catalunya 78.336 empreses detallistes o minoristes (sense comptar la venda i reparació de vehicles de motor) i 98.015 establiments comercials, al 2015, aquesta xifra havia minvat fins a les 71.856 empreses i els 90.221 establiments.

És a dir, va haver-hi una reducció del nombre d'establiments i una major concentració comercial en menys operadors. Aquesta és una dada molt significativa que ve reforçada per una altra: la de la mà d'obra. Mentre que al 2009, les persones ocupades eren quasi 297.000 persones, de les que 221.000 eres assalariades (la resta, autònoms); al 2015, el nombre de persones ocupades era de 220.427, de les quals, 228.446 eren assalariats.

Aquesta davallada s'explica per una doble variant: el tancament de negocis d'emprenedors i, entre les cadenes, la reorganització de moltes d'elles, en alguns casos apostant per la concentració en menys i més grans locals.

Aquest procés de canvi i transformació s'ha vist directament afectat per la crisi econòmica que durant aquests anys va impactar al consum. L'augment de l'atur i de la pressió fiscal, que redueix la renda disponible, va provocar que el volum de negoci, segons IDESCAT, s'estanqués amb un creixement acumulat residual: de 36.912 MEUR al 2009 es va passar als 38.607 MEUR al 2015¹.

¹ Aquestes xifres corresponen al comerç al detall i no inclouen ni el comerç a l'engròs ni la venda i reparació de vehicles de motor. Més informació: <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=510&t=2015>

Així doncs, la sortida natural per a moltes empreses, especialment aquelles que havien iniciat el procés de professionalització, va ser la d'encetar l'aventura internacional per buscar noves oportunitats de negoci que permetessin mantenir el creixement.

2. OBJECTIUS I METODOLOGIA EMPRADA

El principal objectiu del treball que aquí es presenta ha estat el d'obtenir un llistat i la caracterització de les empreses catalanes amb més facturació que tenen activitat de *retail* internacional.

Els següents són els objectius específics del treball realitzat:

- Identificar les principals variables que poden tenir una incidència en la internacionalització de les empreses del sector *retail*.
- Llistar les principals empreses catalanes del sector *retail* amb presència internacional.
- Caracteritzar les principals empreses catalanes del sector *retail* amb presència internacional per subsectors d'activitat, fent-ne un dimensionament per facturació i nombre de treballadors.
- Identificar els principals canals de distribució emprats per les empreses de *retail* internacionals catalanes.

A continuació s'enumeren les principals etapes del procés d'investigació, les fonts de dades i metodologia emprada.

1. Delimitació de les activitats del conjunt d'empreses que formen part de l'estudi.

S'ha fet una definició de les empreses objecte d'estudi en base als següents criteris:

- a. Abast geogràfic: determinat per la localització de les seues socials de les empreses i la procedència originària de l'empresa.
- b. Volum de negoci: empreses amb un mínim de facturació.
- c. Activitats empresarials considerades: determinades pels codis CNAE i IAE associats a l'empresa en funció de la seva vinculació a activitats de *retail*.

- d. Activitats empresarials excloses de l'estudi: llistat d'activitats que queden excloses de l'estudi degut a la seva singularitat.
- e. Tipologia d'activitat internacional requerida: s'ha determinat quina forma de presència nacional i internacional ha de tenir l'empresa per tal de ser considerada a l'estudi.

2. *Extracció del llistat d'empreses que compleixen els criteris d'abast geogràfic i tipologia d'activitat mitjançant la base de dades SABÍ².*

Com a resultat d'aquest treball s'ha obtingut un llistat de totes les empreses presents al SABÍ que es troben actives, tenen seu social a Catalunya i tenen codis CNAE o IAE primaris o secundaris associats a activitats que poden ser de *retail*.

3. *Depuració de la base de dades obtinguda del SABÍ per tal d'obtenir el llistat de les empreses catalanes de retail internacional de major facturació.*

Per fer la depuració s'han utilitzat dades secundàries com són les web de les empreses, publicacions sectorials i directoris públics. S'ha comprovat l'adequació de l'activitat de les empreses del llistat base als criteris utilitzats per a la definició de les empreses a incloure a l'estudi.

4. *Cerca de les dades de caracterització de les empreses de major facturació que compleixen amb la definició establerta de retail internacional català.*

La caracterització s'ha realitzat fent ús de les dades que conté el SABÍ, fent cerca a les web de les empreses, a les seves memòries públiques i altres dades secundàries, així com, quan ha convingut, contactant directament amb les empreses.

² Sistema de Análisis de Balances Ibéricos.

5. *Anàlisi estadística descriptiva de les principals variables de caracterització de les empreses del retail internacional català.*

Anàlisi de les variables identificades com a rellevants per tal de descriure les empreses del sector *retail* i la seva dimensió internacional.

3. DELIMITACIÓ DE LES EMPRESES ANALITZADES

3.1. Criteris d'inclusió

El present estudi es centra en les empreses catalanes que realitzen comerç al detall al client final, sovint anomenades pel terme anglès *retail*. En concret, s'analitzen aquelles empreses catalanes de *retail* que tinguin activitat comercial internacional en algunes de les seves múltiples formes.

El sector *retail* actual es caracteritza per fer ús d'una gran diversitat de formats i canals comercials a l'últim graó de la cadena de distribució, per tal d'arribar directament al consumidor final. Les empreses poden tenir presència física o comercialitzar els productes directament a través del comerç electrònic. La irrupció d'aquest ha estat determinant perquè molts negocis es decideixin a explorar els mercats internacionals.

Les principals categories en les que es poden classificar les empreses del sector *retail* són les següents³:

- **Quotidià alimentari:** fruita, verdura, hortalisses; carn i derivats, aus, ous, conills, caça i derivats; peix, pesca salada i altres; pa, pastisseria, confiteria, llet i productes lactis; vins i begudes de tota mena; comerç al detall de productes d'alimentació i begudes en general: autoserveis; supermercats; plantes i herbes en herboristeries.
- **Quotidià no alimentari:** medicaments, productes sanitaris i d'higiene personal (farmàcies); tabac i articles de fumador; productes de drogueria, perfumeria i cosmètica, neteja, pintures, papers i altres productes per a la decoració i productes químics; articles per a la higiene i neteja personal.
- **Equipament de la persona:** tota mena de peces de vestir i lligadures; llenceria i cotilleria; merceria; peces especials; calçat, articles de pell i d'imitació; confeccions de pelleteria; joieria, rellotgeria i bijuteria; béns usats.

³ Agrupació realitzada en base a la CCAE-2009.

- **Equipament de la llar:** productes tèxtils, confeccions per a la llar, catifes, tapisseria; mobles (excepte els d'oficina); material i aparells elèctrics, electrodomèstics i altres aparells d'ús domèstic amb energia diferent de l'elèctrica i mobles de cuina; parament de la llar, ferreteria, adornament, regals; materials de construcció i articles i mobiliari de sanejament; portes, finestres i persianes, motllures i marcs, tarimes i parquet-mosaic, cistells i articles de cautxú; articles de bricolatge; altres articles per a l'equipament de la llar no classificats en altres llocs: llavors, flors, plantes i animals petits.
- **Lleure i cultura:** instruments musicals i els seus accessoris; segells, monedes, medalles, obres d'art; aparells mèdics, ortopèdics, òptics i fotogràfics; llibres, diaris, papereria i belles arts; joguines, articles i roba d'esport, armes i pirotècnia; vehicles aeris, marítims i fluvials.
- **Automoció i carburants:** Comerç al detall de combustible per a l'automoció a establiments especialitzats.
- **Comerç mixt i altres:** grans magatzems, altres comerços al detall en establiments no especialitzats, altre comerç al detall, comerç al detall per correspondència i per Internet, venda domiciliaria, altre tipologia de comerç al detall.

La present secció detalla els criteris que han servit per a delimitar les empreses objecte d'estudi, el procés de cerca, selecció i obtenció del llistat analitzat.

En aquest treball es consideren com a empreses de *retail* internacionals catalanes, totes aquelles empreses que compleixin el conjunt de criteris que es llisten a continuació:

1. Empreses fundades a Catalunya i amb seu social a Catalunya⁴.
2. Empreses actives que tinguin associades un codi primari o secundari de CNAE o de IAE relatiu a les activitats de comerç (veure a l'Annex 1 i 2 el llistat de CNAE i IAE considerats). L'Annex 3 presenta una taula amb la correspondència

⁴ Inclou empreses que, fundades a Catalunya, han estat comprades per capital estranger però mantenen la seu social a Catalunya.

entre la classificació d'activitats de comerç i el codi CNAE que tenen associades.

3. Empreses que facin venda directa al consumidor final. S'exclouen aquelles empreses que, tot i fer comercialització directa, no venguin al consumidor final sinó que venguin els seus productes a altres empreses o comercialitzin productes que siguin exclusivament per a ús professional.
4. Empreses que compleixin una o totes dues de les següents condicions en quant a l'activitat internacional:
 - a. Empreses que tinguin una botiga física, indistintament de la seva localització, i facin venda internacional (per qualsevol canal, inclòs majorista).
 - b. Empreses que, tot i no tenir botiga física en territori nacional o internacional, comercialitzin directament a consumidors finals de mercats internacionals (via comerç electrònic).

Queden excloses de l'estudi, aquelles empreses dedicades a activitats comercials singulars⁵ com són:

- Establiments de venda a l'engròs
- Establiments dedicats a la venda a professionals o industrials (p.ex. establiments dedicats a la venda de maquinària o materials de construcció)
- Establiments dedicats a la venda d'automoció i de carburants.
- Companyies aèries i transportistes
- Centres de jardineria i vivers
- Farmàcies (degut al marc regulador específic al que estan subjectes)

3.2. Procés de cerca, depuració i obtenció del directori analitzat

A continuació es detalla el procés realitzat per tal d'obtenir el llistat de les empreses catalanes de més facturació que compleixen els criteris d'inclusió establerts.

⁵ Adaptat de la definició d'Establiment Comercial Singular de la Direcció General de Comerç:
http://sac.gencat.cat/sacgencat/AppJava/servei_fitxa.jsp?codi=2389

Per tal de generar el llistat, s'ha utilitzat el SABI⁶. El SABI recull informació de les empreses espanyoles i portugueses que dipositen els seus comptes i memòries al registre mercantil. El portal del SABI permet fer una cerca d'empreses amb previ establiment d'opcions de filtratge. Els criteris establerts per l'obtenció de la base de dades han estat els següents:

1. Empreses actives
2. Empreses amb seu social a Catalunya en el moment de la cerca
3. Empreses amb CNAE i/o IAE primaris i/o secundaris de *retail* (veure el llistat als Annexos 1 i 2)

La cerca al SABI ha tingut com a resultat un llistat amb un total de 41.580 empreses. D'aquest llistat inicial, s'ha treballat per depurar una directori que contingui les empreses amb una facturació superior a 300.000€ que compleixen els criteris d'inclusió descrits a l'apartat 3.1. El llistat s'ha depurat manualment en base a informació secundària (pàgines web, memòries d'activitat, anuaris, etc.). En concret, s'han eliminat del llistat totes aquelles empreses que: 1) es dediquin exclusivament a activitats considerades "singulares"; 2) tinguin seu social a Catalunya però siguin originàriament estrangeres (per exemple, filials d'empreses d'origen estranger); i 3) empreses que no compleixen les condicions d'internacionalització fixades a l'apartat 3.1 (condició 4)⁷.

3.3. Llistat d'empreses

La Taula 1 presenta el llistat de les 95 d'empreses resultat del procés de cerca i depuració del directori del SABI.

⁶ Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. Extracció de 23 de maig de 2018.

⁷ Degut a la inestabilitat política i econòmica han quedat excloses empreses que, tot i ser originàries de Catalunya, no constés al SABI que tenien la seu social a Catalunya en el moment de l'extracció.

Taula 1. Llistat d'empreses analitzades

Posició	Raó social	Nom comercial	Sector activitat
1	PUNTO FA SL	MANGO	Equipament de la persona
2	CORPORACIÓN ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.	CORPORACIÓ ALIMENTÀRIA GUISSONA	Quotidià alimentari
3	ANTONIO PUIG SA	PUIG	Equipament de la persona
4	CAPRABO SA	CAPRABO	Quotidià alimentari
5	ABASIC, S.L.	DESIGUAL	Equipament de la persona
6	JOYERÍA TOUS SA	TOUS	Equipament de la persona
7	PEPE JEANS SL	PEPE JEANS	Equipament de la persona
8	MIGUEL TORRES SA	TORRES	Quotidià alimentari
9	PRIVALIA VENTA DIRECTA SAU	PRIVALIA	Comerç mixt
10	OLIMPIA MEDITERRÁNEO SA	VIAJES OLYMPIA	Quotidià no alimentari
11	GENERAL ÓPTICA SA	GENERAL OPTICA	Equipament de la persona
12	LA SIRENA ALIMENTACIÓN CONGELADA SL	LA SIRENA	Quotidià alimentari
13	CASA AMETLLER	CASA AMETLLER	Quotidià alimentari
14	ATRÁPALO SL	ATRÁPALO	Quotidià no alimentari
15	TRADEINN RETAIL SERVICES SL	TRADEINN	Equipament de la persona
16	ESTABLIMENTS VIENA SA	VIENA	Quotidià no alimentari
17	FUTBOL CLUB BARCELONA MERCHANDISING SL	FUTBOL CLUB BARCELONA	Equipament de la persona
18	ECOVERITAS	VERITAS	Quotidià alimentari
19	NEGOCIANTS SL	VILA VINATECA	Quotidià alimentari
20	ETNIA BARCELONA SL	ETNIA BARCELONA	Equipament de la persona
21	FRIDAYS PROJECT ESPAÑA SL	FRIDAYS PROJECT	Equipament de la persona
22	CASA SANTIVERI SL	SANTIVERI	Quotidià alimentari
23	CÍRCULO DE LECTORES SAU	CIRCULO DE LECTORES	Lleure i cultura
24	DIGITAL LOLA COMMERCE SAU	VENCA	Comerç mixt

25	UNIPREUS SL	WALA	<i>Equipament de la persona</i>
26	FRAG COMERCIO INTERNACIONAL S.L	MISAKO	<i>Equipament de la persona</i>
27	ORIGINAL BUFF SA	BUFF	<i>Equipament de la persona</i>
28	TORRONS VICENS SL	TORRONS VICENS	<i>Quotidià alimentari</i>
29	MOTOCARD BIKE SL	MOTOCARD	<i>Equipament de la llar</i>
30	FINANCIERA PRONOVIAS SA	PRONOVIAS	<i>Equipament de la persona</i>
31	NATURA SELECTION S.L	NATURA	<i>Quotidià no alimentari</i>
32	WEDDING PLANNER SL	BODAS.NET	<i>Comerç mixt</i>
33	BEBITUS RETAIL SLU	BEBITUS	<i>Equipament de la persona</i>
34	INTERMALLA SL	NICE THINGS	<i>Equipament de la persona</i>
35	NATURA BISSE INTERNATIONAL SA	NATURA BISSE	<i>Equipament de la persona</i>
36	TEXTIL TEXTURA SL	TEXTURA INTERIORS	<i>Equipament de la llar</i>
37	MACON SA	MACSON	<i>Equipament de la persona</i>
38	SOCIEDAD ANONIMA COTTET	COTTET	<i>Equipament de la persona</i>
39	BLUE TOWER SL	CUSTO BARCELONA	<i>Equipament de la persona</i>
40	SUEÑOS LOGÍSTICA SL	DORMITY	<i>Equipament de la llar</i>
41	INDUSTRIA VALLS 1 S.A	PUNTO BLANCO	<i>Equipament de la persona</i>
42	SANTA EULALIA SA	SANTA EULALIA	<i>Equipament de la persona</i>
43	ARETEX	CÓNDOR	<i>Equipament de la persona</i>
44	HOME MEAL REPLACEMENT SA	NOSTRUM	<i>Quotidià no alimentari</i>
45	SOFTONIC INTERNATIONAL SA	SOFTONIC	<i>Equipament de la llar</i>
46	ENRIQUE TOMAS SL	ENRIQUE TOMAS	<i>Quotidià alimentari</i>
47	SKEYNDOR SL	SKEYNDOR	<i>Equipament de la persona</i>
48	CA L'ESPINALER SL	ESPINALER	<i>Quotidià alimentari</i>
49	UNION SUIZA SA	UNION SUIZA	<i>Equipament de la persona</i>
50	SERVICIO ESTACION, SA	SERVICIO ESTACIÓN	<i>Quotidià no alimentari</i>
51	EXPOTIENDAS SL	ROSA CLARÁ	<i>Equipament de la persona</i>

52	PILMA DISSENY SA	PILMA	<i>Equipament de la llar</i>
53	NANDO JUBANY SL	NANDO JUBANY	<i>Quotidià no alimentari</i>
54	NAUOVER SA	NAUOVER	<i>Equipament de la persona</i>
55	LA TORMENTA PERFECTA SL	MUNICH	<i>Equipament de la persona</i>
56	FRANCO AUSTRAL SL	SURKANA	<i>Equipament de la persona</i>
57	BENITO SPORTS SA	BENITO SPORTS	<i>Equipament de la persona</i>
58	KNIT FEELINGS	SITA MURT	<i>Equipament de la persona</i>
59	KAOTIK O SL	KAOTIKO	<i>Equipament de la persona</i>
60	E FUREST SA	FUREST	<i>Equipament de la persona</i>
61	EQUIVALENZA RETAIL SLU	EQUIVALENZA	<i>Equipament de la persona</i>
62	TEXTILES Y CONFECCIONES BROWNIE SL	BROWNIE	<i>Equipament de la persona</i>
63	FUTBOL CORNER SL	FUTBOLMANIA	<i>Equipament de la persona</i>
64	SIBALTRON EXPERIENCES SL	ETUYO	<i>Equipament de la llar</i>
65	UDON BARCELONA SL	UDON	<i>Quotidià no alimentari</i>
66	BOBOLI SL	BOBOLI	<i>Equipament de la persona</i>
67	ETXART & PANNO SA	ETXART & PANNO	<i>Equipament de la persona</i>
68	ANDRES MALDONADO SA	MALDONADO	<i>Equipament de la llar</i>
69	BETTOBCN 2007 SL.	BETTO BCN	<i>Equipament de la persona</i>
70	DIVISION TEXTIL SL	DIVISIÓN	<i>Equipament de la llar</i>
71	GRUPO COMERCIAL TEXTIL SA	LA MALLORQUINA	<i>Equipament de la llar</i>
72	CHOCOLAT FACTORY SL	CHOCOLAT FACTORY	<i>Quotidià alimentari</i>
73	PARTY FIESTA SA	PARTY FIESTA	<i>Equipament de la llar</i>
74	VAN DE VELDE S.A	ANDRES SARDA	<i>Equipament de la persona</i>
75	DECÁNTALO VINOS SL	DECÁNTALO	<i>Quotidià alimentari</i>
76	TASCÓN FRANQUICIAS SL	TASCÓN	<i>Equipament de la persona</i>
77	TINYCOTTONS SL	TINYCOTTONS	<i>Equipament de la persona</i>
78	MAS XARCUTERS SL	MAS GOURMETS	<i>Quotidià alimentari</i>

79	POU ROVIRA SL	UN PASO MAS	<i>Equipament de la persona</i>
80	LURDES BERGADA SL	LURDES BERGADA	<i>Equipament de la persona</i>
81	LUPO SHOPS SL	LUPO BARCELONA	<i>Equipament de la persona</i>
82	CARME RUSCALLEDA SANT PAU SL	SANT PAU	<i>Quotidià no alimentari</i>
83	CACAO SAMPAGA SL	CACAO SAMPAGA	<i>Quotidià alimentari</i>
84	CONSUPAN SL	PANS GRANIER	<i>Quotidià alimentari</i>
85	GLOVOAPP23 S.L	GLOVO	<i>Comerç mixt</i>
86	MON VINIC SL	MONVINIC STORE	<i>Quotidià alimentari</i>
87	CEBADO SA	CEBADO	<i>Quotidià no alimentari</i>
88	BARCELONA MENKES SA	MENKES	<i>Equipament de la persona</i>
89	TEA SHOP SL	TEA SHOP	<i>Equipament de la llar</i>
90	FARGGI CAFE CONCEPT SL	FARGGI	<i>Quotidià alimentari</i>
91	CREASILK S.L	MIRIAM PONSÀ	<i>Equipament de la persona</i>
92	RABAT ONLINE S.L	RABAT	<i>Equipament de la persona</i>
93	BUBO FRANQUICIAS SL	BUBÓ	<i>Quotidià alimentari</i>
94	TENCA SA	GOTTA	<i>Equipament de la persona</i>
95	BASI SA	ARMAND BASI	<i>Equipament de la persona</i>

4. VARIABLES DE CARACTERITZACIÓ DEL RETAIL CATALÀ INTERNACIONAL

Del total de les 95 empreses, s'ha buscat informació sobre un total de 31 variables. La Taula 2 presenta el llistat corresponent.

Taula 2. Variables recollides a la base de dades

Identificació
Raó social
Nom comercial
Caracterització de l'activitat de l'empresa
Sector activitat
CNAE Primari
CNAE primari <i>retail</i>
IAE Primari
IAE primari <i>retail</i>
Any creació
Antiguitat
Nombre treballadors
Resultats d'explotació 2016 (€)
Facturació 2016 (€)
Creixement facturació 2013-2016
Creixement facturació 2015-2016
Presència a botiga física
Marca pròpia
Any inici activitat internacional
País on s'inicia activitat internacional
% facturació internacional
Establiments físics
Nombre d'establiments
Operació mitjançant franquícies
Presència a corners
Presència a establiments multimarca
Tinença d'establiments físics propis o franquiciats a l'estranger
Nombre establiments propis o franquiciats a l'estranger
Nombre de països estrangers amb presència física pròpia o franquiciada
Països amb presència física pròpia o franquícia
Comerç electrònic
Tinença de comerç electrònic
Nombre d'idiomes comerç electrònic
Idiomes de comerç electrònic
Nombre de països on es ven amb comerç electrònic

Les variables d'identificació de l'empresa que es recullen a la base de dades generada són tant la raó social de les empreses com el seu nom comercial (que freqüentment és el més conegut).

Un primer bloc d'informació caracteritza l'activitat de l'empresa. Inclou informació general sobre el sector, els codis CNAE i IAE primaris i una variable dicotòmica que identifica si aquests codis pertanyen al sector *retail*. S'hi recull també l'antiguitat de la companyia, el nombre de treballadors i els seus resultats econòmics (resultats d'explotació, facturació i creixement). Alhora s'identifica amb una variable dicotòmica si l'empresa té marca pròpia. En relació a l'activitat internacional, s'hi recull l'any d'inici d'activitat, el país abordat en primera instància en el moment d'internacionalitzar l'empresa i el percentatge de facturació corresponent a l'activitat internacional.

El segon bloc d'informació és el referent a la utilització de punts de venda físics. S'hi aporta informació sobre el nombre total d'establiments propis o franquiciats, quina tipologia de canals han desenvolupat: botigues pròpies, franquícies, *corners* i/o multimarca, quants establiments físics es troben en els mercats internacionals, a quants i quins països. Aquestes dades permetran analitzar l'estratègia comercial de les empreses objecte d'estudi en quant als canals i modalitats d'establiments físics que tenen més força en cadascun dels sectors.

El tercer bloc de variables recull dades sobre l'activitat de les empreses mitjançant comerç electrònic. S'ha buscat informació sobre quantes empreses n'han desenvolupat, en quins països han desplegat aquesta activitat i a quants idiomes han traduït el lloc web.

L'anàlisi de dades d'aquesta trentena de variables permetrà extreure conclusions sobre els patrons i estratègies emprades per les empreses catalanes de *retail* internacionalitzades de major facturació.

5. BASE DE DADES I ANÀLISI ESTADÍSTICA

5.1. Caracterització de la base de dades

En aquest primer apartat, es du a terme una caracterització general de la base de dades, les variables analitzades i la distribució d'empreses en funció dels seus CNAE i IAE primaris. La Taula 3 mostra el nombre d'observacions que s'han obtingut de cada variable analitzada. La base de dades completa es presenta a l'Annex 6.

Taula 3. Variables analitzades i nombre d'empreses de les que es disposa la informació

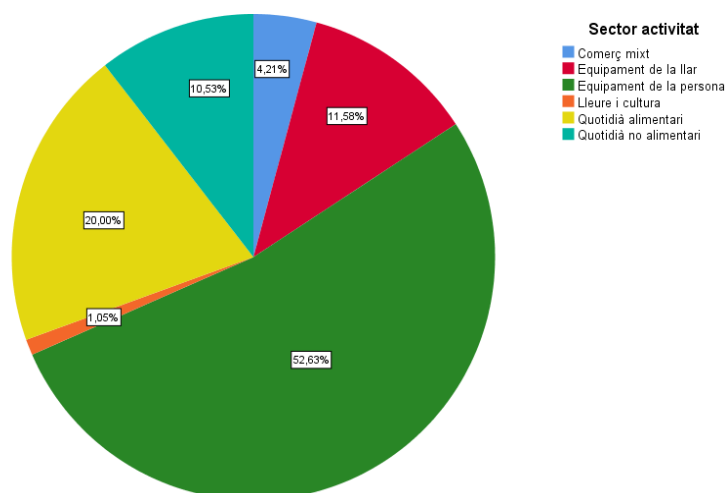
Identificació	
Raó social	95
Nom comercial	95
Caracterització de l'activitat de l'empresa	
Sector activitat	95
CNAE Primari	95
CNAE primari <i>retail</i>	95
IAE Primari	95
IAE primari <i>retail</i>	95
Any creació	95
Antiguitat	95
Nombre treballadors	95
Resultats d'explotació 2016 (€)	95
Facturació 2016 (€)	95
Creixement facturació 2013-2016	90
Creixement facturació 2015-2016	91
Presència a botiga física	95
Marca pròpia	95
Any inici activitat internacional	40
País on s'inicia activitat internacional	45
% facturació internacional	37
Establiments físics	
Nombre d'establiments	94
Operació mitjançant franquícies	95
Presència a corners	95
Presència a establiments multimarca	93
Tinença d'establiments físics propis o franquiciats a l'estranger	91
Nombre establiments propis o franquiciats a l'estranger	91
Nombre de països estrangers amb presència física pròpia o franquiciada	91
Països amb presència física pròpia o franquícia	91
Comerç electrònic	
Tinença de comerç electrònic	95
Nombre d'idiomes comerç electrònic	95
Idiomes de comerç electrònic	95
Nombre de països on es ven amb comerç electrònic	78

Una anàlisi de la distribució d'empreses per CNAE i IAE primaris (veure'n el detall a Annex 5) mostra que més de la meitat de les empreses incloses a la base de dades no tenen un codi primari de *retail*. La seva activitat associada al *retail* consta als seus codis secundaris. D'aquest fet se'n dedueix que, per la majoria d'empreses, l'activitat de comercialització és una activitat complementària. En molts casos aquesta activitat pot representar font d'avantatge competitiu per la comercialització dels seus productes.

5.2. Caracterització de l'activitat empresarial

En aquest apartat es fa una caracterització general de l'activitat empresarial de les empreses de *retail* de la base de dades. La Figura 1 mostra la distribució de les 95 empreses de la base de dades per tipologia d'activitat. Més de la meitat són empreses que comercialitzen equipament de la persona (el 52,6%), seguit, a molta distància, de les empreses que comercialitzen quotidià alimentari (20%), equipament de la llar (11,6%) i quotidià no alimentari (10,5%). Entre les empreses catalanes de *retail* internacionalitzades de major facturació hi ha, doncs, un clar domini de les que es dediquen a comercialitzar equipament de la persona.

Figura 1. Distribució d'empreses per sector d'activitat



Font: elaboració pròpia en base a SABI

La Taula 5 mostra la distribució de les empreses per tipologia d'activitat i les caracteritza per antiguitat mitjana i el nombre mitjà de treballadors.

Taula 5. Caracterització empreses per sector d'activitat

Sector d'activitat	Nombre empreses	% empreses	Mitjana antiguitat (anys)	Mitjana Nombre treballadors
Comerç mixt	4	4,2%	14,5	254,5
Equipament de la llar	11	11,6%	22,0	71,9
Equipament de la persona	50	52,6%	34,3	285,0
Lleure i cultura	1	1,1%	56,0	152,0
Quotidià alimentari	19	20 %	33,8	723,5
Quotidià no alimentari	10	10,5%	31,6	259,5
Total	95	100%	31,9	342,7

Font: elaboració pròpia en base a SABI

L'edat mitjana d'antiguitat de les empreses de *retail* catalanes internacionalitzades de major facturació és de 31,9 anys. Les empreses més joves són Dormity, Betto Bcn i Glovo (totes amb 4 anys d'antiguitat) i la més antiga és Santa Eulàlia (175 anys).

El nombre mitjà de treballadors de les empreses analitzades és 342,7 treballadors. L'empresa amb un nombre major de treballadors és Caprabo (6.325 treballadors) i les empreses amb un nombre inferior de treballadors són Rabat Online i Tenca (Gotta) (amb 1 sol treballador segons consta al SABI).

La Taula 6 presenta un resum dels resultats econòmics de les empreses analitzades a partir de la mitjana dels resultats d'explotació, la mitjana de facturació del 2016 i la taxa de creixement de la facturació per als períodes 2013-2016 i 2015-2016.

Taula 6. Resultats econòmics de les empreses analitzades

Sector d'activitat	Mitjana Resultats d'explotació 2016 (€)	Mitjana Facturació 2016 (€)	Taxa de creixement facturació 2013-2016 mitjana	Taxa de creixement facturació 2015-2016 mitjana
Comerç mixt	-6.036.685,5	65.072.360,5	86,7%	284,2%
Equipament de la llar	270.183,5	11.407.181,8	56,8%	7,1%
Equipament de la persona	4.055.120,3	95.995.927,1	1302,5%	9,5%
Lleure i cultura	-2.292.000,0	47.351.000,0	-34,1%	-6,9%
Quotidià alimentari	4.131.142,3	173.679.820,0	33,0%	2,6%
Quotidià no alimentari	861.113,6	39.307.420,4	85,0%	41,9%
Total	2.804.127,7	93.956.911,4	705,4%	23,3%

Font: elaboració pròpia en base a SABI

La mitjana dels resultats d'explotació de les empreses de la base de dades és de 2.804.127,7€. La mitjana de facturació és de 93.956.911,4€. El sector d'activitat amb una facturació mitjana superior pel 2016 és el quotidià alimentari (173.679.820,0€), seguit del sector d'equipament de la persona (95.995.927,1€). El sector que ha experimentat un major creixement entre el 2013 i 2016 és el d'equipament de la persona (1.302,5%). Val a dir que aquesta dada mitjana es veu molt afectada per una empresa que ha sofert un creixement fora del comú (TinyCottons, 58.244%). Si s'extrau aquesta empresa de la base de dades, el creixement mitjà del sector equipament de la persona esdevé del 65%, que es troba per sota del nivell de creixement mitjà del sector comerç mixt (creixement del 86,7%) i del sector quotidià no alimentari (creixement del 85%).

A continuació s'analitzen quines són les empreses més destacades pel que fa a facturació i creixement per cada sector d'activitat:

- En el sector d'activitat de comerç mixt, Privalia és l'empresa amb una facturació més alta al 2016 amb 188.030.000 €, i Bodas.net és l'empresa amb un major creixement en la facturació del 2013-2016, amb una taxa del 175%. És interessant notar que totes dues empreses han estat adquirides per multinacionals estrangeres.

- En el sector d'activitat d'equipament de la llar, Motocard Bike és l'empresa amb una facturació més alta al 2016 amb 31.155.000 €. Silbeltron Experience és l'empresa amb un major creixement en la facturació del 2013-2016, amb una taxa del 322%.
- En el sector d'activitat d'equipament de la persona, Mango és l'empresa amb una facturació més alta al 2016 amb 1.770.672.000 €. De fet, és l'empresa amb més facturació del llistat analitzat. TinyCottons és l'empresa amb un major creixement en la facturació del 2013-2016, amb una taxa excepcional del 58.244%. Segons les dades publicades al SABI, l'empresa ha passat d'una facturació de 6.556€ el 2013 a 3.825.000€ el 2016.
- En el sector d'activitat de lleure i comerç, només tenim una empresa en la base de dades: Circulo de Lectores amb uns resultats d'explotació negatius de -2.292.000€ i una facturació de 47.351.000€.
- En el sector d'activitat de quotidià alimentari, Corporació Alimentaria Guissona és l'empresa amb una facturació més alta al 2016 amb 1.548.858.000€. Decantalo Vinos és l'empresa amb un major creixement en la facturació del 2013-2016, amb una taxa del 165%.
- En el sector d'activitat de quotidià no alimentari, Olimpia Mediterrànea és l'empresa amb una facturació més alta al 2016 amb 158.928.000€. Nando Jubany és l'empresa amb un major creixement en la facturació del 2013-2016, amb una taxa del 428%.

La Taula 7 mostra la distribució d'empreses en funció de la seva presència a botiga física (versus només presència online) i la tinença de marca pròpia per sectors d'activitat. Les dades mostren que el 88,4% de les empreses tenen presència física (un 11,6% només són online) i un 74% de les empreses tenen marca pròpia. Aquest percentatge arriba al 86% en el sector d'equipament de la persona. Aquests alts percentatges són indicatius de la importància de desenvolupar marques pròpies en tant que reforcen l'identitat de l'empresa i generen un avantatge competitiu rellevant per potenciar-ne la internacionalització.

Taula 7. Presència a botiga física (vs. només venda *on-line*) i marca pròpia

Sector d'activitat	Nombre empreses	Empreses amb presència a botiga física	% amb presència a botiga física	Empreses amb marca pròpia	% amb marca pròpia
Comerç mixt	4	0	0,0%	0	0,0%
Equipament de la llar	11	9	81,8%	8	72,7%
Equipament de la persona	50	48	96,0%	43	86,0%
Lleure i cultura	1	0	0,0%	0	0,0%
Quotidià alimentari	19	18	94,7%	14	74%
Quotidià no alimentari	10	9	90,0%	5	50,0%
Total	95	84	88,4%	70	74%

Font: elaboració pròpia

5.3. Caracterització de l'activitat internacional

En aquest apartat, s'aprofundeix en la caracterització de l'activitat empresarial internacional de les empreses objecte d'estudi.

La Taula 8 mostra la mitjana d'anys des de l'inici de l'activitat internacional per tipologia d'activitat per les 40 empreses de les que s'ha pogut obtenir aquesta dada. De les dades s'extreu que la majoria de les empreses van iniciar la seva internacionalització a l'inici del mil·lenni i que, de mitjana, porten 13,6 anys internacionalitzades. El sector amb una mitjana d'anys d'internacionalització major és el de l'equipament de la persona (16,9 anys). Les empreses pioneres en la internacionalització són Antoni Puig, que va iniciar la internacionalització fa 56 anys i Pepe Jeans, que ho va fer fa 38 anys.

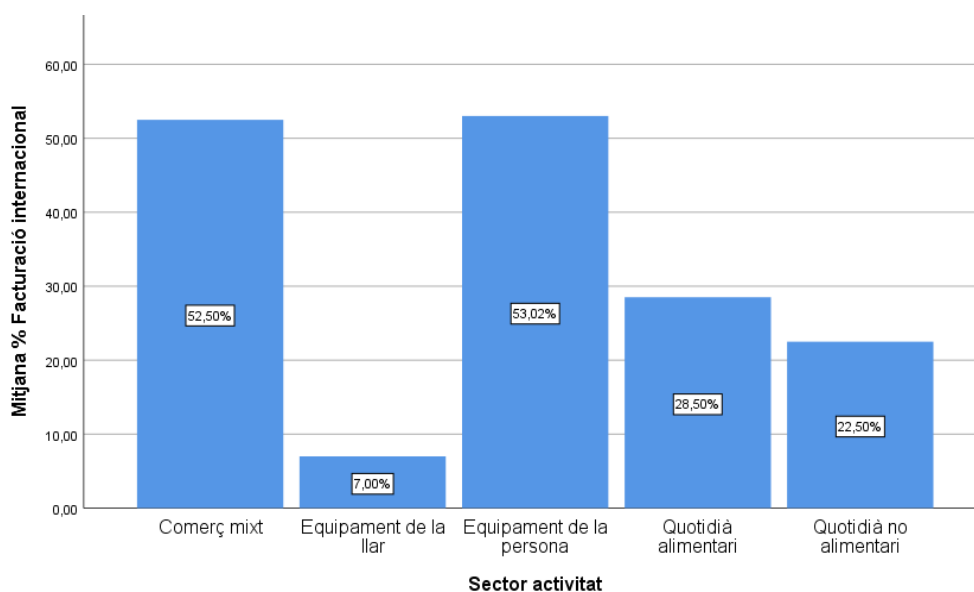
Taula 8. Mitjana d'anys d'internacionalització per sectors d'activitat

Sector d'activitat	Total empreses	Nombre empreses que donen la dada	Mitjana d'anys des l'inici activitat internacional
Comerç mixt	4	2	12,5
Equipament de la llar	11	1	16,0
Equipament de la persona	50	23	16,9
Lleure i cultura	1	0	-
Quotidià alimentari	19	9	5,4
Quotidià no alimentari	10	5	13,0
Total	95	40	13,6

Font: elaboració pròpia en base a SABI

La Figura 2 il·lustra el percentatge de facturació internacional mitjà per sectors d'activitat per les 37 empreses de les que es disposa de la dada.

Figura 2. Mitjana del percentatge de facturació internacional sobre el total de facturació



Font: elaboració pròpia en base a SABI i altres fonts secundàries

La gràfica mostra que els sectors amb un percentatge mitjà de facturació internacional superiors són els d'equipament de la persona (53,02%) i comerç mixt (52,50%). És destacable que en aquests sectors la facturació internacional supera la nacional.

A la Taula 9 es presenten les dades de percentatge de facturació internacional i facturació per aquestes 37 empreses. S'hi identifiquen l'import mitjà, el màxim i el mínim per cada sector d'activitat.

Taula 9. Facturació internacional i facturació mitjana per sector d'activitat

Sector d'activitat	Total empreses	Nº empreses que donen la dada	% facturació internacional mitjana	Màxim	Mínim	Facturació mitjana 2016 (n=37)	Màxim	Mínim
Comerç mixt	4	2	52,50%	75%	30%	116.606.000	188.030.000	45.182.000
Equipament de la llar	11	1	7,00%	7%	7%	11.797.000	11.797.000	11.797.000
Equipament de la persona	50	26	53,02%	90,00%	1,50%	168.643.807,69	1.770.672.000,00	1.998.000,00
Lleure i cultura	1	0	-	-	-	-	-	-
Quotidià alimentari	19	6	28,50%	73%	3%	306.353.666,7	1.548.858.000	1.247.000
Quotidià no alimentari	10	2	22,50%	40%	5%	50.450.102	83.597.204	17.303.000
Total	95	37	46%	90%	1,5%	177.534.329,84	1.770.672.000	1.247.000

Font: elaboració pròpia en base a SABI i altres fonts secundàries

El percentatge de facturació internacional mitjà de les 37 empreses que aporten la dada és del 46%. La facturació mitjana d'aquestes empreses és de 177.534.330€, molt per sobre de la facturació mitjana per la totalitat de les 95 empreses analitzades, que es situa en 93.956.911€. Cal tenir en compte, però, que les empreses que aporten la dada d'internacionalització tenen, en termes mitjans, una facturació més elevada que la resta d'empreses analitzades.

Les dades mostren que el nivell d'internacionalització de les empreses analitzades és molt variable. Això és especialment notori en els sectors més poblats, com és el d'equipament de la persona, en el que trobem empreses com Etnia Barcelona, amb un nivell de facturació internacional del 90%, enfront empreses com Macon S.A., que té una facturació internacional incipient de l'1,5%. En el sector quotidià alimentari també hi trobem força diversitat. Per una banda, hi ha l'empresa Miguel Torres, amb un nivell

d'internacionalització que arriba a un 73%, enfront Corporació Alimentària de Guissona, amb un 3% de facturació internacional.

La Taula 10 presenta un llistat de les 37 empreses de les quals s'ha pogut obtenir el percentatge de facturació internacional ordenat pel total de facturació internacional estimada per al 2016⁸.

De les dades se n'extrau que el sector d'equipament de la persona és, d'entre les empreses analitzades, el que té una activitat més internacionalitzada, tant en percentatge com en volum de facturació. Així mateix, es poden identificar empreses amb imports de facturació elevats sense massa activitat internacional. Hi ha un conjunt d'empreses que ha crescut molt en el mercat nacional i que recentment han començat a operar internacionalment en mercats propers. Aquest és el cas de la Corporació Alimentària Guissona, Caprabo o Veritas, que s'han implantat a Andorra.

⁸ Per estimar-la s'ha aplicat el percentatge de facturació internacional a la facturació registrada per al 2016. Cal tenir en compte que el percentatge de facturació internacional és el corresponent a la dada més recent publicada per les empreses i no sempre es correspon al 2016, per la qual cosa el resultat és aproximatiu.

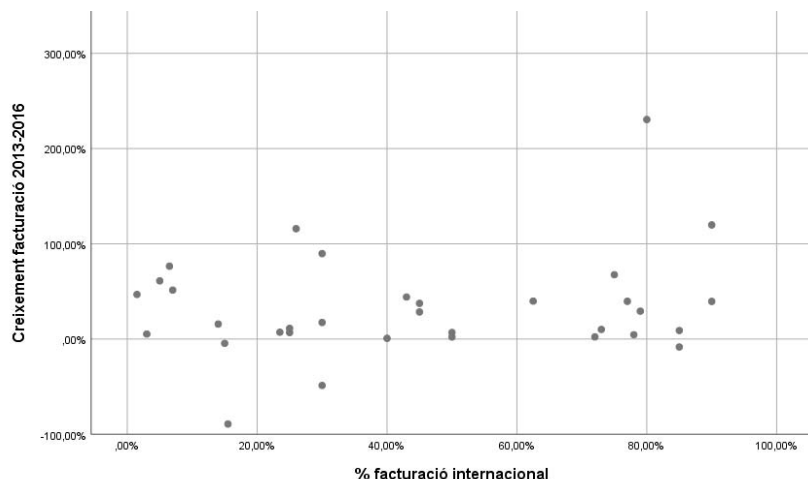
Taula 10. Rànquing empreses internacionalitzades

Nom comercial	Facturació internacional estimada pel 2016 (€)	% facturació internacional (últim any disponible)	Facturació 2016 (€)
MANGO	1.398.830.880	79%	1.770.672.000
PUIG	969.100.300	85%	1.140.118.000
DESIGUAL	416.232.180	78%	533.631.000
TOUS	169.205.625	62,50%	270.729.000
PEPE JEANS	147.543.840	72%	204.922.000
PRIVALIA	141.022.500	75%	188.030.000
TORRES	140.938.910	73%	193.067.000
TRADEINN	59.949.600	80%	74.937.000
ETNIA BARCELONA	48.807.900	90%	54.231.000
CORPORACIÓ ALIMENTÀRIA GUISSONA	46.465.740	3%	1.548.858.000
ATRÁPALO	33.438.882	40%	83.597.204
BUFF	29.270.700	90%	32.523.000
FUTBOL CLUB BARCELONA	28.359.450	45%	63.021.000
PRONOVIAS	18.744.700	65%	28.838.000
NATURA BISSÉ	16.289.350	77%	21.155.000
CUSTO BARCELONA	16.010.600	85%	18.836.000
VENCA	13.554.600	30%	45.182.000
SANTIVERI	11.371.650	23,50%	48.390.000
TORRONS VICENS	8.252.660	26%	31.741.000
SKEYNDOR	6.676.200	45%	14.836.000
MISAKO	5.092.080	14%	36.372.000
MUNICH	4.621.000	50%	9.242.000
SURKANA	4.598.000	50%	9.196.000
ESPINALER	4.445.700	30%	14.819.000
BEBITUS	3.765.450	15%	25.103.000
TINYCOTTONS	3.060.000	80%	3.825.000
ANDRES SARDA	2.852.500	70%	4.075.000
PUNTO BLANCO	2.759.550	15%	18.397.000
BOBOLI	2.488.410	43%	5.787.000
NAUOVER	2.357.000	25%	9.428.000
ETXART & PANNO	1.328.750	25%	5.315.000
NOSTRUM	865.150	5%	17.303.000
PILMA	825.790	7%	11.797.000
LUPO BARCELONA	599.400	30%	1.998.000
BROWNIE	441.675	6,50%	6.795.000
MACSON	311.355	1,50%	20.757.000
PANS GRANIER	193.285	16%	1.247.000

Font: elaboració pròpia en base a SABI i altres fonts secundàries

La Figura 3 creua les dades de creixement de la facturació entre 2013 i 2016 amb el percentatge de facturació internacional per les 37 empreses de les que es disposa d'aquestes dades⁹.

Figura 3. Taxa de creixement de la facturació 2013-16 i percentatge de facturació internacional



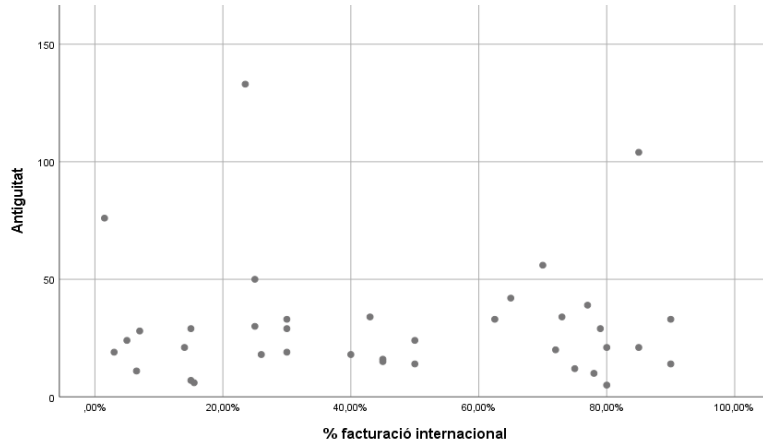
Font: elaboració pròpia en base a SABI i altres fonts secundàries

El creuament de dades no permet identificar una correlació significativa entre creixement i nivell d'internacionalització pel conjunt d'empreses analitzades. És a dir, si bé la internacionalització ha pogut ser un motor de creixement per algunes de les empreses, hi ha hagut empreses que, havent-se internacionalitzat, han experimentat importants taxes de creixement sense que això hagi suposat focalitzar-se en l'activitat internacional.

La Figura 4 creua el percentatge de facturació internacional i l'antiguitat per les 37 empreses de les que es disposa d'aquestes dades.

⁹ S'ha extret de l'anàlisi tres casos atípics amb taxes de creixement molt superiors al gruix de les empreses. Tinycottons (creixement de 58243,50% i facturació internacional de 80%); Bebitus (creixement de 1073,42%, 15% de facturació internacional) i Pronovias (creixement de 751,37% i 65% de facturació internacional).

Figura 4. Percentatge de facturació internacional i antiguitat de l'empresa



Font: elaboració pròpia en base a SABI i altres fonts secundàries

Amb l'anàlisi d'aquestes dades no es detecta una correlació significativa entre l'antiguitat i el percentatge de facturació internacional. És a dir, per a les 37 empreses de les que es disposa de la dada, l'antiguitat no està relacionada amb el seu grau d'internacionalització.

La Taula 11 mostra la localització de la primera activitat internacional de les 45 empreses de les quals es disposa d'aquesta informació.

Taula 11. Localització de la primera activitat internacional

Localització primera activitat internacional	Nombre empreses
Andorra	13
Portugal	5
França	5
EUA	4
Regne Unit	3
Itàlia	2
Mèxic	2
Japó	2
Suïssa	1
Hong Kong	1
Hong Kong / Itàlia	1
Llatinoamèrica	1
Singapur	1
Bulgària	1
Brasil	1
EAU	1
Holanda	1

Font: elaboració pròpia

De les dades es dedueix que el 69% de les empreses analitzades van iniciar la seva activitat internacional a països europeus. Així doncs, la major part de les empreses van iniciar la internacionalització expandint-se a mercats propers on les preferències dels consumidors són menys dispars i hi ha major coneixement dels productes (la popularment anomenada estratègia de taca d'oli).

5.4. Caracterització per tipologia d'establiment físics

En aquest apartat, s'analitza la tipologia de formats comercials físics que fan servir les empreses objecte d'estudi i el seu grau d'internacionalització. S'ha identificat quines empreses tenen establiments físics a nivell local i a l'estranger, franquícies, *corners* i quines tenen presència en establiments multimarca.

La Taula 12 mostra dades sobre la tinença d'establiments físics (propis o franquiciats) de les empreses analitzades. La taula indica que el conjunt d'empreses acumulen un total de 8.624 establiments i que el sector amb més presència física és el d'equipament de la persona (que acumula el 64,7% dels establiments del total d'empreses).

Taula 12. Nombre establiments físics per sector d'activitat

Sector d'activitat	Nombre empreses	Nombre respostes	Total	Mitjana	Màxim
Comerç mixt	4	4	0	0,0	0
Equipament de la llar	11	11	485	44,1	140
Equipament de la persona	50	50	5576	111,5	2217
Lleure i cultura	1	1	0	0,0	0
Quotidià alimentari	19	18	2034	113,0	468
Quotidià no alimentari	10	10	529	52,9	215
Total	95	94	8624	91,7	2217

Font: elaboració pròpia

La Taula 13 descriu el nombre d'empreses que fan servir el format de franquícies.

Taula 13. Empreses amb franquícies per sector d'activitat

Sector d'activitat	Total empreses	Empreses amb franquícia	%
Comerç mixt	4	0	0,0%
Equipament de la llar	11	5	45,5%
Equipament de la persona	50	23	46,0%
Lleure i cultura	1	0	0,0%
Quotidià alimentari	19	13	68,4%
Quotidià no alimentari	10	4	40,0%
Total	95	45	47,4%

Font: elaboració pròpia

Es constata que el 47,4% de les empreses analitzades fan servir les franquícies com a format d'expansió i que les que més han fet servir aquest format són les empreses del sector de l'àmbit quotidià alimentari, amb un 68,4%.

La Taula 14 reporta el nombre d'empreses que fan servir el format de *corners*.

Taula 14. Empreses en *corners* per sector d'activitat

Sector d'activitat	Total empreses	Empreses amb <i>corners</i>	%
Comerç mixt	4	0	0,0%
Equipament de la llar	11	1	9,1%
Equipament de la persona	50	24	48,0%
Lleure i cultura	1	0	0,0%
Quotidià alimentari	19	4	21,1%
Quotidià no alimentari	10	1	10,0%
Total	95	30	31,6%

Font: elaboració pròpia

Les dades indiquen que el 31,6% de les empreses analitzades fan servir el format de *corners* com a canal de comercialització. Les empreses que més han optat per aquest format són les del sector de l'equipament de la persona, amb un 48%.

La Taula 15 presenta les empreses que, tenint marca pròpia, es troben en formats comercials multimarca.

Taula 15. Empreses que tenen marca pròpia en establiments multimarca (n=70)

Sector d'activitat	Total empreses amb marca pròpia	Total respostes	Empreses en establiments multimarca	%
Comerç mixt	0	4	0	0%
Equipament de la llar	8	8	3	37,5%
Equipament de la persona	43	42	30	71,4%
Lleure i cultura	0	1	0	0%
Quotidià alimentari	14	14	7	50%
Quotidià no alimentari	5	4	1	25%
Total	70	68	41	60,3%

Font: elaboració pròpia

De les 68 empreses de les que es té constància de si es troben en establiments multimarca, un 60,3% el fan servir com a canal de comercialització. El sector d'activitat que més fa servir aquest canal és el d'empreses de l'àmbit de l'equipament de la persona (un 71,4%).

La Taula 16 mostra dades sobre la tinença d'establiments (propis o franquiciats) a l'estranger. D'aquesta taula es dedueix que el sector en els que un major percentatge d'empreses han obert establiments propis o franquiciats en mercats internacionals és els del quotidià alimentari (73,7% de les empreses). Amb tot, degut al seu volum, el sector d'equipament de la persona és el que acumula un major nombre d'empreses

amb establiments propis o franquiciats a mercats internacionals (22 empreses de les 50 del sector).

Taula 16. Nombre d'empreses amb establiments propis o franquiciats a l'estranger per sector d'activitat

Sector d'activitat	Nombre empreses	Nombre respostes	Tinença establiments propis o franquiciats internacionals	%
Comerç mixt	4	4	0	0,0%
Equipament de la llar	11	11	6	54,5%
Equipament de la persona	50	50	22	44,0%
Lleure i cultura	1	1	0	0,0%
Quotidià alimentari	19	19	14	73,7%
Quotidià no alimentari	10	10	7	70,0%
Total	95	95	49	51,6%

Font: elaboració pròpia

La Taula 17 mostra dades sobre la quantitat d'establiments propis o franquiciats que les empreses de la base de dades tenen a l'estranger. El sector que acumula un major nombre de botigues a l'estranger és el d'equipament de la persona. Mango, amb 1.938 establiments és l'empresa que en té un major nombre, seguit d'Equivalenza (518), Tous (389), Desigual (366) i Pepe Jeans (365).

Taula 17. Nombre establiments propis o franquiciats a l'estranger per sector d'activitat

Sector d'activitat	Nombre empreses	Nombre respostes	Total	Mitjana	Màxim
Comerç mixt	4	4	0	0,0	0
Equipament de la llar	11	11	92	8,4	55
Equipament de la persona	50	48	3806	79,3	1938
Lleure i cultura	1	1	0	0,0	0
Quotidià alimentari	19	17	72	4,2	23
Quotidià no alimentari	10	10	70	7,0	47
Total	95	91	4040	44,4	1938

Font: elaboració pròpia

La Taula 18 quantifica els països on les empreses tenen establiments físics per sector d'activitat. El sector amb més implantació internacional és el d'equipament de la persona amb una presència internacional mitjana de 5,7 països, però amb una variabilitat important. Mango és l'empresa amb una implantació superior, amb presència a 110 països. El segueixen Tous (48 països), Desigual (42 països), Rosa Clarà (19 països), Equivalenza (18 països) i Pepe Jeans (13 països).

Taula 18. Nombre de països amb presència física per sector d'activitat

Sector d'activitat	Nombre empreses	Nombre respostes	Mitjana	Màxim
Comerç mixt	4	4	0,0	0
Equipament de la llar	11	11	1,9	10
Equipament de la persona	50	48	5,7	110
Lleure i cultura	1	1	0,0	0
Quotidià alimentari	19	17	1,4	5
Quotidià no alimentari	10	10	1,1	3
Total	95	91	3,6	110

Font: elaboració pròpia

A l'Annex 7 s'hi inclou una taula amb el llistat de països on cadascuna de les empreses analitzades tenen presència física en forma de botiga pròpia o franquícia.

5.5. Caracterització per l'ús del comerç electrònic

El darrer apartat d'anàlisi valora la importància del comerç electrònic en el procés d'internacionalització de les empreses de *retail*. La Taula 19 presenta el nombre d'empreses que utilitzen el comerç electrònic per posar els seus productes a la venda.

Taula 19. Tinença de comerç electrònic per tipus d'activitat

Sector d'activitat	Total empreses	Empreses amb comerç electrònic	%
Comerç mixt	4	3	75,0%
Equipament de la llar	11	9	81,8%
Equipament de la persona	50	42	91,3%
Lleure i cultura	1	1	100,0%
Quotidià alimentari	19	14	73,7%
Quotidià no alimentari	10	7	70,0%
Total	95	76	80,0%

Font: elaboració pròpia

Les dades indiquen que el 80% de les empreses de *retail* analitzades tenen *e-commerce*. Els percentatges per a les diferents tipologies d'activitats no varien gaire. El sector amb menys percentatge d'empreses amb *e-commerce* és el quotidià no alimentari (70,0% de les empreses). Per la seva banda, el sector amb més percentatge d'empreses que utilitzen aquest canal és el d'equipament de la persona (91,3% de les empreses).

La Taula 20 descriu el nombre de països on les empreses amb *e-commerce* venen els seus productes. Hi consten les 19 empreses que no tenen *e-commerce* i les 59

empreses de les 76 empreses amb *e-commerce* de les quals s'ha pogut obtenir la informació.

Taula 20. Nombre de països on es té comerç electrònic

Nombre països	Nombre empreses	%
Sense e-commerce	19	24%
Amb e-commerce	76	76%
1 país	12	12,6%
2 països	1	1,1%
3 països	2	2,1%
4 països	2	2,1%
de 5 a 10 països	5	5,3%
de 11 a 20 països	5	5,3%
de 21 a 30 països	8	8,4%
de 31 a 40 països	3	3,2%
Més de 40 països	21	22,1%
Nº països desconegut	17	17,9%
Total	95	100%

Font: elaboració pròpia

Les dades mostren que d'entre les empreses amb *e-commerce* de les que es coneix el nombre de països on operen (59) el 28,8% venen a través de l'*e-commerce* a un nombre limitat de països (menys de 5 països). Un 30,5% ven a un nombre d'entre 5 i 30 països mentre que un 40,7% ven a més de 30 països mitjançant l'*e-commerce*.

La Taula 21 presenta el nombre d'idiomes en els que les empreses amb *e-commerce* tenen els seus portals de venda.

Taula 21. Nombre idiomes comerç electrònic

Nombre d'idiomes	Nombre empreses	%
<i>Sense e-commerce</i>	19	20,0%
1 idioma	7	7,4%
2 idiomes	24	25,3%
3 idiomes	20	21,1%
4 idiomes	7	7,4%
5 idiomes	7	7,4%
De 6 a 10 idiomes	6	6,3%
De 11 a 20 idiomes	2	2,1%
De 20 a 30 idiomes	2	2,1%
Més de 30 idiomes	1	1,1%

Font: elaboració pròpia

Hi podem veure que el 61,2% de les empreses de *retail* analitzades tenen la seva plataforma de comerç electrònic traduïda a menys de 6 idiomes. Només el 3,3% la té traduïda a més de 20 idiomes.

La Taula 22 presenta una anàlisi comparativa dels resultats econòmics de les empreses en funció de la seva tinença de comerç electrònic, per cada tipologia d'activitat.

Taula 22. Nombre d'empreses que tenen comerç electrònic, facturació, creixement i antiguitat per tipologia d'activitat

Tipus activitat	Nombre empreses en funció de la tinença de comerç electrònic (n=95)	Facturació mitjana 2016 (n=95)	% creixement facturació 2013-2016 (n=90)	Antiguitat (n=95)
Comerç mixt	4	65.072.360,5	87%	14,5
Sense comerç electrònic	1	25.834.000,0	175%	9,0
Amb comerç electrònic	3	78.151.814,0	42%	16,3
Equipament de la llar	11	11.407.181,8	57%	22,0
Sense comerç electrònic	2	5.146.500,0	52%	28,0
Amb comerç electrònic	9	12.798.444,4	57%	20,7
Equipament de la persona	50	95.995.927,1	1302%	34,3
Sense comerç electrònic	8	176.456.875,0	42%	33,4
Amb comerç electrònic	42	80.670.032,2	1523%	34,5
Lleure i cultura	1	47.351.000,0	-34%	56,0
Amb comerç electrònic	1	47.351.000,0	-34%	56,0
Quotidià alimentari	19	173.679.820,0	33%	33,8
Sense comerç electrònic	5	10.634.600,0	-11%	48,2
Amb comerç electrònic	14	231.910.255,7	49%	28,7
Quotidià no alimentari	10	39.307.420,4	85%	31,6
Sense comerç electrònic	3	77.824.333,3	3%	38,0
Amb comerç electrònic	7	22.800.172,0	120%	28,9
Total	95	93.956.911,37	705%	31,88

Font: elaboració pròpia en base al SABI i dades secundàries

Es constata que les empreses amb *e-commerce* obtenen nivells més alts i un creixement major en la facturació. Així mateix, es constata que l'antiguitat no determina la utilització del comerç electrònic com a canal de comercialització.

6. CONCLUSIONS

La realització d'aquest treball d'investigació s'ha centrat a caracteritzar les principals empreses del sector *retail* català que estan internacionalitzades. En el treball de depuració de la base de dades, s'han identificat 95 empreses amb seu social a Catalunya, amb codi d'activitat associat al *retail*, amb presència internacional i amb una facturació superior a 300.000€.

S'ha identificat que, de totes les empreses que han conformat la base de dades objecte d'estudi, més de la meitat no tenen, en origen, ni un CNAE ni un IAE primari relacionat amb el *retail*. És a dir, a priori, la majoria d'empreses no tenen la distribució comercial com a activitat principal. D'això se'n pot deduir que han desenvolupat el *retail* com a activitat complementària, sovint per reforçar els processos d'expansió. Aquest tret no hauria de sorprendre si es té en compte l'evolució del *retail*, que ha acabat essent el punt de trobada d'empreses distribuïdores i fabricants.

L'informe mostra que els processos d'internacionalització comercial de les empreses catalanes són relativament recents. La majoria d'empreses estudiades van donar els seus primers passos en la venda als mercats internacionals durant aquest segle, bo i tenir una antiguitat molt superior. Això és degut a que l'estructura del comerç català ha estat tradicionalment familiar, basat en el relleu generacional. La immensa majoria d'empreses han iniciat els processos d'expansió en un estadi en el que l'estructura empresarial i el model de negoci ja estava plenament consolidat.

Val a dir, a més a més, que moltes de les empreses estudiades havien iniciat una internacionalització en els processos d'aprovisionament amb molta anterioritat a realitzar vendes a l'exterior, complint una màxima: per vendre bé, primer s'ha de comprar millor. El procés de cerca de proveïdors i de subcontractació internacional en la fabricació de la marca pròpia, va facilitar a moltes d'aquestes empreses un coneixement del que suposa l'operativa internacional. Va ser, en molts casos, un

primer pas per perdre la por a sortir a l'exterior. En el moment en què, fruit de la conjuntura econòmica, el mercat interior no va complir les expectatives, molts directius van considerar que si sortien a comprar, també podien sortir a vendre.

Moltes empreses analitzades, no obstant, no han seguit un procés per etapes i esglaonat per tal de vendre als mercats internacionals. Aquest és el cas de les companyies més joves, que han nascut en un entorn clarament digital. Aquestes noves empreses han mirat i entès el món com un únic mercat i no com una successió de mercats compartimentats. El seu model de gestió i, en conseqüència, de creixement, ha estat clarament diferent al de les empreses nascudes en un entorn *off-line*. En alguns casos, s'han concentrat en alguns països, però la seva velocitat de creixement ha estat sensiblement més elevada gràcies a la palanca del comerç *on-line*, amb unes fronteres nacionals més difuses.

Les empreses analitzades presenten una gran diversitat pel que fa al camí i etapes recorregudes en el procés d'internacionalització. Això dificulta poder traçar línies estratègiques vàlides per a totes elles, fins i tot a nivell sectorial. En alguns casos, la internacionalització ha estat possible pel convenciment d'empresaris pioners que, fa dècades, van entendre que havien de sortir fora. Són els qui van trencar amb la dinàmica d'un sector eminentment local. En altres casos, l'estratègia internacional ha estat sobrevinguda, fruit de l'oportunitat. La possibilitat de desenvolupar la presència en mercats internacionals ha sorgit, en ocasions, mitjançant contactes d'empreses o emprenedors internacionals que han detectat un nou mercat per productes amb potencial d'expansió.

Geogràficament, el procés d'expansió ha seguit un patró molt clar i, en bona mesura, lògic: Europa ha estat el mercat natural on iniciar el procés de creixement internacional. I més que Europa, els països més propers: Andorra, França i Portugal.

El cas de la selecció de països per a la implantació internacional de les empreses de distribució alimentària, mereix una reflexió específica. En altres països, les empreses

de gran consum tenen una forta implantació internacional, cosa que sovint els permet tenir facturacions més elevades. És el cas d'empreses com les alemanyes Aldi o Lidl; les franceses Carrefour o Auchan, la britànica Tesco i la estatunidenca Walmart. Totes elles encapçalen la llista dels *retailers* més grans amb una destacable implantació internacional¹⁰. A Catalunya, les empreses de gran consum, com les cadenes d'hipermercats i supermercats locals analitzades, tenen una implantació internacional, comparativament, molt inferior. Aconsegueixen una facturació molt elevada, però han tingut totes elles, sense excepció, una estratègia internacional molt conservadora. De fet, la seva aposta en l'àmbit de la internacionalització ha estat, bàsicament, Andorra.

Un dels resultats destacables de l'estudi és la importància que té gaudir d'una marca pròpia per tal d'internacionalitzar-se. Tres quartes parts de les empreses analitzades han creat i desenvolupat una marca per reforçar una identitat pròpia i diferenciada de la competència. Aquest percentatge és superior en el cas d'equipament de la persona.

Alhora, és remarcable que l'expansió sovint ha pres la forma de franquícia. Aquesta és una de les vies més utilitzades per les empreses que conformen l'estudi. La meitat d'elles n'han fet ús i el sector quotidià alimentari, amb més de dos terços de les empreses amb aquest format, és el que ho ha fet d'una manera més intensa.

Pel que fa als *corners*, com podria ser d'esperar, són les empreses d'equipament de la persona (roba, calçat, complements, etc.) les que hi tenen una presència més majoritària, si bé un terç del global els han utilitzat.

En el canal multimarca, succeeix quelcom semblant. Gairebé la meitat de les empreses que han desenvolupat marca pròpia, han utilitzat aquesta via per créixer i expandir-se internacionalment. L'equipament de la persona, però, l'ha utilitzat d'una manera molt més intensiva.

¹⁰ Per a més informació consultar la publicació *Global Powers of Retailing* que anualment edita la consultora Deloitte amb la col·laboració de la revista *Stores*.

Per concloure, indicar que el perfil de l'empresa de *retail* catalana, segons aquest estudi, és una empresa relativament jove, de 32 anys, amb poc més de 13 anys d'experiència internacional, que ha desenvolupat marca pròpia i que quan es planteja la sortida a l'exterior, utilitza totes les eines al seu abast, especialment el format franquícia i el canal *on-line*.

La caracterització particular que aquest estudi ha fet pels diferents sectors d'activitat del *retail* aporta dades que poden orientar polítiques de promoció empresarial per desenvolupar línies estratègiques per reforçar la presència internacional de les empreses catalanes als mercats internacionals i potenciar aquelles empreses que puguin passar de ser fabricants a *retailers* i de *retailers* locals a internacionals.

7. LIMITACIONS I FUTURES LÍNIES DE RECERCA

L'elaboració i resultat final d'aquest projecte ha estat condicionat per dificultats relacionades amb la manca d'informació oficial de lliure disposició que ha fet molt complex i laboriós el procés de configuració d'una base de dades tractable i completa.

Per una banda, ha calgut crear un llistat d'empreses de nou en nou. Per fer-ho, s'ha recorregut a l'extracció d'una base de dades del SABI que ha calgut depurar delimitant-ne l'abast i fent-ne un tractament manual. Això ha pogut suposar que algunes empreses de *retail* no apareguin a l'estudi per no complir alguna de les condicions d'inclusió. A més de que l'empresa constés al SABI, entre les condicions imposades, el fet d'exigir que: a) l'empresa tingués un CNAE o IAE, primari o secundari, associat al *retail*; b) requerir que l'empresa tingués seu social a Catalunya en el moment de l'extracció; i c) que l'empresa tingués activitat internacional verificable, han pogut suposar l'exclusió d'alguna empresa que, en base a altres paràmetres, podria considerar-se empresa catalana de *retail* internacional.

Per altra banda, bo i comptar amb les dades econòmiques extretes del SABI, ha calgut fer cerca primària de multiplicitat de variables d'interès relacionades amb la internacionalització, la presència física i via comerç electrònic de les empreses seleccionades. En aquest procés, s'ha hagut de fer ús d'informació publicada a internet, anuaris públics i altres bases de dades. Possibles desajustos en la informació publicada, degut a potencials imprecisions o falta d'actualització, poden haver causat desviacions en les dades recollides i analitzades a l'estudi.

Amb tot, encara que s'ha recorregut al contacte directe amb les empreses de les que no s'ha pogut obtenir informació pública, s'ha experimentat dificultats per obtenir informació sobre totes les variables. Això és degut al component estratègic i sensible d'algunes de les variables, com poden ser el percentatge de vendes internacionals o la identificació dels canals de comercialització emprats.

Possibles línies de investigació futura per complementar el present estudi, i superar les mancances i limitacions esmentades, inclouen la realització d'un treball més qualitatiu que quantitatiu, com podria ser:

- La realització d'entrevistes en profunditat a executius que representin els diferents sectors de *retail* internacionalitzats.
- L'elaboració d'estudis de casos d'èxit d'empreses de tots els sectors per abordar els aspectes més significatius de les respectives apostes internacionals, tot ressenyant les similituds i, sobretot, les diferències en les estratègies aplicades.
- Realitzar recerca en base a grups de discussió especialitzats en temàtiques concretes en àmbits com l'operativa internacional, l'estratègia i posicionament de la marca a l'exterior o la gestió dels diferents canals en els mercats internacionals.

ANNEXOS

ANNEX 1. Llistat de CNAE considerats per a la selecció d'empreses catalanes de retail internacional

CODI	DESCRIPTOR
4520	Manteniment i reparació de vehicles de motor
4711	Comerç al detall, amb predomini de productes alimentaris, begudes i tabac en establiments no especialitzats
4719	Altres tipus de comerç al detall en establiments no especialitzats
4721	Comerç al detall de fruites i hortalisses en establiments especialitzats
4722	Comerç al detall de carn i productes carnis en establiments especialitzats
4723	Comerç al detall de peix i marisc en establiments especialitzats
4724	Comerç al detall de pa i productes de fleca, confiteria i pastisseria en establiments especialitzats
4725	Comerç al detall de begudes en establiments especialitzats
4726	Comerç al detall de productes de tabac en establiments especialitzats
4729	Comerç al detall d'altres tipus de productes alimentaris en establiments especialitzats
4730	Comerç al detall de combustibles per a l'automoció en establiments especialitzats
4741	Comerç al detall d'ordinadors, equips perifèrics i programes informàtics en establiments especialitzats
4742	Comerç al detall d'equips de telecomunicacions en establiments especialitzats
4743	Comerç al detall d'equips d'àudio i vídeo en establiments especialitzats
4751	Comerç al detall de tèxtils en establiments especialitzats
4752	Comerç al detall de ferreteria, pintures i vidre en establiments especialitzats
4753	Comerç al detall de catifes, moquetes i revestiments de parets i terres en establiments especialitzats
4754	Comerç al detall d'electrodomèstics en establiments especialitzats
4759	Comerç al detall de mobles, aparells d'il·luminació i d'altres articles d'ús domèstic en establiments especialitzats
4761	Comerç al detall de llibres en establiments especialitzats
4762	Comerç al detall de periòdics i articles de papereria en establiments especialitzats
4763	Comerç al detall d'enregistrament de música i vídeo en establiments especialitzats
4764	Comerç al detall d'articles d'esport en establiments especialitzats

4765	Comerç al detall de jocs i joguines en establiments especialitzats
4771	Comerç al detall de peces de vestir en establiments especialitzats
4772	Comerç al detall de calçat i articles de cuir en establiments especialitzats
4773	Comerç al detall de productes farmacèutics en establiments especialitzats
4774	Comerç al detall d'articles mèdics i ortopèdics en establiments especialitzats
4775	Comerç al detall de productes cosmètics i higiènic en establiments especialitzats
4776	Comerç al detall de flors, plantes, llavors, fertilitzants, animals de companyia i aliments per a animals domèstics en establiments especialitzats
4777	Comerç al detall d'articles de rellotgeria i joieria en establiments especialitzats
4778	Comerç al detall d'altres tipus d'articles nous en establiments especialitzats
4779	Comerç al detall d'articles de segona mà en establiments especialitzats
4781	Comerç al detall de productes alimentaris, begudes i tabac en parades de venda i mercats ambulants
4782	Comerç al detall de productes tèxtils, peces de vestir i calçat en parades de venda i mercats ambulants
4789	Comerç al detall d'altres productes en parades de venda i mercats ambulants
4791	Comerç al detall per correspondència i per Internet
4799	Comerç al detall d'altres tipus fora d'establiments, excepte en parades de venda i mercats ambulants
5610	Restaurants i establiments de menjars
7911	Activitats de les agències de viatges
9601	Rentatge i neteja de peces tèxtils i de pell
9602	Perruqueria i altres tractaments de bellesa
9604	Activitats de manteniment físic

ANNEX 2. Llistat de codis IAE considerats per a la selecció d'empreses catalanes de retail internacional

CODI	DESCRIPTOR
64	Comerç al detall de productes alimentaris, begudes i tabac, en establiments permanents
651	Comerç al detall de productes tèxtils, confecció, calçat, pells i articles de cuir
652	Comerç al detall de medicaments i productes farmacèutics. Comerç al detall de productes de drogueria i neteja; perfumeria i cosmètics, i altres productes químics. Comerç al detall d'articles d'herbolari
653	Comerç al detall d'articles per al parament de la llar i materials de construcció
654	Comerç al detall de vehicles terrestres, aereaus i embarcacions; i de maquinària, accessoris i peces de recanvi
659	Comerç al detall d'altres productes
661	Comerç al detall mixt o integrat
662	Comerç al detall mixt o integrat
663	Comerç al detall fora d'un establiment comercial permanent (ambulants, encants i parades de mercat)
664	Comerç al detall en règim d'expositors en dipòsit i mitjançant màquines expenedores
665	Comercio al por menor por correo o por catálogo de productos diversos
671	Serveis de restaurants
672	Serveis de cafeteries
673	Serveis de cafeteries i bars, amb menjar i sense
674	Serveis especials de restaurant, cafeteria i cafè bar
675	Serveis en quioscos, paradetes, barraques o altres locals similars, situats en mercats o places, a l'aire lliure en la via pública o jardins
676	Serveis en xocolateries, gelateries i orxateries
677	Serveis dels establiments classificats en els grups 671, 672, 673, 681 i 682 de les agrupacions 67 i 68, duts a terme fora d'aquests establiments. Altres serveis d'alimentació
691	Reparació d'articles elèctrics per a la llar, vehicles automòbils i altres béns de consum
699	Altres reparacions NCAA

ANNEX 3. Classificació i equivalència d'activitats

SECTOR	CODIS CNAE 2009	DESCRIPCIÓ CCAE
QÜOTIDIÀ ALIMENTARI		
Hipermercat,supermercat, autoserveis	4711	Comerç al detall, amb predomini de productes alimentaris, begudes i tabac en establiments no especialitzats
Fruiteries	4721	Comerç al detall de fruites i hortalisses en establiments especialitzats
Carnisseries	4722	Comerç al detall de carn i productes carnis en establiments especialitzats
Peixateries	4723	Comerç al detall de peix i marisc en establiments especialitzats
Forns i pastisseries	4724	Comerç al detall de pa i productes de fleca, confiteria i pastisseria en establiments especialitzats
Cellers i licoreries	4725	Comerç al detall de begudes en establiments especialitzats
Establiments especialitzats	4729	Comerç al detall d'altres tipus de productes alimentaris en establiments especialitzats
Estancs	4726	Comerç al detall de productes de tabac en establiments especialitzats
QÜOTIDIÀ NO ALIMENTARI		
Grans magatzems i altres establiments	4719	Altres tipus de comerç al detall en establiments no especialitzats
Agències de viatges	7911	Activitats de les agències de viatges
Bars, restaurants i cafeteries	5610	Restaurants i establiments de menjars
Perruqueria i bellesa	9602	Perruqueria i altres tractaments de bellesa
Altres activitats	9604	Activitats de manteniment físic
Tallers de reparacions i rentats de vehicles	4520	Manteniment i reparació de vehicles de motor

Farmàcies	4773	Comerç al detall de productes farmacèutics en establiments especialitzats
EQUIPAMENT DE LA PERSONA		
	4777	Comerç al detall d'articles de rellotgeria i joieria en establiments especialitzats
	4774	Comerç al detall d'articles mèdics i ortopèdics en establiments especialitzats
	4772	Comerç al detall de calçat i articles de cuir en establiments especialitzats
	4775	Comerç al detall de productes cosmètics i higiènics en establiments especialitzats
	4764	Comerç al detall d'articles d'esport en establiments especialitzats
	4771	Comerç al detall de peces de vestir en establiments especialitzats
	4782	Comerç al detall de productes tèxtils, peces de vestir i calçat en parades de venda i mercats ambulants
	9601	Rentatge i neteja de peces tèxtils i de pell
EQUIPAMENT DE LA LLAR		
	4779	Comerç al detall d'articles de segona mà en establiments especialitzats
	4753	Comerç al detall de catifes, moquetes i revestiments de parets i terres en establiments especialitzats
	4742	Comerç al detall d'equips de telecomunicacions en establiments especialitzats
	4743	Comerç al detall d'equips d'àudio i vídeo en establiments especialitzats

4754	Comerç al detall d'electrodomèstics en establiments especialitzats
4759	Comerç al detall de mobles, aparells d'il·luminació i d'altres articles d'ús domèstic en establiments especialitzats
4752	Comerç al detall de ferreteria, pintures i vidre en establiments especialitzats
4778	Comerç al detall d'altres tipus d'articles nous en establiments especialitzats
4776	Comerç al detall de flors, plantes, llavors, fertilitzants, animals de companyia i aliments per a animals domèstics en establiments especialitzats
4751	Comerç al detall de tèxtils en establiments especialitzats
4741	Comerç al detall d'ordinadors, equips perifèrics i programes informàtics en establiments especialitzats

AUTOMOCIÓ I CARBURANTS

4730	Comerç al detall de combustibles per a l'automoció en establiments especialitzats
------	---

LLEURE I CULTURA

4761	Comerç al detall de llibres en establiments especialitzats
4762	Comerç al detall de periòdics i articles de papereria en establiments especialitzats

4763	Comerç al detall d'enregistrament de música i vídeo en establiments especialitzats
4765	Comerç al detall de jocs i joguines en establiments especialitzats

COMERÇ MIXT

Comerç al detall en "puestos de venta y mercadillos"	4781	Comerç al detall de productes alimentaris, begudes i tabac en parades de venda i mercats ambulants
Comerç al detall en "puestos de venta y mercadillos"	4789	Comerç al detall d'altres productes en parades de venda i mercats ambulants
Comerç al detall per correspondència i per Internet, altres tipologia de comerç al detall no realitzat en establiments	4791	Comerç al detall per correspondència i per Internet
Venda domiciliaria, altres tipologies de comerç al detall no realitzat en establiments	4799	Comerç al detall d'altres tipus fora d'establiments, excepte en parades de venda i mercats ambulants

ANNEX 4. Llistat d'empreses

Posició	Raó social	Nom comercial	Sector activitat
1	PUNTO FA SL	MANGO	Equipament de la persona
2	CORPORACIÓN ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.	CORPORACIÓ ALIMENTÀRIA GUISSONA	Quotidià alimentari
3	ANTONIO PUIG SA	PUIG	Equipament de la persona
4	CAPRABO SA	CAPRABO	Quotidià alimentari
5	ABASIC, S.L.	DESIGUAL	Equipament de la persona
6	JOYERÍA TOUS SA	TOUS	Equipament de la persona
7	PEPE JEANS SL	PEPE JEANS	Equipament de la persona
8	MIGUEL TORRES SA	TORRES	Quotidià alimentari
9	PRIVALIA VENTA DIRECTA SAU	PRIVALIA	Comerç mixt
10	OLIMPIA MEDITERRÀNEO SA	VIAJES OLYMPIA	Quotidià no alimentari
11	GENERAL ÓPTICA SA	GENERAL OPTICA	Equipament de la persona
12	LA SIRENA ALIMENTACIÓN CONGELADA SL	LA SIRENA	Quotidià alimentari
13	CASA AMETLLER	CASA AMETLLER	Quotidià alimentari
14	ATRÁPALO SL	ATRÁPALO	Quotidià no alimentari
15	TRADEINN RETAIL SERVICES SL	TRADEINN	Equipament de la persona
16	ESTABLIMENTS VIENA SA	VIENA	Quotidià no alimentari
17	FUTBOL CLUB BARCELONA MERCHANDISING SL	FUTBOL CLUB BARCELONA	Equipament de la persona
18	ECOVERITAS	VERITAS	Quotidià alimentari
19	NEGOCIANTS SL	VILA VINATECA	Quotidià alimentari
20	ETNIA BARCELONA SL	ETNIA BARCELONA	Equipament de la persona
21	FRIDAYS PROJECT ESPAÑA SL	FRIDAYS PROJECT	Equipament de la persona
22	CASA SANTIVERI SL	SANTIVERI	Quotidià alimentari
23	CÍRCULO DE LECTORES SAU	CIRCULO DE LECTORES	Lleure i cultura
24	DIGITAL LOLA COMMERCE SAU	VENCA	Comerç mixt

25	UNIPREUS SL	WALA	<i>Equipament de la persona</i>
26	FRAG COMERCIO INTERNACIONAL S.L	MISAKO	<i>Equipament de la persona</i>
27	ORIGINAL BUFF SA	BUFF	<i>Equipament de la persona</i>
28	TORRONS VICENS SL	TORRONS VICENS	<i>Quotidià alimentari</i>
29	MOTOCARD BIKE SL	MOTOCARD	<i>Equipament de la llar</i>
30	FINANCIERA PRONOVIAS SA	PRONOVIAS	<i>Equipament de la persona</i>
31	NATURA SELECTION S.L	NATURA	<i>Quotidià no alimentari</i>
32	WEDDING PLANNER SL	BODAS.NET	<i>Comerç mixt</i>
33	BEBITUS RETAIL SLU	BEBITUS	<i>Equipament de la persona</i>
34	INTERMALLA SL	NICE THINGS	<i>Equipament de la persona</i>
35	NATURA BISSE INTERNATIONAL SA	NATURA BISSÉ	<i>Equipament de la persona</i>
36	TEXTIL TEXTURA SL	TEXTURA INTERIORS	<i>Equipament de la llar</i>
37	MACON SA	MACSON	<i>Equipament de la persona</i>
38	SOCIEDAD ANONIMA COTTET	COTTET	<i>Equipament de la persona</i>
39	BLUE TOWER SL	CUSTO BARCELONA	<i>Equipament de la persona</i>
40	SUEÑOS LOGÍSTICA SL	DORMITY	<i>Equipament de la llar</i>
41	INDUSTRIA VALLS 1 S.A	PUNTO BLANCO	<i>Equipament de la persona</i>
42	SANTA EULALIA SA	SANTA EULALIA	<i>Equipament de la persona</i>
43	ARETEX	CÓNDOR	<i>Equipament de la persona</i>
44	HOME MEAL REPLACEMENT SA	NOSTRUM	<i>Quotidià no alimentari</i>
45	SOFTONIC INTERNATIONAL SA	SOFTONIC	<i>Equipament de la llar</i>
46	ENRIQUE TOMAS SL	ENRIQUE TOMAS	<i>Quotidià alimentari</i>
47	SKEYNDOR SL	SKEYNDOR	<i>Equipament de la persona</i>
48	CA L'ESPINALER SL	ESPINALER	<i>Quotidià alimentari</i>
49	UNION SUIZA SA	UNION SUIZA	<i>Equipament de la persona</i>
50	SERVICIO ESTACION, SA	SERVICIO ESTACIÓN	<i>Quotidià no alimentari</i>
51	EXPOTIENDAS SL	ROSA CLARÁ	<i>Equipament de la persona</i>

52	PILMA DISSENY SA	PILMA	<i>Equipament de la llar</i>
53	NANDO JUBANY SL	NANDO JUBANY	<i>Quotidià no alimentari</i>
54	NAUOVER SA	NAUOVER	<i>Equipament de la persona</i>
55	LA TORMENTA PERFECTA SL	MUNICH	<i>Equipament de la persona</i>
56	FRANCO AUSTRAL SL	SURKANA	<i>Equipament de la persona</i>
57	BENITO SPORTS SA	BENITO SPORTS	<i>Equipament de la persona</i>
58	KNIT FEELINGS	SITA MURT	<i>Equipament de la persona</i>
59	KAOTIK O SL	KAOTIKO	<i>Equipament de la persona</i>
60	E FUREST SA	FUREST	<i>Equipament de la persona</i>
61	EQUIVALENZA RETAIL SLU	EQUIVALENZA	<i>Equipament de la persona</i>
62	TEXTILES Y CONFECCIONES BROWNIE SL	BROWNIE	<i>Equipament de la persona</i>
63	FUTBOL CORNER SL	FUTBOLMANIA	<i>Equipament de la persona</i>
64	SIBALTRON EXPERIENCES SL	ETUYO	<i>Equipament de la llar</i>
65	UDON BARCELONA SL	UDON	<i>Quotidià no alimentari</i>
66	BOBOLI SL	BOBOLI	<i>Equipament de la persona</i>
67	ETXART & PANNO SA	ETXART & PANNO	<i>Equipament de la persona</i>
68	ANDRES MALDONADO SA	MALDONADO	<i>Equipament de la llar</i>
69	BETTOBCN 2007 SL.	BETTO BCN	<i>Equipament de la persona</i>
70	DIVISION TEXTIL SL	DIVISIÓ	<i>Equipament de la llar</i>
71	GRUPO COMERCIAL TEXTIL SA	LA MALLORQUINA	<i>Equipament de la llar</i>
72	CHOCOLAT FACTORY SL	CHOCOLAT FACTORY	<i>Quotidià alimentari</i>
73	PARTY FIESTA SA	PARTY FIESTA	<i>Equipament de la llar</i>
74	VAN DE VELDE S.A	ANDRES SARDA	<i>Equipament de la persona</i>
75	DECÁNTALO VINOS SL	DECÁNTALO	<i>Quotidià alimentari</i>
76	TASCÓN FRANQUICIAS SL	TASCÓN	<i>Equipament de la persona</i>
77	TINYCOTTONS SL	TINYCOTTONS	<i>Equipament de la persona</i>
78	MAS XARCUTERS SL	MAS GOURMETS	<i>Quotidià alimentari</i>

79	POU ROVIRA SL	UN PASO MAS	<i>Equipament de la persona</i>
80	LURDES BERGADA SL	LURDES BERGADA	<i>Equipament de la persona</i>
81	LUPO SHOPS SL	LUPO BARCELONA	<i>Equipament de la persona</i>
82	CARME RUSCALLEDA SANT PAU SL	SANT PAU	<i>Quotidià no alimentari</i>
83	CACAO SAMPAGA SL	CACAO SAMPAGA	<i>Quotidià alimentari</i>
84	CONSUPAN SL	PANS GRANIER	<i>Quotidià alimentari</i>
85	GLOVOAPP23 S.L	GLOVO	<i>Comerç mixt</i>
86	MON VINIC SL	MONVINIC STORE	<i>Quotidià alimentari</i>
87	CEBADO SA	CEBADO	<i>Quotidià no alimentari</i>
88	BARCELONA MENKES SA	MENKES	<i>Equipament de la persona</i>
89	TEA SHOP SL	TEA SHOP	<i>Equipament de la llar</i>
90	FARGGI CAFE CONCEPT SL	FARGGI	<i>Quotidià alimentari</i>
91	CREASILK S.L	MIRIAM PONSÀ	<i>Equipament de la persona</i>
92	RABAT ONLINE S.L	RABAT	<i>Equipament de la persona</i>
93	BUBO FRANQUICIAS SL	BUBÓ	<i>Quotidià alimentari</i>
94	TENCA SA	GOTTA	<i>Equipament de la persona</i>
95	BASI SA	ARMAND BASI	<i>Equipament de la persona</i>

ANNEX 5. Distribució de les 95 empreses per CNAE i IAE primaris i identificació d'aquelles que són de retail

Distribució d'empreses per CNAE primari

Retail	CNAE primari	Nombre d'empreses	Total
Activitats de retail	4711	1	45
	4719	2	
	4721	1	
	4724	1	
	4729	3	
	4751	2	
	4752	1	
	4759	1	
	4764	3	
	4771	9	
	4772	4	
	4774	2	
	4775	1	
	4776	1	
	4777	3	
	4778	2	
	4791	2	
5610	5		
7911	1		
Activitats no de retail	0150	1	50
	1082	2	
	1086	1	
	1089	2	
	1102	1	
	1392	1	
	1413	1	
	1414	1	
	1419	3	
	1431	2	
	2042	2	
	4619	2	
	4632	1	
	4634	1	
	4639	2	
	4641	2	
	4642	11	
	4643	1	
	4645	2	
	4647	1	
4649	2		
4690	1		
5630	1		
5811	1		
6311	1		
6612	1		

Distribució d'empreses per IAE primari

Retail	Codi IAE	Nombre d'empreses	Total
Activitats de retail	6400	1	44
	6410	1	
	6440	1	
	6470	3	
	6510	4	
	6511	2	
	6512	9	
	6523	1	
	6531	1	
	6533	1	
	6593	2	
	6595	3	
	6597	1	
	6599	3	
	6614	3	
	6650	2	
6710	5		
6720	1		
Activitats no de retail	0700	1	51
	2552	2	
	4210	2	
	4235	1	
	4239	2	
	4251	1	
	4350	1	
	4352	2	
	4530	3	
	4534	1	
	4559	1	
	4761	1	
	6124	1	
	6126	1	
	6129	2	
	6130	1	
	6131	8	
	6132	1	
	6133	2	
	6142	2	
	6152	1	
	6154	1	
	6171	1	
6191	2		
6199	1		
6390	2		
6500	1		

Font: elaboració pròpia en base a SABI

ANNEX 6. Base de dades

VARIABLES DE CARACTERITZACIÓ DE LES EMPRESES

Raó social	Nom comercial	Sector activitat	CNAE Primari	CNAE primari retail?	IAE Primari	IAE primari retail?	Any creació	Antiguitat	Nombre treballadors	Presència botiga física	Marca pròpia
	IMANGO	Equipament de la persona	4771	0	6512	0	1989	29	4741	1	1
	CORPORACION ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.	Quotidià alimentari	0150	0	700	0	1959	19	3494	1	1
	ANTONIO PUIG SA	Equipament de la persona	2042	0	2552	0	1914	104	1384	1	1
	CAPRABO SA	Quotidià alimentari	4729	1	6470	1	1959	59	6325	1	1
	ABASIC, S.L.	Equipament de la persona	4642	0	6133	0	2008	10	1151	1	1
	Joyeria Tous SA	Equipament de la persona	4771	1	6595	0	1985	33	600	1	1
	PIEPÉ JEANS SL	Equipament de la persona	4642	0	6131	0	1998	20	780	1	1
	MIQUEL TORRES SA	Quotidià alimentari	1102	0	4251	0	1984	34	800	1	1
	PRIVALIA VENTA DIRECTA SAU	Comerc mixt	4791	1	6650	1	2006	12	405	0	0
	PRIVALIA	Comerc mixt	7990	0	6490	0	1987	31	121	1	0
	OLIMPIA MEDITERRANEO SA	Quotidià no alimentari	4774	1	6593	0	1955	63	1470	1	1
	GENERAL OPTICA SA	Equipament de la persona	4771	1	6400	1	1983	35	1100	1	1
	LA SIRENA	Quotidià alimentari	4721	1	6410	1	2001	17	703	1	1
	CASA AMETLLER	Quotidià no alimentari	7911	1	7550	0	2000	18	244	0	0
	ATRAPALO SL	Equipament de la persona	4619	0	6390	0	1997	21	94	0	0
	TRADEINN RETAIL SERVICES SL	Quotidià no alimentari	5510	1	6710	1	1999	49	1.506	1	0
	ESTABLIMENTS VIENA SA	Equipament de la persona	4764	1	6599	1	2002	16	188	1	1
	FUTBOL CLUB BARCELONA MERCHANTISING SL	Equipament de la persona	4729	1	6470	1	2002	16	478	1	1
	ECOVERTAS	Quotidià alimentari	4639	0	6129	0	1932	86	160	1	0
	NEGOCIANTS SL	Quotidià alimentari	4719	1	6514	1	2004	14	80	1	1
	VILA VINATECA	Quotidià alimentari	4642	0	6131	0	2004	14	21	1	1
	ETNIA BARCELONA SL	Equipament de la persona	1086	0	4235	0	1885	133	278	1	1
	FRIDAYS PROJECT ESPANA SL	Equipament de la persona	5811	0	4781	0	1962	56	152	0	0
	CASA SANTIVERI SL	Leure i cultural	4791	1	6650	1	1995	33	290	0	0
	CIRCULO DE LECTORES SAU	Comerc mixt	4771	1	6510	1	1992	36	309	1	1
	DIGITAL LOLA COMMERCE SAU	Equipament de la persona	4778	1	6614	1	1997	21	408	1	1
	VENCA	Equipament de la persona	1392	0	4559	0	1885	33	123	1	1
	UNIPREUS SL	Equipament de la persona	1089	0	4239	0	2000	18	112	1	1
	WALA	Equipament de la persona	4771	1	6512	1	1998	20	75	1	0
	MISAKO	Equipament de la persona	4771	1	6512	1	1976	42	362	1	1
	FRAG COMERCIO INTERNACIONAL S.L.	Equipament de la persona	4641	0	6171	0	1992	26	205	1	1
	ORIGINAL BUFF SA	Quotidià no alimentari	7311	0	8440	0	2009	9	279	0	0
	TORRONS VICENS SL	Comerc mixt	4642	0	6199	0	2011	7	40	0	0
	MOTOCARD BIRE SL	Equipament de la persona	4642	0	6199	0	2011	7	40	0	0
	FINANCIERA PRONOVIAS SA	Equipament de la persona	4642	0	6199	0	2011	7	40	0	0
	NATURA SELECTION S.L.	Equipament de la persona	4641	0	6171	0	1992	26	205	1	1
	NATURA	Quotidià no alimentari	7311	0	8440	0	2009	9	279	0	0
	BODAS NET	Comerc mixt	4642	0	6199	0	2011	7	40	0	0
	BEBITUS RETAIL SLU	Equipament de la persona	4642	0	6199	0	2011	7	40	0	0
	INTERMALLA SL	Equipament de la persona	4642	0	6199	0	2011	7	40	0	0
	NATURA BISSE	Equipament de la persona	4645	0	6142	0	1979	39	150	1	1
	NATURA BISSE INTERNATIONAL SA	Equipament de la persona	4645	0	6142	0	1979	39	150	1	1
	TEXTIL TEXTURA SL	Equipament de la llar	4751	1	6512	1	1994	24	101	1	1
	MACON SA	Equipament de la llar	4771	1	6512	1	1942	76	220	1	1
	SOCIEDAD ANONIMA COTTET	Equipament de la persona	4774	1	6593	1	1952	66	204	1	1
	BLUE TOWER SL	Equipament de la persona	4642	0	6131	0	1997	21	122	1	1
	SUENOS LOGISTICA SL	Equipament de la persona	4799	1	6531	1	2014	4	31	1	1
	INDUSTRIA VALLS T S A	Equipament de la llar	4771	1	6531	1	2014	4	31	1	1
	SANTA EULALIA SA	Equipament de la persona	4771	1	6512	1	1984	29	280	1	1
	ARETEX	Equipament de la persona	4431	0	4352	0	1843	175	78	1	1
	HOME MEAL REPLACEMENT SA	Equipament de la persona	1431	0	4352	0	1898	120	211	1	1
	SOFTONIC INTERNATIONAL SA	Quotidià no alimentari	1089	0	4239	0	1994	24	183	1	1
	ENRIQUE TOMAS	Equipament de la llar	6311	0	9024	0	1999	19	120	0	1
	SKENDOR SL	Quotidià alimentari	4729	1	6470	1	1990	28	35	1	1
	ENRIQUE TOMAS SA	Equipament de la persona	2042	0	2552	0	2003	15	88	1	1
	SKENDOR SA	Equipament de la persona	2042	0	2552	0	2003	15	88	1	1
	CAL ESPINALER SL	Quotidià alimentari	4639	0	6129	0	1989	29	71	1	1

Raó social	Nom comercial	Sector activitat	CNAE Primari	CNAE primari relatiu?	IAE Primari	IAE primari relatiu?	Any creació	Antiguitat	Nombre treballadors	Presència botiga física	Marca pròpia
	UNION SUIZA SA	Equipament de la persona	4771	1	6595	1	1946	73	39	1	1
	SERVICIO ESTACION SA	Quotidians no alimentaris	4719	1	6500	0	1930	88	103	1	1
	EXPOTIENDAS SL	Equipament de la persona	4771	1	6512	1	1997	21	90	1	1
	ROSA CLARA	Equipament de la llar	4647	0	6132	0	1900	28	80	1	1
	PILMA DISSENY SA	Quotidians no alimentaris	5610	1	6710	1	2002	16	100	1	0
	NANDO JUBANY SL	Equipament de la persona	1413	0	4534	0	1988	50	130	1	1
	MAULOVER SA	Equipament de la persona	4649	0	6191	0	2004	14	85	1	1
	MUNICH	Equipament de la persona	4642	0	6133	0	1994	24	49	1	1
	FRANCO AUSTRAL SL	Equipament de la persona	4784	1	6599	1	1979	39	63	1	0
	BENITO SPORTS SA	Equipament de la persona	4642	0	6130	0	1999	19	80	1	1
	KNIT FEELINGS	Equipament de la persona	4771	1	6512	1	1999	19	72	1	1
	KAOTIK O SL	Equipament de la persona	4771	1	6512	1	1980	38	66	1	1
	E FUREST SA	Equipament de la persona	4645	0	6142	0	2011	7	4	1	1
	EQUIVALENZA RETAIL SLIJ	Equipament de la persona	4642	0	6131	0	2007	11	40	1	1
	TEXTILES Y CONFECCIONES BROWNIE SL	Equipament de la persona	4642	0	6131	0	2007	11	40	1	1
	FUTBOL CORNER SL	Equipament de la persona	4641	0	6154	0	2007	11	10	0	0
	SIBALTRON EXPERIENCES SL	Equipament de la llar	4643	0	6154	0	2007	11	10	0	0
	UDON BARCELONA SL	Equipament de la llar	4643	0	6154	0	2007	11	10	0	0
	UDON	Equipament de la llar	5610	1	6710	1	2003	15	86	1	0
	BOBOLI	Quotidians no alimentaris	4771	1	6512	1	1984	34	80	1	1
	ETXART & PANNO SA	Equipament de la persona	1419	0	4530	0	1988	30	49	1	1
	ANDRES MALDONADO SA	Equipament de la llar	4752	1	6533	1	1995	23	30	1	1
	BETTORCH 2007 SL	Equipament de la persona	4642	0	6131	0	2014	4	3	1	0
	DIVISION TEXTIL SL	Equipament de la llar	4641	0	6132	0	1985	33	26	1	1
	GRUPO COMERCIAL TEXTIL SA	Equipament de la llar	4751	1	6511	1	1997	31	49	1	1
	LA MALLORQUINA	Equipament de la llar	4751	1	6511	1	1997	31	49	1	1
	CHOCOLAT FACTORY	Quotidians alimentaris	1082	0	4210	0	1997	21	90	1	1
	PARTY FIESTA SA	Equipament de la llar	4649	0	6191	0	1994	24	265	1	0
	VAN DE VELDE S.A	Equipament de la llar	1414	0	4350	0	1982	56	28	1	0
	ANDRES SARDA	Equipament de la llar	1414	0	4350	0	1982	56	28	1	0
	DECANTALO VINOS SL	Equipament de la llar	4634	0	6126	0	2010	8	13	0	0
	TASCON	Quotidians alimentaris	4772	1	6510	1	1998	20	32	1	0
	TINYCOTTONS	Equipament de la persona	4642	0	6131	0	2013	5	11	1	1
	MAS GOURMETS	Equipament de la persona	4632	0	6124	0	1945	73	21	1	1
	MAS YARGUTERS SL	Quotidians alimentaris	4723	1	6510	1	2007	11	15	1	1
	POU ROVIRA SL	Equipament de la persona	4772	1	6510	1	2009	9	6	1	1
	LURDES BERGADA SL	Equipament de la llar	4772	1	6510	1	1999	19	23	1	1
	LUPO SHOPS SL	Equipament de la persona	5610	1	6710	1	2003	15	30	1	1
	CARME RUSCALLEDA SANT PAU SL	Quotidians no alimentaris	1082	0	4210	0	2000	18	20	1	1
	CACAO SAMPAPKA SL	Quotidians alimentaris	4724	1	6440	1	2012	6	19	1	1
	CONSUPAN SL	Quotidians alimentaris	4724	1	6440	1	2012	6	19	1	1
	GLOVOAPP2 S.L	Comerc mixt	4619	0	6390	0	2014	4	44	0	0
	MON VINIC SL	Quotidians alimentaris	5630	0	6720	0	2004	14	22	1	0
	CEBADO SA	Quotidians no alimentaris	6920	0	8420	0	1984	34	7	1	1
	BARCELONA MIENKES SA	Equipament de la persona	4771	1	6512	1	1988	30	10	1	1
	TEA SHOP SL	Equipament de la llar	4776	1	6597	1	1993	25	4	1	1
	FARGGI CAFE CONCEPT SL	Equipament de la llar	6612	1	8311	0	2001	17	12	1	1
	CREASILK S.L	Quotidians alimentaris	4771	1	6595	1	2005	13	7	1	1
	RABAT ONLINE S.L	Equipament de la persona	1419	0	4530	0	1991	27	7	1	1
	BUBO	Quotidians alimentaris	5610	1	6710	1	2006	12	4	1	1
	GOTTA	Equipament de la persona	4775	1	6523	1	1988	30	1	1	0
	TENGA SA	Equipament de la persona	4775	1	6523	1	1988	30	1	1	0
	BASI SA	Equipament de la persona	4642	0	6131	0	1982	66	2	1	1

VARIABLES SOBRE RESULTATS ECONÒMICS I INTERNACIONALITZACIÓ

Raó social	Nom comercial	Resultats d'exploració 2016 (€)	Facturació 2016 (€)	Creixement facturació 2013-2016	Creixement facturació 2015-2016	Any inici activitat internacional	Anys des'inici activitat internacional	País on s'inicia activitat internacional	% facturació internacional
PUNTO FA SL	MANGO	-57.118.000	1.770.672.000	29%	-4%	1992	26	Portugal	79%
CORPORACION ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.	CORPORACION ALIMENTARIA GUISSONA	59.047.091	1.548.858.000	5%	5%	2007	11	Andorra	3%
ANTONIO PUIG SA	PUIG	109.250.000	1.410.118.000	9%	3%	1982	56	EUA	85%
CAPRABO SA	CAPRABO	26.799	1.031.082.000	-23%	-1%	2011	7	Andorra	n.d.
ABASIS, S.L.	DESIGUAL	84.339.743	533.631.000	5%	-5%	2006	12	Singapur	78%
JOYERIA TOUTS SA	TOUTS	12.616.355	270.729.000	40%	12%	1987	21	Japó	62,50%
PEPE JEANS SL	PEPE JEANS	801.728	204.922.000	2%	-1%	1980	38	EUA	72%
MIGUEL TORRES SA	TORRES	6.622.000	193.067.000	10%	0%	n.d.	n.d.	n.d.	73%
PRIVALIA VENTA DIRECTA SAU	PRIVALIA	-13.512.000	188.030.000	68%	16%	2007	11	Itàlia	75%
OLIMPIA MEDITERRANEO SA	VIAJES OLIMPIA	1.747.120	158.928.000	1%	11%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
GENERAL OPTICA SA	GENERAL OPTICA	11.540.824	158.318.000	14%	0%	1998	20	Portugal	n.d.
LA SIRENA ALIMENTACION CONGELADA SL	LA SIRENA	-1.998.160	146.495.000	-3%	-1%	n.d.	n.d.	Andorra	n.d.
CASA AMETLLER	CASA AMETLLER	4.910.762	139.110.000	72%	22%	2012	6	Suïssa	n.d.
ATRAPALO SL	ATRAPALO	906.300	83.597.204	1%	-3%	2000	18	Llatinoamèrica	n.d.
TRADEINN RETAIL SERVICES SL	TRADEINN	8.010.530	74.937.000	230%	64%	1987	21	n.d.	80%
ESTABLIMENTS VIENA SA	VIENA	5287000	73.313.000	15%	6%	2002	16	Andorra	n.d.
FUTBOL CLUB BARCELONA MERCHANDISING SL	FUTBOL CLUB BARCELONA	2.570.712	63.021.000	28%	25%	2015	3	Mèxic	45%
ECOVERITAS	VERITAS	3.171.660	58.186.465	132%	31%	2012	6	Andorra	n.d.
NEGOCIANTS SL	VILA VINATECA	2.172.100	55.877.000	41%	13%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
ETNIA BARCELONA SL	ETNIA BARCELONA	14.771.971	54.231.000	120%	25%	n.d.	n.d.	n.d.	90%
FRIDAYS PROJECT ESPANA SL	FRIDAYS PROJECT	440.542	51.612.000	-8%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
CASA SANTIVERI SL	SANTIVERI	443.666	48.390.000	7%	5%	n.d.	n.d.	n.d.	23,50%
CIRCULO DE LECTORES SAU	CIRCULO DE LECTORES	-2.292.000	47.351.000	-34%	-7%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
DIGITAL LOLA COMMERCE SAU	VENCA	-7.243.037	45.182.000	17%	15%	2004	14	Portugal	30%
UNIPREUS SL	WALA	1.490.638	42.140.000	-1%	2%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
FRAG COMERCIO INTERNACIONAL S.L	MISAKO	3.128.063	36.372.000	16%	3%	2011	7	Andorra	14%
ORIGINAL BUFF SA	BUFF	6.356.942	32.523.000	39%	9%	1985	23	Europa	90%
TORRONS VICENS SL	TORRONS VICENS	2.936.679	31.741.000	116%	13%	2014	4	Frància	26%
MOTOCARD BIKE SL	MOTOCARD	4.977.995	31.155.000	81%	21%	n.d.	n.d.	Andorra	n.d.
FINANCIERA PRONOVIAS SA	PRONOVIAS	-1.766.479	28.636.000	751%	10%	1987	31	Holanda	65%
NATURA SELECTION S.L	NATURA	676.712	28.907.000	126%	44%	1984	24	Portugal	n.d.
WEDDING PLANNER SL	BODAS NET	1.820.597	25.834.000	175%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
REBETUS RETAIL SIU	REBETUS	-3.068.537	25.103.000	1073%	73%	2015	3	Frància	15%
INTERMALLA SL	NICE THINGS	772.292	21.482.000	18%	7%	2011	7	Frància	n.d.
NATURA BISSE INTERNACIONAL SA	NATURA BISSE	2.895.129	21.185.000	40%	17%	2013	5	Hong Kong	77%
TEXTIL TEXTURA SL	TEXTURA INTERIORS	1.424.803	20.833.000	18%	8%	2002	16	Bulgària	n.d.
MACON SA	MACSON	229.831	20.757.000	47%	13%	2014	4	Andorra	1,50%
SOIEDAD ANONIMA COTTET	COTTET	329.580	19.079.000	-10%	0%	2013	5	Andorra	n.d.
BLUE TOWER SL	CUSTO BARCELONA	-28.999	18.836.000	-6%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	85%
SUENOS LOGÍSTICA SL	DORMITY	174.481	18.423.000	140%	17%	n.d.	n.d.	Andorra	n.d.
INDUSTRIA VALLS T S A	PUNTO BLANCO	-308.030	18.397.000	-5%	-11%	n.d.	n.d.	n.d.	15%
SANTA EULALIA SA	SANTA EULALIA	530.784	17.760.000	19%	12%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
AREI EX	CONDOR	1.023.323	17.786.000	15%	5%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
HOME MEAL REPLACEMENT SA	NOSTRUM	-1.391.501	17.303.000	61%	15%	2014	4	Frància	5%
SOFTONIC INTERNATIONAL SA	SOFTONIC	-4.021.140	16.874.000	-88%	-9%	n.d.	n.d.	Regne Unit	n.d.
ENRIQUE TOMAS SL	ENRIQUE TOMAS	945.561	16.007.000	71%	6%	2014	4	n.d.	n.d.
SKYENDOR SL	SKYENDOR	800.195	14.836.000	37%	17%	1985	23	Hong Kong/Itàlia	45%
CAL ESPINALER SL	ESPINALER	609.288	14.819.000	90%	35%	2014	4	Japó	30%

Raó social	Nom comercial	Resultats d'exploració 2016 (€)	Facturació 2016 (€)	Creixement facturació 2013-2016	Creixement facturació 2015-2016	Any inici activitat internacional	Anys des l'inici activitat internacional	País on s'inicia activitat internacional	% facturació internacional
	UNION SUIZA SA	106.961	13.010.000	-2%	1%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	SERVICIO ESTACIÓN, SA	319.588	12.915.000	-5%	-4%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	EXPOTIENDAS SL	202.242	12.740.000	134%	7%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	PILMA DISSNEY SA	369.235	11.797.000	51%	3%	n.d.	n.d.	n.d.	7%
	MANDO JUBANY SL	287.325	10.973.000	428%	30%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	MAULOVER SA	-30.620	9.428.000	7%	-3%	n.d.	n.d.	n.d.	25%
	LA TORRENTA PERFECTA SL	47.560	9.242.000	7%	-4%	n.d.	n.d.	n.d.	50%
	FRANCO AUSTRAL SL	143.790	9.196.000	2%	0%	n.d.	n.d.	Itàlia	50%
	BENITO SPORTS SA	176.332	8.834.000	9%	1%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	STA MURT	-286.175	8.450.000	n.d.	n.d.	2018	n.d.	Regne Unit	n.d.
	KAOTIK O SL	328.804	8.232.439	67%	30%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	E FUREST SA	55.772	7.847.000	2%	3%	1999	19	n.d.	n.d.
	EQUIVALENZA RETAIL SLU	-546.039	7.071.000	-61%	-64%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	TEXTILES Y CONFECIONES BROWNIE SL	201.603	6.795.000	76%	16%	2015	3	Portugal	6,50%
	FUTBOL CORNER SL	218.640	6.759.000	-35%	-49%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	SIBALTRON EXPERIENCES SL	38.000	6.459.000	322%	62%	n.d.	n.d.	Frància	n.d.
	UDON BARCELONA SL	43.196	6.091.000	196%	306%	2015	3	Andorra	n.d.
	BOBOLI SL	370.575	5.787.000	44%	10%	1992	26	Mèxic	43%
	ETXART & PAINNO SA	140.163	5.315.000	11%	-10%	n.d.	n.d.	n.d.	25%
	ANDRES MALDONADO SA	327.059	5.233.000	n.d.	22%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	BETTOBN 2007 SL	337.191	5.186.000	n.d.	17%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	DIVISION TEXTIL SL	193.073	5.060.000	52%	9%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	GRUPO COMERCIAL TEXTIL SA	2.536	4.783.000	32%	15%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	CHOCOLAT FACTORY SL	-67.822	4.600.018	16%	n.d.	n.d.	n.d.	Andorra	n.d.
	PARTY FIESTA SA	-576.965	4.369.000	-63%	-74%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	ANDRES SARDA	516.445	4.075.000	n.d.	-2%	1984	34	n.d.	70%
	DECANTALO VINOS SL	24.721	3.929.097	165%	26%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	TASCON FRANQUICIAS SL	139.992	3.915.000	11%	5%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	TINYCOTTONS SL	856.600	3.825.000	8244%	210%	n.d.	n.d.	n.d.	80%
	MAS XARCTERS SL	-166.325	2.755.000	-18%	-5%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	POU ROVIRA SL	25.952	2.238.000	213%	1%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	LURDES BERGADA SL	396.698	2.237.000	66%	6%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	LUPO SHOPS SL	-318.201	1.998.000	-49%	-31%	n.d.	n.d.	n.d.	30%
	CARMIE RUSCALLADA SAINT PAU SL	285.248	1.815.000	35%	15%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	CACAO SAMPAPKA SL	288.954	1.728.000	5%	0%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	PANS GRANIER	109.678	1.247.000	-80%	-88%	2013	5	EUA	16%
	GLOVOAPP23 S.L	-5.212.302	1.243.442	n.d.	1066%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	MON VINIC SL	-761.430	1.234.000	-14%	1%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	CEBADO SA	450.168	1.232.000	-6%	0%	n.d.	n.d.	Andorra	n.d.
	BARCELONA MENKES SA	4.702	952.000	-18%	39%	n.d.	n.d.	EUA	n.d.
	TEA SHOP SL	63.002	493.000	3%	4%	n.d.	n.d.	Brasil	n.d.
	FARGGI CAFE CONCEPT SL	133.044	438.000	5%	-16%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	CREASILK S.L	20.510	422.000	21%	-8%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	RABAT ONLINE S.L	22.105	399.000	99%	5%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
	BUBO FRANQUICIAS SL	6.158	343.000	36%	0%	2016	2	EAU	n.d.
	GOTTA	21.924	322.000	-91%	4%	2016	2	n.d.	n.d.
	ARIWAND BASI	-6.263	305.915	-42%	-13%	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

VARIABLES REFERENTS ALS ESTABLIMENTS FÍSICS

Raó social	Nom comercial	Nombre d'establiments Total	Operació mitjançant franquícies	Presència a comerç	Presència a establiments multimarca	Tinenc d'establiments físics propis o franquiciats a l'estranger	Nombre establiments propis o franquiciats a l'estranger	Nombre de països estrangers amb presència física. Propis o franquiciats
		2.217	1	1	0	1	1938	110
	IMANGO		1	0	0	1	3	1
	CORPORACIÓ ALIMENTÀRIA GUISSONA, S.A.	468	1	0	0	1	0	0
	ANTONIO PUIG SA		0	0	0	1	0	0
	CAPRABO SA	325	1	0	0	1	3	1
	ABASIC, S.L.	477	1	1	1	1	365	42
	JOYERIA TOUS SA	622	1	1	1	1	389	48
	PEPE JEANS SL	237	1	1	1	1	365	13
	MIGUEL TORRES SA	17	0	1	1	1	16	2
	PRIVALIA	0	0	0	0	0	0	0
	PRIVALIA VENTA DIRECTA SAU	0	0	0	0	0	0	0
	OLIMPIA MEDITERRANEO SA	10	0	0	0	0	0	0
	GENERAL OPTICA SA	287	1	0	0	1	33	1
	LA SIRENA ALIMENTACIÓN CONGELADA SL	250	1	0	0	1	1	1
	CASA AMETLLER	91	1	0	0	1	0	0
	ATRAPALO SL	0	0	0	0	0	0	0
	TRADEINN RETAIL SERVICES SL	1	0	0	0	0	0	0
	ESTABLIMENTS VIENA SA	53	0	0	0	1	2	1
	FUTBOL CLUB BARCELONA MERCHANDISING SL	18	0	0	0	1	1	1
	ECOVERTAS	62	0	0	0	1	1	1
	NEGOCIANTS SL	5	0	0	0	0	0	0
	VILA VINATEGA	1	0	0	0	0	0	0
	ETNA BARCELONA SL	1	0	0	0	1	0	0
	FRIDAYS PROJECT ESPANA SL	1	0	0	0	1	0	0
	CASA SANTIVERI SL	267	1	0	0	1	n.d.	n.d.
	CIRCULO DE LECTORES SAU	0	0	0	0	0	0	0
	DIGITAL L'OLA COMMERCE SAU	0	0	0	0	0	0	0
	UNIPREJUS SL	4	0	0	0	0	0	0
	FRAG COMERCIO INTERNACIONAL S.L	218	1	1	n.d.	1	34	3
	ORIGINAL BUFF SA	6	0	1	1	1	1	1
	TORRONS VICENS SL	37	1	1	1	1	6	2
	MOTOCARD BIKE SL	12	0	1	0	1	3	1
	FINANCERA PRONOVIAS SA	123	1	0	0	1	n.d.	n.d.
	NATURA SELECTION S.L	215	1	1	n.d.	1	47	3
	WEDDING PLANNER SL	0	0	0	0	0	0	0
	BODAS.NET	0	0	0	0	0	0	0
	BEBITUS	60	1	1	1	1	32	3
	NICE THINGS	1	0	0	0	1	1	1
	INTERMALLA SL	93	1	0	0	1	1	2
	NATURA BISSE INTERNATIONAL SA	7	1	1	1	1	1	1
	TEXTIL TEXTURA SL	50	0	0	0	1	1	1
	MACON SA	66	1	0	0	1	9	4
	COTTET	50	1	1	0	1	6	2
	SOCIEDAD ANONIMA COTTET	7	1	1	1	1	1	1
	BLUE TOWER SL	50	0	0	0	1	1	1
	SUENOS LOGISTICA SL	35	1	1	1	1	1	1
	INDUSTRIA VALLS T S.A	1	0	0	0	0	0	0
	SANTA EULALIA SA	20	1	1	1	1	1	1
	ARETEX	144	1	0	0	1	16	2
	HOME MEAL REPLACEMENT SA	0	0	0	0	0	0	0
	SOFTONIC INTERNATIONAL SA	104	1	1	1	1	10	5
	ENRIQUE TOMAS SL	0	0	0	0	0	0	0
	SKEYNDOR SL	3	1	0	0	1	1	0
	CA L'ESPINALER SL	0	0	0	0	1	2	0

Raó social	Nom comercial	Nombre d'establiments Total	Operació mitjançant franquícies	Presència a corners	Presència a establiments multimarca	Tinença d'establiments físics propis o franquiciats a l'estranger	Nombre establiments propis o franquiciats a l'estranger	Nombre de països estrangers amb presència física. Propis o franquiciats
	UNION SUIZA SA	4	0	1	1	0	0	0
	SERVICIO ESTACION, SA	1	0	0	0	0	0	0
	EXPOTENDAS SL	150	1	0	1	1	104	19
	PILMA DISSENY SA	6	0	0	1	0	0	0
	NANDO JUBANY SL	5	0	0	0	1	1	1
	NAULOVER SA	4	1	1	1	0	0	0
	LA TORMENTA PERFECTA SL	13	0	1	1	1	1	1
	FRANCO AUSTRAL SL	4	1	1	1	0	0	0
	BENITO SPORT'S SA	8	1	1	1	0	0	0
	KNIT FEELINGS	10	0	0	1	0	0	0
	KAOTIK O SL	11	0	0	1	0	n.d.	n.d.
	E FUREST SA	8	0	1	1	0	0	0
	EQUIVALENZA RETAIL SLU	688	1	0	0	1	518	18
	TEXTILES Y CONFECCIONES BROWNIE SL	29	0	1	1	1	2	2
	FUTBOL CORNER SL	2	0	0	0	0	0	0
	SIBALTRON EXPERIENCES SL	0	0	0	0	0	0	0
	UDON BARCELONA SL	46	1	0	0	1	2	2
	BOBOLI SL	35	1	1	1	1	1	1
	ETXART & PANNIO SA	28	1	0	1	1	10	4
	ANDRES MALDONADO SA	6	1	0	1	0	0	0
	BETTOBCN	2	0	0	0	0	0	0
	DIVISION	1	0	0	0	0	0	0
	LA MALLORQUINA	100	1	0	1	1	2	2
	CHOCOLAT FACTORY	30	1	0	0	1	1	1
	PARTY FIESTA SA	140	1	0	0	1	55	10
	VAN DE VELDE S.A	2	0	0	1	0	0	0
	DECANTALO VINOS SL	0	0	0	0	0	0	0
	TASCÓN FRANQUICIAS SL	15	1	1	1	0	0	0
	TINYCOTTONS SL	5	0	1	1	0	0	0
	MAS XARCUTERS SL	12	0	0	0	0	0	0
	POU ROVIRA SL	7	0	0	0	0	0	0
	LURDES BERGADA SL	7	0	0	1	0	0	0
	LUPO SHOPS SL	4	0	0	1	0	0	0
	CARMIE RUSCALLEDA SANT PAU SL	3	0	0	0	1	1	1
	CACAO SAMPAPKA SL	7	1	1	1	1	4	2
	CONSPAN SL	350	1	0	0	1	23	4
	GLOVO	0	0	0	0	0	0	0
	MONVINIC STORE	1	0	0	0	0	0	0
	CEBADO SA	53	1	0	1	1	1	1
	BARCELONA MENKES SA	6	1	0	1	1	1	1
	TEA SHOP SL	77	1	0	1	1	22	3
	FARGGI CAFE CONCEPT SL	n.d.	1	0	1	1	n.d.	n.d.
	CREASLIK S.L	3	0	0	1	1	0	0
	RABAT ONLINE S.L	6	0	1	1	1	0	0
	BUBO FRANQUICIAS SL	5	1	0	1	1	2	2
	TENCA SA	62	1	0	0	0	0	0
	BAST SA	1	0	1	1	1	0	0
	ARMAND BASI	1	0	1	1	0	0	0

VARIABLES REFERENTS AL COMERÇ ELECTRÒNIC

Rató social	Nom comercial	Tinença de comerç electrònic	Nombre d'idiomes comerç electrònic	Idiomes de comerç electrònic	Nombre de països on es ven amb comerç electrònic
PUNTO FA.SI		1	23	Castellà, anglès, xinès, croata, txec, alemany, francès, hongarès, japonès, rus, neerlandès, polonès, àrab, romanès, coreà, neerlandès, grec, italià, portuguès, noruec, polonès, suec, turc	84
CORPORACIÓN ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.	MANGO	1	2	Castellà, català	1
ANTONIO PUIG SA	PUIG	0	0	N.A.	0
CAPRABO SA	CAPRABO	1	2	Castellà, català	1
ABASIC, S.L.	DESIGUAL	1	9	Català, castellà, anglès, francès, alemany, neerlandès, italià, japonès, portuguès	19
JOYERIA TOUS SA	TOUS	1	11	Castellà, català, anglès, francès, xinès, txec, alemany, grec, polonès, portuguès i rus	15
PEPE JEANS SL	PEPE JEANS	1	7	Castellà, anglès, francès, alemany, italià, polonès i portuguès	>200
MIGUEL TORRES SA	TORRES	1	2	Castellà, català	n.d.
PRIVALIA VENTA DIRECTA SAU	PRIVALIA	1	2	Castellà, anglès	4
OLIMPIA MEDITERRANEO SA	VIAJES OLYMPIA	0	0	N.A.	0
GENERAL OPTICA SA	GENERAL OPTICA	0	0	N.A.	0
LA SIRENA ALIMENTACION CONGELADA SL	LA SIRENA	1	2	Castellà, Català	1
CASA AMETLLER	CASA AMETLLER	1	2	Castellà, Català	1
ATRAPALO SL	ATRAPALO	1	1	Castellà	10
TRADEINN RETAIL SERVICES SL	TRADEINN	1	18	Castellà, català, anglès, francès, xinès, txec, polonès, portuguès, suec, neerlandès, xinès, coreà, japonès, grec, danès, noruec, finès, rus	>200
ESTABLIMENTS VIENA SA	VIENA	0	0	N.A.	0
FUTBOL CLUB BARCELONA MERCHANDISING SL	FUTBOL CLUB BARCELONA	1	>100	Llidioma s'adapta al país des del que es compra (molts idiomes locals)	48
EGCOVERITAS SL	VERITAS	1	2	Castellà, català	1
ETNIA BARCELONA SL	VILA VINATECA	1	3	Català, Castellà, Anglès	1
FRIDAYS PROJECT ESPANA SL	ETNIA BARCELONA	0	0	N.A.	0
CASA SANTIVERI SL	FRIDAYS PROJECT	1	2	Castellà, Anglès	27
DIGITAL LOLA COMMERCE SAU	SANTIVERI	0	0	N.A.	0
UNIPREUS SL	CIRCULO DE LECTORES	1	1	Castellà	>200
FRAG COMERCIO INTERNACIONAL S.L	DIGITAL LOLA COMMERCE SAU	1	3	Castellà, anglès, portuguès	196
ORIGINAL BUFF SA	WALA	1	3	Català, castellà, anglès	12
TORRONS VICENS SL	MISAKO	1	3	Castellà, francès, portuguès	27
MOTOCARD BIKE SL	BUFF	1	4	Castellà, anglès, francès, alemany	38
FINANCIERA PRONOVIAS SA	TORRONS VICENS SL	1	4	Català, castellà, anglès, francès	n.d.
NATURA SELECTION S.L	MOTOCARD BIKE SL	1	5	Castellà, anglès, francès, alemany, italià	220
WEDDING PLANNER SL	PRONOVIAS	1	7	Castellà, anglès, francès, alemany, italià	n.d.
REBITUS RETAIL SLU	NATURA	1	2	polonès, portuguès	27
NATURA BISSE INTERNATIONAL SA	BODAS NET	0	0	Castellà, anglès	0
TEXTIL TEXTURA SL	REBITUS	1	1	N.A.	7
MACON SA	NICE THINGS	1	3	Castellà	>200
BLUE TOWER SL	NATURA BISSE	0	0	Castellà, anglès, francès	0
SUENOS LOGISTICA SL	TEXTURA INTERIORS	1	2	N.A.	0
INDUSTRIA VALLS 1 S.A	MACSON	1	2	Castellà, búlgar	2
SANTA EULALIA SA	COTTET	1	2	Castellà, anglès	>40
ARIETEX	SOCIEDAD ANONIMA COTTET	1	2	Català, castellà	1
HOME MEAL REPLACEMENT SA	BLUE TOWER SL	1	2	Castellà, anglès	n.d.
	SUENOS LOGISTICA SL	1	2	Castellà, anglès	n.d.
	INDUSTRIA VALLS 1 S.A	1	2	Català, castellà	n.d.
	SANTA EULALIA SA	1	4	Català, castellà, anglès, francès	8
	ARIETEX	1	2	Català, castellà, anglès	26
	HOME MEAL REPLACEMENT SA	1	4	Català, castellà, anglès, francès	n.d.
		1	1	Català	3
SOFTONIC INTERNATIONAL SA	SOFTONIC	1	28	Castellà, anglès, francès, alemany, italià, portuguès, polonès, neerlandès, xinès, turc, coreà, noruec, suec, txec, tailandès, grec, hongarès, búlgar, romanès, tagal, vietnamita, malai, indonesi, finès, danès, hebreu, àrab, rus	n.d.
ENRIQUE TOMAS SL	ENRIQUE TOMAS	1	5	Castellà, anglès, francès, alemany, italià	>200
SKEYNDOR SL	SKEYNDOR	0	0	N.A.	0
CA L'ESPINALER SL	ESPINALER	1	2	Català, castellà	1

Raó social	Nom comercial	Tinença de comerç electrònic	Nombre d'idiomes comerç electrònic	Idiomes de comerç electrònic	Nombre de països on es ven amb comerç electrònic
UNION SUIZA SA	UNION SUIZA	1	1	Castellà	1
SERVICIO ESTACION, SA	SERVICIO ESTACIÓN	1	3	Català, castellà, anglès (pàgina web propia amb el nom: Materials World)	16
EXPOTENDAS SL	ROSA CLARA	0	0	N.A.	0
PILMA DISSENY SA	PILMA	1	4	Català, castellà, anglès, xinès	>200
NANDO JUBANY SL	NANDO JUBANY	1	3	Català, castellà, anglès	n.d.
NAULOVER SA	NAULOVER	1	3	Català, castellà, anglès	>200
LA TORMENTA PERFECTA SL	MUNICH	1	4	Català, castellà, anglès, italià	Tot el món
FRANCO AUSTRAL SL	SURKANA	1	2	Castellà, Català	1
BENITO SPORTS SA	BENITO SPORTS	1	2	Català, castellà, anglès	n.d.
KNIT FEELINGS	SITA MURT	1	3	Català, català, anglès	n.d.
KAOTIK O SL	KAOTIKO	1	3	Castellà, català, anglès	>200
E FUREST SA	FUREST	1	2	Castellà, anglès + Assistència Internacional telefònica i per mail en 5 Idiomes (Anglès, italià, francès, portuguès i castellà)	16
EQUIVALENZA RETAIL SLUJ	EQUIVALENZA	0	0	N.A.	0
TEXTILES Y CONFECIONES BROWNIE SL	BROWNIE	1	3	Castellà, anglès, portuguès, francès	>200
FUTBOL CORNER SL	FUTBOLMANIA	1	5	Castellà, anglès, alemany, xinès, japonès	>200
SIBAL TRON EXPERIENCES SL	ETUJO	1	3	Castellà, portuguès, francès	3
UDON BARCELONA SL	UDON	1	3	Català, castellà, anglès	1
BOBOLI SL	BOBOLI	1	5	Castellà, anglès, francès, alemany, portuguès	n.d.
ETXART & PANNIO SA	ETXART & PANNIO	1	3	Castellà, anglès, portuguès	39
ANDRES MALDONADO SA	IMALDONADO	0	0	N.A.	0
BETTOBCN 2007 SL.	BETTO BCN	0	0	N.A.	0
DIVISION TEXTIL SL	DIVISION	0	0	N.A.	0
GRUPO COMERCIAL TEXTIL SA	LA MALLORQUINA	1	3	Castellà, català, anglès	27
CHOCOLAT FACTORY SL	CHOCOLAT FACTORY	1	2	Castellà, anglès	n.d.
PARTY FIESTA SA	PARTY FIESTA	1	6	Català, castellà, anglès, francès, alemany	4
VAN DE VELDE S.A	ANDRES SARDA	1	4	Castellà, anglès, francès, alemany	6
DECANTALO VINOS SL	DECANTALO	1	5	Català, castellà, anglès, francès, alemany	n.d.
TASCÓN FRANQUICIAS SL	TASCÓN	1	2	Castellà, anglès	32
TINYCOTTONS SL	TINYCOTTONS	1	1	Anglès	>200
IMAS XARCUTERS SL	IMAS GOURMETS	0	0	N.A.	0
POU ROVIRA SL	UN PASO MAS	1	3	Català, castellà, anglès	1
LURDES BERGADA SL	LURDES BERGADA	1	2	Castellà, anglès	>200
LUPO SHOPS SL	LUPO BARCELONA	1	6	Castellà, anglès, francès, rus, xinès, japonès	>200
CARME RUSCALLEDA SANT PAU SL	SANT PAU	1	5	Castellà, català, anglès, xinès, japonès, coreà	n.d.
CACAO SAMPAKA SL	CACAO SAMPAKA	1	3	Castellà, anglès, portuguès	n.d.
CONSUPAN SL	PANS GRANIER	0	0	N.A.	0
GLOVOAPP23 S.L	GLOVO	1	8	Castellà, català, anglès, francès, italià, portuguès, romanès, turc	9
MON VINIC SL	MONVINIC STORE	1	2	Català, castellà	>200
CEBADO SA	CEBADO	0	0	N.A.	0
BARCELONA MENKES SA	MENKES	1	2	Castellà, anglès	>200
TEA SHOP SL	TEA SHOP	1	5	Català, castellà, anglès, italià, portuguès	27
FARGGI CAFE CONCEPT SL	FARGGI	0	0	N.A.	0
CREASILK S.L	MIRIAM FONSA	1	3	Castellà, català, anglès	n.d.
RABAT ONLINE S.L	RABAT	1	3	Castellà, anglès, xinès	n.d.
BUBO FRANQUICIAS SL	BUBO	0	0	N.A.	0
TENCA SA	GOTTA	1	1	Castellà	27
BASI SA	ARMAND BASI	1	3	Català, castellà, anglès	27

ANNEX 7. Països on les empreses tenen presència física (amb botigues pròpies o franquiciades)

Raó social	Nom comercial	Sector activitat	Nombre establiments propis o franquiciats a l'estranger	Nombre de països estrangers amb presència física. Propis o franquiciats	Països estrangers amb presència física. Establiments propis o franquiciats
PUNTO FA SL	MANGO	Equipament de la persona	1938	110	Albania, Alemanya, Andorra, Armènia, Àustria, Azerbaidjan, Bèlgica, Bielorrússia, Bòsnia i Hercegovina, Bulgària, Croàcia, Dinamarca, Eslovàquia, Eslovènia, Estònia, Finlàndia, França, Geòrgia, Grècia, Holanda, Hongria, Irlanda, Itàlia, Kosowo, Letònia, Lituània, Luxemburg, Macedònia, Malta, Moldàvia, Montenegro, Noruega, Polònia
CORPORACIÓN ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.	CORPORACIÓ ALIMENTÀRIA GUISSONA	Quotidià alimentari	3	1	Andorra
ANTONIO PUIG SA	PUIG	Equipament de la persona	0	0	
CAPRABO SA	CAPRABO	Quotidià alimentari	3	1	Andorra
ABASIC, S.L.	DESIGUAL	Equipament de la persona	366	42	Egipte, Aràbia Saudita, Emirats Àrabs Units, Filipines, Indonèsia, Israel, Japó, Líban, Qatar, Singapur, Alemanya, Andorra, Àustria, Bulgària, Bèlgica, Croàcia, Dinamarca, Eslovàquia, Eslovènia, Rússia, França, Hongria, Itàlia, Holanda, Polònia, Portugal, Regne Unit, República Txeca, Romania, Sèrbia, Suècia, Suïssa, Canadà, Estats Units, Mèxic, Panamà, Rep. Dominicana, Xile, Colòmbia, Perú, Uruguai, Veneçuela
JOYERÍA TOUS SA	TOUS	Equipament de la persona	389	48	Aràbia Saudita, Àustria, Azerbaidjan, Bèlgica, Bòsnia i Hercegovina, Colòmbia, Costa Rica, Curazao, Ecuador, EUA, El Salvador, E.A.U., Eslovàquia, Espanya, França, Ghana, Grècia, Guatemala, Hondures, Hong Kong, Illes Caimà, Israel, Itàlia, Japó, Corea, Kuwait, Malàisia, Mèxic, Moldàvia, Panamà, Paraguai, Perú, Filipines, Polònia, Portugal, Puerto Rico, Qatar, República Txeca, República Dominicana, Rumania, Rússia, Sant Maarten, Ucraïna, Uruguai, Veneçuela
PEPE JEANS SL	PEPE JEANS	Equipament de la persona	365	13	França, Polònia, Gran Bretanya, Països Baixos, Alemanya, Mèxic, Itàlia, Portugal, Hongria, República Txeca, Panamà, EUA, Índia
MIGUEL TORRES SA	TORRES	Quotidià alimentari	16	2	Xile, Xina
PRIVALIA VENTA DIRECTA SAU	PRIVALIA	Comerç mixt	0	0	
OLIMPIA MEDITERRÀNEO SA	VIAJES OLYMPIA	Quotidià no alimentari	0	0	
GENERAL ÒPTICA SA	GENERAL ÒPTICA	Equipament de la persona	33	1	Portugal
LA SIRENA ALIMENTACIÓN CONGELADA SL	LA SIRENA	Quotidià alimentari	1	1	Andorra
CASA AMETLLER	CASA AMETLLER	Quotidià alimentari	0	0	
ATRÁPALO SL	ATRÁPALO	Quotidià no alimentari	0	0	
TRADEINN RETAIL SERVICES SL	TRADEINN	Equipament de la persona	0	0	
ESTABLIMENTS VIENA SA	VIENA	Quotidià no alimentari	2	1	Andorra
FUTBOL CLUB BARCELONA MERCHANDISING SL	FUTBOL CLUB BARCELONA	Equipament de la persona	1	1	Mèxic
ECOVERITAS	VERITAS	Quotidià alimentari	1	1	Andorra
NEGOCIANTS SL	VILA VINATECA	Quotidià alimentari	0	0	
ETNIA BARCELONA SL	ETNIA BARCELONA	Equipament de la persona	0	0	
FRIDAYS PROJECT ESPAÑA SL	FRIDAYS PROJECT	Equipament de la persona	0	0	
CASA SANTIVERI SL	SANTIVERI	Quotidià alimentari	n.d.	n.d.	n.d.
CÍRCULO DE LECTORES SAU	CÍRCULO DE LECTORES	Lleure i cultura	0	0	
DIGITAL LOLA COMMERCE SAU	VENCA	Comerç mixt	0	0	
UNIPREUS SL	WALA	Equipament de la persona	0	0	
FRAG COMERCIO INTERNACIONAL S.L	MISAKO	Equipament de la persona	34	3	Portugal, França, Andorra
ORIGINAL BUFF SA	BUFF	Equipament de la persona	1	1	Andorra
TORRONS VICENS SL	TORRONS VICENS	Quotidià alimentari	6	2	França, Emirats Àrabs Units
MOTOCARD BIKE SL	MOTOCARD	Equipament de la llar	3	1	Andorra
FINANCIERA PRONOVIAS SA	PRONOVIAS	Equipament de la persona	n.d.	n.d.	n.d.

Raó social	Nom comercial	Sector activitat	Nombre establiments propis o franquiciats a l'estranger	Nombre de països estrangers amb presència física. Propis o franquiciats	Països estrangers amb presència física. Establiments propis o franquiciats
NATURA SELECTION S.L	NATURA	Quotidià no alimentari	47	3	Andorra, Mèxic, Portugal
WEDDING PLANNER SL	BODAS.NET	Comerç mixt	0	0	-----
BEBITUS RETAIL SLU	BEBITUS	Equipament de la persona	0	0	-----
INTERMALLA SL	NICE THINGS	Equipament de la persona	32	3	Portugal, França, Andorra
NATURA BISSE INTERNATIONAL SA	NATURA BISSE	Equipament de la persona	1	2	China, EUA
TEXTIL TEXTURA SL	TEXTURA INTERIORS	Equipament de la llar	9	4	Andorra, Guatemala, Bulgària i Portugal
MACON SA	MACSON	Equipament de la persona	6	2	Andorra, Argèlia
SOCIEDAD ANONIMA COTTET	COTTET	Equipament de la persona	1	1	Andorra
BLUE TOWER SL	CUSTO BARCELONA	Equipament de la persona	1	1	França
SUEÑOS LOGISTICA SL	DORMITY	Equipament de la llar	1	1	Andorra
INDUSTRIA VALLS 1 S.A	PUNTO BLANCO	Equipament de la persona	0	0	-----
SANTA EULALIA SA	SANTA EULALIA	Equipament de la persona	0	0	-----
ARETEX	CÓNDOR	Equipament de la persona	1	1	EUA
HOME MEAL REPLACEMENT SA	NOSTRUM	Quotidià no alimentari	16	2	Andorra, França
SOFTONIC INTERNATIONAL SA	SOFTONIC	Equipament de la llar	0	0	-----
ENRIQUE TOMAS SL	ENRIQUE TOMAS	Quotidià alimentari	10	5	Andorra, Regne Unit, Mèxic, Itàlia, França
SKEYNDOR SL	SKEYNDOR	Equipament de la persona	0	0	-----
CA L'ESPINALER SL	ESPINALER	Quotidià alimentari	2	2	Japó i Hong Kong
UNION SUIZA SA	UNION SUIZA	Equipament de la persona	0	0	-----
SERVICIO ESTACION, SA	SERVICIO ESTACIÓN	Quotidià no alimentari	0	0	-----
EXPOTIENDAS SL	ROSA CLARÁ	Equipament de la persona	104	19	França, Portugal, Rumania, Egipte, Tunísia, Xina, Emirats Àrabs, Filipines, Iran, Jordània, Kazajistan, Qatar, Kuwait, Brasil, EUA, Guatemala, Mèxic, Panama, Perú
PILMA DISSENY SA	PILMA	Equipament de la llar	0	0	-----
NANDO JUBANY SL	NANDO JUBANY	Quotidià no alimentari	1	1	Andorra
NAUOVER SA	NAUOVER	Equipament de la persona	0	0	-----
LA TORMENTA PERFECTA SL	MUNICH	Equipament de la persona	1	1	Andorra
FRANCO AUSTRAL SL	SURKANA	Equipament de la persona	0	0	-----
BENITO SPORTS SA	BENITO SPORTS	Equipament de la persona	0	0	-----
KNIT FEELINGS	SITA MURT	Equipament de la persona	0	0	-----
KAOTIK O SL	KAOTIKO	Equipament de la persona	n.d.	n.d.	n.d.
E FUREST SA	FUREST	Equipament de la persona	0	0	-----
EQUIVALENZA RETAIL SLU	EQUIVALENZA	Equipament de la persona	518	18	Portugal, França, Itàlia, Rumania, Regne Unit, Angola, Andorra, Mozambique, Cap Verd, Tunísia, Alemanya, Irlanda, Grècia, Àustria, Bèlgica, Holanda, Perú, República Dominicana
TEXTILES Y CONFECCIONES BROWNIE SL	BROWNIE	Equipament de la persona	2	1	Portugal
FUTBOL CORNER SL	FUTBOLMANIA	Equipament de la persona	0	0	-----
SIBALTRON EXPERIENCES SL	ETUYO	Equipament de la llar	0	0	-----
UDON BARCELONA SL	UDON	Quotidià no alimentari	2	2	Portugal, Andorra

Raó social	Nom comercial	Sector activitat	Nombre establiments propis o franquiciats a l'estranger	Nombre de països estrangers amb presència física. Propis o franquiciats	Països estrangers amb presència física. Establiments propis o franquiciats
BOBOLI SL	BOBOLI	Equipament de la persona	1	1	Aràbia Saudita
ETXART & PANNO SA	ETXART & PANNO	Equipament de la persona	10	4	Emirats Àrabs Units, EUA, Kuwait, Portugal
ANDRES MALDONADO SA	MALDONADO	Equipament de la llar	0	0	-----
BETTOBCN 2007 SL	BETTO BCN	Equipament de la persona	0	0	-----
DIVISION TEXTIL SL	DIVISIÓ	Equipament de la llar	0	0	-----
GRUPO COMERCIAL TEXTIL SA	LA MALLORQUINA	Equipament de la llar	2	2	Polònia, Egipte
CHOCOLAT FACTORY SL	CHOCOLAT FACTORY	Quotidià alimentari	1	1	Andorra
PARTY FIESTA SA	PARTY FIESTA	Equipament de la llar	55	10	Portugal, Andorra, França, Alemanya, Àustria, Eslovàquia, República Dominicana, Marroc, Regne Unit, República Txeca
VAN DE VELDE S.A	ANDRES SARDA	Equipament de la persona	0	0	-----
DECANTALO VINOS SL	DECANTALO	Quotidià alimentari	0	0	-----
TASCÓN FRANQUICIAS SL	TASCÓN	Equipament de la persona	0	0	-----
TINYCOTTONS SL	TINYCOTTONS	Equipament de la persona	0	0	-----
MAS XARCUTERS SL	MAS GOURMETS	Quotidià alimentari	0	0	-----
POU ROVIRA SL	UN PASO MAS	Equipament de la persona	0	0	-----
LURDES BERGADA SL	LURDES BERGADA	Equipament de la persona	0	0	-----
LUPO SHOPS SL	LUPO BARCELONA	Equipament de la persona	0	0	-----
CARME RUSCALLEDA SANT PAU SL	SANT PAU	Quotidià no alimentari	1	1	Japó
CACAO SAMPKA SL	CACAO SAMPKA	Quotidià alimentari	4	2	Aràbia Saudita, Japó
CONSUPAN SL	PANS GRANIER	Quotidià alimentari	23	4	Estats Units, Portugal, Regne Unit, Itàlia
GLOVOAPP23 S.L	GLOVO	Comerç mixt	0	0	-----
MON VINIC SL	MONVINIC STORE	Quotidià alimentari	0	0	-----
CEBADO SA	CEBADO	Quotidià no alimentari	1	1	Andorra
BARCELONA MENKES SA	MENKES	Equipament de la persona	1	1	Estats Units
TEA SHOP SL	TEA SHOP	Equipament de la llar	22	3	Brasil, Itàlia, Argentina
FARGGI CAFE CONCEPT SL	FARGGI	Quotidià alimentari	n.d.	n.d.	n.d.
CREASILK S.L	MIRIAM PONSA	Equipament de la persona	0	0	-----
RABAT ONLINE S.L	RABAT	Equipament de la persona	0	0	-----
BUBO FRANQUICIAS SL	BUBÓ	Quotidià alimentari	2	2	Emirats Àrabs Units, Japó
TENCA SA	GOTTA	Equipament de la persona	0	0	-----
BASI SA	ARMAND BASI	Equipament de la persona	0	0	-----

FONTS D'INFORMACIÓ

BASES DE DADES I FONTS D'INFORMACIÓ OFICIAL

SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos). Bureau van Dijk Informa D&B.

IDESCAT (<https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=956>)

Direcció General de Comerç
(http://sac.gencat.cat/sacgencat/AppJava/servei_fitxa.jsp?codi=2389)

ANUARIS, INFORMES I ARTICLES

Anuari de la distribució comercial en règim d'autoservei 2017. Direcció General de Comerç. Generalitat de Catalunya (2017).

Corella, Pelayo I Colomé, R. *Internacionalització del retail, entre el repte i el deure*. Capítol 8 del llibre "Històries d'Èxit en Retail, experiències d'internacionalització". Management Comertia Retail, 11, 2013

Global Powers of Retailing 2018. Deloitte (2018).

Internacionalización, especialización y adaptación al cambio. Historias de éxito y transformación en España. Deloitte (2014).

Perfil de los Exportadores Españoles. ICEX (2017)

Retail 2022. How the Economist Intelligence Unit sees the retail landscape changing over the next decade. A report from the Economist Intelligence Unit. The Economist Intelligence Unit Limited (2012)

Valls, Josep Francesc. *Models d'Expansió Comercial. Sis casos i una estratègia*. Departament d'innovació, universitat i Empresa. Generalitat de Catalunya (2010).

ARTICLES DE PREMSA I DIVULGACIÓ

ABC

<http://agencias.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=704693>

Alimarket

<https://www.alimarket.es/restauracion/noticia/268812/nostrum-incrementa-un-11--sus-ventas-pero-duplica-perdidas>

<https://www.alimarket.es/restauracion/noticia/174598/udon-aterrija-en-andorra--en-los-bajos-de-un-hotel>

Ara

https://www.ara.cat/economia/Casa-Ametller-restauracio-Green-Vita_0_1810019194.html

Atlas de la Moda 2007

<https://atlasmoda.marcasrenombradas.com/>

Economia Digital

https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/la-agresiva-expansion-de-nostrum-siete-restaurantes-menos-en-solo-un-ano_532886_102.html

https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/naulover-desembarca-su-slow-fashion-en-la-costa-oeste_518568_102.html

El Español

https://cronicaglobal.elespanol.com/business/confidente-vip/textura-supera-crisis-pisa-acelerador_121697_102.html

El Economista

<http://www.eleconomista.es/catalunya/noticias/4896464/06/13/15/Casa-Ametller-lleva-sus-cremas-de-verdura-a-Suiza.html>

<http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8343349/05/17/La-firma-espanola-de-gafas-Etnia-Barcelona-dispara-sus-ventas-un-23-en-2016.html>

<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/2040032/04/10/Economia-Empresas-Textura-Interiors-inicia-su-internacionalizacion-con-una-tienda-en-Bulgaria.html>

<http://www.eleconomista.es/gestion-franquicias/noticias/8495946/07/17/Equivalenza-renueva-su-imagen-este-verano.html>

El Mundo

<http://www.elmundo.es/cataluna/2017/03/17/58caf87122601d481b8b4621.html>

El País

https://elpais.com/economia/2018/01/23/actualidad/1516735276_462106.html

https://elpais.com/diario/2004/05/23/negocio/1085317408_850215.html

https://elpais.com/economia/2018/03/21/actualidad/1521646985_505881.html

El Periodico

<https://www.elperiodico.com/es/economia/20140324/nice-things-se-afrancesa-3215737>

El Punt Avui

<http://www.elpuntavui.cat/article/4-economia/18-economia/1027753-torrans-vicens-injecta-6-milions-a-comprar-400-ha-d-ametllers.html>

<http://www.elpuntavui.cat/article/4-economia/18-economia/1027753-torrans-vicens-injecta-6-milions-a-comprar-400-ha-d-ametllers.html>

Europa Press

<http://www.europapress.es/economia/noticia-casa-ametller-preve-abrir-30-tiendas-contratar-300-personas-2014-20130615115039.html>

<http://www.europapress.es/madrid/noticia-cadena-optica-cottet-inaugura-nueva-tienda-terminal-aeropuerto-barajas-20110721174405.html>

<http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-empresas-catalana-espinaler-desembarca-hong-kong-mano-legouter-20150120123625.html>

<http://www.europapress.es/catalunya/noticia-sita-murt-preve-crecimiento-sostenido-proximos-cuatro-anos-mas-exportacion-multimarca-20160227113134.html>

<https://www.europapress.es/catalunya/noticia-textura-intensifica-internacionalizacion-preve-desembarcar-latinoamerica-francia-2020-20181014121105.html>

Expansión

http://www.expansion.com/agencia/europa_press/2017/12/20/20171220145327.html

<http://www.expansion.com/catalunya/2016/03/29/56fa75e046163fab7a8b45d2.html>

<http://www.expansion.com/2015/02/26/pymes/1424973908.html>

Fashion Network

<http://es.fashionnetwork.com/news/Nice-Things-lanza-su-tienda-online-a-nivel-internacional,363334.html#.W1BKPNj7S5w>

<http://es.fashionnetwork.com/news/Rosa-Clara-sumara-ocho-nuevas-tiendas-en-el-exterior-en-los-proximos-meses,846129.html#.W0Yb7Nj7S5w>

<http://es.fashionnetwork.com/news/Venca-se-lanza-a-la-venta-internacional-online-de-la-mano-de-Global-e,955441.html#.WztRudUzaM8>

Fashion United

<https://fashionunited.es/noticias/retail/macson-abre-su-segunda-tienda-internacional-en-argelia/2015012920207>

<https://fashionunited.es/noticias/moda/nice-things-lanza-una-edicion-limitada/2017041823843>

Harvard Deusto

<https://www.harvard-deusto.com/el-exito-de-la-internacionalizacion-de-privalia-en-mexico>

La Vanguardia

<http://www.lavanguardia.com/deportes/20180106/434104613997/la-tienda-digital-deportiva-tradeinn-facturo-120-millones-en-2017.html>

<http://www.lavanguardia.com/vida/20170710/424043152651/pronovias-deja-de-ser-una-empresa-familiar-despues-de-casi-un-siglo.html>

<http://www.lavanguardia.com/vida/20171122/433079284635/enrique-tomas-abre-su-quinta-tienda-en-mexico-y-alcanza-los-104-locales.html>

<https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20180101/434016174500/tea-shop-preve-superar-el-centenar-de-tiendas-en-2020.html>

<https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20180527/443878804674/pilma-aumento-un-36-sus-ventas-en-2017-menos-de-lo-previsto-por-la-situacion-politica.html>

<https://www.lavanguardia.com/vida/20171116/432923810358/la-cadena-de-comida-asiatica-udon-abre-su-primer-restaurante-en-galicia.html>

<https://www.pressclipping.com/sp3/redir.php?6-01-J2hESpqLr98MCb40CScpSlw-2277-36910-0-4620837-6165-NA==>

<https://www.pressclipping.com/sp3/redir.php?6-01-J2hESpqLr98MCb40CScpSlw-2277-36910-0-4620837-6165-NA==>

<https://www.pressreader.com/spain/la-vanguardia-dinero/20170226/281625305078734>

<https://www.pressreader.com/spain/la-vanguardia-dinero/20170226/281625305078734>

Manutención y Almacenaje

<http://www.manutencionyalmacenaje.com/es/notices/2015/08/guillem-sanz-vende-bebitus.com-a-windeln.de-38380.php#.WydRrRL7S5w>

Modaes

<https://www.modaes.es/blogs-old/los-mejores-players-del-mundo-digital-a-analisis/desigual-vs-pepe-jeans.html>

<https://www.modaes.es/cosmetica/natura-bisse-preve-duplicar-sus-ventas-hasta-2020-volcada-en-la-internacionalizacion.html>

<https://www.modaes.es/directorios/perfiles/miriam-ponsa.html>

<https://www.modaes.es/empresa/andres-sarda-abre-su-primera-tienda-en-barcelona-y-negocia-su-entrada-en-oriente-medio.html>

<https://www.modaes.es/empresa/benito-sports-vira-su-estrategia-hacia-el-monomarca-y-poner-rumbo-a-los-diez-millones.html>

<https://www.modaes.es/empresa/boboli-retoma-las-aperturas-en-el-extranjero-con-tiendas-en-arabia-saudi.html>

<https://www.modaes.es/empresa/brownie-abre-su-primera-tienda-a-alicante-de-la-mano-de-el-corte-ingles.html>

<https://www.modaes.es/empresa/buff-impulsa-su-expansion-abre-filial-en-canada-y-sube-la-persiana-de-dos-tiendas-en-barcelona.html>

<https://www.modaes.es/empresa/custo-barcelona-echa-el-cierre-a-una-de-sus-tiendas-mas-antiguas-en-el-marco-de-una-reorganizacion-de-su-red.html>

<https://www.modaes.es/empresa/custo-barcelona-ultima-su-desembarco-en-chile-para-el-segundo-semester-de-2018-es.html>

<https://www.modaes.es/empresa/desigual-horizonte-2020-cambio-en-producto-dimension-y-estrategia-para-reconducir-sus-resultados.html>

<https://www.modaes.es/empresa/double-agent-dice-adios-a-gran-via-y-se-vuelca-en-el-corte-ingles-para-crecer.html>

<https://www.modaes.es/empresa/lupo-llama-a-la-puerta-del-lujo-y-eleva-los-precios-un-30-en-su-nueva-etapa-con-nylstar.html>

<https://www.modaes.es/empresa/macson-continua-su-expansion-en-espana-y-abre-en-puerto-banus-y-murcia-con-el-corte-ingles.html>

<https://www.modaes.es/empresa/macson-da-el-salto-a-oriente-medio-con-dos-aperturas-hasta-final-de-ano.html>

<https://www.modaes.es/empresa/naulover-continua-su-periplo-por-europa-y-desembarca-en-republica-checa-eslovaquia-y-austria.html>

<https://www.modaes.es/empresa/naulover-regresa-a-estados-unidos-y-preve-crecer-un-5-en-2017.html>

<https://www.modaes.es/empresa/nice-things-acelera-en-europa-se-acerca-a-las-diez-tiendas-en-paris-y-estudia-desarrollar-su-red-de-retail-en-italia.html>

<https://www.modaes.es/empresa/pepe-jeans-dispara-su-beneficio-un-39-en-2016-y-supera-los-12-millones-de-euros.html>

<https://www.modaes.es/empresa/pepe-jeans-objetivo-africa-oriente-medio-y-asia-y-80-millones-de-ebitda-tras-la-compra-de-m1.html>

<https://www.modaes.es/empresa/pepe-jeans-se-hace-con-el-100-de-faconnable-y-refuerza-su-posicionamiento-internacional.html>

<https://www.modaes.es/empresa/puig-dispara-su-beneficio-un-23-y-eleva-sus-ventas-un-9-en-2016.html>

<https://www.modaes.es/empresa/punto-blanco-avanza-en-retail-abre-en-teheran-y-supera-el-liston-de-las-treinta-tiendas.html>

<https://www.modaes.es/empresa/punto-blanco-se-vuelca-en-el-retail-y-prepara-cinco-aperturas-en-el-ano.html>

<https://www.modaes.es/empresa/punto-blanco-ultima-la-apertura-de-corners-en-china-en-el-primer-trimestre-de-2013.html>

<https://www.modaes.es/empresa/sita-murt-encara-una-nueva-etapa-de-crecimiento-con-una-apertura-en-girona-tras-superar-los-6-millones-en-2015.html>

<https://www.modaes.es/empresa/surkana-toma-impulso-prepara-tres-aperturas-y-su-desembarco-en-chile-para-2016.html>

<https://www.modaes.es/empresa/textura-reorganiza-su-consejo-tras-pasar-a-manos-de-los-duenos-de-loreak-mendian.html>

<https://www.modaes.es/empresa/tiny-cottons-la-start-up-infantil-que-ha-conquistado-barneys-de-la-mano-de-una-ex-adidas.html>

<https://www.modaes.es/empresa/venca-impulsa-su-internacionalizacion-y-lleva-su-ecommerce-a-mas-de-ochenta-paises.html>

<https://www.modaes.es/empresa/venca-inyecta-tres-millones-en-su-giro-digital-para-apuntalar-su-despegue-global.html>

<https://www.modaes.es/visor-online.php?id=67&name=Modaes.es+Dossier+-+Modelos+de+%C3%89xito+en+Retail#1>

Palco 23

<https://www.palco23.com/clubes/el-barca-abrira-en-mexico-su-primera-tienda-en-el-extranjero.html>

<https://www.palco23.com/clubes/el-barca-abrira-en-mexico-su-primera-tienda-en-el-extranjero.html>

<https://www.palco23.com/clubes/las-ventas-de-nike-y-el-barca-se-disparan-un-45-fuera-de-espana-pese-a-la-falta-de-titulos.html>

<https://www.palco23.com/clubes/las-ventas-de-nike-y-el-barca-se-disparan-un-45-fuera-de-espana-pese-a-la-falta-de-titulos.html>

Revista hostelería

<http://www.revistahosteleria.com/es/notices/2018/04/udon-noodle-bar-restaurant-inicia-su-expansion-en-portugal-66382.php#.W0ZjX9j7S5w>

<http://www.revistahosteleria.com/es/notices/2018/04/udon-noodle-bar-restaurant-inicia-su-expansion-en-portugal-66382.php#.W0ZjX9j7S5w>

Via empresa

https://www.viaempresa.cat/empresa/espinaler-vol-duplicar-les-exportacions-en-tres-anys_17377_102.html

https://www.viaempresa.cat/empresa/espinaler-vol-duplicar-les-exportacions-en-tres-anys_17377_102.html

Altres

<http://elcorreo.ae/gastro/chef-bubo-barcelona-en-eau-abre-nuevo-restaurante-en-japon>

http://es.negocius.com/franquicia-santiveri_fv50.html

<http://www.feedbacktoday.net/entrevista/712/domingo-obradores-director-general-de-macson>

http://www.finanzas.com/noticias/empresas/2011-02-25/436437_misako-lanza-mercado-extranjero-nuevas.html

<http://www.franquicia.net/franquicias-de-tiendas-especializadas/party-fiesta/view-details>

<https://blog.seur.com/productos-para-bebes-a-nivel-internacional-caso-bebitus/>

<https://eshowmagazine.com/noticias-de-actualidad/lupo-barcelona-consolida-la-relacion-clientes-markitude/>

<https://noticias.infocif.es/noticia/las-claves-del-exito-de-la-internacionalizacion-de-privalia>

<https://www.cmdsport.com/esencial/cmd-multideporte/wala-se-lanza-a-exportar-su-marca-propia-batti/>

WEBS CORPORATIUS

Al següent llistat s'hi inclouen els webs corporatius de les 95 empreses estudiades. Aquests llocs web i els d'altres empreses que, en el procés de depuració de la base de dades, finalment s'han descartat de l'estudi s'han consultat per obtenir-ne les memòries anuals d'activitat de les empreses i la informació que s'hi proporciona relativa a les variables d'interès.

<http://www.basi-group.com/>
<http://www.bettobcn.com/>
<http://www.bubo.es/nuestros-locales/>
<http://www.comdifil.com/>
<http://www.divisiontextil.com/ca/>
<http://www.espalder.com/es/quienes-somos/historia/#2012-expansion>
<http://www.lurdesbergada.es/en/stores>
<http://www.maldonado.es/>
<http://www.masgourmets.com/masgourmets-puntos-de-venta-illa-diagonal.php>
<http://www.santiveri.com/es/internacional-mapa>
<http://www.santpau.jp/english/>
<http://www.unionsuiza.com/tienda/>
<http://www.viajesolympia.com/oficinas/>
<https://ametllerorigen.cat/ca/>
<https://benitosports.com/es/>
<https://custo.com/es/tiendas>
<https://dormity.com/tiendas/>
<https://es.pilma.com/tiendas/>
<https://es.privalia.com/microsites/index>
(<https://pressroom.privalia.com/mexico/privalia/>)
<https://glovoapp.com/es/trs>
<https://lamallorquina.es/ca/botiques>
<https://miriamponsa.com/ca/content/37-botiques>
<https://pansgranier.com/granier-mas-cercano>
<https://serveiestacio.com/tienda-online/>
<https://shop.mango.com/es-ca>
<https://skeyndor.com/en/content/11-skeyndor-in-the-world>
https://www.andressarda.com/ES/es/tiendas?StoreFinder_CountryCode=ES&search=Search
<https://www.atrapalo.com/>
<https://www.bebitus.com/>
<https://www.boboli.es/es/tiendas>
<https://www.bodas.net/>
<https://www.bonarea-agrupa.com/>

<https://www.browniespain.com/es/tiendas>
<https://www.buff.com/>
<https://www.cacaosampaka.com/es/tiendas>
<https://www.caprabo.com/es/home/>
<https://www.cebado.es/salones-mapa/>
<https://www.chocolatfactory.com/nuestras-tiendas/>
<https://www.circulo.es/>
<https://www.condor.es/tiendas/>
<https://www.cottet.com/es/tiendas>
<https://www.decantalo.com/es/>
https://www.desigual.com/ca_ES
<https://www.enriquetomas.com/es/tiendas>
<https://www.equivalenza.com/stores/es>
<https://www.etniabarcelona.com/es/home/>
<https://www.etuyo.com/home.php?cat=>
<https://www.etxartpanno.com/es-ES/puntos-venta/>
<https://www.farggimenorquina.com/farggi>
<https://www.fcbarcelona.cat>
<https://www.furest.com/tiendas>
<https://www.futbolmania.com/es/>
<https://www.generaloptica.es/es/>
<https://www.hotelhermitage.sporhotels.ad/gastronomia-andorra/los-chefs/chef-nandu-jubany.html>
<https://www.kaotikobcn.com/es/shops/>
<https://www.lasirena.es/ca/>
<https://www.lupobarcelona.com/ca/content/9-tiendas>
<https://www.macson.es/es/stores>
<https://www.menkes.es/tiendas/>
<https://www.misako.com/>
<https://www.monvinicstore.com/>
<https://www.motocard.com/>
<https://www.munichsports.com/ca/comprar-sabates-munich>
<https://www.naturabisse.com/es/es/localizador-tiendas>
<https://www.naturaselection.com>
https://www.naulover.com/es/quienes_somos
https://www.nicethingspalomas.com/es_es/stores/
<https://www.nostrum.eu/es/restaurantes/>
<https://www.partyfiesta.com/es/storefinder>
https://www.pepejeans.com/en_gb/
<https://www.perfumeriasgotta.com/tiendas>
<https://www.pronovias.com/es/pronovias-fashion-group/quienes-somos>
<https://www.puig.com/es/>
<https://www.puntoblanco.com/tiendas>

<https://www.rabat.net/es/rabat-joyerias-relojeras>
<https://www.rosaclaras.es/encuentra-tu-tienda/>
<https://www.santaaulalia.com/es/ca/>
<https://www.sitamurt.com/stores>
<https://www.softonic.com/>
<https://www.surkana.com/es/tiendas>
<https://www.tascon.es/shops>
<https://www.teashop.com/storelocator>
<https://www.textura-interiors.com/tiendas.html>
<https://www.tinycottons.com/>
<https://www.torres.es/es/inicio>
<https://www.tous.com/es-ca/>
<https://www.tradeinn.com/>
<https://www.udon.es/es/restaurants/>
<https://www.unpasomas.com/ayuda/tiendas>
<https://www.venca.es/>
<https://www.veritas.es/ca/>
<https://www.vicens.com/ca/botiques-icens/>
<https://www.viena.es/ca/>
<https://www.vilaviniteca.es/>
<https://www.walashop.com/ca/>