

12. Els canvis en les estructures comercials en la societat dels consumidors

Carles Carreras i Lluís Frago

Els autors analitzen en aquest capítol l'evolució recent de les estructures comercials catalanes a partir d'una primera anàlisi sobre la societat global dels consumidors. Seguidament, es detalla l'estructura empresarial de les activitats comercials a Catalunya, així com les estratègies de política comercial que s'han posat en marxa. Finalment, i a tall de conclusions, s'aborda la importància creixent del comerç electrònic i les seves conseqüències.

La societat dels consumidors, un fet global

En els anys 1970, coincidint en el temps amb el canvi de règim polític a Espanya, el sistema econòmic capitalista va iniciar un procés profund de reestructuració que abocà a la globalització, amb les conseqüències polítiques de creació d'un sol mercat mundial i les econòmiques de l'hegemonia del capital financer. Aquesta hegemonia va generar una gran crisi a partir del 2007 que s'ha fet quasi crònica i ha esdevingut pràcticament estructural. Una de les conseqüències més importants ha estat fins ara l'augment de la desigualtat econòmica i social a escala global i també a les escales estatal i metropolitanes.

La pandèmia del 2020 és també un fenomen global, amb intermitències periòdiques, que s'afegeix a la crisi mediambiental i augmenta encara més les desigualtats socials i territorials. Catalunya, lògicament, es troba plenament immersa en aquesta estructura i en les seves conjuntures. Els confinaments de tota mena, que s'han proposat com a aparent defensa única en front dels virus,

han donat més impuls a la revolució informacional, que s'ha estès arreu, sense límits d'edats ni de cultures: ensenyaments a distància, teletreball, videoconferències socials o familiars, serveis a domicili, plataformes d'entreteniment, compres per internet. Sota l'aparença d'una frenada de la globalització, la societat global dels consumidors s'ha refermat, no només quant als valors culturals i morals que es difonen, sinó també a nivell pràctic, ja que el consum quotidià dels ciutadans apareix com a quasi única font de supervivència de les economies urbanes. L'actual societat dels consumidors es mostra així cada cop més com la forma dominant de la urbanització planetària, que caracteritza aquesta etapa del desenvolupament econòmic i social, i que podria indicar un canvi total del sistema productiu vigent fins ara.

Arreu, els consumidors són cridats a salvar les activitats comercials, bars i restauració inclosos, invertint els papers tradicionals en el sector de distribució i subministrament de béns i de serveis. A banda de les activitats lligades directa o indirectament al sistema sanitari i de salut pública, avui sembla que la lluita contra el virus per salvar vides perjudiqui sobretot les activitats lligades al consum: turisme, hoteleria, restauració, bars, i l'oci nocturn i diürn (museus, concerts, teatres, cinemes, discoteques) i, fins i tot, a la producció industrial de béns de consum d'alt preu, com la d'automòbils i, lògicament, totes les altres que en depenen. Quan es parla de la dicotomia entre salut i economia en les polítiques de les diferents administracions, en realitat es parla de la contradicció entre salut pública i consum ciutadà. D'aquesta manera, el consum dels