

MESURA DE GOVERN

Pla de xoc i mesures post-COVID-19 per comerç, mercats i restauració de Barcelona



Juny de 2020

ÍNDEX

Context general.....	2
Anàlisi DAFO.....	4
Mesures.....	5
<i>Calendari d'implementació de les mesures previstes</i>	7
<i>Mesures a curt termini</i>	8
<i>Mesures a mig termini</i>	12
<i>Mesures a llarg termini</i>	16

CONTEXT GENERAL

Vivim moments de complexitat i incertesa. La **pandèmia COVID-19 ens col·loca en un nou escenari** on els seus efectes en el teixit econòmic i social són d'una dimensió i abast desconeguts.

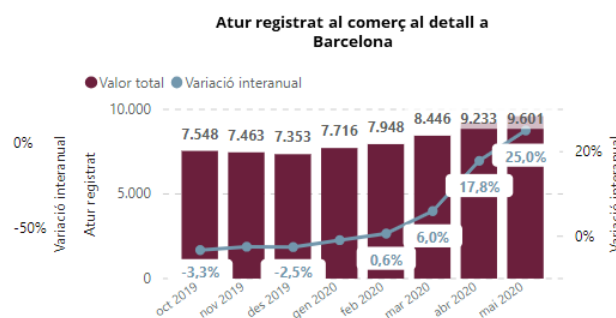
A curt termini, la pandèmia implicarà **canvis profunds** en la manera d'enfocar l'ocupació, les condicions de treball, el consum, la seguretat i la salut, així com els sistemes de producció i venda de tot tipus de serveis. En particular, **es preveu un fort impacte en el consum i en els sectors del comerç i el turisme**.

A mig i llarg termini, els experts apunten que **molts dels canvis** viscuts acceleradament durant les darreres setmanes, –digitalització, teletreball, serveis a la persona, salut i seguretat en l'empresa, especialment en el comerç i turisme, etc. – **han vingut per quedar-se en el sistema de producció de béns i serveis**. Aspectes que, en molts casos, poden ser **positius**.

El **moment actual** és particularment **important per al comerç i la restauració**, ja que es veuen **afectats per elements que afecten la supervivència del teixit**, l'ocupació al sector, els **hàbits de consum**, els **reptes sanitaris i de seguretat** associats, la **relació amb la distribució** i la **interacció amb la indústria** que abasteix els productes que es comercialitzen. De tots aquests factors, ara per ara desconeixem la seva dimensió i cap on evolucionaran.

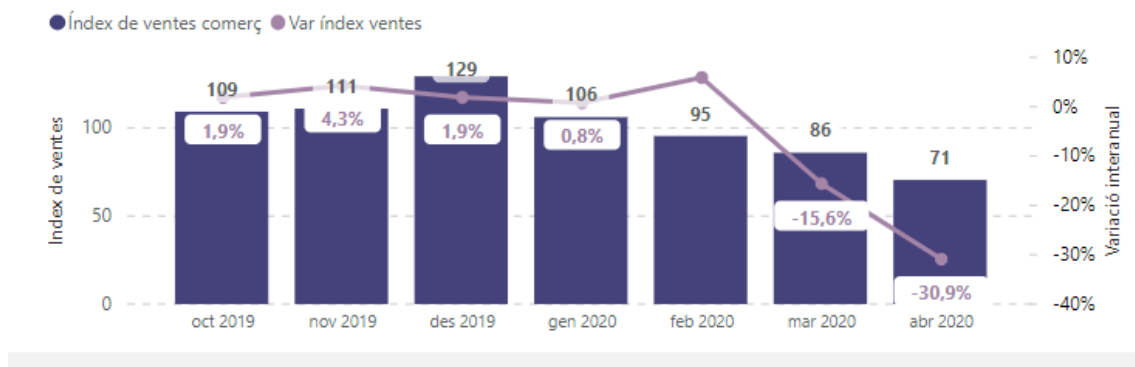
Els trets anteriors se sumen a la **situació del sector en el moment actual**, que sintèticament es pot resumir així:

1. El sector està conformat per empreses amb **poc múscul econòmic i financer** per poder mantenir tancada l'activitat, excepte les grans cadenes de distribució alimentària i comercial en general.
2. El **confinament** ha provocat una **aturada en les vendes del retail** que implicarà en alguns casos un **anticipi de procés de fallida** del propi negoci.
3. Com era de preveure, **els mesos de tancament i els dubtes sobre la recuperació han provocat una caiguda de la contractació i una pujada de l'atur registrat en el comerç al detall**. Així, respecte al maig de 2019 la contractació laboral ha baixat un 71,6% mentre que l'atur registrat ha augmentat un 25%.



4. A les dades d'atur caldria afegir que **l'hostaleria i el comerç han sigut els sectors més afectats pels ERTOS**. Dels 26.593 expedients que s'han tramitat a la ciutat de Barcelona, 6.181 han sigut a l'hostaleria i 5.801 al comerç a l'engròs i al detall, amb 52.177 i 35.328 treballadors afectats respectivament (d'un total de 210.426).

5. Els **efectes de la COVID-19** s'han **afegit** a unes **perspectives que ja no eren molt bones**: empreses petites, baixa tecnificació de les persones treballadores, baixa adaptació als nous hàbits de les persones consumidores –com ara l'*e-commerce*-, tancament de locals i desertització d'espais i grans superfícies comercials.
6. Com a dada complementària, segons IDESCAT, **abans de març de 2020 ja s'albirava una situació difícil pel sector** atès que, per exemple, l'índex general de comerç al detall (ICD) va disminuir un 15,6% interanual a Catalunya al març de 2020, mentre que a l'abril la disminució ha estat del 30,9%.



En conjunt, ens trobem davant un **escenari complex i incert**. Cal pensar **com atacar d'una manera estructural els problemes del comerç en general i com afrontar els reptes que es plantegen** en un doble nivell: d'una banda, els reptes que arrossegava el sector i, d'altra banda, l'impacte disruptiu que el propi COVID-19 està tenint en el sector.

Seguidament, es presentarà el DAFO del sector i es presentaran les mesures principals que integren el pla.

ANÀLISIS DAFO

Debilitats

- Les dificultats per captar públic més enllà de la pròpia àrea d'influència del mercat o eix comercial.
- La dificultat per reaccionar coordinadament als reptes amb estratègia de marca o sector. Escassa capacitat per reaccionar i competir davant les grans superfícies o l'e-commerce de grans operadores.
- Les dades insuficients i amb llargs períodes d'elaboració sobre compradors i hàbits de consum. Manca d'informació de l'impacte del confinament en futurs hàbits de consum.
- El baix nivell associatiu, les debilitats organitzativa, de recursos i de formació de les organitzacions i dificultats per consensuar una visió conjunta i a futur.
- El teixit associatiu està poc professionalitzat.
- El marc normatiu, que no és prou flexible per a una adaptació ràpida a les noves tendències de consum en horaris, condicions de treball, etc.
- La poca presència a Internet dels establiments. Hi ha resistència d'alguns sectors comercials a assimilar noves tecnologies i comerç *online*.
- La restauració és un sector intensiu, pel que fa al personal que ocupa. A més, té un baix nivell de formació.
- El negoci de la restauració té lloc a espais tancats, en pitjors condicions que la resta del comerç durant la Covid-19. Hi ha gran dependència de l'espai públic (terrasses). La seguretat sanitària és un element clau en l'etapa post-covid i el sector no està prou preparat.

Fortaleses

- El comerç de proximitat genera confiança, és factor d'identitat de ciutat i contribueix a la cohesió social i a la sostenibilitat ambiental.
- En varietat, qualitat i en preus, l'adaptació de l'oferta comercial al seu públic objectiu és important i molt valorada.
- L'oferta comercial és àmplia en tipologia i extensa territorialment, i satisfà les necessitats quotidianes de la ciutadania al seu entorn proper.
- La voluntat/necessitat del sector de tirar endavant el negoci. Un elevat percentatge de comerciants són propietaris del seu negoci.
- La confiança i la bona valoració de la col·laboració públic-privada per entomar el futur.
- Les campanyes de comunicació i difusió, que reforcen la xarxa de mercats i el comerç local, i la seva qualitat.
- La RSC del sector és molt ben rebuda i valorada pels ciutadans, siguin usuaris o no.
- Barcelona està ben valorada com a destí gastronòmic internacional. La marca Barcelona és reconeguda i potent.
- L'OMIC i altres serveis municipals d'atenció a les persones són valorats molt positivament pels seus usuaris i usuàries.

Amenaces

- La recessió econòmica, que provocarà la disminució de la renda disponible i, per tant, la reducció de la capacitat per consumir. El preu tornarà a ser el criteri bàsic de compra.
- Riscos que l'evolució a l'alça dels preus de determinats productes alimentaris frescos resti força al consum.
- Els preus de lloguer dels locals alts, que poden provocar el tancament definitiu d'alguns comerços i la no negociació del pagament durant el confinament i el post confinament.
- Els centres comercials i les grans cadenes poden obtenir avantatges actuant com *lobbies* en temes com ara l'ampliació d'horaris comercials, l'obertura en diumenges, etc.
- La manca de disponibilitat de recursos per fer inversions a curt termini.
- La restauració és un sector amb una facturació molt estacional i molt dependent del turisme exterior.
- La impossibilitat d'ampliar i potenciar les activitats de promoció i dinamització.
- La incertesa sobre el futur professional i econòmic de molts treballadors i treballadores, així com dels petits empresaris i empresàries.
- La compra i el consum *online* per a les persones consumidores poden minvar la capacitat del comerç de proximitat si no s'adapta als nous reptes.

Oportunitats

- La possibilitat de millorar el coneixement dels usuaris amb més informació qualitativa i quantitativa per a la presa de decisions. Incorporació d'eines d'avaluació de la valoració del sector.
- La digitalització com a nova forma de negoci. Oportunitat de crear xarxes comercials per oferir els productes de manera àgil, propera i amb atenció personalitzada.
- El desenvolupament de canals d'oferta comercial multicanal i la incorporació de noves aplicacions d'e-commerce.
- Més receptivitat vers a la formació *online*. Hi haurà necessitat d'adquirir eines i habilitats per desenvolupar el negoci.
- La possibilitat d'abaratir les comissions que paguen els comerços per les targetes de crèdit.
- Delivery i el *take away* com a noves formes de negoci.
- L'impuls de la sostenibilitat, amb un consumidor que s'està decantant per productes de proximitat, ecològics i sostenibles.
- El replantejament del rol de consumidors. Els canvis d'hàbits cap a un consum més racional, segur i sostenible.
- La compra i el consum *online*, per a comerciants i restauradors i per a persones consumidores.
- Conscienciació sobre la importància del consum de productes locals i en negocis locals.

MESURES

Des de la declaració de l'estat d'alarma i el tancament de tota activitat econòmica i comercial no essencial, les diferents àrees de l'Ajuntament amb responsabilitats en aquestes matèries van començar a treballar (en el marc del Centre de Coordinació de Resposta Econòmica, CECORE) per dissenyar i posar en funcionament les mesures necessàries per garantir la prestació dels serveis bàsics i minimitzar el primer impacte de la crisi. A més, també es van començar a dissenyar aquelles polítiques que hauran de permetre la reactivació econòmica i la recuperació de l'activitat.

En aquests moments estan en funcionament o en fase d'elaboració **un total de 46 mesures** i les hem diferenciat entre curt, mig i llarg termini, en funció del moment en què s'aniran implementant. Cal tenir en compte, però, que per la pròpia naturalesa de la situació en què ens trobem, aquest és un treball que cal actualitzar constantment. La realitat és canviant i no ens permet fer una previsió exacta del que succeirà els propers mesos.

Mesures a curt termini (abril-juny)

Mesures adoptades des de la declaració de l'estat d'alarma fins l'aixecament del mateix, que tenen els següents objectius:

- Creació de **mecanismes d'informació immediata** per als sectors afectats, per possibilitar-los l'accés als recursos públics ofertats.
- **Garantir la liquiditat** de les activitats econòmiques.
- **Garantir l'abastiment de productes bàsics.**
- Identificació i difusió de les **mesures de seguretat i salut** en el comerç alimentari i no alimentari.

Mesures a mig termini (juliol-desembre)

Mesures que es portaran a terme des de l'aixecament de l'estat d'alarma fins a la finalització d'aquest any 2020, que tenen els següents objectius:

- Gestió de l'impacte econòmic i creació de **mesures de resiliència** dirigides als **sectors econòmics del comerç i la restauració**, ja que estan molt afectats en termes d'ocupació i viabilitat econòmica i **s'enfronten a una crisi totalment desconeguda**, a diferència d'altres sectors econòmics.
- Identificació i comprensió de les **estratègies de captació i desenvolupament de negoci** que es duran a terme per ajudar a la **reactivació** de les diferents **activitats comercials**, que són claus en les dinàmiques econòmiques de la ciutat.

Llarg termini: any 2021

Mesures a desenvolupar a partir de l'any 2021 amb l'objectiu de crear un **nou enfocament de marca** que resultarà clau per aconseguir una **reactivació en el consum i el comerç**. Es necessita definir què signifiquen el comerç i la restauració a Barcelona en l'etapa post-COVID-19, com es perceben i quins missatges intrínsecs ajuden a mantenir la seva activitat i sostenibilitat econòmica i ocupacional.

Aquestes mesures que presentem estan englobades en **5 àmbits d'actuació**:

Subvencions, ajuts i finançament

S'activaran mesures a disposició del teixit comercial i de la restauració per augmentar la seva liquiditat i disposar de més recursos per poder fer front a les seves despeses. Alhora, s'activaran mecanismes financers per garantir l'estabilitat durant el període de recuperació.

Formació i assessorament

Es buscarà augmentar la formació, tant dels i les titulars de les activitats com dels treballadors/es, a fi de poder disposar de nous recursos que permetin adaptar els negocis a les noves modalitats de venda i distribució.

Promoció, comunicació i connectivitat

S'impulsaran campanyes per restablir la reputació de Barcelona de cara a reactivar el turisme comercial i transmetre confiança a la ciutadania per reactivar el consum. S'articularen nous esdeveniments que dinamitzin la vida a la ciutat.

Eines de desenvolupament econòmic

Es crearan noves eines que permetin establir sinèrgies entre el teixit comercial i socioeconòmic de la ciutat, de manera que s'afavoreixi el creixement orgànic. Definició de plans de desenvolupament específics.

Canvis normatius i administratius

S'adaptaran les diferents ordenances i els processos administratius a les necessitats del teixit comercial, amb l'objectiu d'adaptar determinades taxes i impostos, flexibilitzar normatives i certs tràmits, de manera que la reactivació econòmica sigui més àgil.

Les mesures definides se centraran a donar resposta a les necessitats del següent públic objectiu:



**Ciutadania
en general**



Comerciants



**Paradistes
mercats**



Restauració



**Entitats i
empreses
alimentàries**

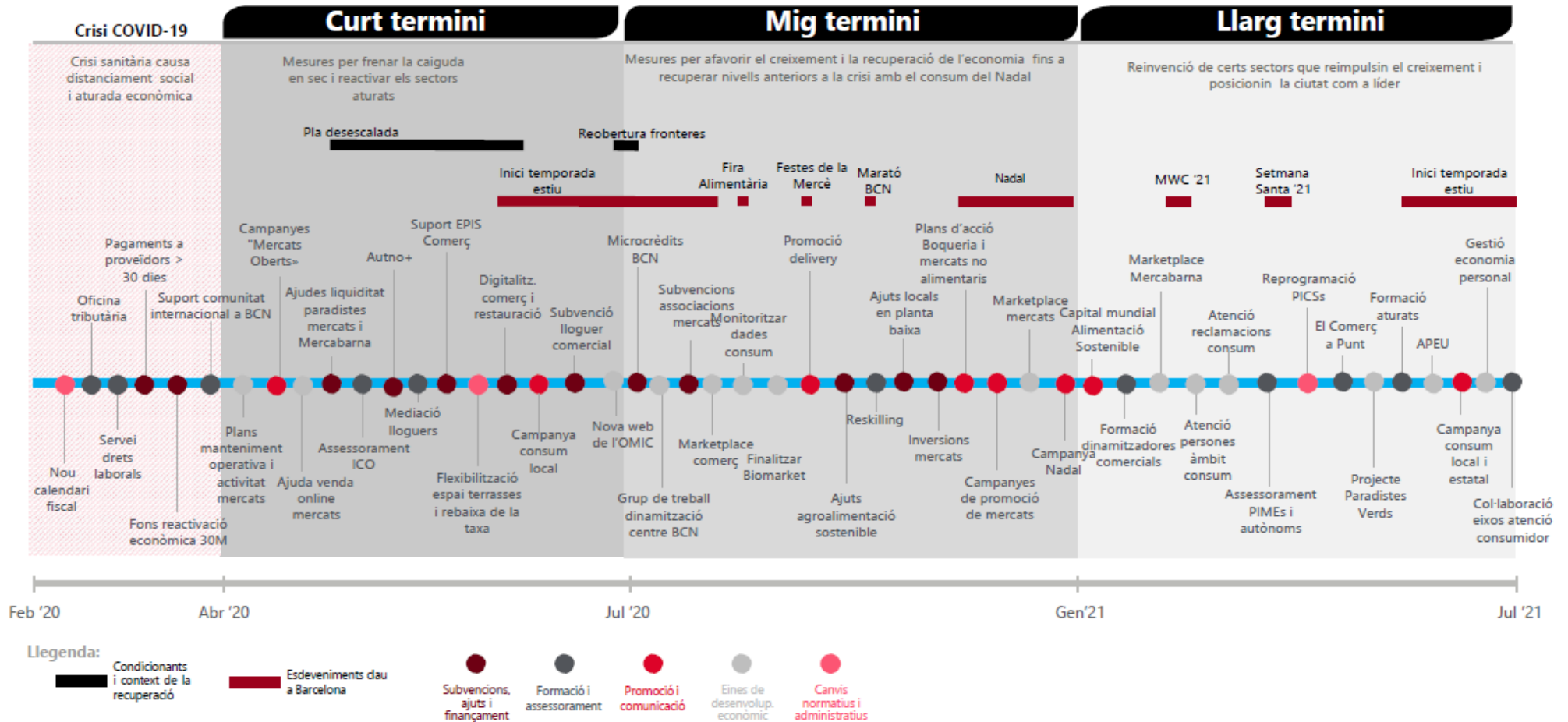


**Autònoms i
PIMES**































**Persones
consumidores**








CALENDARI D'IMPLEMENTACIÓ DE LES MESURES PREVISTES







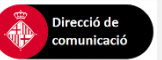









MESURES A CURT TERMINI: Abril-Juny












	ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
1		Pla de manteniment de mercats oberts i plans de reobertura d'establiments tancats.		<p>Reestructuració dels equips i sistemes de treball de l'IMMB. Plans de contingència i de restabliments de servei IMMB.</p> <p>Implementació dels protocols de contenció COVID-19 i distribució de material.</p> <p>Reforç dels sistemes de control d'accés i aforament. Suport als paradistes i associacions per la continuïtat i reobertura de la seva activitat.</p>	
2		Pla per mantenir la activitat econòmica i ocupació durant la COVID19.		<p>Suspendre contractes garantint les indemnitzacions per evitar acomiadaments</p> <p>Reduir el termini de pagament a proveïdors.</p>	
3		Accions d'informació i difusió: "Mercats, servei d'abastament bàsic obert".		<p>Difusió omnicanal de que romanen oberts els mercats municipals alimentaris i les parades de fruita i peix de Mercabarna, amb garanties de seguretat i prevenció. També horaris i serveis que oferien.</p>	
4		Campanyes comunicació mercats oberts.	 	<p>Elaboració de campanyes als mitjans i un pla de comunicació específic en relació als "Mercats Oberts" durant el confinament i el desescalament.</p>	




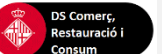

	ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
5		Suport i ampliació dels serveis de lliurament a domicili i de venda online.		Suport per augmentar els recursos humans dels serveis a domicili. També suport per destensionar l'operativa de la compra online i ajudar a la seva extensió ràpida.	
6		Ajudar a la liquidabilitat i solvència dels paradistes dels mercats municipals durant la COVID19.		Reformulació del calendari fiscal del cànon de mercats. No es cobraran els cànon als comerços no alimentaris durant el període de tancament obligat pel decret d'alarma. Estudiar de possibles noves mesures de flexibilització.	
7		Ajudar a la liquiditat i solvència de empreses de Mercabarna amb afectacions significatives durant la COVID19.		Ajornament de tres mesos dels canons/lloguers. No es cobraran canons/lloguers als establiments que hagin estat tancats pel decret d'alarma. En estudi ajuts a les empreses que han tingut afectacions econòmiques importants.	
8		Nou servei d'assessorament per serveis financers, per particulars i petita economia.		Servei amb ASUFIN, inclou assessorament per ICOs.	
9		Ajuts econòmics Autòno+ Barcelona.		Ajut de 300€ a les persones autònomes de Barcelona, ja sigui reducció d'un75% de les seves vendes o per tancament de negoci.	

	ÀMBIT	MESURA	REFERENT/S	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
10		Solucions d'intermediació i mediació dels lloguers.		Implementació d'un paquet de solucions d'intermediació i mediació per a la flexibilització del cost dels lloguers per a propietaris i llogaters.	
11		Conveni marc de col·laboració per provisió de mesures de protecció pels comerços i restauració (majoristes i detallistes).		Suport per als comerços i restauració de cara a obtenir o millorar l'adquisició de materials de seguretat.	
12		Flexibilització temporal de l'ordenança d'espai públic per terrasses i comerç al carrer.		Ampliació de l'espai acotat per les terrasses, d'acord amb les recomanacions sanitàries, per permetre el mateix nombre de taules i cadires amb més distància entre els elements. Possibilitat de terrasses noves. Mostres de comerç al carrer.	
13		Flexibilització temporal l'ordenança fiscal de terrasses.		Gratuïtat de la taxa de terrasses durant el període d'alarma. Reducció d'un 75% de la taxa des de la finalització de l'estat d'alarma fins els 31 de desembre de 2020.	

ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
14	 Mesures de transformació digital per al comerç i la restauració individual.	 	Realització de plans de digitalització i formació online per la transformació digital, amb assessorament, formació i subvencions.	
15	 Campanya consum local.	 	Realització d'una campanya local, per fomentar el consum local, i un altre dirigida a la resta de l'Estat posicionant la marca Barcelona com a ciutat de compres. Impulsar una campanya de sensibilització al ciutadà sobre les avantatges de comprar al comerç de proximitat.	
16	 Subvenció per incentivar la rebaixa del lloguer comercial.		Creació d'una subvenció de 600€ quan es faci una rebaixa del 25% fins al 50% del lloguer del local comercial i de 1.200€ quan la rebaixa sigui de més del 50%. La rebaixa s'haurà de mantenir durant 6 mesos.	
17	 Nova web de l'OMIC per informar i assessorar a la petita economia i a la ciutadania sobre consum durant la COVID19.		Posada en funcionament de la nova web de l'OMIC en la què s'informarà de totes les novetats jurídiques relatives al COVID19, es promocionarà el consum local i de proximitat i es farà formació en l'ús de les noves tecnologies en les relacions de consum.	

MESURES A MIG TERMINI: Juliol-Desembre









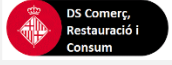




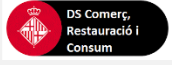


	ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
18		Microcrèdits avalats per a reactivació dels negocis		Creació de microcrèdits, de fins a 15.000 euros, en col·laboració amb Avalis, amb condicions molt atractives en termes de tipus d'interès i període d'amortització. A més, s'ofereix acompanyament i assessorament per a l'obtenció dels mateixos. .	
19		Impuls i reactivació comercial del centre de la ciutat		Foment i impuls de la realització d'esdeveniments de promoció comercial, fires i mostres al carrer, a iniciativa i en col·laboració amb el sector i els operadors comercials de la zona. És vol recuperar així al ciutadà local com a visitant/client, per posteriorment atraure al turista nacional i estranger.	
20		Redefinició del Programa de subvencions del 2020 per tal de donar suport a l'autosuficiència econòmica de les associacions.		Ajudar a la sostenibilitat econòmica dels mercats en les funcions que li són pròpies: neteja, vigilància, promoció, manteniment operatiu.	
21		Suport en la creació d'un Marketplace pel comerç de proximitat de Barcelona		Ajudar a la creació d'un marketplace per a fomentar la venda digital dels comerços de Barcelona, promocionant consum de productes locals i des d'establiments propis de BCN.	















	ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
22		Monitoritzar dades sobre el consum a Barcelona. Conèixer hàbits i preus.		Dins de l'Observatori de Promoció Econòmica, incloure la monitorització de dades en consum, d'evolució dels preus, fer anàlisi valorar els canvis en el consum a l'àmbit de ciutat i per barris. Fer estudis i enquestes sobre els hàbits i els preus de consum. Per demostrar que comerç de proximitat no és igual a producte car.	
23		Reiniciar les tasques per finalitzar el mercat de producte ecològic "Biomarket".		Acabar les obres i poder fer l'apertura del mercat Biomarket, per tal de dotar als comerços detallistes d'una font de proveïment de producte ecològic certificat.	
24		Informar i difondre noves línies de negoci i treball pel sector de la restauració, atès les restriccions dels locals per obrir.		Implementació de la campanya promocional (fase 1) de consum per Delivery i take away (menús especials amb vi o altres begudes incloses, tiquets descompte per a la pròxima compra, restaurants oberts que poden ser punts de venda de productes frescos locals, incloent receptes de cuiners prestigiosos per preparar el menjar amb els productes adquirits...).	
25		Ajuts econòmics a projectes d'agroalimentació sostenible i consum responsable.	 	Ajuts per finançar projectes o iniciatives socials i/o empresarials que contribueixin a avançar cap un canvi de model de consum més responsable i en especial garantir una alimentació sana, justa i sostenible a la ciutat, ajudant a posicionar Barcelona com a capital mundial de l'alimentació sostenible 2021.	














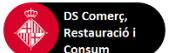

	ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
26		Reskilling activa.	  	Desenvolupament d'un pla de formació tecnico professional com a eina clau d'increment del grau d'ocupabilitat dels treballadors i treballadores. Es proposen accions formatives, online i presencials, en els següents sectors estratègics de la ciutat: Indústria 4.0, Indústries creatives i culturals, Economia verda i circular, Turisme, Esports, Salut i Cures, Economia Blava i Comerç de Proximitat.	
27		Ajuts econòmics per a la instal·lació d'activitat econòmica a locals buits en planta baixa.	  	Ajuts per finançar projectes que impulsin l'activitat de les empreses i l'emprenedoria al territori, i que impliquin l'ocupació de locals buits en planta baixa als districtes amb renda inferior a la mitjana de la ciutat.	
28		Millorar la competitivitat dels mercats i generar activitat econòmica en un escenari de crisi.		Manteniment de l'impuls inversor de l'IMMB, remodelacions (Abaceria, Sant Andreu, Horta, Montserrat) i obres de millora. Es posa el focus en els plans de millora i el manteniment dels diferents mercats.	
29		Elaboració de plans d'acció, de comunicació i de suport específics per als mercats.		Posada en marxa als mercats de Boqueria en el marc de la Mesura de Govern; Encants Glòries; Encants i Dominical de Sant Antoni, i establiments no alimentaris de la xarxa, per esmorteir els efectes de la baixada d'activitat pels efectes de la crisi del Covid-19 davant la reducció dràstica del turisme i del consum no alimentari en tenir els establiments tancats.	






	ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
30		Realització de campanyes i accions de promoció dels mercats i la seva visualització com a referents del producte fresc de proximitat, de professionalitat i cohesió.		Accions de celebració de la Fira "Mercat de Mercats" a l'octubre o novembre, la Setmana Internacional de Mercats a l'octubre, la Campanya de Nadal als mercats i una nova participació en la sèrie de TV3 "Gent de Mercats i de Botiga".	 
31		Disseny, adjudicació i implementació d'una plataforma digital de venda online (Marketplace) pròpia de l'IMMB per a la xarxa de mercats.		Afavorir la compra dels ciutadans amb poca disponibilitat horària per recollir la compra feta online o per telèfon. Impulsar la presència i les actuacions de màrqueting digital de la xarxa de mercats i millorar les accions de promoció específica de cada mercat. Compra i instal·lació de Lockers refrigerats connectats a la plataforma i de pantalles digitals per impulsar el màrqueting digital amb gestors de continguts.	 
32		Nou model Nadal a Barcelona.	 	Disseny i implementació del nou model i proposta de Nadal a Barcelona.	    

MESURES A LLARG TERMINI: Any 2021

	ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
33		Accions de l'any de Barcelona Capital de la alimentació sostenible 2021.	 	Programa d'esdeveniments i activitats de Barcelona, Capital Mundial de l'Alimentació Sostenible 2021, en base a 3 eixos: Promoure dietes saludables i accés a l'alimentació sostenible, principalment infància, plantejar l'alimentació sostenible com oportunitat econòmica pel comerç de proximitat i l'agricultura, i remarcar la seva vessant com estratègia de lluita contra el canvi climàtic i l'emergència sanitària.	   
34		Professionalització de les dinamitzadores dels eixos comercials.		Creació d'un grup on es doni un suport tècnic i formació presencial /online, perquè adquireixin eines i habilitats tècniques per a la seva feina.	
35		Finalitzar el desenvolupament de la eina "Marketplace logístic" i desenvolupar el "Marketplace comercial" de Mercabarna.		Creació de eines digitals pel comerç de distribució alimentària, per aconseguir agilitat i disminuir la necessitat de presència física en compra/vendes.	
36		Coordinació amb altres serveis municipals d'atenció a les persones per incloure l'àmbit de consum i els serveis municipals de l'OMIC .	 	Incorporar els drets de les persones consumidores i les relacions i els hàbits de consum i els seus efectes en la persona, i la gestió de l'economia personal en altres serveis municipals d'atenció a les persones.	

ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
37	 <p>Atenció especialitzada de l'OMIC en les reclamacions de consum, i potenciar la mediació en resolució de conflictes i la inspecció en consum online.</p>		<p>Col·laboració de l'OMIC en temes de consum amb altres administracions públiques (ACC i DIBA) i associacions de consumidors per atendre consultes i reclamacions financeres i d'altres especialitzacions. La inspecció en consum en les relacions de consum online, virtuals i transfrontereres de la UE.</p>	
38	 <p>Assessorament a pimes i autònoms per un equilibri dels costos estructurals.</p>	 	<p>Dins els serveis de l'OAE, assessorar sobre relacions de consum de l'empresa: costos estructurals (local, subministraments i contractació de productes financers). Atenció a pimes i autònoms com a consumidors de serveis bàsics o de tracte continuat.</p>	
39	 <p>Reprogramació PICs/Plans d'ocupació sectorials.</p>	 	<p>Realització de de nous projectes que responguin a les prioritats i necessitats actual, com dinamització comercial o activació de l'e-commerce.</p>	
40	 <p>Ampliació del programa d'assessorament Comerç a Punt (de 80 a 220 comerços i serveis de proximitat).</p>		<p>Ampliació del programa Comerç a Punt (Entre 5 i 12 hores d'assessorament individual dins la botiga): de 80 comerços i 4 districtes a 220 comerços i 10 districtes.</p>	

ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
41	 <p>Impuls dels projectes Paradistes verds i Plàstic Zero.</p>	  	<p>Impulsar el paper rellevant dels mercats en el consum de producte fresc i de proximitat i en la sostenibilitat. Elements de diferenciació comercial.</p>	 
42	 <p>Programa de formació de joves i aturats amb BCN Activa, IMMB i Mercabarna.</p>	  	<p>Garantir la mà d'obra i el futur relleu generacional dels professionals de la venda de producte fresc.</p>	 
43	 <p>Constituir i desenvolupar àrees de Promoció Econòmica Urbana (APEU) com a model de desenvolupament comercial a la ciutat.</p>		<p>Enfortir i professionalitzar el teixit associatiu comercial de la ciutat.</p>	

ÀMBIT	MESURA	REFERENT	DESCRIPCIÓ DE LA MESURA	PÚBLIC OBJECTIU
44	 <p>Realització d'una campanya local per fomentar el consum local i una altra dirigida a la resta de l'Estat, posicionant la marca Barcelona com a ciutat de compres.</p>		<p>Disseny, planificació i implementació d'una campanya dirigida a tots els públics, sectors i territoris a la ciutat, a Catalunya, a l'Estat i als principals llocs dels quals provenen els visitants per potenciar la MARCA i ampliar els interessos dels turistes en relació a la seva vinguda a la ciutat.</p>	
45	 <p>Educar en la gestió de l'economia personal a la ciutadania en general.</p>		<p>Creació d'un programa online per l'autogestió de l'economia personal. Desenvolupar cursos online i presencials per difondre valors econòmics d'equilibri i racionalitat. I oferir derivacions als diferents serveis municipals especialitzats d'atenció a les persones. Els cursos es farien a través d'entitats de persones consumidores especialitzades.</p>	
46	 <p>Col·laboració amb els eixos comercials en temes d'atenció a les persones consumidores i el Servei d'Assessorament a empreses en l'àmbit de consum.</p>		<p>Beneficis d'una política d'atenció a les persones consumidores per fidelitzar clients i assessorament en la contractació del consum estructural de l'empresa / activitat econòmica.</p>	