

El comerç a Barcelona

07

Índex

PRESENTACIONS	5
SÍNTESI	7
EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA	11
EL COMERÇ	18
1. Ocupació	19
2. Facturació	23
3. Producte interior brut	26
4. Caracterització estructural del comerç. Principals indicadors econòmics del sector a Catalunya, Espanya i la Unió Europea	29
Principals indicadors del comerç a Catalunya el 2006. Comparació amb Espanya i la Unió Europea	29
Espanya	32
Unió Europea	36
5. Els centres de cotització del comerç	40
L'evolució 1998-2007	43
Dimensió empresarial del sector comercial	45
6. Valoració qualitativa del comerç	48
6.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal	48
Hàbits de compra	53
Comprar per Internet	60
6.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona	61
Característiques dels establiments	61
El personal	69
Els horaris i les vendes	74
Els serveis	77
Opinió sobre la conjuntura	78
Previsions de futur	80
Intenció d'obrir en diumenge	81

6.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració	82
Característiques dels establiments	82
El personal	84
Els horaris i les vendes	85
Els serveis	86
Opinió sobre la marxa del sector de la restauració	88
Perspectives de futur	90
7. PECNAB. Pla especial de comerç no alimentari de Barcelona	92
Justificació i necessitat	92
Instruments del Pla	93
Programa del Pla	94
Formes d'execució	94
8. Promoció del Comerç	99
8.1. El premi «Barcelona, la millor botiga del món»	99
1. Premi a la millor iniciativa empresarial comercial de l'any	100
2. Premi a la millor iniciativa agrupada per a la dinamització comercial de la ciutat	102
3. Premi a la tasca de contribució i coneixement del comerç a la ciutat	103
4. Premi a l'establiment comercial	104
8.2. La campanya de promoció del comerç	106
8.3. Proposta didàctica per treballar el comerç de Barcelona a les escoles	107
8.4. Web de comerç	109
8.5. Eixos comercials	109
8.6. Promoció del comerç als districtes	112

9. Els mercats municipals	125
Nous mercats i nous projectes per a la ciutat	125
Pla de millores	127
Afluència de públic als mercats	130
Rejuveniment dels operadors	131
Promoció i comunicació	132
Relacions públiques i visites organitzades	133
Actuacions exteriors i assessoraments	134
Estudis i actuacions comercials de mercats	135
Resultat econòmic de l'exercici	136
10. El comerç electrònic	138
Espanya	139
Catalunya	143
Barcelona	148
11. Barcelona, ciutat de compres internacional	150
Tendències i perspectives	162



Jordi Hereu
Alcalde de Barcelona

Barcelona és una ciutat dinàmica i atractiva, on el comerç ha estat un factor essencial en el seu desenvolupament econòmic. Una ciutat que es redescobreix permanentment i on el món de les idees està en constant moviment. És, en definitiva, una ciutat oberta als nous projectes i a les persones.

El comerç és un reflex de la vitalitat de la ciutat. És per això que, actualment, Barcelona ofereix una de les xarxes comercials més completes, que s'ha anat desenvolupant al mateix ritme que la transformació urbanística, cultural i social dels darrers anys.

En el nostre model de comerç, el barri és l'eix vertebrador i els entorns comercials són l'espai públic on la gent es relaciona, on ve de gust passejar, quedar amb els amics o anar de compres. Barcelona és una ciutat per gaudir al carrer.

Tot i que aquest informe ens mostra un comerç emprenedor i equilibrat en els seus diferents formats, l'actual situació econòmica fa més necessària que mai la coordinació d'esforços per part de totes les entitats del sector i els poder públics, amb un únic i clar objectiu: consolidar el nostre comerç i afrontar aquests moments d'incertesa econòmica amb seguretat i confiança en el futur comercial de la nostra ciutat.

Un futur que afrontem des de l'Ajuntament amb la voluntat de continuar treballant per construir una ciutat amb un espai públic de qualitat i per a tothom; amb un comerç vital, innovador i proper als barcelonins i les barcelonines. Vull aprofitar l'ocasió que m'ofereix la presentació d'aquest estudi per fer un reconeixement a les dones i homes que treballen en el comerç. Gràcies per contribuir a fer de Barcelona la ciutat oberta, acollidora i cosmopolita que tots coneixem i volem.



Jordi William Carnes

Tinent d'alcalde d'Hisenda i
Promoció Econòmica

Em plau presentar l'informe de l'evolució del comerç de Barcelona de l'any 2007, amb les dades més significatives del sector i que recull de forma esquemàtica les tendències i perspectives de la nostra economia.

El comerç de Barcelona té un paper important en la vida de la ciutat, tant pel seu pes en l'activitat econòmica, amb un volum de negoci total de 39.954 milions d'euros, com per la seva important contribució al mercat del treball, amb més de 171.827 treballadors, xifra que representa un increment del 0,4% respecte a l'any 2006.

Les xifres parlen per si soles, però la importància de l'activitat comercial a Barcelona no es tradueix només en números, sinó que arriba als ciutadans a través dels seus carrers, quan van a passejar, a la feina o simplement a fer la compra. Un carrer amb comerç és un carrer amb vida, on les persones es relacionen, i ajuda a fer que la ciutat sigui dinàmica, acollidora i diversa. Barcelona és una ciutat per gaudir al carrer.

Al llarg del temps, el comerç i la ciutat han creat una relació de complicitat i de treball conjunt per oferir un comerç de qualitat i innovador als ciutadans. L'èxit del nostre model de comerç radica en l'equilibri dels diferents formats comercials i en l'esforç continu d'adaptació dels comerciants per fer les seves botigues més sostenibles i competitives.

L'adaptació del mercat a les noves demandes dels consumidors ha comportat un increment del comerç electrònic a Barcelona. El 33,1% dels barcelonins afirma haver comprat alguna vegada per Internet, la qual cosa representa un increment del 7% respecte de l'any anterior. Aquestes dades mostren la importància que, poc a poc, van tenint els mitjans telemàtics en la venda de productes i serveis a la nostra ciutat.

I per finalitzar, vull encoratjar totes les persones que treballen al sector comercial a continuar treballant amb il·lusió i empenya per fer possible allò que tots volem i que la ciutat necessita: un comerç proper i de qualitat.

SÍNTESI

SÍNTESI

- L'any 2007 el sector terciari representa el 83,7% dels assalariats de Barcelona, xifra que continua amb la tendència estructural a la terciarització de l'economia de la ciutat. [\[+ informació\]](#)
- L'any 2007 el comerç ocupa 171.827 persones a la ciutat de Barcelona, la qual cosa suposa un increment del 0,4% respecte al 2006, després de la incorporació de 769 nous afiliats als règims general i d'autònoms de la Seguretat Social. [\[+ informació\]](#)
- El sector comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització, amb el 22,9%, seguit de les branques dels serveis a les empreses (15,6%), l'hostaleria (8,4%) i les activitats immobiliàries (8,1%). [\[+ informació\]](#)
- El procés de racionalització i redimensionament tant empresarial com de formats comercials per tal de guanyar eficiència i competitivitat ha comportat, en l'evolució de 1998 a 2007, una disminució del 8,6% de centres de cotització en el sector comercial. [\[+ informació\]](#)
- La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona ha crescut el 2,7%, i s'ha assolit un volum de negoci total de 39.954 milions d'euros. Concretament, el comerç al detall ha registrat un increment del 6,3% i una facturació de 12.592 milions, mentre que la del comerç a l'engròs s'ha situat en 27.362 milions i ha experimentat un creixement de l'1,1%. [\[+ informació\]](#)
- El 2007, el producte interior brut del comerç de Barcelona s'ha incrementat el 3,7%, xifra que, en termes reals, representa un creixement del 0,7%. El sector aporta el 15% del PIB dels serveis i prop del 12% del producte total de la ciutat. [\[+ informació\]](#)

- L'any 2006, el comerç minorista a Catalunya ha assolit una facturació de més de 35.783 milions d'euros, amb 105.230 locals que concentren 320.045 treballadors. Per altra banda, el comerç majorista genera un volum de negoci de més de 80.000 milions d'euros, amb 48.053 locals que ocupen 244.274 seus empresarials. [\[+ informació\]](#)
- Els barcelonins se senten satisfets quant a l'oferta comercial: el grau de satisfacció de les persones que compren és de 7,4 sobre 10. [\[+ informació\]](#)
- El grau de satisfacció respecte dels horaris comercials obté, l'any 2007, un 7,6 de mitjana, i els tipus d'establiment on els barcelonins se senten més ben atesos són la botiga de barri i la botiga especialitzada, amb un 52,6%. [\[+ informació\]](#)
- El 35,3% dels establiments ha iniciat el seu negoci en els últims 7 anys, i el 41% en l'últim quart del segle xx. [\[+ informació\]](#)
- El 36,7% dels establiments està associat, proporció que augmenta quan l'establiment pertany a un eix comercial, en concret fins al 46,2%. [\[+ informació\]](#)
- Pel que fa al règim de tinença dels locals, el 65% dels locals és de lloguer, el 20,7% de propietat i en el 9,4% dels casos es tracta de parades del mercat amb règim de concessió municipal. [\[+ informació\]](#)
- El 73,4% dels responsables dels comerços entrevistats està molt/bastant o normalment satisfet amb la marxa del seu negoci. El subsector més satisfet és el de l'alimentació (76,3%), mentre que el relativament menys satisfet és el de l'oci i cultura (68,8%). [\[+ informació\]](#)
- En el sector de la restauració, pel que fa al règim de tinença dels locals, el 80,4% és de lloguer i el 15,9% de propietat. I quant a la marxa actual del negoci, el 63,10% està molt, bastant o normalment satisfet. La mitjana de l'any 2007 se situa en el 2,9%. [\[+ informació\]](#)

- El comerç electrònic es troba en ple auge a Catalunya. Durant l'any 2007, 1.297.565 persones, el 18,3% de la població, han utilitzat Internet per fer algunes de les seves compres. En concret, aquesta xifra representa un increment del 22,9% respecte de l'any anterior. [\[+ informació\]](#)
- A Barcelona, el nombre d'usuaris de comerç electrònic continua amb la tendència creixent. Segons dades de l'Òmnibus Municipal, el 33,1% dels barcelonins afirma haver comprat alguna vegada per Internet, xifra que suposa un creixement del 7% respecte a l'any anterior. [\[+ informació\]](#)
- L'any 2007 ha estat el de la culminació de les obres de remodelació dels mercats de la Barceloneta i Sarrià, que han centrat les actuacions de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB). [\[+ informació\]](#)
- El darrer any d'implantació del Pla d'actuació municipal (PAM) 2004-2007 ha permès també iniciar les obres del mercat provisional del Guinardó mentre se'n construeix el nou. Dotat amb prop de 50 milions d'euros, el PAM estableix com a objectiu la modernització dels mercats de la ciutat per posar-los al dia en funció de les necessitats dels ciutadans. [\[+ informació\]](#)
- L'any 2007 ha estat un any excepcional per a Barcelona quant al seu posicionament com a ciutat de compres internacional. Pel que fa al creixement, ha aconseguit arribar fins al 23,98%, un increment del 12,8% respecte a l'any anterior. [\[+ informació\]](#)
- La despesa dels turistes internacionals mitjançant la targeta de crèdit ha crescut el 30,37%, i s'ha arribat als 1.428 milions d'euros, als quals cal afegir els 632 milions corresponents a la retirada de diners en efectiu en caixers ubicats als carrers més comercials i turístics, amb una xifra total de 2.060 milions d'euros. [\[+ informació\]](#)

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA 2007

L'any 2007, l'economia de Barcelona ha seguit avançant en el procés de terciarització que ve experimentant des de fa dècades.

Les dades d'afiliació al Règim General de la Seguretat Social del sector serveis reflecteixen un augment del nombre d'assalariats respecte a l'any anterior del 2,9%, taxa que supera en 1,1 punts la mitjana de la ciutat (1,8%). Tot i l'evolució favorable, aquest increment és de menor intensitat que l'experimentat l'any 2006, que va ser del 4,7%. Durant l'any 2007, el terciari ha generat prop de 22.400 nous llocs de treball, i es referma com el sector amb més capacitat de creació d'ocupació a Barcelona.

El sector serveis ha assolit a Barcelona un grau elevat de complexitat i diversificació, ja que el desenvolupament de les activitats emergents intensives en coneixement i tecnologia coexisteix amb activitats madures de notable fortalesa i d'altres vinculades a noves demandes socials. L'any 2007 cal remarcar l'expansió dels serveis vinculats a l'estat del benestar, ja que les branques del terciari que han registrat un creixement percentual més gran de l'ocupació han estat l'ensenyament (13,8%) i les activitats sanitàries i de serveis socials (9%), seguides de l'hostaleria, que assoleix el 5,7%. Pel que fa als subsectors, cal fer esment de l'extraordinari comportament de la recerca i desenvolupament, que augmenta els assalariats en un 57,5%, així com del bon ritme de creació de llocs de treball de les activitats mediambientals (23,5%) i els serveis informàtics (18,5%).

En valors absoluts, l'evolució més favorable correspon a l'ensenyament, que experimenta un creixement de pràcticament 6.600 nous afiliats al Règim General de la Seguretat Social, seguit pel d'activitats sanitàries i serveis socials –amb 6.461 assalariats més– i el de serveis a les empreses, amb prop de 5.000. També l'ensenyament és el que aporta un major percentatge dels nous afiliats dels serveis

(29,5%), a diferència d'anys anteriors, en què el principal motor de la terciarització eren els serveis a les empreses (21,9%).

El comerç ha registrat l'any 2007 un augment de l'1,3% en l'afiliació al Règim General de la Seguretat Social. Aquesta dada reflecteix un creixement força moderat, però cal recordar que es produeix després d'un període especialment dinàmic, ja que entre 2004 i 2006 els assalariats del sector havien assolit un incrementat acumulat proper al 8%.

En canvi, el creixement dels afiliats a l'hostaleria, amb un 5,7%, és superior al de l'exercici anterior i una dada especialment remarcable si es té present el context de desacceleració generalitzada de l'activitat durant la darrera part de l'any. Aquesta branca es manté com una activitat amb un potencial de contractació de mà d'obra significatiu degut al dinamisme del sector turístic que posen de manifest indicadors com l'oferta de places hoteleres, el nombre de visitants o els assistents a congressos i convencions internacionals.

El 2007 els serveis a les empreses han registrat un increment dels assalariats (2,4%) clarament més moderat que el d'anys anteriors, mentre els transports i comunicacions mantenen un ritme de creació de llocs de treball similar al del 2006 (2%). La intermediació financera accelera la tendència a perdre ocupació dels darrers anys amb una disminució del 4,4% dels afiliats, i també es redueix el nombre d'assalariats als serveis personals i domèstics (-2,8%).

AFILIATS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL A BARCELONA EN EL TERCIARI 1997-2007

	1997	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variació 2007/1997		Variació 2007/2006	
									Nombre	%	Nombre	%
Comerc i reparacions	116.079	132.788	136.185	134.548	138.522	142.542	149.002	150.865	34.786	30,0	1.863	1,3
Hostaleria	36.282	42.896	44.960	46.586	47.206	51.523	53.381	56.406	20.124	55,5	3.025	5,7
Transport i comunicacions	49.681	50.939	50.946	50.484	53.828	54.895	56.233	57.347	7.666	15,4	1.114	2,0
Intermediació financera	43.270	44.624	44.094	44.005	45.044	45.587	44.883	42.916	-354	-0,8	-1.967	-4,4
Servei a les emp. i immob.	18.176	71.544	168.835	176.380	185.295	196.233	208.148	213.043	94.867	80,3	4.895	2,4
Administració pública	49.047	59.631	65.480	68.292	65.798	68.566	76.112	78.435	29.388	59,9	2.323	3,1
Ensenyament	36.574	43.160	43.428	43.473	44.485	45.984	47.649	54.244	17.670	48,3	6.595	13,8
Activ. sanitàries, serv. soc.	50.022	57.057	60.450	63.118	64.088	68.453	71.895	78.356	28.334	56,6	6.461	9,0
Serv. pers. i domèstics	45.256	62.034	60.759	63.593	62.912	67.138	68.437	66.500	21.244	46,9	-1.937	-2,8
Total serveis	544.387	664.673	675.137	690.479	707.178	740.921	775.740	798.112	253.725	46,6	22.372	2,9

PARTICIPACIÓ DE CADA SECTOR (EN %)

	1997	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variació 2007/1997
Comerc i reparacions	21,3	20,0	20,2	19,5	19,6	19,2	19,2	18,9	-2,4
Hostaleria	6,7	6,5	6,7	6,7	6,7	7,0	6,9	7,1	0,4
Transport i comunicacions	9,1	7,7	7,5	7,3	7,6	7,4	7,2	7,2	-1,9
Intermediació financera	7,9	6,7	6,5	6,4	6,4	6,2	5,8	5,4	-2,6
Servei a les emp. i immob.	21,7	25,8	25,0	25,5	26,2	26,5	26,8	26,7	5,0
Administració pública	9,0	9,0	9,7	9,9	9,3	9,3	9,8	9,8	0,8
Ensenyament	6,7	6,5	6,4	6,3	6,3	6,2	6,1	6,8	0,1
Activ. sanitàries, serv. soc.	9,2	8,6	9,0	9,1	9,1	9,2	9,3	9,8	0,6
Serv. pers. i domèstics	8,3	9,3	9,0	9,2	8,9	9,1	8,8	8,3	0,0
Total serveis	100	100	100	100	100	100	100	100	

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya

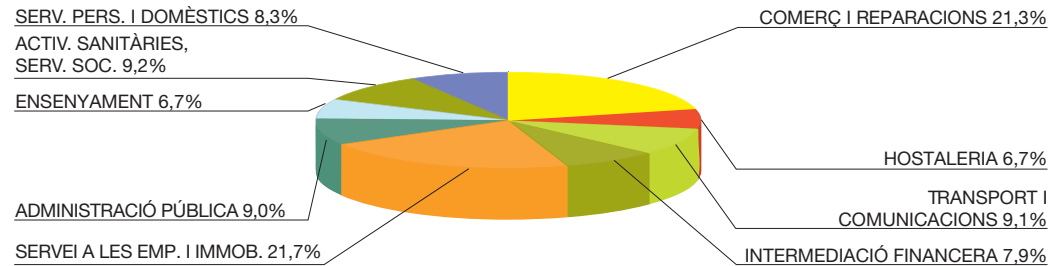
A finals de l'any 2007, el sector terciari representa el 83,7% dels assalariats de Barcelona. L'increment del seu pes dins de l'estructura ocupacional de la ciutat –0,8 punts respecte al 2006– se situa en la línia de la mitjana de la darrera dècada, i mostra la continuïtat de la tendència estructural a la terciarització de l'economia.

En el període analitzat (1997-2007), l'afiliació dels assalariats al sector serveis ha crescut significativament, amb un increment del 46,6%, que representa pràcticament 254.000 nous llocs de treball i fa palès que és el principal motor de creació d'ocupació de Barcelona.

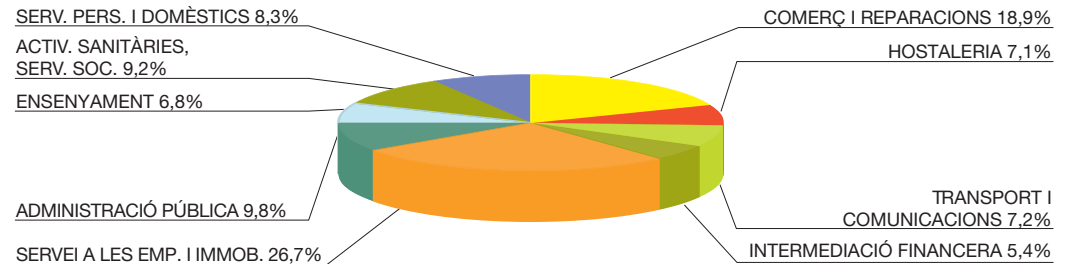
Durant aquesta dècada el terciari ha experimentat una profunda transformació tant quantitativa com estructural, i cal fer especial esment de la gran evolució dels serveis a les empreses, amb una taxa de creixement del 80,3%, que es tradueix en la generació de quasi 95.000 nous llocs de treball. Aquest heterogeni conjunt d'activitats té un paper capdavanter en els països més avançats i desenvolupa un rol bàsic en la millora de la productivitat, de l'eficiència i de la capacitat d'innovació. Els serveis a les empreses constitueixen actualment la primera activitat a Barcelona en nombre d'ocupats i a finals del 2007 representen el 26,7% dels assalariats del terciari, un pes 5 punts superior al que assolien el 1997.

ESTRUCTURA PER BRANQUES DE L'AFILIACIÓ AL RÈGIM GENERAL DE LA SEURETAT SOCIAL AL TERCIARI DE BARCELONA (% S/TOTAL). 1997-2007

ANY 1997



ANY 2007



Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del departament de treball de la Generalitat de Catalunya

En l'anàlisi comparativa 1997-2007, les branques amb major creixement percentual de l'ocupació després dels serveis a les empreses són l'administració pública, les activitats sanitàries i de serveis socials i l'hostaleria. L'administració pública ha experimentat un augment dels afiliats de pràcticament el 60% (generant prop de 29.400 nous llocs de treball), i en el cas de les activitats sanitàries i de serveis socials el creixement ha estat del 56,6% i 28.400 nous afiliats, fruit del desenvolupament de l'estat del benestar en resposta a l'augment de la demanda derivat de l'evolució demogràfica dels últims anys i l'increment de l'esperança de vida.

En finalitzar l'any 2007, després dels serveis a les empreses, el comerç és l'activitat terciària amb més pes a Barcelona, tant pel que fa al nombre d'assalariats (150.865) com a la creació de nous llocs de treball (34.786) durant el període 1997-2007. L'increment percentual dels ocupats en el sector del comerç ha estat del 30%, un registre notable en un sector madur tot i que inferior al del conjunt dels serveis (46,6%). De tota manera, cal remarcar que l'activitat comercial segueix representant quasi la cinquena part (18,9%) dels llocs de treball del sector terciari, i manté per tant un paper clau dins de l'estructura econòmica de la ciutat.

Pel que fa a la resta de les branques del terciari, la intermediació financera i els transports i comunicacions han disminuït llur participació en l'ocupació del sector –en 2,6 i 1,9 punts, respectivament– entre 1997 i 2007, mentre la dels serveis personals i domèstics i l'ensenyament es manté estable.

EL COMERÇ

1. OCUPACIÓ

El comerç ocupa 171.827 persones a la ciutat de Barcelona l'any 2007, xifra que suposa un increment del 0,4% respecte a l'any 2006, després de la incorporació de 769 afiliats als règims general i d'autònoms de la Seguretat Social. La importància del sector del comerç dins de l'estructura productiva barcelonina és cabdal, ja que representa el 16% de l'ocupació del total. De tota manera, l'augment de l'ocupació en aquesta activitat ha estat inferior en 1,4 punts percentuals a l'assolit pel conjunt de la ciutat (1,8%).

Per segon any consecutiu s'observen evolucions de signe invers en l'ocupació entre les branques del comerç minorista i majorista. Mentre que l'afiliació al comerç al detall ha crescut un 2,6% (4,4 punts menys que el 2006) el comerç a l'engròs presenta una disminució d'aquest indicador del 2,8%, fet que confirma la tendència a la pèrdua de pes d'aquesta branca a la ciutat que ja es detectava amb l'estancament de l'any anterior.

AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL EN EL COMERÇ A BARCELONA / 4T TRIMESTRE 2007

	Règim General	Variació (%) 2007/2006	Autònoms	Variació (%) 2007/2006	Total	Variació (%) 2007/2006	Pes del sector 2007
Comerç minorista *	83.903	3,88	22.222	-1,98	106.125	2,59	9,85
Comerç majorista	55.801	-3,24	9.901	-0,45	65.702	-2,83	6,10
Total comerç	139.704	0,91	32.123	-1,51	171.827	0,45	15,95

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

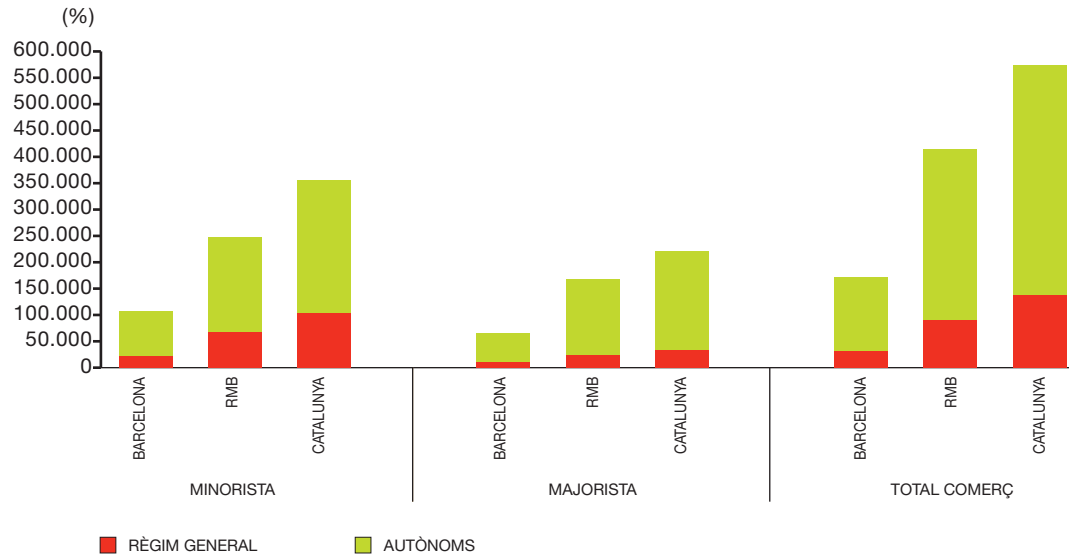
*Inclou petites reparacions, no les relatives a vehicles de motor.

El nombre total d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social en el comerç de la ciutat s'eleva a 139.704, amb un augment del 0,9% respecte a 2006. El comerç al detall compta amb 83.903 assalariats i creix en 3.131 efectius en un any, el que representa un augment del 3,9%. Es tracta d'una dada remarcable ja que més que duplica la global de la ciutat (1,8%), tot i tractar-se d'un sector madur, i té especial valor en produir-se després de l'extraordinari registre assolit el 2006.

El comerç a l'engròs perd 1.868 afiliats, minva un 3,2% i se situa en 55.801 ocupats per compte aliè. Aquesta evolució s'explica tant per la falta d'espai suficient i adequat a les necessitats de la logística actual com per l'elevat cost dels locals a Barcelona, i probablement s'ha vist també influïda per la contracció de la demanda i la inflació de costos i preus de la darrera part del 2007.

D'altra banda, Barcelona registra 32.123 autònoms en el comerç a finals de 2007, amb predomini del comerç al detall, que concentra més de dos terceres parts del total (69,1%). En aquesta branca, que perd 449 treballadors (-2%), continua la tònica de degoteig de treballadors per compte propi dels últims anys deguda a la creixent necessitat de dimensionament empresarial que imposa la dinàmica competitiva de la moderna distribució comercial, tot i que la reducció ha estat inferior a la de 2006 en 1,1 punts percentuals. Al comerç a l'engròs el nombre d'autònoms mostra una notable estabilitat, amb un lleu descens de 45 persones. Tot i així, el pes del comerç sobre el total d'autònoms de la ciutat supera la quarta part (el 27,3%).

AFILIATS DEL COMERÇ A LA SEGURETAT SOCIAL 4T TRIMESTRE 2007



Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

En conjunt, l'evolució de l'ocupació del comerç durant el 2007 és més favorable a la ciutat de Barcelona que al seu entorn, i l'afiliació del sector a la RMB i Catalunya es manté pràcticament estable. Aquest fenomen és especialment clar a la branca minorista, on l'augment de llocs de treball a Barcelona és més d'un 2% superior al d'aquests territoris (un 0,5 i 0,6% respectivament), amb un diferencial encara més elevat en l'àmbit dels assalariats (2,8 punts percentuals). En canvi, la reducció d'efectius al comerç a l'engròs de l'entorn territorial ha estat menor que la de ciutat, amb descensos del -1,5% i -1% respectivament a la RMB i Catalunya, i una evolució positiva dels autònoms a tots dos àmbits.

En definitiva, el comerç de Barcelona és una branca terciària madura i això explica la seva relativa estabilitat en l'ocupació respecte a les activitats emergents, però continua mantenint un pes molt significatiu –el 16%– dins de l'estructura ocupacional de la ciutat, en un context de creixent renovació i diversificació dels serveis. Aquest pes és superior a la mitjana de la Unió Europea i molt proper al que assoleix el sector a la RMB, Catalunya i Espanya, on supera el 17% de l'ocupació total.

PES DE LA POBLACIÓ OCUPADA EN EL COMERÇ 2007 (%)

Unió Europea *	Espanya	Catalunya	Barcelona
14,6	17,80	17,49	15,95

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona amb dades de l'INSS per a Espanya, Catalunya i Barcelona
EUROPEAN COMMISSION, *Employment in Europe 2006*

* Les dades de la Unió Europea fan referència a l'any 2005.

2. FACTURACIÓ

Després d'una llarga etapa d'expansió econòmica que ha comptat amb el fort dinamisme de la demanda interna i el consum de les llars com el seu principal motor, l'economia barcelonina ha iniciat el 2007 el pas a una nova etapa del cicle econòmic, sobre la durada i abast de la qual encara planen incerteses importants a escala internacional.

L'anàlisi de l'evolució dels principals determinants del consum de les llars durant l'any mostra llums i ombres i il·lustra la complexitat de la fase actual. Efectivament, d'una banda, considerat globalment, el 2007 ha estat un bon exercici per al mercat laboral de la ciutat: l'increment de l'ocupació ha estat notable –amb gairebé 19.000 llocs de treball–, l'atur registrat es va reduir en un 3,7%, i Barcelona va tancar l'any amb la taxa d'ocupació més elevada de la sèrie històrica disponible i una taxa d'atur propera al nivell friccional o tècnic. També la qualitat de la contractació –que repercuteix de forma molt directa en la confiança de les famílies– va millorar, ja que la contractació indefinida va guanyar pes dins el conjunt dels contractes signats.

Al mateix temps, però, el 2007 ha registrat un clar empitjorament d'altres indicadors que incideixen en el consum privat. En efecte, en els darrers mesos de l'any han coincidit en el temps tres xocs gairebé simultanis: el procés inflacionista esperonat en els darrers mesos de l'any pels preus de l'energia i primeres matèries bàsiques, la crisi internacional del sistema financer originada per les hipoteques *subprime* i el seu impacte sobre el mercat immobiliari. Així mateix, en el mateix període els indicadors laborals d'activitat i ocupació han mostrat clars símptomes d'alentiment. Aquest conjunt de fenòmens, en un context d'elevat endeutament de les famílies, ha portat a una caiguda brusca dels índexs de confiança dels consumidors, que s'ha traduït en la contracció del consum.

En el conjunt de l'any 2007, la facturació del comerç a la ciutat de Barcelona ha crescut un 2,7% i ha assolit un volum de negoci total de 39.954 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus –que en mitjana anual s'ha situat en un 3% a la província de Barcelona–, la facturació del comerç en termes reals s'ha mantingut pràcticament al nivell de l'any anterior (amb un descens molt lleuger del 0,3%).

FACTURACIÓ DEL COMERÇ 2007 (MILIONS D'EUROS)

	Barcelona	Catalunya
C. minorista	12.592	38.277
C. majorista	27.362	85.715
Total comerç	39.954	123.992

Font: Estimació elaborada per la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

Aquesta dinàmica és el resultat d'evolucions ben diferenciades de les branques minorista i majorista. El comerç al detall ha assolit el 2007 un volum de negoci de 12.592 milions d'euros, després de registrar un increment del 6,3% respecte a l'exercici anterior (3,2% en termes reals). Malgrat l'empitjorament dels indicadors econòmics a partir de la tardor, i sense arribar al dinamisme dels exercicis anteriors, en el conjunt de l'any el consum de les llars ha mantingut un bon nivell de creixement. D'altra banda, l'excel·lent comportament del sector turístic ha aportat novament un plus de demanda al comerç al detall –especialment en determinades àrees del municipi–, i cal remarcar especialment l'evolució favorable d'alguns dels segments de visitants amb més poder adquisitiu, com és el cas dels creueristes o els assistents a congressos i convencions internacionals. No sembla agosarat afirmar que la fortalesa de Barcelona com a capital del turisme urbà suposa un veritable avantatge competitiu per al comerç minorista de la ciutat.

FACTURACIÓ DEL COMERÇ A BARCELONA 2007

	Facturació 2007 (milions d'euros)	Var. 2007/2006 (en %)
C. minorista	12.592	6,3
C. majorista	27.362	1,1
Total comerç	39.954	2,7

Font: Estimació elaborada per la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona s'ha situat en 27.362 milions d'euros l'any 2007, la qual cosa suposa un modest creixement percentual de l'1,1% i un cert decrement (-1,9%) en termes reals. Aquesta branca, que ja mostrava en els darrers exercicis dificultats per a trobar espai suficient a cost assequible a la ciutat, s'ha vist afectada el 2007 per l'impacte de la inflació de preus d'activitats que hi interactuen molt estretament (com les industrials o el transport), així com pel menor dinamisme del comerç exterior.

3. PRODUCTE INTERIOR BRUT

El producte interior brut del comerç de Barcelona s'ha incrementat en un 3,7% l'any 2007, xifra que representa un creixement del 0,7% en termes reals. Segons les estadístiques facilitades per l'Institut d'Estadística de Catalunya a partir de la Taula input-output 2001, el sector aporta aproximadament el 15% del PIB dels serveis i prop del 12% del producte total de la ciutat.

L'economia barcelonina ha mantingut durant l'any 2007 –després de més d'una dècada d'expansió– un ritme de creixement més que notable i una significativa capacitat de generar llocs de treball. El principal motor d'aquest dinamisme ha estat novament el terciari, que ha accelerat la seva evolució fins a assolir un increment del PIB superior al 4% en termes reals. En canvi, tant l'activitat industrial com la construcció han perdut embranzida en els transcurs de l'any, malgrat que aquest darrer sector –el més afectat pel canvi de cicle econòmic iniciat a la tardor– manté encara un bon indicador de creixement de la producció en el conjunt de l'exercici.

Efectivament, en els darrers mesos del 2007 s'ha iniciat un intens procés de desacceleració de l'activitat, desencadenat per un conjunt de factors en bona mesura externs: la crisi de les hipoteques *subprime*, el seu impacte sobre el mercat financer, i l'encariment del petroli i l'alça als mercats internacionals dels preus de primeres matèries bàsiques per a l'alimentació humana i animal. En aquest sentit, es pot considerar el 2007 com un any frontis entre una fase expansiva inusualment llarga i l'etapa d'alentiment en curs, de durada i intensitat encara difícils de preveure actualment.

Una de les conseqüències d'aquest canvi de signe en la conjuntura ha estat la ràpida reducció de la confiança dels consumidors, que s'ha traduït en una pèrdua de dinamisme de la demanda interna. Així, per exemple, el consum de les llars s'ha incrementat en un 2,9% en termes reals en el conjunt

de Catalunya (0,7 punts menys que l'any anterior), mentre altres indicadors com la matriculació de vehicles mostren símptomes d'estancament o lleuger descens. Pel que fa al sector exterior, no ha contribuït en la mateixa mesura que en exercicis passats a dinamitzar l'economia i estimular la demanda del comerç, i en particular les exportacions han moderat significativament el seu ritme de creixement en relació amb el 2006.

Novament, el 2007 el comerç al detall ha evolucionat de forma més favorable que el majorista a Barcelona. Cal destacar favorablement la dinàmica de la branca minorista, que en els darrers anys ha afrontat els reptes propis d'un sector madur amb una fortalesa que li ha permès guanyar ocupació i eficiència simultàniament. En canvi, caldrà estar atents al comportament del comerç a l'engròs, que, tenint en compte els seus requeriments d'espai i els costos del sòl, troba dificultats serioses per expandir-se a la ciutat, i que per tal de mantenir el seu pes dins l'estructura econòmica haurà d'avançar de forma sostinguda en termes de productivitat.

Des de ja fa uns anys, l'activitat turística constitueix un component significatiu de la demanda del sector comerç a la ciutat, i en aquest àmbit cal valorar de forma clarament positiva l'evolució de l'any 2007. Efectivament, Barcelona ha assolit nous màxims històrics de visitants i pernoctacions, amb increments (6 i 3,2%, respectivament) netament superiors als del conjunt de Catalunya, que han permès fins i tot seguir augmentant el grau d'ocupació hotelera. Cal destacar la dinàmica especialment favorable dels segments de la demanda amb més poder adquisitiu –com és el cas dels assistents a congressos i convencions (+28,2%) o els creueristes (25,9%), que ja són més d'1.700.000–, que queda també reflectida en la forta expansió de la despesa dels visitants estrangers amb targetes Visa i Mastercard (+30,5%).

No obstant això, en la segona part de l'any s'ha produït un clar alentiment del ritme d'afluència de turistes, i de fet les dades anuals d'increment de visitants i pernoctacions són molt més moderades que els extraordinaris registres de l'exercici anterior. De cara al 2008, és probable que el refredament de l'activitat econòmica en curs i l'empitjorament de les expectatives dels consumidors facin sentir el seu efecte sobre el turisme; amb tot, el nivell d'activitat del sector assolit a Barcelona i l'evolució esperançadora –fins i tot en els darrers mesos– dels segments amb major poder adquisitiu dels visitants fan pensar que aquest sector pot contribuir al sosteniment de la demanda –amb una repercussió directa sobre el comerç– en un període de dificultats.

Un dels elements de l'evolució del 2007 que cal valorar desfavorablement és la tendència alcista dels preus. L'índex de preus al consum de la província de Barcelona, que s'havia mantingut proper al 2,5% fins a l'estiu, va accelerar la seva evolució a partir del setembre fins a assolir al desembre un increment anual del 4,3% (que contrasta amb el 2,8% del mateix mes del 2006). Malgrat que l'origen internacional de les pressions inflacionistes ha fet que el diferencial d'inflació amb la zona euro s'hagi reduït en el període més recent, és obvi que aquest comportament dels preus repercuteix de forma directa i negativa sobre la competitivitat del comerç, particularment en un context en què el canvi d'expectatives sobre l'economia es tradueix en un refredament de la demanda.

4. CARACTERITZACIÓ ESTRUCTURAL DEL COMERÇ. PRINCIPALS INDICADORS ECONÒMICS DEL SECTOR A CATALUNYA, ESPANYA I LA UNIÓ EUROPEA

En aquest apartat s'ofereix una breu radiografia de les característiques econòmiques del comerç minorista i majorista a Catalunya i Espanya l'any 2006 basada en l'Enquesta Anual de Comerç de l'Institut Nacional d'Estadística, que és la font oficial més solvent per a l'obtenció d'indicadors d'aquest sector a l'estat. Aquesta informació ajuda a complementar amb dades estructurals l'anàlisi dels apartats anteriors, que proporcionen informació recent i de caire més conjuntural sobre el sector.

Com a novetat d'aquesta edició, es presenta una síntesi comparativa dels principals indicadors de les branques majorista i minorista a Catalunya, Espanya i la Unió Europea.¹ Així mateix s'ofereix informació sobre els principals coeficients del mercat laboral del comerç a Espanya i els principals indicadors del comerç minorista per països de la UE-27.

Principals indicadors del comerç a Catalunya el 2006. Comparació amb Espanya i la Unió Europea

L'any 2006 els 168.437 locals comercials ubicats a Catalunya generen un volum de negoci de 140.761 milions d'euros i una ocupació de 633.745 treballadors. El volum de sous i salaris pagat ha estat de 10.271 milions d'euros, mentre que la inversió bruta en béns materials realitzada ha assolit els 2.580 milions d'euros. En conjunt, les 138.609 empreses comercials amb seu a Catalunya han generat un valor afegit de 23.858 milions d'euros.

¹ Les dades per a la Unió Europea corresponen a l'any 2005.

Per branques, el comerç minorista assoleix una facturació de més de 35.783 milions d'euros, obtinguts en 105.230 locals que concentren 320.045 treballadors i realitzen una inversió bruta en béns materials de 970 milions d'euros. Així mateix, les 84.525 empreses minoristes amb seu al Principat proporcionen un valor afegit de 7.738 milions d'euros. Per la seva part, el comerç majorista genera un volum de negoci de més de 80.000 milions d'euros, amb 48.053 locals que ocupen 244.274 treballadors i una inversió bruta de 1.178 milions. Aquesta branca compta amb 41.637 seus empresarials, que generen un valor afegit de 12.416 milions d'euros.

DADES BÀSIQUES DEL COMERÇ A CATALUNYA 2006 (1)

	Catalunya			Total	Variació (%) 2005-2006		
	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, reparació i manteniment de vehicles		Majorista	Minorista	Total
Nombre de locals	48.053	105.230	15.154	168.437	2,13	-5,04	-2,77
Personal ocupat	244.274	320.045	69.426	633.745	6,08	-0,15	2,38
Volum de negoci*	80.047.336	35.783.266	24.930.469	140.761.071	8,09	1,98	5,82
Sous i salaris*	5.477.910	3.509.085	1.284.086	10.271.081	9,04	3,67	6,73
Inversió bruta en béns materials*	1.178.764	970.403	430.727	2.579.894	-1,98	47,49	14,15
Nombre d'empreses	41.637	84.525	12.447	138.609	1,85	-4,24	-2,33
Valor afegit a preus de mercat*	12.416.428	7.738.030	3.704.214	23.858.672	5,95	7,65	6,85

* en milers d'euros. (1) El nombre de locals, personal ocupat, volum de negoci, sous i salaris i inversió bruta s'extreuen dels resultats de l'enquesta segons la ubicació dels locals.
Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Enquesta Anual de Comerç 2006 de l'INE

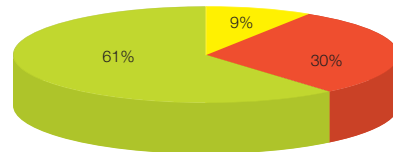
La informació estructural de l'Enquesta Anual de Comerç confirma que l'any 2006 és positiu per al comerç català, que registra creixements significatius en volum de negoci (un 5,8%) i en el valor afegit (6,8%), i un increment de l'ocupació del 2,4%. És especialment remarcable l'increment produït en la inversió bruta en béns materials realitzada per les empreses (14,1%). El comerç a l'engròs mostra augments destacats en volum de negoci (8%), personal ocupat (6%) i sous i salaris (9%), i registra un lleu descens de la inversió bruta.

Quant al minorista, destaca el fort creixement de la inversió bruta en béns materials (47,5%), que s'explica per les necessitats de redimensionament tant empresarial com de formats comercials i de renovació de locals que exigeix la modernització del comerç per guanyar competitivitat. El comerç al detall també supera el comerç a l'engròs en increment del valor afegit (7,6%), però en canvi manté inalterat el nombre d'ocupats i registra una reducció en el nombre d'empreses i locals de -4,2% i -5%, respectivament, en relació amb el 2005. El fet que l'increment del valor afegit s'aconsegueixi mantenint estable el personal és un indicador que aquest procés porta a millores en la productivitat del sector, que aquest any ha evolucionat de forma més favorable que el del comerç majorista.

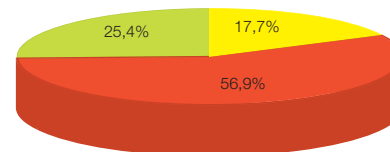
L'evolució analitzada no modifica substancialment la preponderància relativa tradicional de les principals branques del comerç al conjunt del sector. Les xifres de volum econòmic posen per davant el comerç majorista, que supera el minorista pel que fa a facturació (amb un 56,9% del total), valor afegit (52%), sous i salaris i inversió bruta en béns materials com a conseqüència de la seva major productivitat per treballador. Per contra, el comerç al detall català duplica el comerç a l'engròs en nombre d'empreses i nombre de locals (61,2% sobre 30%) i també el supera en més de 75.000 ocupats, alhora que concentra el 50,5% dels llocs de treball del sector.

PES DE LES BRANQUES DEL COMERÇ A CATALUNYA. ANY 2006 (PERCENTATGE SOBRE TOTAL DEL SECTOR)

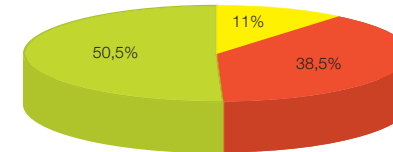
NRE. D'EMPRESSES



FACTURACIÓ



OCUPACIÓ



VEHICLES
 MAJORISTA
 MINORISTA

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació a partir de l'Enquesta Anual de Comerç 2006 de l'INE

Espanya

DADES BÀSIQUES DEL COMERÇ A ESPANYA 2006 (1)

	Espanya			Total	Variació (%) 2005-2006		
	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, reparació i manteniment de vehicles		Majorista	Minorista	Total
Nombre de locals	247.508	636.451	89.846	973.805	2,92	-1,48	-0,31
Personal ocupat	1.174.849	1.830.116	419.899	3.424.864	3,40	2,11	2,77
Volum de negoci*	394.371.878	206.833.747	121.304.595	722.510.220	6,90	6,74	6,49
Sous i salaris*	22.350.227	18.590.688	6.943.451	47.884.366	7,31	7,35	7,59
Inversió bruta en béns materials*	6.683.712	6.743.625	2.883.913	16.311.250	3,87	23,11	13,20
Nombre d'empreses	212.313	527.740	76.333	816.386	2,76	-1,49	-0,31
Valor afegit a preus de mercat	49.897.862	42.723.552	15.145.351	107.766.765	6,24	6,75	6,20

* en milers d'euros. (1) El nombre de locals, personal ocupat, volum de negoci, sous i salaris i inversió bruta s'extreuen dels resultats segons la ubicació dels locals.

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Enquesta Anual de Comerç 2006 de l'INE

Durant l'any 2006 el sector comercial espanyol assoleix 722.510 milions d'euros de volum de negoci, 107.766 milions d'euros de valor afegit i 3,4 milions d'ocupats, variables que mostren un augment de 6,5%, 6,2% i 2,8% respectivament respecte a l'any anterior. El ritme de creixement és similar en el comerç majorista i minorista però cal destacar que aquesta darrera branca, com en el cas de Catalunya, mostra una evolució molt més positiva de la inversió bruta en béns materials (23,3%), mentre que el seu nombre de locals i d'empreses (-0,3%) decreix menys que al Principat.

PES (%) DE CATALUNYA AL SECTOR COMERCIAL D'ESPANYA

	Comerç majorista	Comerç minorista	TOTAL
Nombre de locals	19,41	16,53	17,30
Personal ocupat	20,79	17,49	18,50
Volum de negoci*	20,30	17,30	19,48
Sous i salaris*	24,51	18,88	21,45
Inversió bruta en béns materials*	17,64	14,39	15,82
Nombre d'empreses	19,61	16,02	16,98
Valor afegit a preus de mercat*	24,88	18,11	22,14

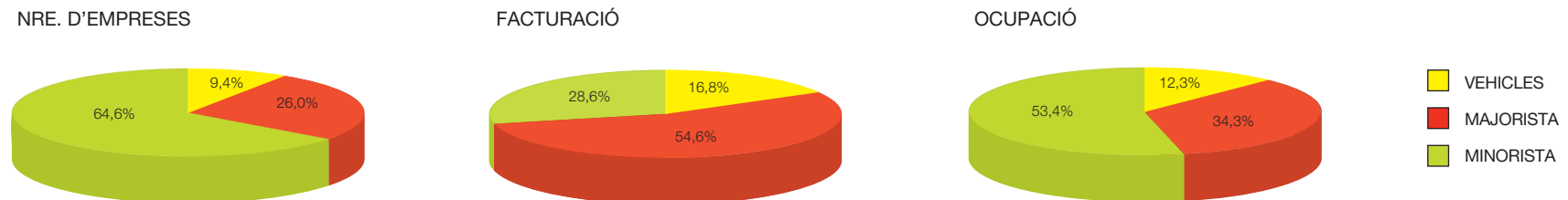
* en milers d'euros

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Enquesta Anual de Comerç 2006 de l'INE

Catalunya és la primera comunitat autònoma del rànquing espanyol en facturació i ocupació del comerç, i absorbeix la cinquena part del valor estatal d'aquestes variables del comerç majorista i més del 17% del minorista. En la branca del comerç a l'engròs també se situa en primer lloc en volum de valor afegit i sous i salaris –concentra gairebé la quarta part del total espanyol–, així com la cinquena part del nombre d'empreses i locals. A més, és la segona comunitat autònoma després d'Andalusia en nombre d'empreses i de locals del comerç minorista (amb més del 16% d'ambdues variables).

Tot i que l'estructura comercial per branques a Catalunya i Espanya és força similar, el comerç majorista català mostra un major pes relatiu en totes les variables analitzades, mentre que el comerç minorista mostra una participació superior a escala espanyola, tant pel que fa al nombre d'empreses (64,6% per 61% a Catalunya) com quant a personal ocupat (53,4% per 50,5%) i a facturació (28,6% per 25,4%)

PES DE LES BRANQUES DEL COMERÇ A ESPANYA. ANY 2006 (PERCENTATGE SOBRE TOTAL DEL SECTOR)



Indicadors laborals del comerç

L'any 2006 els coeficients laborals més rellevants del sector comercial a Espanya han evolucionat a l'alça respecte al 2005. Destaca l'increment del 4,2% de la productivitat total, que assoleix els 31.631 euros per treballador, i el 3,9% d'augment del salari mitjà, que queda en 18.134,1 euros. L'augment de productivitat ha estat més acusat al comerç minorista (4,5% per 3,4% del majorista), però es manté l'avantatge competitiu del comerç a l'engròs amb una productivitat de 41.799,1 euros per treballador, superior en gairebé 18.000 euros a l'indicador del comerç minorista. Aquest fet explica que el salari mitjà del majorista (21.826,1 euros) també sigui força superior al del minorista (14.675,4), tot i que s'ha reduït una mica la diferència respecte a l'any anterior pel major ritme de creixement d'aquest últim (4,4% per 3,3%).

PRINCIPALS COEFICIENTS DEL SECTOR COMERCIAL A ESPANYA. ANY 2006

	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, manteniment i reparació de vehicles	TOTAL
Ocupats per empresa	5,5	3,4	5,4	4,1
Productivitat (euros)	41.799,1	23.832,9	36.417,7	31.631,0
Salari mitjà (euros)	21.826,1	14.675,4	19.851,5	18.134,1
Taxa d'assalariats (%)	87,4	71,5	85,4	78,7
Taxa d'estabilitat laboral (%)	80,0	78,5	82,8	79,6
Taxa de participació femenina (%)	31,2	59,9	16,5	44,7

Font: Enquesta Anual de Comerç 2006 de l'Institut Nacional d'Estadística

La mitjana d'ocupats en les empreses és de 4,1, i la major grandària del comerç a l'engròs respecte al detall es manté gairebé amb la mateixa diferència de 2 assalariats de l'any anterior. Totes les branques han augmentat la taxa d'assalariats en detriment dels autònoms, i el conjunt del sector presenta una taxa del 78,7% de treballadors per compte d'altri, amb un increment de 0,8 punts respecte a l'any anterior. La major incidència del treball assalariat dins del sector majorista segueix essent pronunciada i assoleix el 87,4%.

Finalment, cal remarcar la significativa millora en l'estabilitat de l'ocupació (79,6%), que presenta una taxa 1,7 punts superior a la de 2005, amb un increment similar en totes les branques. Així mateix, hi ha un lleuger augment de 0,5 punts en la taxa de participació femenina total, que se situa en el 44,7%. El comerç minorista mostra una forta presència femenina (un 59,9%) que gairebé dobla la del comerç majorista (31,2%), però aquesta última ha augmentat més que la del comerç al detall entre 2005 i 2006.

Unió Europea

Segons les darreres dades disponibles d'Eurostat¹ el sector comercial a la UE-27 l'any 2005 presenta una facturació de prop de 8.000.000 de milions d'euros i 1.000.000 de milions d'euros de valor afegit, concentra 6,25 milions d'empreses i ocupa gairebé 31 milions de persones. La productivitat del sector se situa en 33.020 euros per empleat i supera en 1.390 euros la registrada a Espanya el mateix any.

PRINCIPALS MAGNITUDS I COEFICIENTS DEL SECTOR COMERCIAL A LA UNIÓ EUROPEA. ANY 2005

	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, manteniment i reparació de vehicles	TOTAL
Nombre d'empreses	1.709.958	3.756.159	789.724	6.255.841
Volum de negoci *	4.228.203	2.122.836	1.256.905	7.607.944
Valor afegit a preus de mercat *	478.994	391.325	150.881	1.021.200
Personal ocupat el 30-09	9.717.742	17.122.696	4.106.700	30.947.138
Productivitat (euros per empleat)	49.300	22.900	36.700	33.020

*en milions d'euros

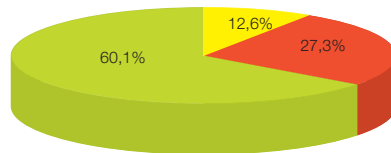
Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació a partir del Boletín Económico de ICE núm. 2941

Com en el cas de Catalunya i Espanya el comerç minorista europeu més que dobla el nombre d'empreses del comerç majorista (60,1% sobre 27,3%) i absorbeix més de la meitat dels ocupats de la distribució comercial (55,3%), mentre que el comerç majorista predomina en facturació amb un 55,6% del total, així com en termes de valor afegit, on obté una participació del 46,9% del total. Cal esmentar, però, que el pes de la branca majorista dins de l'ocupació comercial és força superior a Catalunya (38,5%) respecte a la UE (31,4%). Com en anys anteriors, la productivitat del comerç majorista segueix doblant la del minorista.

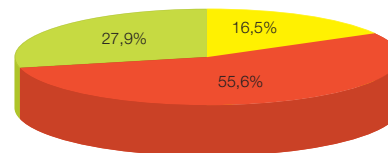
¹ Business Facts and Figures. Eurostat, 2007

PES DE LES BRANQUES DEL COMERÇ A LA UE-27. ANY 2006 (PERCENTATGE SOBRE EL TOTAL DEL SECTOR)

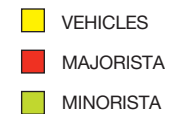
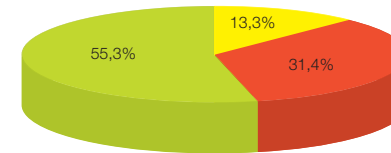
NRE. D'EMPRESSES



FACTURACIÓ



OCUPACIÓ



Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació a partir de l'Enquesta Anual de Comerç 2006 de l'INE

Principals indicadors del comerç minorista

En el conjunt de l'economia no financera de la Unió Europea dels 27, el comerç minorista representa el 10,7% de la facturació, el 7,5% del valor afegit i el 13,6% de l'ocupació, i assoleix per tant un pes significatiu dins l'estructura productiva.

Per països, el Regne Unit és el que presenta una major contribució a les magnituds d'aquesta branca tant pel que fa a la facturació (18,3% del total) com al valor afegit (21%) i el nombre d'empleats (18,5%). Alemanya, França, Itàlia i Espanya són els següents països més potents en magnituds del comerç minorista, fet relacionat amb el seu pes poblacional. En concret Espanya és el cinquè país en facturació (amb un 9,1% del total) i valor afegit (10,3% del total) i el quart en nombre d'ocupats (10,3% del total).

D'altra banda, dels 3,7 milions d'empreses minoristes a la Unió Europea, es troben a Itàlia prop de 700.000 i a Espanya més de 535.000. En ambdós països es registra una mitjana de 12 botigues per cada 1.000 treballadors.

Pel que fa a la productivitat del personal, la mitjana europea del comerç minorista se situa en 22.900 euros per treballador, similar a l'espanyola aquell mateix any (22.800 euros), però ben allunyada de la que presenten països avançats com Luxemburg, França i Finlàndia, que oscil·len entre els 41.000 i els 32.000 euros per treballador.

Respecte a la grandària de les empreses del sector minorista, la mitjana de la UE se situa en 4,6 ocupats per empresa, mentre que a Espanya és de 3,3 aquell mateix any, dada que contrasta amb el coeficient que presenten països amb models comercials molt competitius com el Regne Unit i Alemanya (amb 15,4 i 10 empleats per empresa respectivament). Això indica que és probable que continuï la tendència cap a la concentració empresarial del comerç al detall a Espanya en el procés d'anar convergint cap a taxes més properes a les dels països europeus més desenvolupats.

PRINCIPALS INDICADORS DEL COMERÇ MINORISTA A LA UNIÓ EUROPEA. ANY 2005 (1)

	Nombre empreses (uds)	Nombre empleats per empresa (unitats)	Facturació (milions €)	Valor afegit (milions €)	Nombre empleats (unitats)	Cost mitjà per empleat (2) (milers €)	Product./empleat (2) (milers € per empleat)
Bèlgica	73.960	4,1	63.904	10.011	299.614	26,0	33,9
Bulgària	91.880	2,7	4.319	465	250.067	1,4	1,9
Txèquia	134.025	2,8	21.442	2.926	377.245	6,4	7,8
Dinamarca	24.492	8,7	33.531	6.310	212.722	22,7	29,7
Alemanya	253.595	10,0	348.186	69.320	2.547.141	20,5	27,2
Estònia	3.974	10,8	3.030	372	42.840	5,7	8,7
Irlanda	16.664	10,2	25.354	5.104	170.235	20,7	30,0
Grècia	195.327	2,6	49.013	7.591	505.757	15,9	15,0
Espanya	535.728	3,3	193.778	40.029	1.755.642	18,1	22,8
França	436.263	3,9	368.785	63.439	1.720.692	28,4	36,9
Itàlia	699.392	2,6	265.268	42.730	1.816.903	24,6	23,5
Xipre	10.992	2,9	3.943	705	31.629	17,6	22,3
Letònia	12.995	7,9	3.807	555	102.076	2,8	5,4
Lituània	34.452	4,0	4.730	586	136.980	3,7	4,3
Luxemburg	2.877	5,8	3.528	694	16.704	30,4	41,5
Hongria	104.106	3,2	20.264	2.181	338.306	6,1	6,4
Malta	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****
Països Baixos	82.420	8,6	79.126	16.367	712.849	16,5	23,2
Àustria	41.540	7,7	44.418	8.902	318.880	23,0	27,9
Polònia	394.215	3,1	57.438	7.947	1.221.905	4,3	6,5
Portugal	181.255	2,4	36.102	5.733	429.874	9,1	13,3
Romania	131.434	3,6	14.462	1.548	471.945	1,9	3,3
Eslovènia	6.950	7,3	6.195	1.135	50.518	16,6	22,5
Eslovàquia	5.543	14,0	5.825	829	77.328	5,8	10,7
Finlàndia	22.181	6,1	28.085	4.939	134.853	25,6	36,3
Suècia	58.299	4,7	49.562	8.849	271.451	30,7	32,6
Regne Unit	201.600	15,4	388.743	82.058	3.108.540	17,5	26,4
UE27	3.756.159	4,6	2.122.836	391.325	17.122.696	18,0	22,9

***** No disponible / (1) Txèquia 2004 / (2) Països Baixos 2004

Font: Elaboració del Boletín Económico del ICE núm. 2941 a partir de dades Eurostat

5. ELS CENTRES DE COTITZACIÓ DEL COMERÇ

En aquest capítol s'estudien el nombre i l'evolució dels centres de cotització de la Seguretat Social inscrits a les branques de comerç a l'engròs i intermediaris i comerç al detall i reparacions¹ de la ciutat de Barcelona durant el període 1998-2007. No s'hi inclouen els dedicats a la venda, manteniment i reparació de vehicles de motor, com tampoc els de la restauració.

L'anàlisi dels centres de cotització ens permet aproximar-nos a la dinàmica empresarial del sector comerç, tot i que es tracta d'un indicador més adequat a escala provincial que municipal, ja que aquests centres agrupen treballadors que pertanyen a una mateixa empresa i desenvolupen l'activitat a una mateixa província, sense especificar si s'ubiquen en diferents poblacions. Cal tenir en compte doncs que el nombre de centres de cotització no és exactament assimilable al nombre d'empreses i que en el cas de Barcelona –pel seu paper de capital– l'efecte seu social provoca probablement una certa sobrevaloració d'aquest indicador.²

Es complementa aquesta anàlisi amb la del nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social sense considerar el Règim Especial d'Autònoms, ja que les dades de centres de cotització només es refereixen a empreses que ocupen treballadors per compte de tercers.

L'any 2007 Barcelona comptabilitza 18.039 centres de cotització a la Seguretat Social del sector comerç, dels quals 11.529 (el 63,9%) pertanyen al comerç minorista i 6.510 (un 36,1%) al majorista.

¹ Els codis 51 i 52, respectivament, de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques CNAE-93

² Les dades dels centres de cotització tampoc no es poden comparar amb les de l'impost d'activitats econòmiques, ja que es tracta de dues fonts clarament diferenciades: mentre que les primeres constitueixen un indicador del nombre d'empreses amb assalariats, les llicències de l'IAE s'havien utilitzat en anàlisis anteriors per donar una aproximació als locals empresarials en actiu a la ciutat. Aquest tribut ha perdut des de la seva reforma l'any 2002 bona part de l'efecte censal que tenia anteriorment.

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA 1998-2007

	1998	2002	2006	2007	Variació 2007/1998	
					en nombre	en %
A l'engròs	7.005	6.765	6.630	6.510	-495	-7,07
Al detall	12.737	11.847	11.828	11.529	-1.208	-9,48
Total	19.742	18.612	18.458	18.039	-1.703	-8,63

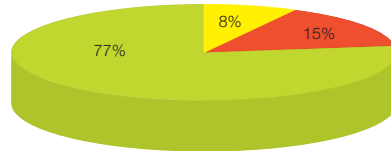
Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

El sector comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part del total (amb el 22,9%). Les branques que segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (15,6%), l'hostaleria (8,4%) i les activitats immobiliàries (8,1%).

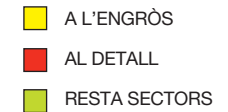
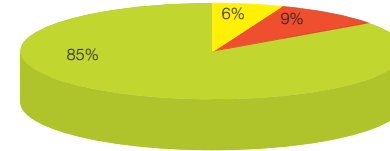
Cal esmentar que per nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social, el comerç és la segona activitat de la ciutat, amb un 15% del total, només superada pels serveis a les empreses (17,4%). Tot i que es tracta de pesos inferiors als dels centres de cotització, certament aquestes dades posen de manifest la importància clara del sector per a l'economia de Barcelona i especialment la del comerç minorista, que per si sol representa prop del 15% dels centres de cotització i el 8,8% dels assalariats de la ciutat.

El pes del comerç dins el conjunt dels centres de cotització de Barcelona és pràcticament idèntic al de la regió metropolitana (on assoleix el 23%) mentre que a Catalunya obté 1 punt menys (22%). Aquesta diferència respon fonamentalment al major pes relatiu del comerç a l'engròs a la ciutat i la RMB –on representa el 8% del centres de cotització– en relació amb el conjunt del Principat (7%).

PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE LA CIUTAT SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (%S/TOTAL)

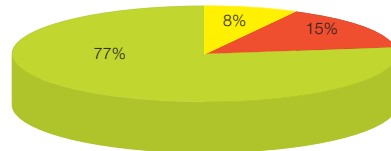


PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE LA CIUTAT SEGONS AFILIATS AL RÈGIM GENERAL S. SOCIAL

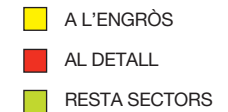
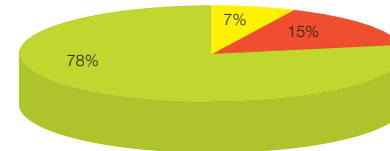


Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE LA REGIÓ METROPOLITANA SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (% S/TOTAL)



PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE CATALUNYA SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (% S/TOTAL)

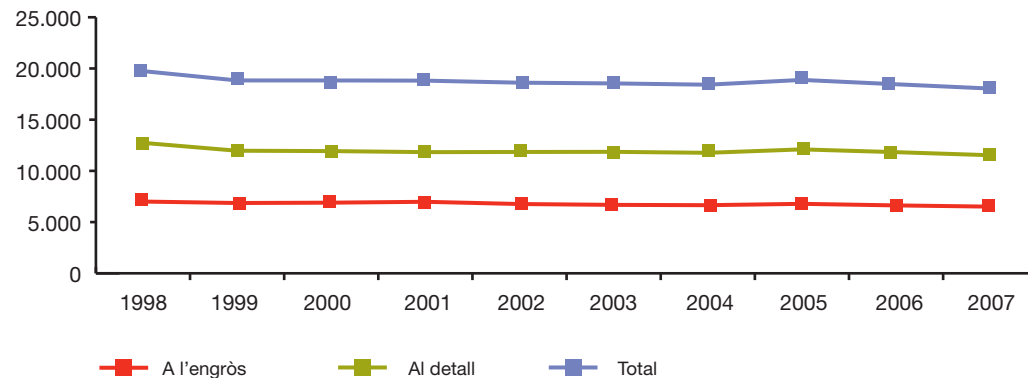


Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Barcelona segueix constituint el principal nucli empresarial del comerç català, ja que concentra el 42% dels centres de cotització del sector majorista i minorista de la RMB, i el 31% i 27,7%, respectivament, dels del conjunt del Principat.

L'evolució 1998-2007

Des del 1998 fins a 2007 s'ha produït una disminució de 1.703 centres de cotització en el sector comercial a la ciutat (un 8,6%), amb una major incidència en el comerç al detall –que registra una reducció del 9,5%– que a l'engròs (-7,1%). Cal emmarcar aquests indicadors en el context del procés de racionalització i redimensionament tant empresarial com de formats comercials que el sector està desenvolupant per tal de guanyar eficiència i competitivitat.

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA 1998-2007

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

L'evolució global d'aquest període es pot descompondre en dues fases: mentre que entre 1998 i 2002 la reducció va ser de més de 1.000 centres de cotització, el període 2002-2006 es caracteritza per una notable estabilitat –amb només 154 centres menys–, i en particular el nombre de centres de la branca minorista es manté gairebé sense alteracions.

Durant el 2007, aquest indicador ha disminuït en un 2,7% en el conjunt del sector, i afecta de forma més acusada les seus del comerç al detall (-2,5%) que a l'engròs (-1,8%), mentre que el nombre total dels centres de cotització de la ciutat es manté pràcticament estable. Caldrà estar atents a la seva evolució futura per estimar si les dades de 2007 marquen l'inici d'un canvi de tendència respecte a l'estabilitat del període 2002-2006.

PES DEL COMERÇ SOBRE EL CONJUNT DE L'ECONOMIA 1998-2007 (% S/TOTAL)

	1998	2002	2007
Centres de cotització			
Comerç a l'engròs	9,18	9,02	8,30
Comerç al detall	16,70	15,79	14,60
Total comerç	25,88	24,80	22,90
Afiliats Règim General Seguretat Social			
Comerç a l'engròs	6,85	6,85	5,86
Comerç al detall	8,16	8,20	8,80
Total comerç	15,01	15,05	14,66

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

El creixement del nombre total de centres de cotització a la Seguretat Social a la ciutat durant el període analitzat juntament amb la disminució dels dedicats al comerç comporta que el pes relatiu del sector hagi minvat progressivament, de manera que el 2007 és tres punts inferior al que tenia l'any 1998. Aquesta tendència afecta més el comerç al detall que a l'engròs, que en aquests últims nou anys han perdut 2,1 i 0,9 punts percentuals, respectivament, dins de l'estructura sectorial dels centres de cotització de la ciutat.

En contrast amb aquestes dades, durant aquest període de nou anys el nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social al comerç de Barcelona ha augmentat en més de 27.500 treballadors (un 24,8%), i destaca el creixement del comerç al detall, que ha estat de més de 23.000 afiliats (un 37,9%) i li ha permès guanyar pes dins dels afiliats de la ciutat, fet força remarcable ja que es tracta d'un sector madur.

Cal fer esment, així mateix, que en el període 2002-2007 els centres de cotització del comerç a la RMB i Catalunya han augmentat un 2,1% i un 4%, respectivament. En particular, es detecta una preferència creixent del comerç majorista per les localitzacions en aquests territoris –on els centres de cotització del comerç a l'engròs s'incrementen en un 5,6% i 6,7%, respectivament– respecte a la ciutat central. Tot i aquest augment, també a la RMB i Catalunya el pes del comerç en el conjunt dels centres de cotització mostra una tendència a reduir-se en els últims anys, com a conseqüència del major dinamisme d'altres sectors econòmics emergents.

Dimensió empresarial del sector comercial

La coexistència durant el període 1998-2007 dels processos simultanis de disminució del nombre de centres de cotització i l'augment d'afiliats s'explica perquè l'evolució cap un model comercial més competitiu i dinàmic provoca l'increment mitjà de la dimensió empresarial.

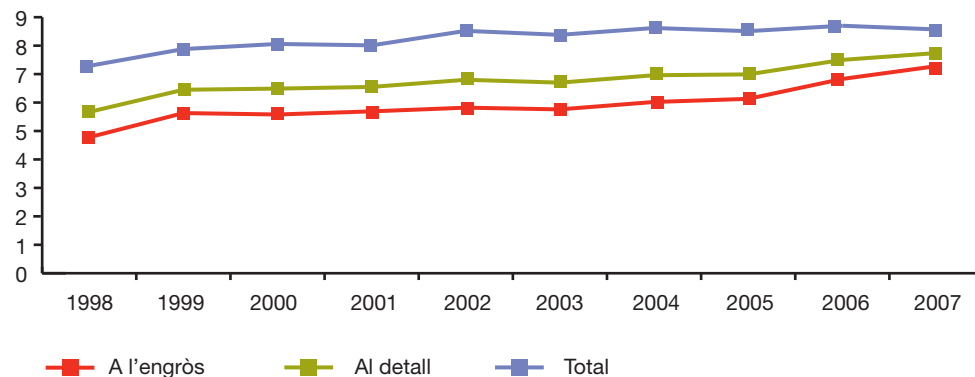
NOMBRE MITJÀ D'AFILIATS PER CENTRE DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA 1998-2007

	1998	2002	2007	Variació 2007/1998	
				en nombre	%
A l'engròs	7,29	8,62	8,57	1,28	17,58
Al detall	4,78	5,78	7,28	2,50	52,39
Total	5,67	6,80	7,74	2,08	36,64

Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Efectivament, l'evolució de la distribució comercial en el període 1998-2007 es caracteritza per l'augment mitjà d'assalariats per centre de cotització. Per al conjunt del comerç la mitjana d'afiliats ha passat de 5,7 a 7,7, i destaca l'evolució del comerç al detall, que assoleix una dimensió de 7,3 l'últim any analitzat –la qual cosa suposa un increment (2,5 afiliats/centre de cotització) superior al 50%–. Pel que fa al comerç a l'engròs, la grandària mitjana (8,6) segueix sent superior a la del minorista, com ha succeït tradicionalment, si bé la diferència entre ambdues branques mostra una tendència a la reducció, ja que l'augment de la dimensió (1,3 assalariats/centre de cotització) ha estat menys intens.

AFILIATS PER CENTRE DE COTITZACIÓ AL COMERÇ DE BARCELONA



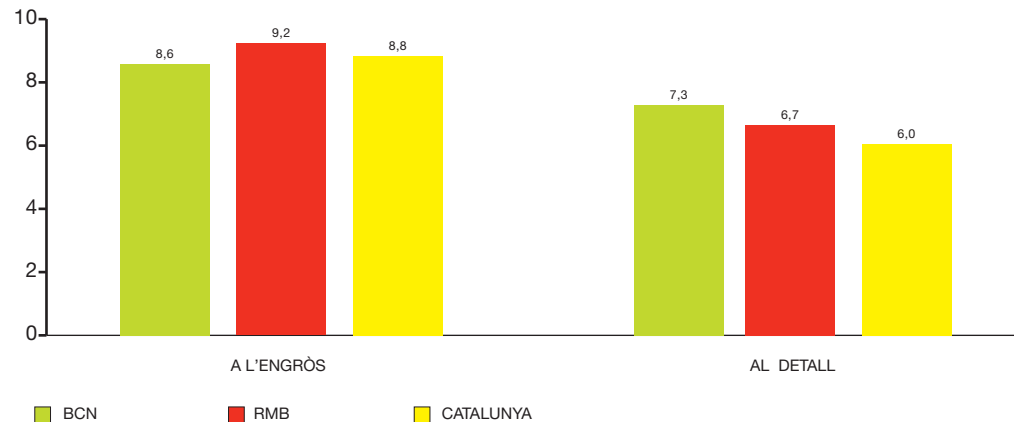
Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

La dimensió empresarial del comerç minorista és més elevada a Barcelona que a la Regió Metropolitana i Catalunya (on se situa en 6,6 i 6 afiliats respectivament), mentre que la grandària dels centres de cotització del comerç a l'engròs és més elevada a la RMB i al Principat (amb 9,2 i 8,8 assalariats res-

pectivament) que a la ciutat. Aquest fet s'explica en bona mesura per la propensió de les empreses majoristes de més grandària i amb major necessitat d'espai a buscar localitzacions fora de la ciutat.

La dinàmica d'increment dels assalariats per centre de cotització s'observa també a la RMB i a Catalunya durant els últims cinc anys, tant al sector a l'engròs com al detall i de manera lleugerament més acusada en aquest últim, on l'augment ha estat d'1 assalariat per centre.

ASSALARIATS PER CENTRE DE COTITZACIÓ AL COMERÇ 2007



Font: Elaboració de la Direcció d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació amb dades del departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

En definitiva, l'evolució dels centres de cotització del comerç a la ciutat i el seu entorn s'emmarca en un procés de racionalització i dimensionament dels agents empresarials per buscar una major eficiència, i no implica una pèrdua de dinamisme i competitivitat d'aquest sector madur a l'economia barcelonina.

6. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

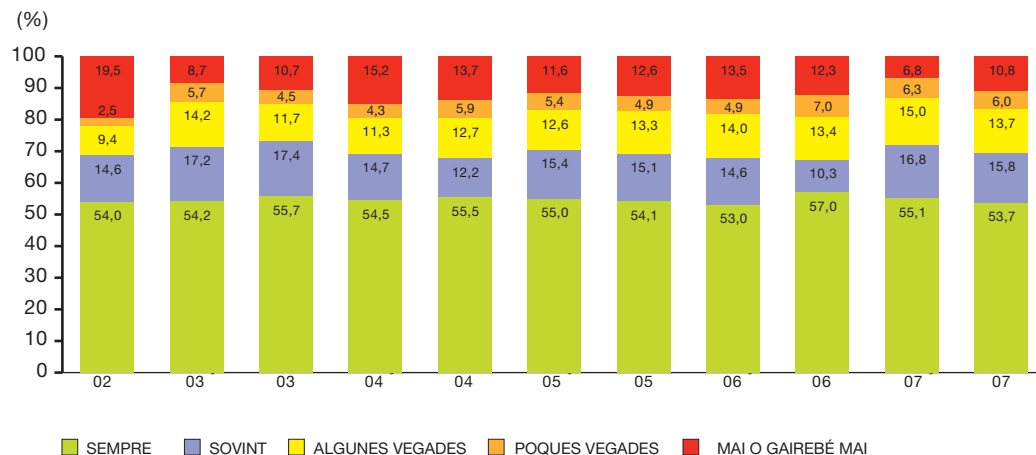
6.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal

L'Òmnibus Municipal dona a conèixer, mitjançant entrevistes als ciutadans i ciutadanes de Barcelona, l'opinió que tenen sobre el comerç a la ciutat i els seus hàbits de compra.

En aquest apartat s'analitzen els resultats de l'enquesta, que s'efectua mitjançant una entrevista telefònica i en quatre períodes de l'any (març, juny, setembre i desembre). La mostra és de 1.000 entrevistes fetes en cada període entre la població major de 16 anys de Barcelona que disposi de llar amb telèfon.

D'acord amb els resultats de l'enquesta realitzada al llarg de l'any 2007, i pel que fa a la compra de productes quotidians, les dades continuen essent similars a les de darreres consultes; en concret, el 93,2% dels entrevistats fa la compra dels productes quotidians de casa seva. D'aquests, el 53,7% la fa sempre, el 15,8% sovint, el 13,7% algunes vegades i el 6,0% de forma esporàdica.

VOSTÈ PERSONALMENT ACOSTUMA A REALITZAR LES COMPRES DE CASA SEVA?

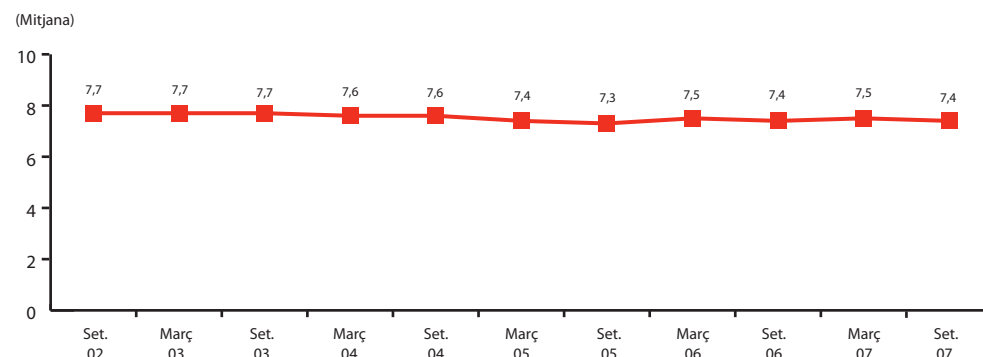


El 94,7% de les dones sol anar a comprar i el 76,5% hi va sempre. Pel que fa als homes, el 82,9% diu que hi va i el 27,8% que hi va sempre. Els joves són els que menys hi van, amb un percentatge del 65,2%.

Quant a l'oferta comercial de Barcelona, es manté una continuïtat en els resultats. El grau de satisfacció de les persones que fan la compra és de 7,4 sobre 10. Concretament, el 24,8% n'està molt satisfet, el 48,9% bastant, el 19,5% regular i el 5,5% poc.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE DE L'OFERTA COMERCIAL DE BARCELONA

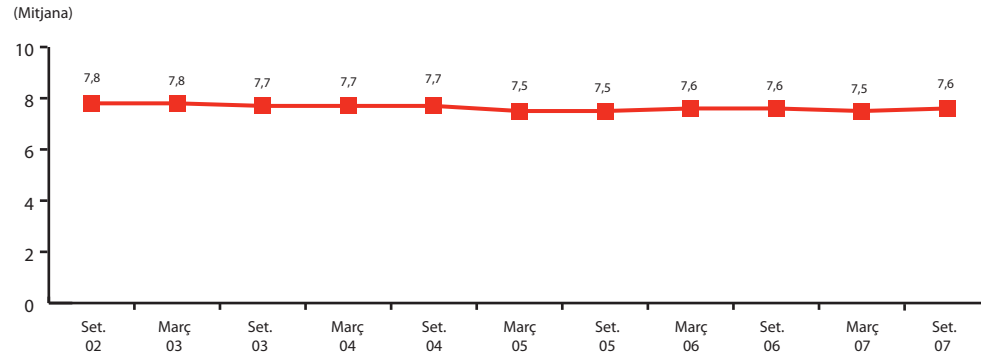
(Només per a aquells que acostumen a fer les compres de casa seva.) (n=877)



El grau de satisfacció respecte dels horaris comercials obté, l'any 2007, un 7,6 de mitjana. En concret, el 28,4% n'està molt satisfet, el 49,2% ho està bastant, el 15,8% regular i el 5,3% no gaire. En aquest cas, el grau de satisfacció amb els horaris comercials també és similar al dels anys anteriors.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE DELS HORARIS DEL COMERÇ DE BARCELONA

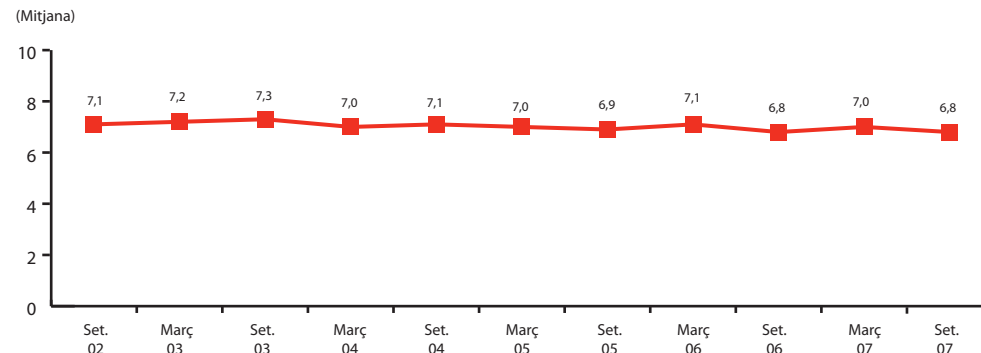
(Només per a aquells que acostumen a fer les compres de casa seva.) (n=877)



L'atenció personal per part dels comerciants obté una mitjana de 6,8. En concret, el 14,0% se'n sent molt satisfet, el 45,9% bastant, el 32,8% regular i el 6,3% insatisfet. No es produeixen variacions respecte de l'any anterior.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE DE L'ATENCIÓ PERSONAL

(Només per a aquells que acostumen a fer les compres de casa seva.) (n=873)



El 52,6% dels compradors se sent millor atès a la botiga de barri i a la botiga especialitzada, i en ordre decreixent segueixen el mercat municipal (23,1%), amb una lleu recuperació respecte de l'any anterior, el supermercat (12,8%), els centres comercials (4,3%), els grans magatzems (2,6%) i l'hipermercat (0,7 %).

A QUIN TIPUS D'ESTABLIMENT L'ATENEN MILLOR?

(Només per a aquells que acostumen a fer les compres de casa seva.)

	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07
A la botiga de barri	52,4										
A la botiga especialitzada	7,3										
A la botiga de barri / botiga especialitzada		42,9	52,9	58,3	52,3	55,8	51,0	53,4	54,4	52,9	52,6
Al mercat municipal	14,0	27,3	18,9	16,3	17,6	20,2	20,0	22,2	19,5	22,1	23,1
Al supermercat	14,2	19,5	14,3	12,9	15,9	15,3	16,0	12,7	14,7	14,2	12,8
Als grans centres comercials	1,6	3,0	2,9	2,7	3,2	1,9	4,2	4,3	3,9	3,6	4,3
Als grans magatzems	3,7	0,9	4,3	3,8	3,4	2,5	2,4	2,5	2,7	1,8	2,6
A l'hipermercat	2,0	1,7	1,6	1,2	2,3	0,5	1,1	1,6	2,2	1,9	0,7
Altres	2,4	1,7	1,5	2,8	2,2	2,2	0,6	1,6	0,6	0,5	2,4
NS-NC	2,4	3,0	3,7	2,1	3,1	1,7	4,6	1,6	2,1	2,9	1,7
N	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(895)	(892)

Els compradors valoren sobretot l'honradesa i la professionalitat, aspectes que han anat guanyant terreny al llarg dels anys (96,7%), seguits pel tracte personal (95,9%). Es valora molt la rapidesa (90,2%) i l'assessorament del producte (88,1%).

QUAN VA A COMPRAR, COM VALORA EL TRACTE QUE REP?

	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07
L'honradesa	95,3	94,5	93,4	95,6	95,6	96,8	95,9	95,6	95,8	96,6	96,7
La professionalitat	92,3	92,0	91,9	94,8	94,3	95,1	95,6	94,6	93,8	94,2	96,7
El tracte que rep	93,8	95,0	94,5	93,0	94,1	95,1	93,7	92,7	93,4	96,0	95,9
La rapidesa	86,2	85,3	85,0	83,8	89,1	88,3	86,7	85,5	84,8	90,7	90,2
Assessorament producte	84,2	82,7	85,9	83,0	87,5	84,4	87,5	85,1	86,4	88,6	88,1
n	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(895)	(892)

Hàbits de compra

Els **aliments** s'acostumen a comprar en primer lloc al supermercat (54,7%), seguit del mercat municipal (24,1%) i de la botiga de barri/especialitzada (14,8%).

Les dones van més al mercat i els homes al supermercat. A mesura que les persones són més grans, la compra al mercat és més habitual i ho és menys la del supermercat.

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS ALIMENTS?

	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny. 07	Des. 07
Al supermercat	48,9	43,2	43,9	43,7	49,0	50,7	52,0	52,3	51,8	47,3	56,0	54,7
Al mercat municipal	29,0	25,1	33,1	30,8	27,4	24,8	26,5	27,0	24,9	29,3	22,0	24,1
A la botiga del barri/especialitzada	14,1	21,9	15,8	16,7	15,6	16,3	13,3	13,1	15,0	16,2	15,6	14,8
A l'hipermercat	5,2	4,7	3,0	3,6	4,6	4,3	3,9	3,8	4,5	4,1	3,1	4,0
Als centres comercials	1,7	2,2	2,5	3,2	1,3	1,9	2,5	2,1	2,3	1,5	1,7	1,1
Als grans magatzems	0,8	2,0	1,5	1,3	0,7	1,6	1,2	1,5	0,8	1,0	1,2	1,0
Altres	0,1	0,3	0,0	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1
NS-NC	0,2	0,6	0,2	0,5	1,4	0,4	0,4	0,1	0,5	0,6	0,4	0,2
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

En relació amb el mitjà de transport utilitzat per anar a comprar aliments, la majoria de compradors hi va a peu, el 86,0%; en transport privat ho fa el 9,2%, i en transport públic, el 4,2%. El 0,1% dels compradors hi va en bicicleta.

Els **productes d'ús quotidià** (neteja, perfumeria...) se solen comprar majoritàriament al supermercat (59,6%), seguit de la botiga de barri/especialitzada (28,1%), xifra que suposa un petit augment l'any 2007.

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ (NO ALIMENTS)?

	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny. 07	Des. 07
Al supermercat	55,1	44,1	58,3	56,2	62,3	55,9	61,7	58,1	57,9	61,6	59,1	59,6
A la botiga del barri/especialitzada	29,9	36,8	26,7	26,2	23,7	26,4	21,9	26,1	25,9	21,2	26,4	28,1
A l'hipermercat	6,0	6,1	4,3	5,8	6,1	5,9	5,5	4,9	6,0	5,4	4,6	3,7
Al mercat municipal	3,6	3,0	2,8	2,8	2,6	5,2	3,4	3,1	1,8	1,9	2,8	3,4
Al gran magatzem	2,0	5,2	3,1	3,3	2,3	1,9	2,5	3,6	3,1	5,4	3,0	2,4
Als centres comercials	2,9	3,8	4,4	4,9	1,3	4,1	4,1	3,3	3,6	3,3	3,5	2,2
Altres	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,5	0,3	0,2	0,1	0,0	0,2
NS-NC	0,4	0,7	0,3	0,7	1,5	0,5	0,4	0,6	1,5	1,1	0,6	0,4
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

La majoria de compradors, el 83,4%, va a comprar a peu, mentre que el 10,3% utilitza el transport privat i el 5,3% el transport públic. El 0,2 dels compradors va a comprar en bicicleta.

La **roba i el calçat** es compren principalment a la botiga de barri/especialitzada (59,0%) i, amb diferència, segueixen els centres comercials (23,5%) i els grans magatzems (10,6%).

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR LA ROBA I EL CALÇAT?

	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07
A la botiga del barri/especialitzada	75,2	69,1	72,3	60,7	65,5	63,3	67,4	65,6	60,4	61,7	63,4	59,0
Als centres comercials	9,3	13,2	12,9	18,2	19,8	18,5	17,4	17,1	22,4	23,2	19,9	23,5
Al gran magatzem	10,3	12,0	11,1	12,1	9,3	12,4	10,2	12,0	11,7	11,4	12,1	10,6
A l'hipermercat	1,5	1,0	1,2	1,9	1,4	1,6	1,6	1,0	1,3	0,7	1,6	1,9
Al mercat municipal	1,1	0,8	0,7	1,4	1,4	1,1	0,8	1,2	0,4	1,3	1,1	1,8
Al supermercat	0,7	0,8	0,2	0,5	0,3	0,9	0,4	0,4	0,4	0,3	0,8	0,8
Altres	0,4	2,0	0,3	2,2	0,7	1,0	1,3	1,8	1,6	0,5	0,3	1,0
NS-NC	1,5	1,1	1,3	3,0	1,6	1,2	0,9	0,9	1,8	0,9	0,8	1,4
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

Quant al transport utilitzat, el 52,2% de compradors hi va a peu, el 28,8% en transport públic i el 17,1% en transport privat.

Per als **productes de parament de la llar també** es prefereix la botiga de barri/especialitzada (52,8%) als centres comercials (15,7%), els grans magatzems (11,3%), el supermercat (10,1%) i l'hipermercat (3,9%).

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR?

	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07
A la botiga del barri/especialitzada	63,6	51,5	63,1	51,5	55,3	55,7	54,7	56,7	55,1	59,8	52,4	52,8
Als centres comercials	8,4	11,0	14,8	16,0	13,5	17,4	15,7	14,3	17,6	16,4	16,3	15,7
Al gran magatzem	12,8	12,1	11,5	12,4	9,2	12,0	11,5	11,4	10,3	11,1	12,5	11,3
Al supermercat	4,5	7,5	3,2	7,4	7,4	5,5	7,9	8,2	5,9	4,5	12,0	10,1
A l'hipermercat	4,1	4,1	3,4	3,5	5,3	3,3	4,4	4,3	4,3	3,3	3,3	3,9
Al mercat municipal	0,8	0,7	0,5	0,6	0,7	1,0	1,2	1,3	0,9	0,9	0,8	1,0
Altres	0,6	1,8	0,3	0,9	0,6	1,0	1,5	0,5	1,5	0,6	0,2	0,7
NS-NC	5,2	3,9	3,2	7,7	8,0	4,1	3,1	3,3	4,4	3,4	2,5	4,5
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

Per fer la compra d'aquests productes, el 57,7% de compradors diu que hi va a peu, el 20,1% en transport públic i el 17,6% en transport privat.

I, per últim, la compra dels **productes d'oci i cultura** s'acostuma a fer majoritàriament a la botiga de barri/especialitzada (54,8%), seguida dels centres comercials (21,7%), els grans magatzems (11,8%) i l'hipermercat (3,5%).

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA?

	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07
A la botiga de barri/especialitzada	65,9	59,9	65,9	53,9	63,8	53,4	58,2	56,5	57,7	58,1	57,3	54,8
Als centres comercials	10,5	12,5	15,5	20,4	16,2	20,9	20,2	19,5	19,5	21,2	20,4	21,7
Al gran magatzem	12,1	13,6	11,5	11,8	9,3	13,4	11,0	14,1	10,7	11,9	12,8	11,8
A l'hipermercat	1,8	1,7	1,3	1,9	2,2	3,4	2,7	2,8	2,6	1,5	2,6	3,5
Al supermercat	0,8	1,5	0,6	1,0	0,6	1,5	0,9	1,1	1,0	1,1	1,0	1,3
Al mercat municipal	0,4	0,6	0,3	0,4	0,6	0,4	0,2	0,2	0,3	0,0	0,3	0,3
Altres	1,9	3,5	0,5	1,8	2,0	2,6	2,6	1,6	3,0	0,8	0,9	1,9
NS-NC	6,6	6,7	4,4	8,8	5,3	4,4	4,2	4,2	5,2	5,4	4,7	4,7
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

I pel que fa al mitjà de transport per fer la compra d'aquests productes, el 49,5% de compradors hi va a peu, el 28,3% en transport públic i el 15,7% en transport privat. L'1,2% dels compradors hi va en bicicleta.

En general, les dones i les persones grans compren més als establiments propers al seu domicili i els joves ho fan als centres comercials.

El 54,0% diu que sol anar a comprar a les zones comercials. Les zones més freqüentades pel total dels consultats són: rambla de Catalunya (14,0%), Barnacentre (11,7%), passeig de Gràcia (11,6%), Diagonal-Illa (9,9%), Sants-Creu Coberta (4,7%), la Rambla (3,7%) i l'Eix de Sant Andreu (3,3%).

EL COMERÇ

VALORACIÓ
QUALITATIVA DEL COMERÇ

VOSTÈ ACOSTUMA A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? I A QUINA ZONA COMERCIAL ACOSTUMA A COMPRAR? (SUMA DE DUES RESPOSTES)

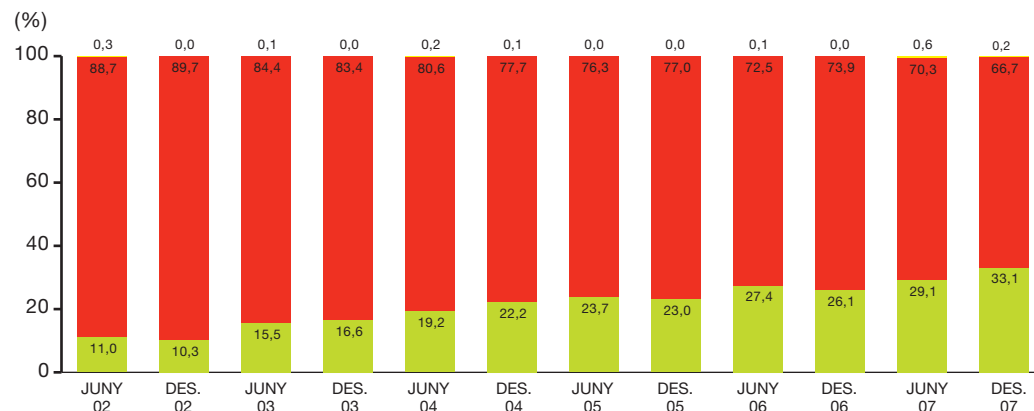
	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07
Rambla Catalunya	12,3	15,5	15,7	16,5	14,2	14,5	13,8	13,1	17,1	17,7	16,0	14,0
Barnacentre	20,0	11,8	17,0	7,6	14,8	14,9	17,3	14,4	8,6	10,6	9,7	11,7
Passeig de Gràcia	12,0	11,2	10,4	12,0	12,2	10,1	11,0	10,4	11,9	11,3	14,6	11,6
Diagonal-Illa	2,8	12,0	11,9	10,0	8,3	9,3	10,5	10,3	10,9	9,8	10,5	9,9
Sants-Creu Coberta	6,4	6,3	7,3	4,7	5,6	5,7	7,4	6,9	4,1	4,1	3,5	4,7
Les Rambles	6,8	5,3	3,5	5,9	4,0	2,9	3,1	4,4	3,9	3,3	2,7	3,7
L'Eix de Sant Andreu	0,0	4,8	5,8	3,6	4,0	4,1	3,3	5,3	7,4	3,5	4,9	3,3
Dreta de l'Eixample	3,2	2,1	2,5	1,3	2,7	2,1	3,0	1,3	0,1	1,3	1,4	1,9
Sant Antoni Centre Comercial	1,7	1,4	3,9	3,2	2,8	1,0	2,0	3,7	2,0	1,7	3,2	1,9
Bulevards de Nou Barris	2,9	1,7	2,5	1,4	2,3	2,0	1,6	2,9	2,1	1,6	1,4	1,4
L'Eix Horta	1,5	1,4	1,7	1,2	1,7	2,2	3,0	1,4	1,1	1,3	1,2	1,3
Poble Nou	1,6	2,6	1,6	1,4	1,7	0,9	1,5	1,0	1,8	1,4	0,6	1,2
L'Eix Maragall	0,7	0,9	1,3	1,3	0,5	1,0	1,1	0,6	0,4	0,5	0,9	0,9
Sarrià	1,4	0,7	1,3	1,3	0,5	1,1	0,8	0,2	0,3	0,3	0,6	0,7
Gràcia Nova	0,3	0,1	1,1	0,4	1,4	1,2	0,8	0,8	0,8	0,7	1,2	0,6
Sants-les Corts											1,6	0,3
Verneda											1,5	0,3
Barnavasi-Galvany	1,1	0,2	0,6	0,3	0,2	0,4	0,2	0,3	0,3	0,5	0,3	0,1
Nou Drassanes	-	0,1	0,3	0,0	0,3	0,3	0,2			0,2	0,2	0,1
Gran de Gràcia	4,0	3,4	6,3	3,0	3,9	3,6	3,0	4,2	4,6	3,2	3,7	
Sagrada Família		0,8										
Altres	12,3					0,0				1,7	0,1	0,4
No acostumo a anar-hi	36,0	38,9	34,9	45,5	37,9	44,0	41,0	40,4	41,4	44,2	42,4	46,0
No ho sap	0,0	0,3	0,1	0,3	0,0	0,4			0,5	0,0	0,4	0,4
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

De les zones comercials, la varietat és l'aspecte més valorat (el 44,8%). També es té en compte la proximitat (18,3%), l'espai (6,7%), el tracte al client (6,5%), el tipus de botiga (6,3%), la qualitat (6,2%), el preu (6,0%) i el tipus de productes (6,0%), entre altres.

Comprar per Internet

De les persones consultades, el 33,1% ha comprat alguna vegada per Internet. Ho fan més els homes (el 57,4%), les persones de 25 a 34 anys (el 66,3%) i amb un alt nivell d'estudis (el 59,7%) que altres sectors de la població. De les persones consultades que han comprat per Internet, el 68,6% ho ha fet de forma ocasional. Fer la compra per Internet va progressivament a l'alça.

HA COMPRAT ALGUNA VEGADA ALGUNA COSA A TRAVÉS D'INTERNET?



6.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona

L'enquesta sobre l'activitat del sector comercial de la ciutat de Barcelona de 2007 dóna a conèixer les característiques dels establiments comercials i l'opinió dels seus responsables sobre l'activitat comercial. S'han realitzat 2.100 entrevistes repartides en tres fases: entre el 16 de març i el 2 d'abril (primera fase), entre el 20 de juny i l'11 de juliol (segona fase), i entre el 29 d'octubre i el 3 de desembre (tercera fase).

A continuació es mostra un resum de l'informe amb els resultats de l'any 2007, com també l'evolució experimentada al llarg d'aquests últims sis anys de realització de l'enquesta (2002-2007).

Els tipus d'establiments entrevistats han estat:

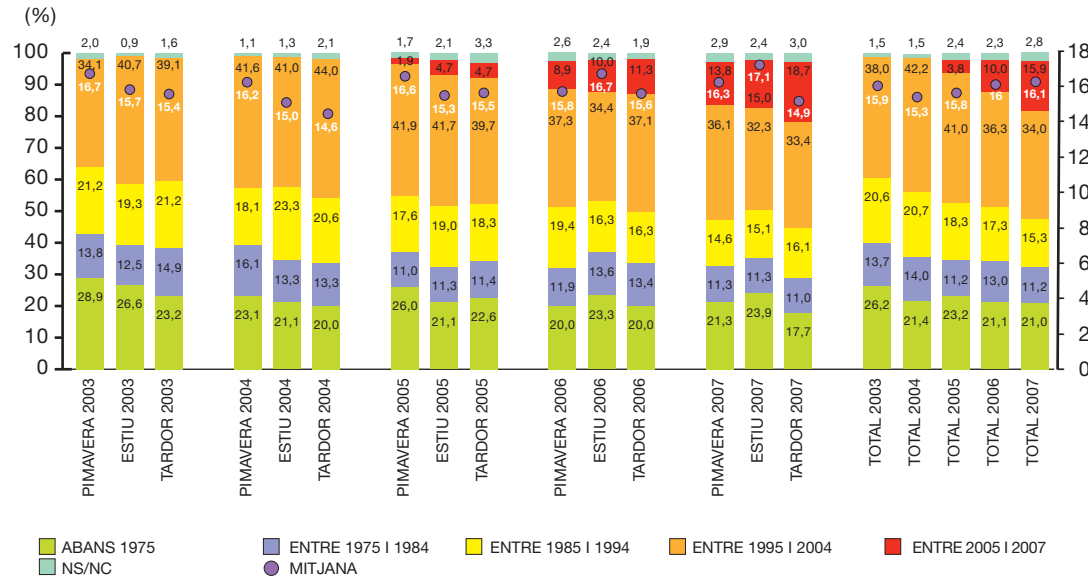
Alimentació	29,3
Equipament personal	26,9
Decoració i llar	25,4
Farmàcia, drogueria i perfumeria	9,0
Oci i cultura	9,5

Característiques dels establiments

La mitjana de l'any d'obertura dels establiments de Barcelona se situa a l'any 1990. En concret, el 35,3% ha iniciat el seu negoci en els últims 7 anys, i el 41% ho ha fet en l'últim quart del segle passat. Els comerços més antics, els trobem a Horta-Guinardó i Nou Barris, i els més recents a Sarrià-Sant Gervasi.

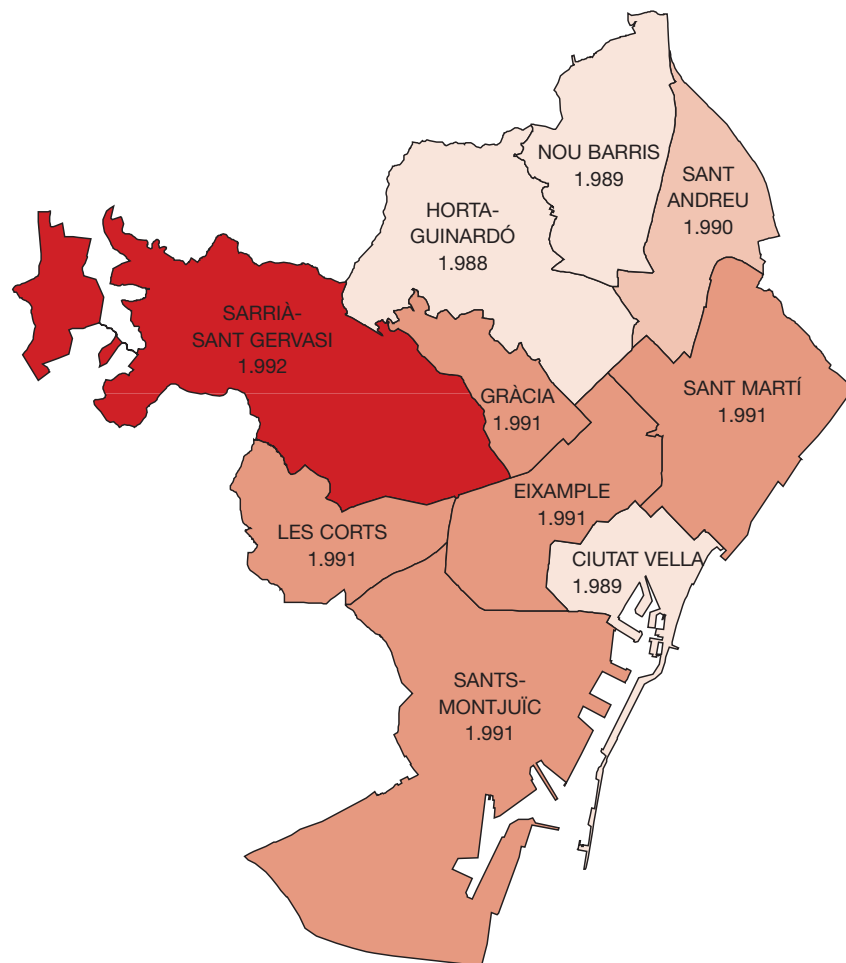
Els establiments d'equipament personal són els negocis més recents mentre que els de farmàcia, drogueria i perfumeria són els que tenen més anys.

ANY D'OBERTURA DE L'ESTABLIMENT



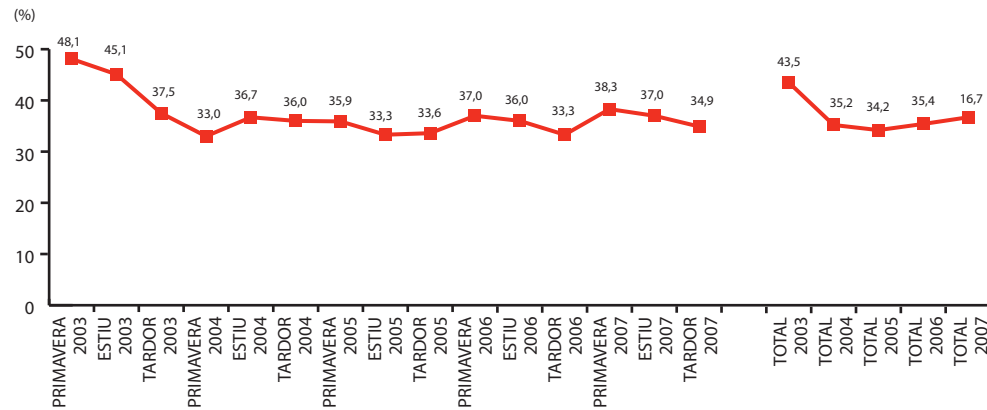
ANY D'OBERTURA DE L'ESTABLIMENT PER DISTRICTE

Mitjana de la ciutat: 1990



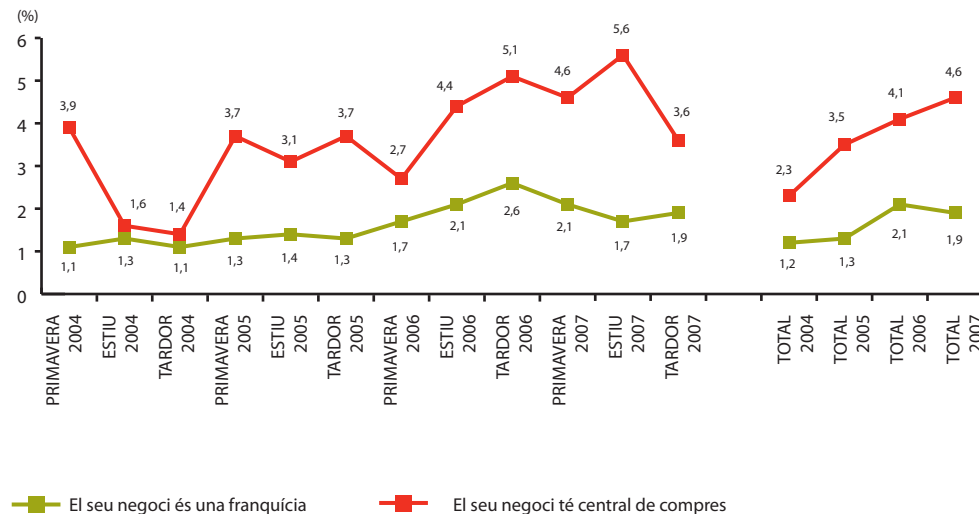
El 36,7% dels establiments està associat, com també el 46,2% dels establiments que pertanyen a un eix comercial.

EVOLUCIÓ DE LA PERTINENÇA A ASSOCIACIONS O ENTITATS



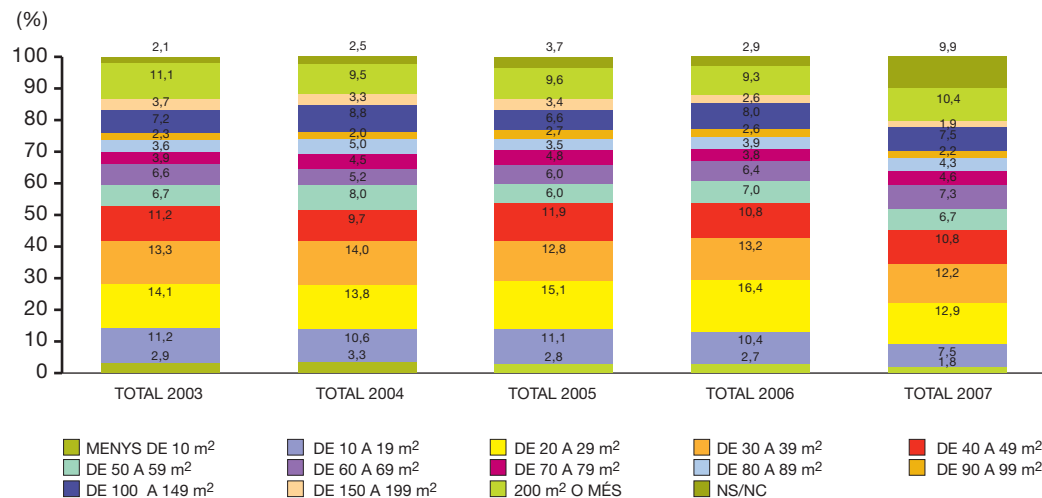
S'observa una lleugera tendència creixent del model de franquícies o de central de compres, tot i que no són pas característics del comerç de la ciutat. Sobretot, hi ha una clara tendència creixent dels negocis que tenen una central de compres (4,6%); els subsectors de farmàcia, drogueria i perfumeria (11,1%) i el de decoració de la llar (9,2%) són els que habitualment utilitzen més aquest sistema de proveïment.

NEGOCI FRANQUÍCIA / NEGOCI AMB CENTRAL DE COMPRES



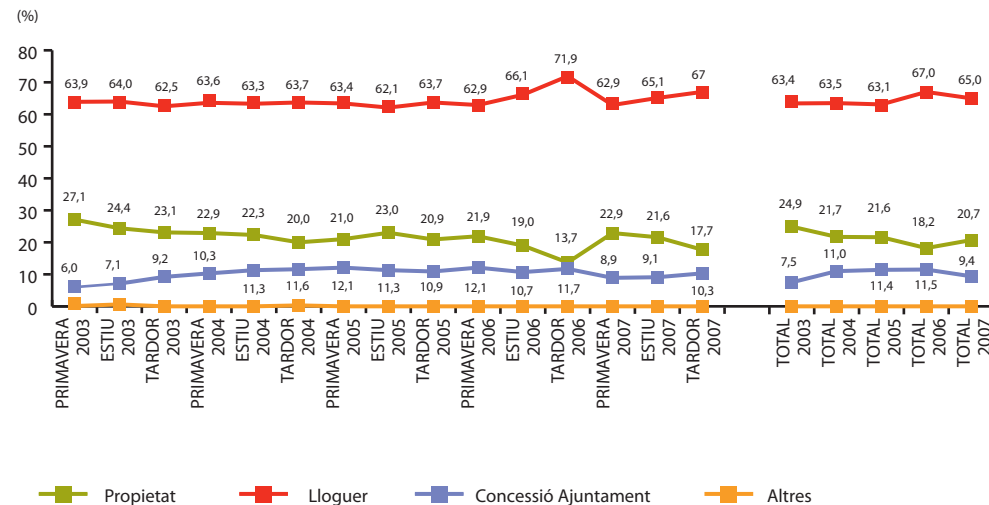
La superfície mitjana de la sala de vendes dels establiments és de 103,9 m². Les sales més grans es troben en establiments dels subsectors de l'alimentació (129,7 m²) i de la decoració i la llar (159 m²). La resta d'establiments tenen de mitjana uns espais més reduïts: els d'equipament personal (64,1 m²), els d'oci i cultura (56,9 m²) i els de farmàcia-drogueria-perfumeria (53,2 m²).

SUPERFÍCIE DE LA SALA DE VENDES



Quant al règim de tenença dels locals, el 65% dels locals visitats és de lloguer, el 20,7% de propietat i en el 9,4% dels casos es tracta de parades del mercat amb règim de concessió municipal. El subsector de farmàcia-drogueria-perfumeria és el que té més proporció d'establiments de propietat (37%), i el d'equipament personal més locals de lloguer (76,6%). El 20,6% dels establiments de lloguer té un contracte anterior al 9 de maig del 1985. Els sectors comercials que tenen una proporció de contractes més antics són els d'oci i cultura (25,8%) i els de farmàcia-drogueria-perfumeria (25,4%), mentre que a l'altre extrem trobem el sector de l'alimentació (18,5%) i el de l'equipament personal (18,1%).

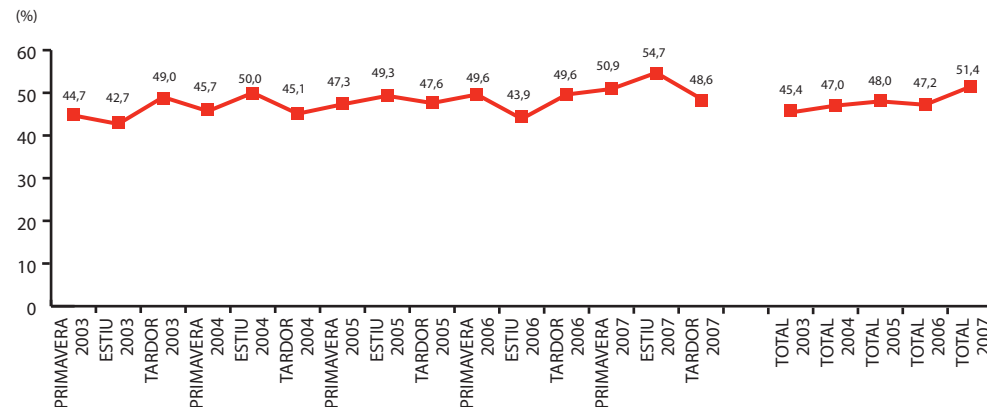
RÈGIM DE TENENÇA DE LOCAL



El 70,3% dels comerços diu que té un sistema de venda assistida, principalment els establiments d'equipament personal (77,3%) i els de decoració i llar (79,7%); el 20,5% disposa d'un sistema de lliure servei assistit (sistema mixt), que a oci i cultura és del 44,2%, i el 9,2% un sistema de lliure servei, principalment en alimentació (18,2%).

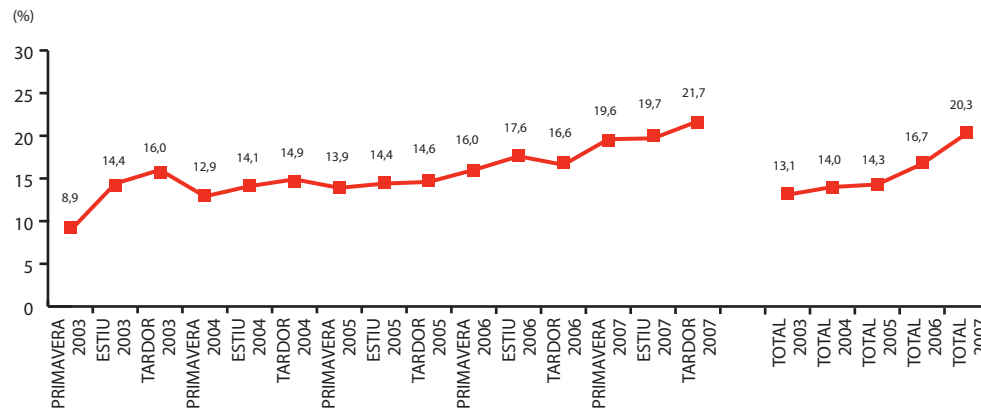
L'últim any, la gestió informatitzada als comerços de la ciutat ha augmentat fins a arribar al 51,4%. Aquest percentatge és més elevat en el conjunt d'establiments que pertanyen a un eix comercial (56,8%). Els subsectors més informatitzats són els de farmàcia-drogueria-perfumeria (73%), mentre que en darrer lloc trobem el d'oci i cultura (37,7%). Quant al percentatge per districtes, el que té la gestió més informatitzada és Sarrià (60%) i el que la té menys informatitzada, Sants-Montjuïc (41,8%).

EVOLUCIÓ DE LA GESTIÓ INFORMATITZADA



El mateix succeeix amb l'evolució dels establiments amb lloc web. L'augment en l'últim any ha estat de 4 punts, i s'ha assolit un percentatge del 20,3%. En el cas dels establiments que pertanyen a un eix comercial, aquest percentatge és del 25,5%. Aquests webs són principalment informatius, tot i que el 27,4% ofereix un servei de venda a particulars i el 8,7% una possibilitat de compra i venda amb altres empreses.

EVOLUCIÓ DELS LLOCS WEB



El personal

La mitjana general de persones que treballen en un establiment és de 3,7. El subsector de l'alimentació n'ocupa 4,6; el de decoració de la llar, 4,3; farmàcia-drogueria-perfumeria, 3, i els establiments d'oci-cultura, 2,1.

Així mateix, s'observa una certa coincidència entre la pertinença a un eix comercial i un major nombre de persones treballant en aquests establiments.

EVOLUCIÓ DEL NOMBRE DE PERSONES QUE TREBALLEN EN L'ESTABLIMENT PER PERTINÈNCIA A EIX COMERCIAL (MITJANA)

	Primavera			Estiu			Tardor			TOTAL		
	TOTAL	Eix comercial		TOTAL	Eix comercial		TOTAL	Eix comercial		TOTAL	Eix comercial	
		No hi pertany	Hi pertany		No hi pertany	Hi pertany		No hi pertany	Hi pertany		No hi pertany	Hi pertany
2003 Total establiments	3,2	2,9	3,7	3,3	3,0	3,6	3,7	3,2	4,5	3,4	3,0	3,9
Establiments fins a 10 treballadors	2,6	2,5	2,7	2,5	2,3	2,9	2,6	2,5	2,7	2,6	2,4	2,8
2004 Total establiments	3,2	3,0	3,7	3,2	2,8	3,8	3,2	2,8	3,9	3,2	2,9	3,8
Establiments fins a 10 treballadors	2,7	2,4	3,2	2,6	2,4	2,8	2,4	2,2	2,7	2,5	2,3	2,9
2005 Total establiments	3,3	2,8	4,3	3,0	2,7	3,4	3,2	3,0	3,5	3,2	2,8	3,8
Establiments fins a 10 treballadors	2,6	2,3	3,0	2,4	2,2	2,6	2,7	2,5	2,9	2,5	2,3	2,8
2006 Total establiments	3,4	2,7	4,6	3,2	3,2	3,3	3,0	3,0	3,1	3,2	2,9	3,6
Establiments fins a 10 treballadors	2,5	2,3	2,8	2,5	2,4	2,7	2,5	2,5	2,5	2,5	2,4	2,7
2007 Total establiments	3,9	3,8	4,0	3,7	3,4	4,0	3,6	3,6	3,6	3,7	3,6	3,9
Establiments fins a 10 treballadors	2,6	2,4	2,8	2,6	2,4	2,9	2,4	2,4	2,4	2,5	2,4	2,7

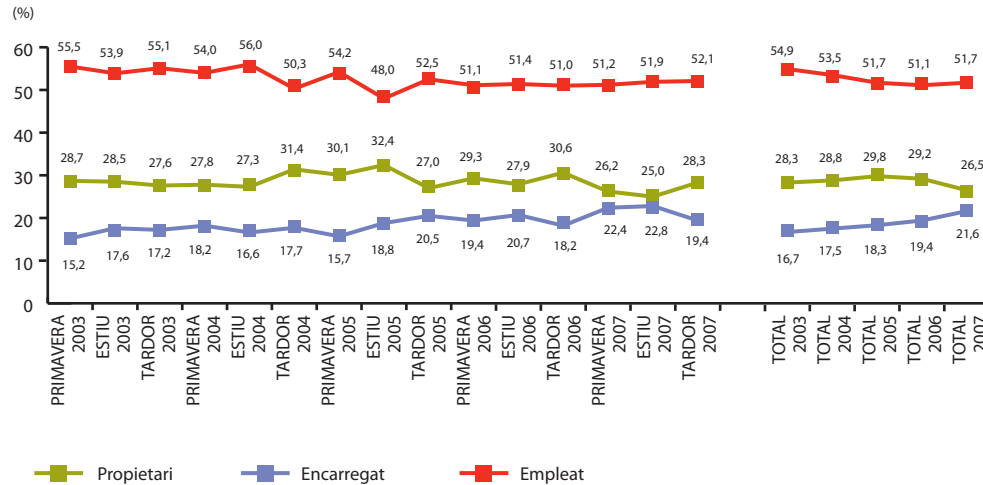
La mitjana de persones que treballen a temps complet per establiment en el conjunt del sector comercial és de 2,5. Aquesta xifra és més alta per als establiments de l'alimentació (3). Per districtes, l'Eixample és on la mitjana de treballadors a temps complet és més alta (2,8).

Perfil de les persones que treballen al sector comercial.

- El 51,7% dels treballadors del sector són empleats.
- El 26,5% són propietaris del negoci.
- I el 21,6% són encarregats.

Fins al 2006 s'observa una lleugera tendència a la baixa en el percentatge d'empleats, mentre que augmenta la proporció de propietaris i encarregats. En canvi, a partir de l'estiu de 2007 s'inverteix lleugerament la tendència en l'evolució dels percentatges de propietaris i encarregats. Globalment segueix creixent la proporció d'encarregats, però baixa quasi tres punts el percentatge de propietaris. Aquesta evolució va unida a un nombre de treballadors per establiment força estable, tant en els de més de 10 treballadors com en els de menys.

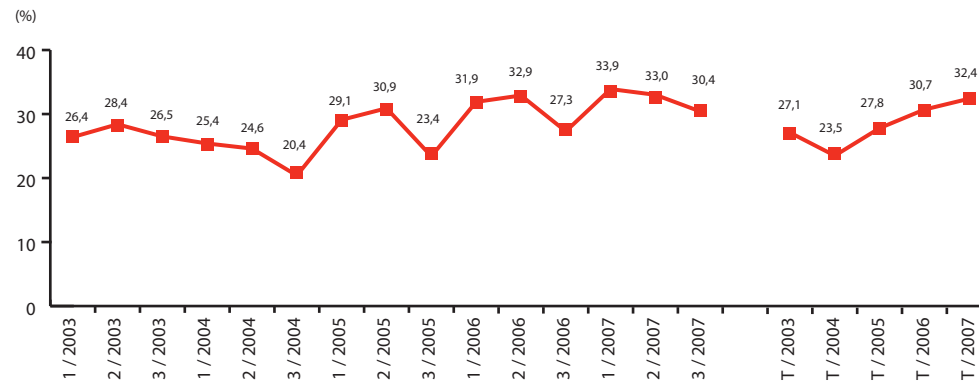
CÀRREC



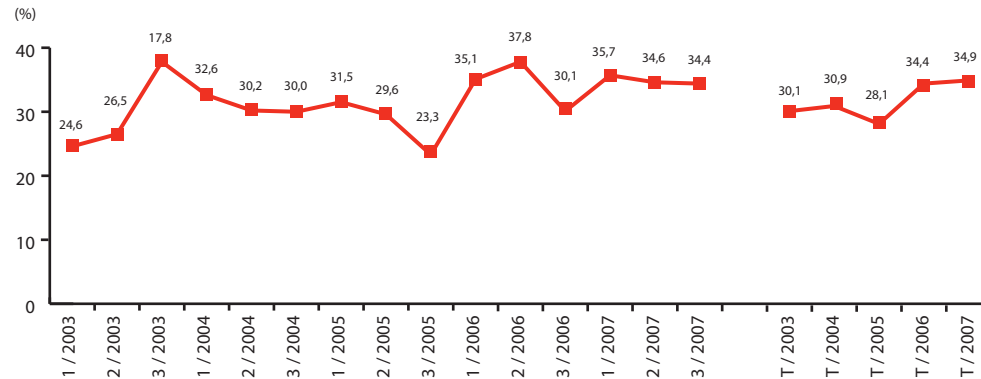
Segons els resultats, hi treballen més dones (61,6%) que homes (38%). La majoria del personal té entre 25 i 44 anys i, pel que fa al nivell d'estudis, abunden els primaris i els secundaris. Aquestes mateixes característiques es donen en cada una de les categories de personal anteriorment esmentades, amb la particularitat que els propietaris tenen, en general, una edat més avançada i una proporció més elevada d'homes. Així mateix, els empleats acostumen a ser més joves.

Quant a la formació, prop del 32,4% dels establiments té personal que ha fet algun curs de formació els dos darrers anys i el 34,9% del total de treballadors diu haver fet algun curs durant aquests anys. En el cas del sector de farmàcia-drogueria-perfumeria, aquest últim percentatge és del 59,1%.

EVOLUCIÓ DE LA REALITZACIÓ DE CURSOS DE FORMACIÓ EN ELS ÚLTIMS DOS ANYS BASE: TOTAL ESTABLIMENTS



BASE: TOTAL TREBALLADORS



Els horaris i les vendes

El 76,7% dels establiments treballa sis dies a la setmana, normalment de dilluns a dissabte (76,1%). El 12,8% obre tots els dies. El diumenge obren principalment establiments de l'oci-cultura (33,2%) i, cada cop més, de l'alimentació (27,2%, forners i pastissers). El 10,4% treballa cinc dies; bàsicament són els mercats, però també establiments de la decoració de la llar.

Quant als mesos de més venda, el desembre és el mes que es ven més (43,8%) i el febrer, el mes que es ven menys (25,1%).

MESOS DE MÉS VENDA

Total de l'any	2003		2004		2005		2006		2007	
	1r mes	2n mes	1r mes	2n mes	1r mes	2n mes	1r mes	2n mes	1r mes	2n mes
Gener	5,3	16,6	4,3	14,7	3,9	13,7	4,3	14,5	3,9	16,2
Febrer	1,0	2,8	0,9	2,0	1,6	1,9	1,6	1,4	1,0	2,0
Març	2,6	2,2	1,8	2,1	2,2	2,3	1,6	1,6	2,8	3,0
Abril	4,1	4,3	3,5	3,3	3,7	4,5	4,2	4,4	4,3	5,4
Maig	4,7	6,0	4,0	4,4	3,7	5,0	4,4	6,2	4,7	5,5
Juny	3,5	6,4	5,1	5,5	4,8	6,0	4,8	6,5	3,7	6,0
Juliol	7,3	7,7	6,9	8,7	7,4	8,9	7,9	9,9	8,9	9,2
Agost	0,8	2,4	1,5	2,1	1,4	2,9	1,6	2,7	1,9	3,4
Setembre	5,0	3,2	4,5	2,7	5,0	2,2	3,4	3,4	4,3	3,0
Octubre	4,9	4,8	5,0	4,3	4,2	4,9	4,3	3,4	4,1	5,1
Novembre	7,7	11,8	8,3	8,9	7,5	8,0	8,4	10,0	8,1	9,8
Desembre	44,9	17,7	42,4	15,7	41,5	13,1	43,2	14,2	43,8	13,7
NS-NC	8,2	14,1	11,8	25,5	13,2	26,6	10,3	21,9	8,5	17,6

MESOS DE MENYS VENDA

Total de l'any	2003		2004		2005		2006		2007	
	1r mes	2n mes	1r mes	2n mes	1r mes	2n mes	1r mes	2n mes	1r mes	2n mes
Gener	10,9	3,9	9,4	4,0	12,6	4,5	11,8	4,0	11,7	5,7
Febrer	25,6	16,8	21,0	12,8	24,3	15,5	24,9	16,4	25,1	14,3
Març	5,4	9,8	5,2	7,3	4,9	9,7	5,5	10,3	5,4	9,4
Abril	3,4	3,7	2,9	3,3	2,4	2,8	2,1	2,9	2,4	3,4
Maig	2,9	3,0	2,2	2,2	1,7	2,3	2,1	2,6	2,0	2,5
Juny	6,2	5,9	5,9	3,4	6,1	4,0	6,1	4,5	5,3	4,8
Juliol	11,4	10,7	13,5	8,9	11,4	9,3	11,9	7,9	13,8	9,2
Agost	10,9	11,9	12,6	11,7	10,1	8,5	9,7	9,6	12,8	11,2
Setembre	7,7	12,3	7,0	8,6	5,9	9,8	7,6	8,7	6,3	9,2
Octubre	2,5	3,2	2,5	3,0	1,9	3,1	2,5	4,1	1,9	4,3
Novembre	3,7	4,2	3,9	3,8	4,2	3,8	3,4	4,5	4,2	4,2
Desembre	2,0	1,5	2,0	1,7	2,4	1,8	2,1	1,9	2,2	2,0
NS-NC	7,3	13,3	11,8	29,3	12,0	24,7	10,1	22,7	6,9	19,7

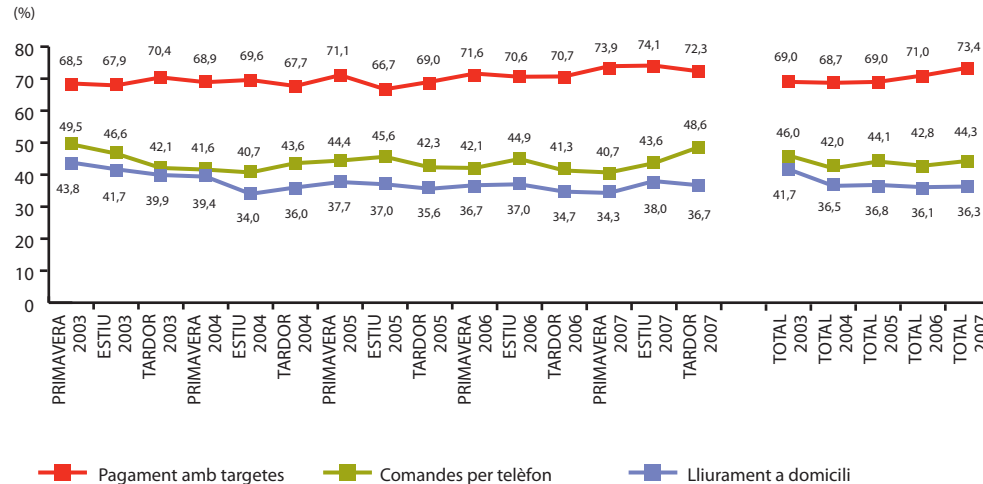
Els serveis

El 73,4% dels comerços disposa de servei de cobrament amb targeta. Aquest servei està implantat pràcticament en tot el subsector d'equipament personal (94%), seguit del de farmàcia-drogueria-perfumeria (88,9%). Els subsectors on és menys freqüent són: l'oci i cultura i l'alimentació (62,3% i 49,9% respectivament).

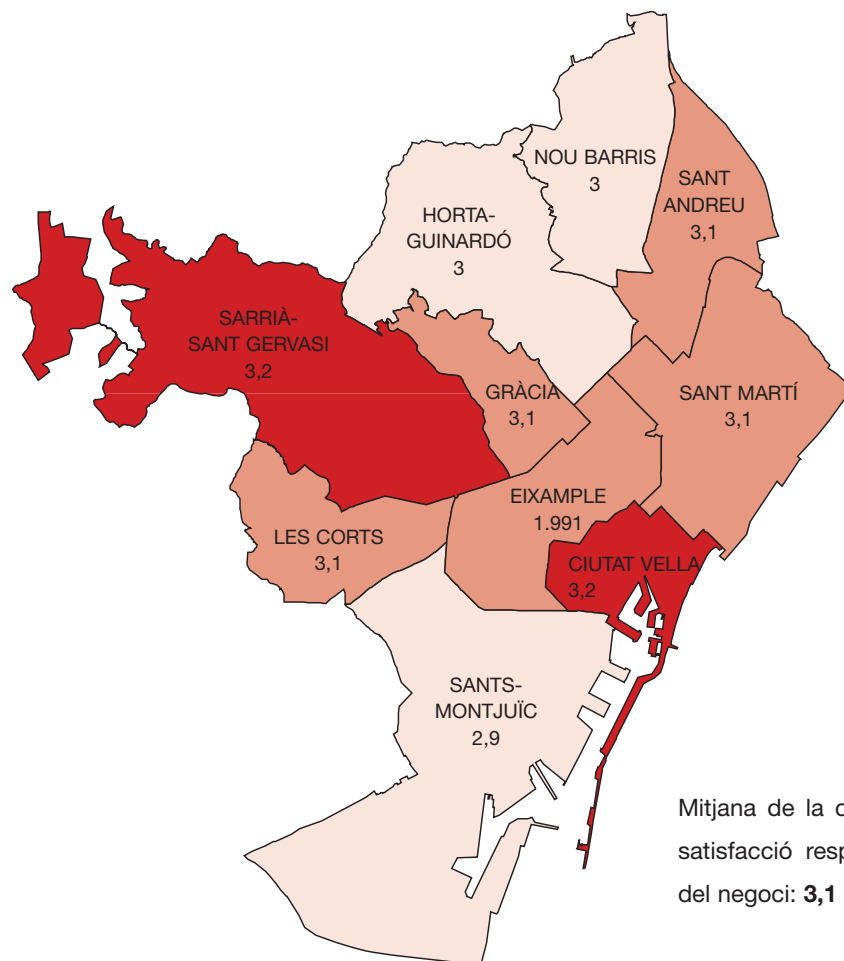
D'altra banda, el 2007 el pagament amb targeta suposa de mitjana el 38,2% del total dels cobraments.

El 44,3% de negocis té servei de comandes per telèfon. En l'alimentació, aquest percentatge representa el 55,6%.

EL SEU ESTABLIMENT DISPOSA DELS SERVEIS SEGÜENTS



Opinió sobre la conjuntura



El 73,4% dels responsables dels comerços entrevistats està molt/bastant o normalment satisfet de la marxa del seu negoci. El subsector més satisfet és el de l'alimentació (76,3%) i el relativament menys satisfet és el de l'oci i cultura (68,8%). Aquesta satisfacció es tradueix en una nota mitjana de 3,1 sobre 5 per al conjunt de la ciutat i en poques diferències entre les notes mitjanes dels districtes.

El 21,2% dels entrevistats diu que el seu negoci ha crescut; el 39,7% que s'ha mantingut i el 34,8% que ha disminuït. Dels que pertanyen a un eix comercial, el 23,8% diu haver crescut i, en el cas dels que no hi pertanyen, aquest percentatge és del 19,4%. Per districtes, a les Corts és on sembla que més han incrementat els negocis i a Nou Barris on menys han augmentat.

Quant a les perspectives de futur, els factors que més poden contribuir a la bona marxa del negoci són principalment:

- la professionalitat i la bona atenció al client (14,1%),
- la qualitat dels productes/serveis i les marques (8,5%),
- la millora del barri gràcies a les intervencions urbanístiques (8,1%),
- la conjuntura econòmica i la millora del poder adquisitiu (10,5%).

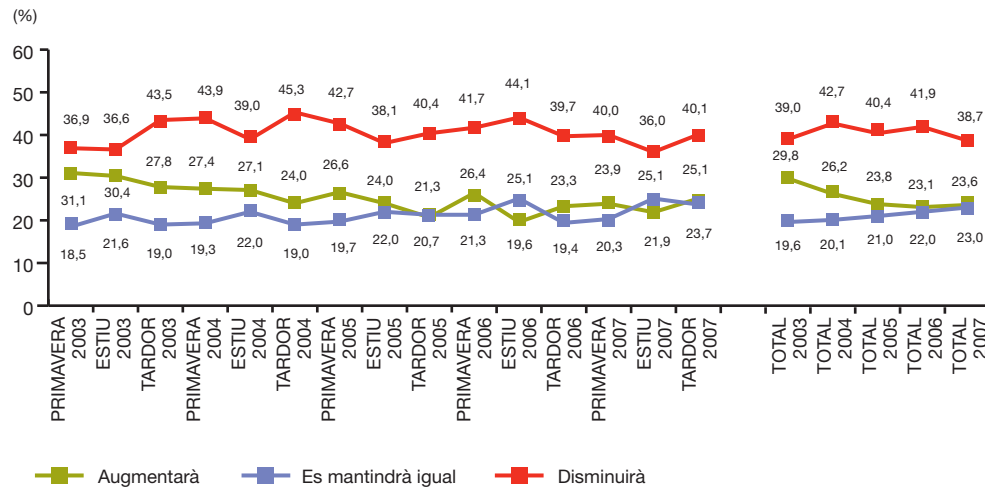
I els factors que poden contribuir-hi negativament, segons l'opinió espontània dels entrevistats, són principalment:

- l'increment de la competència (17%),
- l'empitjorament del poder adquisitiu (12,8%), que en aquest cas també pren més protagonisme;
- l'augment de les grans superfícies i centres comercials (11,4%),
- la recessió econòmica (8,3%),
- i finalment la competència il·legal (8,1%), que cada cop preocupa menys.

Previsions de futur

El 23,6% dels establiments opina que el negoci augmentarà en els propers dos anys; el 38,7% que es mantindrà igual i el 23% que disminuirà. El subsector que es mostra més optimista de cara a un augment en el futur és el de l'equipament personal (28%). Però tant des d'un punt de vista global del sector com en cada subsector, s'observa un descens progressiu de les perspectives de negoci des del 2003, excepte en l'alimentació, on s'aprecia una lleugera recuperació des del 2005. Des d'un punt de vista territorial, Nou Barris és el districte més pessimista, només el 16% hi veu una evolució positiva del seu negoci, i el més positiu és Sarrià-Sant Gervasi, on el percentatge s'eleva al 29,9%.

EVOLUCIÓ DEL NEGOCI EN ELS PROPERS DOS ANYS

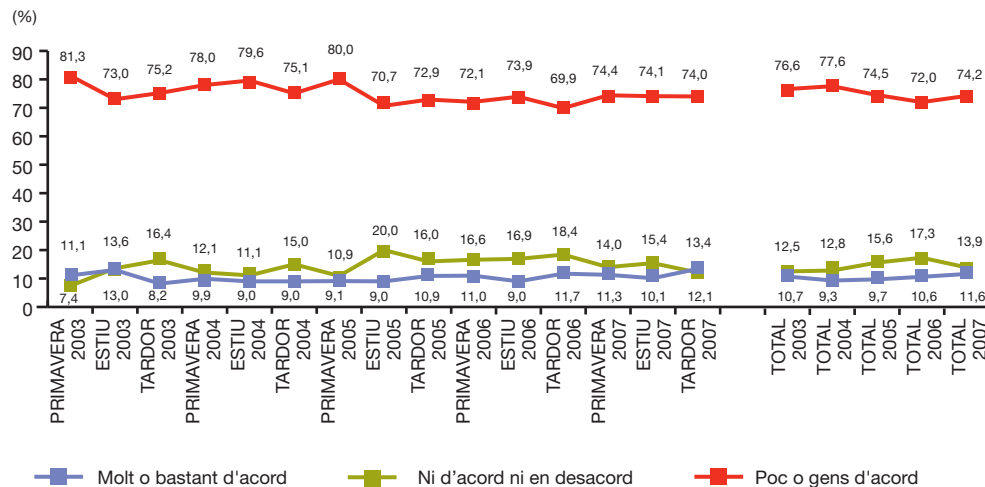


Intenció d'obrir en diumenge

El 74,2% dels comerços està poc/gens d'acord a treballar el diumenge, enfront de l'11,6%, que hi està molt/bastant d'acord; el 13,9% no hi està ni en acord ni en desacord.

Al sector de l'alimentació, el 16,6% d'establiments hi és favorable; al de la decoració i la llar, el 13,5%; al de l'oci i cultura, el 10,1%; al de farmàcia-drogueria-perfumeria, el 6,9%, i finalment, al de l'equipament personal, el 6,6%.

EN QUINA MESURA VOSTÈ ESTÀ D'ACORD AMB L'OBERTURA DELS ESTABLIMENTS ELS DIUMENGES: MOLT, BASTANT POC O GENS D'ACORD?



6.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració

L'objectiu principal de l'enquesta és conèixer les característiques dels establiments de restauració de la ciutat, com també l'opinió actual i les perspectives futures que tenen els seus responsables sobre l'activitat del sector.

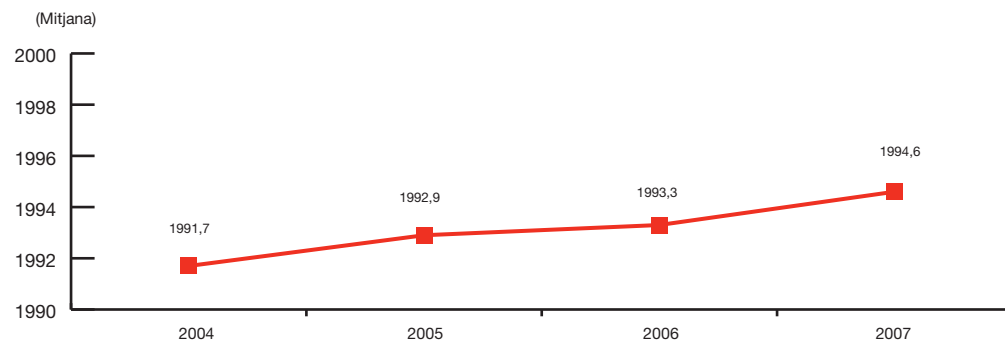
El resum que es presenta és el recull acumulat dels resultats de les consultes realitzades en 3 fases, en total 1.000 entrevistes: la primera fase, del 16 al 29 de març; la segona, del 16 de juny al 13 de juliol, i finalment la tercera, del 29 d'octubre al 3 de desembre.

El 69,6% són bars, el 6,6% són restaurants i el 23,8% són restaurants-bars.

Característiques dels establiments

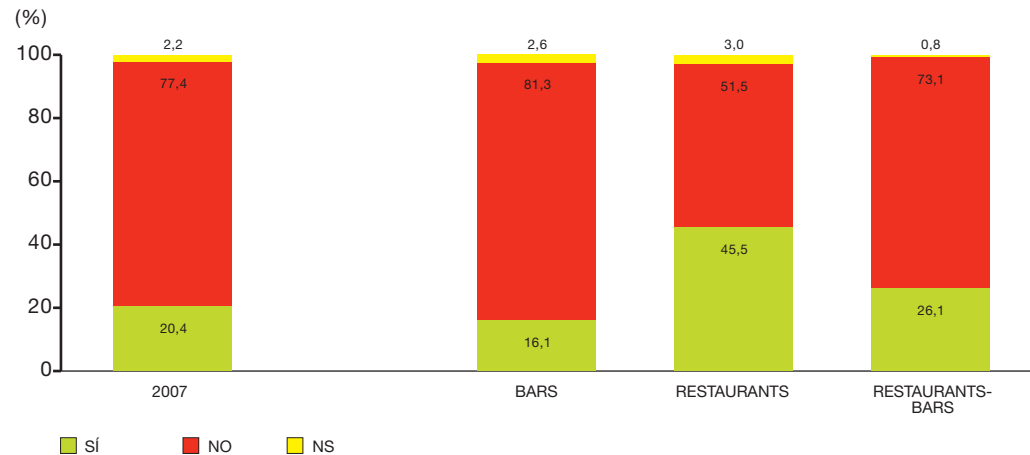
En totes les edicions, la mitjana d'antiguitat dels negocis és d'uns 13 anys. Segons l'enquesta del 2004, l'any d'obertura dels establiments enquestats se situa de mitjana al 1991; segons la del 2005, a finals de 1992; segons la del 2006, al 1993, i el 2007, a mitjan 1994.

QUIN ÉS L'ANY D'OBERTURA DE L'ESTABLIMENT?



Prop d'una quarta part dels establiments està associada, en concret el 20,4%. Els restaurants són els establiments que més s'associen. Els tipus de prestacions que ofereixen les associacions del sector són principalment d'assessorament (26,5%) i/o informació (23%). No obstant això, la formació és un dels serveis que creix any rere any, fins a l'11,8% el 2007.

AQUEST ESTABLIMENT ESTÀ ASSOCIAT?

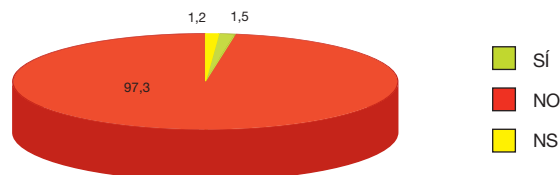


Pel que fa a la tinença del local, s'observa un predomini del règim de lloguer enfront del de propietat, 80,4% enfront del 15,9% respectivament. El 17,7% dels contractes és anterior al 9 de maig de 1989 i concerneix principalment bars.

La superfície mitjana de la sala dels establiments és de 60,9 m²; per als restaurants, 95 m²; per als restaurants-bars, 76,1 m², i per als bars, 52,4 m².

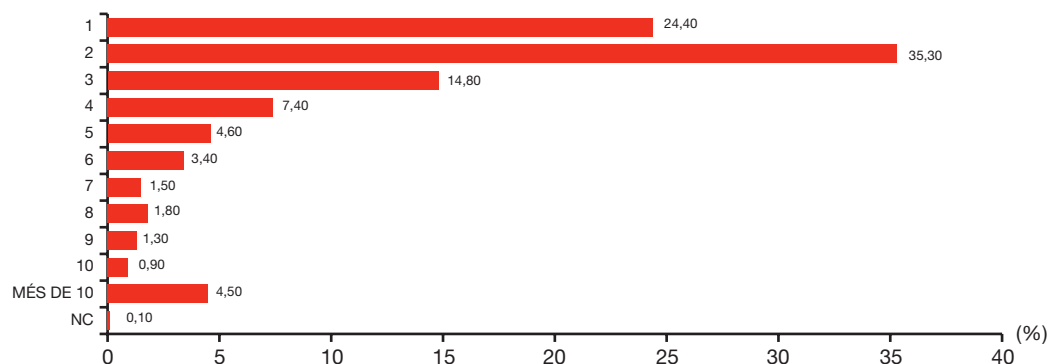
Quant als mesos de més activitat, són el juliol (33,4%) i el desembre (24,7%). I els de menys activitat són el febrer (38,2%) i el gener (26,9%).

Quant a les franquícies existents, segueixen sent majoritàriament de bars i amb una tendència a la baixa en el total d'establiments; es passa del 2,8% l'any 2004 a l'1,5% l'any 2007.



El personal

En el 24,4% dels establiments només treballa una persona, i en el 35,3%, dues. La mitjana de treballadors per establiment és de 3,6% l'any 2007, amb una evolució molt similar respecte als anys anteriors.



L'any 2007 s'observa una lleugera tendència a l'alça en el percentatge dels encarregats (16,4%), a canvi d'un decrement en la proporció de propietaris (34,5%) i empleats (48,7%). Els homes segueixen predominant en el sector (53,3%) i el percentatge de dones és del 46,2%, percentatge que es va equilibrant al llarg dels últims anys.

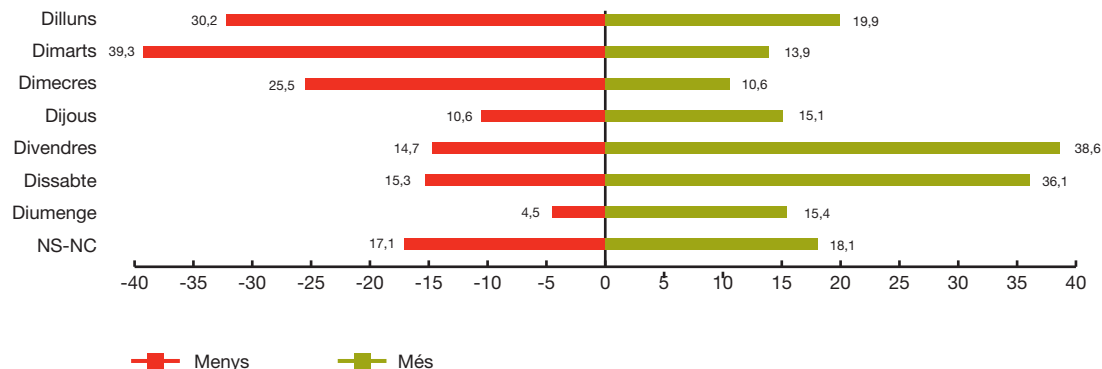
Quant a la realització de cursos de formació en els últims dos anys, el percentatge es manté respecte a l'any 2006 en el 25,0%.

Els horaris i les vendes

El mes de més activitat és el juliol, amb el 33,4%, seguit del desembre, amb el 24,7%. I els mesos de menys activitat són el febrer, amb el 38,2%, seguit del gener, amb el 26,9%.

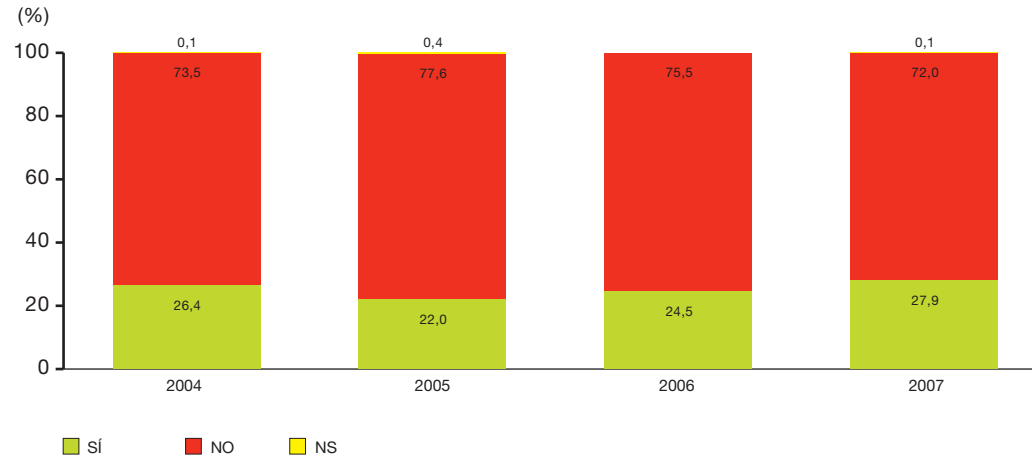
Els dies de més activitat són els divendres, 38,6%, i els dissabtes, 36,1%, mentre que els de menys activitat són els dimecres, amb el 10,6%.

DIA DE LA SETMANA AMB MÉS I MENYS CLIENTS/SERVEIS



Els serveis

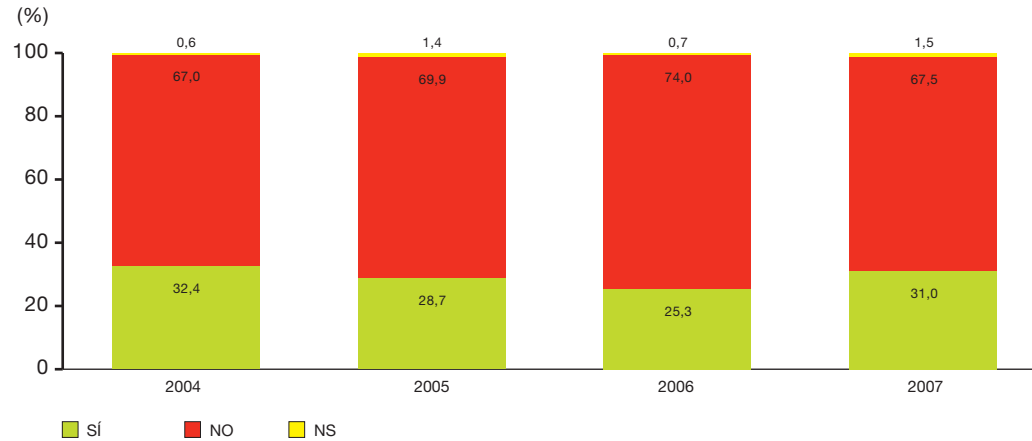
El 27,9% dels establiments disposa del servei de pagament amb targetes, proporció que ha anat augmentant al llarg d'aquests quatre anys.



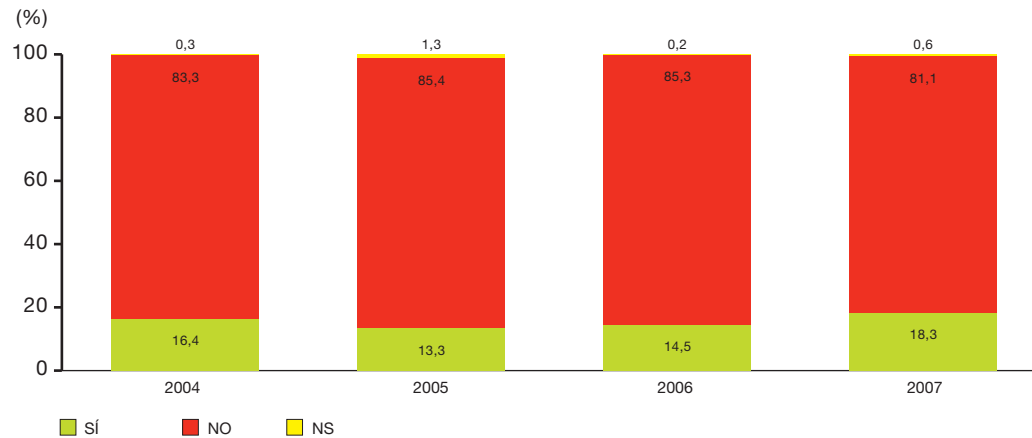
La proporció d'establiments que tenen informatitzada la seva gestió de serveis de bar i de restaurants (18,3%) ha augmentat aquests últims tres anys. La que correspon a la gestió comptable també augmenta en aquest últim any, del 25% al 31%, però no arriba al 32,4% d'establiments del 2004.

LA GESTIÓ COMPTABLE ÉS INFORMATITZADA?

1. COMPTABLE

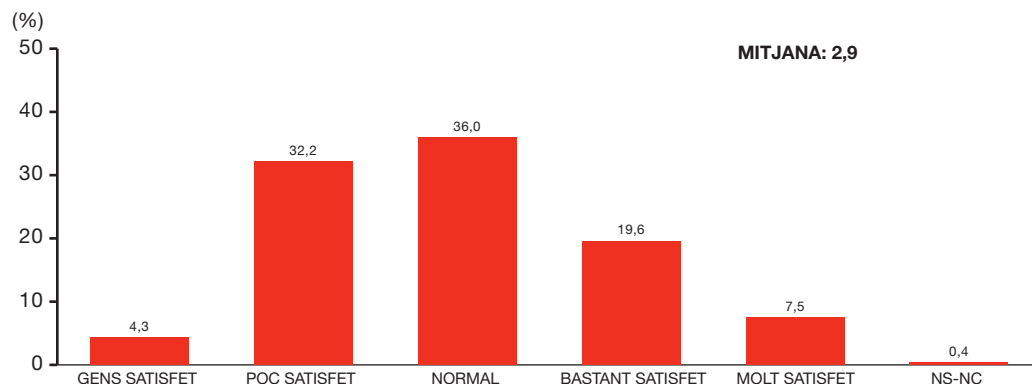


2. DELS SERVEIS DE BAR/RESTAURANT



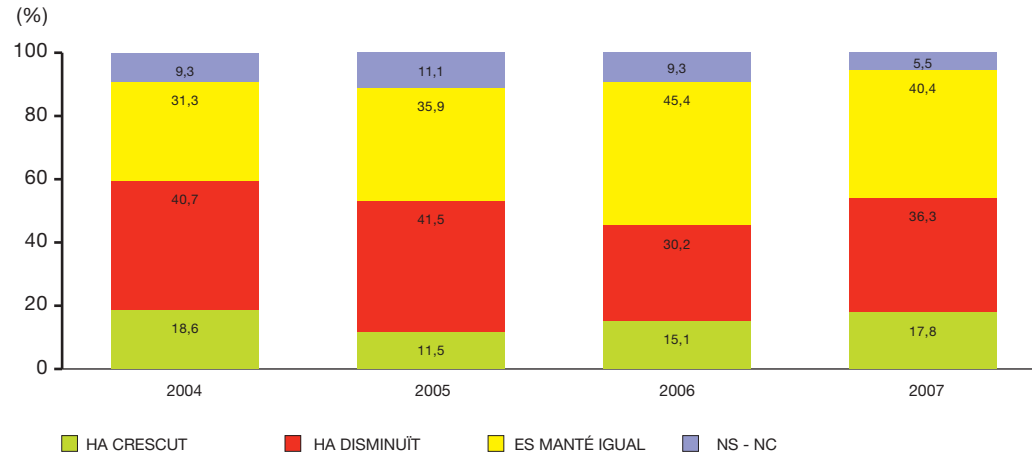
Opinió sobre la marxa del sector de la restauració

Respecte a la marxa actual del negoci, el 63,10% està molt, bastant o normalment satisfet, i la mitjana de l'any 2007 se situa en el 2,9%, només un punt per sota respecte de l'any 2006.



Segons els resultats obtinguts, el 17,8% pensa que el seu volum de negoci s'ha incrementat, el 36,3% que ha disminuït i el 40,4% que es manté igual. En general, respecte als anys anteriors augmenten els que pensen que ha millorat, però també ho fan els que pensen que ha disminuït, i disminueixen els que creuen que s'ha mantingut.

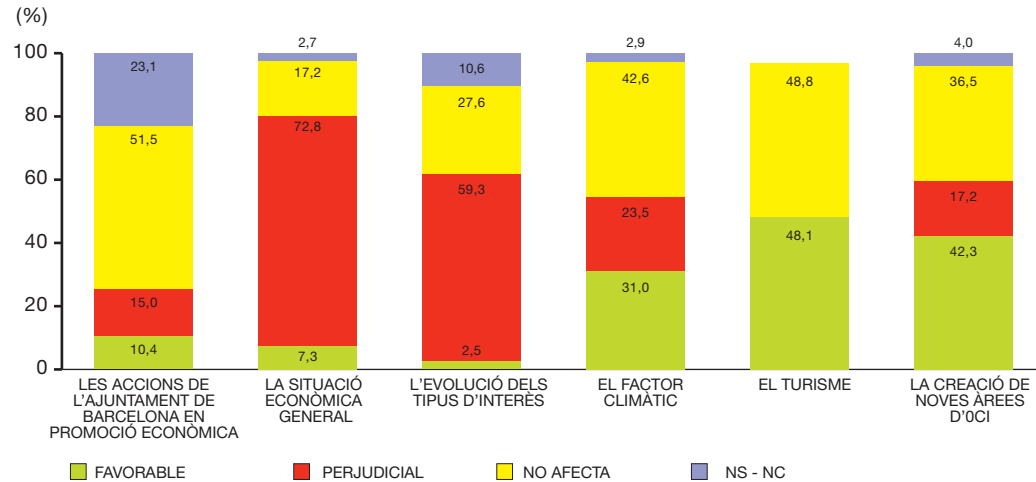
PENSANT EN ELS DOS ÚLTIMS ANYS, DIRIA QUE EL SEU NEGOCI HA CRESCUT O HA DISMINUÏT?



L'opinió sobre els diferents elements que poden influir de manera favorable o desfavorable en la marxa del negoci confirma d'alguna manera aquests resultats.

Els entrevistats confien principalment en factors intrínsecs; en la seva pròpia capacitat professional per oferir més i millors serveis, i en el seu esforç d'inversió, però també en intervencions de l'Ajuntament. No obstant això, a la pregunta concreta sobre accions de l'Ajuntament en promoció econòmica, el 51,5% pensa que no afecten el sector.

D'AQUESTS ELEMENTS QUE MENCIONARÉ, QUINS PENSA QUE AFECTEN DE MANERA FAVORABLE I QUINS DE MANERA DESFAVORABLE LA RESTAURACIÓ A LA CIUTAT DE BARCELONA?



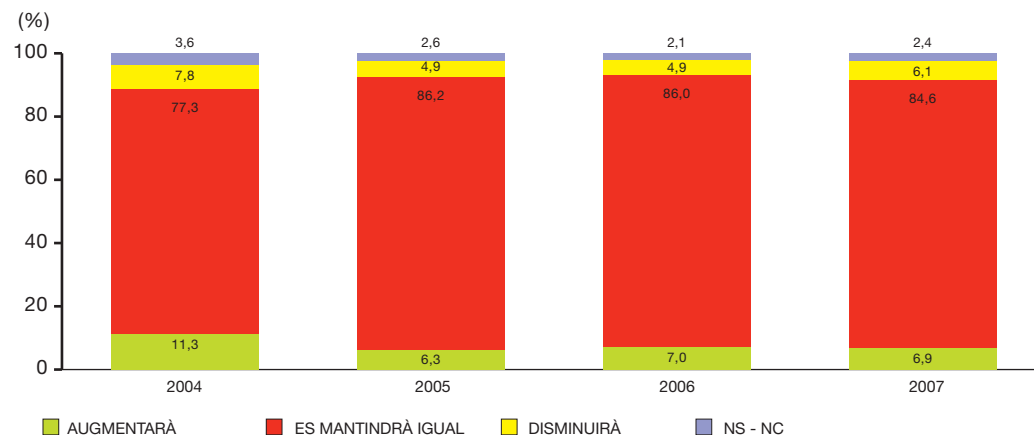
Perspectives de futur

Les opinions sobre el futur del negoci segueixen una continuïtat respecte de l'anterior any: el 62,30% opina que el seu negoci augmentarà o es mantindrà igual, enfront del 25,4% que opina que el seu negoci disminuirà.

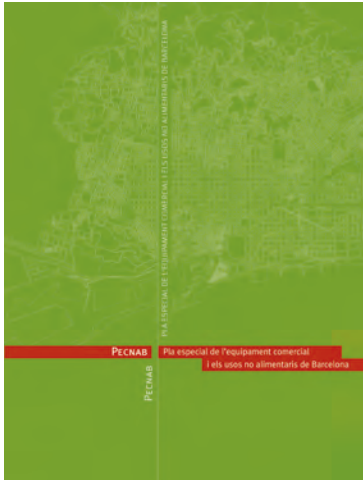
Els qui pensen que el negoci augmentarà confien principalment en un augment de la clientela i en una bona conjuntura; els qui creuen que es mantindrà, aposten per la fidelització i el seu fons de comerç, i els pessimistes són conscients de la mala marxa del seu negoci per motius intrínsecs i una conjuntura desfavorable.

Per finalitzar, quant a l'evolució de la plantilla en els pròxims dos anys, els resultats són molts similars als dels anys anteriors: el 84,6% pensa que es mantindrà estable; el 6,9% que augmentarà, i el 6,1% que disminuirà.

EN ELS PROPERS DOS ANYS, COM PENSA QUE EVOLUCIONARÀ EL NOMBRE D'EMPLEATS AL SEU ESTABLIMENT: AUGMENTARÀ, ES MANTINDRÀ IGUAL O DISMINUIRÀ?



7. PECNAB. Pla especial de comerç no alimentari de Barcelona



- [Enllaç amb l'Ordenança](#)

Des de l'any 1979, l'Ajuntament de Barcelona ha tingut una línia constant d'acció en el camp de l'ordenació urbanística de les activitats, de la distribució comercial i dels equipaments per als proveïments.

L'elaboració del Pla especial de comerç no alimentari (PECNAB) suposa la culminació de la tasca d'ordenació dels usos comercials a la ciutat. El PECNAB es fonamenta en un conjunt de principis i objectius que fan referència tant als consumidors com als comerciants i al paper del comerç en l'estructuració de la ciutat i la seva relació amb els espais públics.

El PECNAB ha estat aprovat per unanimitat pel Consell Ciutat i Comerç, òrgan representat pel món del comerç de la ciutat de Barcelona i, posteriorment, pel Plenari del Consell Municipal del dia 23 de febrer de 2007.

Els criteris i línies d'actuació del Pla, de forma resumida, es recullen a continuació:

Justificació i necessitat

El Pla especial de comerç no alimentari de Barcelona (PECNAB) suposa, per tant, culminar i completar l'ordenació de les activitats econòmiques a peu de carrer, directament lligades a la presència personal dels consumidors, amb una quàdruple justificació, des del punt de vista de la legitimació de la intervenció reguladora municipal:

- Potenciar l'estructura urbana de la ciutat amb la concreció d'àrees, entorns i eixos comercials que reforcin l'ús ciutadà i l'estructura descentralitzada.
- Crear les millors condicions d'acollida de les activitats comercials no alimentàries en un entorn local d'excel·lència.

- Assegurar un bon ús de l'espai públic i evitar les patologies derivades d'una utilització intensiva i no desitjada de l'espai viari.
- Promoure els espais comercials com a espais de relació social i punts de trobada dins dels diferents barris de la ciutat.

L'objectiu del Pla especial és l'ordenació dels usos comercials no alimentaris a la ciutat de Barcelona a fi i efecte de:

- Potenciar l'atractivitat dels espais comercials i reforçar la capacitat de negoci de les empreses comercials.
- Donar servei als consumidors i minimitzar la necessitat de desplaçaments per a compres.
- Evitar sobrecàrregues per l'ús de determinades infraestructures i espais públics.

Instruments del Pla

El PECNAB s'instrumenta establint el grau de compatibilitat entre els diversos usos del sòl per a cada localització, és a dir, els diferents formats comercials o tipus d'establiment.

Per localització s'entén el tipus de zona, àrea o perímetre en què es divideix el terme municipal al qual pertany la finca on es projecti obrir un nou establiment.

Pel que fa al grau de compatibilitat entre els diferents usos i formats, el Pla assenyala alguna de les determinacions següents:

- Usos admesos o autoritzables
- Usos prohibits
- Usos condicionats

Programa del Pla

La durada del Pla és indefinida, no obstant això podrà revisar-se i/o modificar-se en cas que les circumstàncies en què s'ha redactat sofreixin una especial alteració.

Formes d'execució

El PECNAB s'executa directament en la concessió de les llicències comercials específiques, tant de l'Ajuntament com de la Generalitat. I en cap cas hi haurà suspensió de llicències.

Indirectament, el PECNAB s'executa a partir de les determinacions, en matèria comercial, en els PERI o PEMU que l'Ajuntament de Barcelona pugui aprovar.

TAULA NÚM. 1

TÍTOL:

CONDICIONS D'IMPLANTACIÓ DELS ESTABLIMENTS INDIVIDUALS SEGONS L'AMPLADA DEL CARRER (ARTICLE 11)

TIPUS D'ESTABLIMENT		T.U. NO CONSOLIDADA	TRAM DE CARRER			
			< 7 m	7 – 9,99 m	10 – 19,99 m	≥ 20 m
1	<150 m ²	A	A	A	A	A
2.1	150 – 500 m ² Botiga de conveniència	A	P	P	P	A
2.2	150 – 500 m ² Resta	A	A	A	A	A
3.1	500 – 1.300 m ² Excepcions Llei (art. 3.4)	A	P	A	A	A
3.2	500 – 1.300 m ² Resta	P	P	A	A	A
4.1	1.300 – 2.500 m ² Electrodomèstics i esports	P	P	P	A	A
4.2	1.300 – 2.500 m ² Excepcions Llei (art. 3.4)	A	P	P	A	A
4.3	1.300 – 2.500 m ² Resta	P	P	P	A	A
5.1	> 2.500 m ² Electrodomèstics i esports	P	P	P	P	A
5.2	> 2.500 m ² Excepcions Llei (art. 3.4)	A	P	P	P	A
5.3	> 2.500 m ² Resta	P	P	P	P	A
6.1	> 2.500 m ² Hipermercats	P	P	P	P	A
6.2	> 2.500 m ² Magatzems populars	P	P	P	A	A
6.3	> 2.500 m ² Grans magatzems	P	P	P	P	A
6.4	> 2.500 m ² Botigues de marca	P	P	P	P	A

Observacions:

A. Usos admesos

P. Usos prohibits

TAULA NÚM. 2

TÍTOL:

CONDICIONS D'IMPLANTACIÓ DELS ESTABLIMENTS COL·LECTIUS SEGONS L'AMPLADA DEL CARRER (ARTICLE 11)

TIPUS D'ESTABLIMENT	T.U. NO CONSOLIDADA	TRAM DE CARRER			
		< 7 m	7 – 9,99 m	10 – 19,99 m	≥ 20 m
7.1.a < 5.000 m ² Equipament de la llar	P	P	P	A	A
7.1.b < 5.000 m ² Excepcions Llei (art. 3.4)	A	P	P	A	A
7.2 < 5.000 m ² Tots petits	P	P	P	A	A
7.3 < 5.000 m ² amb + 1.300 m ²	P	P	P	A	A
8.1 5.000 – 15.000 m ² Tots petits	P	P	P	P	A
8.2 5.000 – 15.000 m ² Tots petits	P	P	P	P	A
8.2 5.000 – 15.000 m ² Amb un de més de 1.300 m ²	P	P	P	P	A
8.3 5.000 – 15.000 m ² Amb un de més de 2.500 m ²	P	P	P	P	A
8.4 5.000 – 15.000 m ² Excepcions Llei (art. 3.4)	A	P	P	P	A
8.5 5.000 – 15.000 m ² Comerç especialitzat	C	P	P	P	A
8.6 5.000 – 15.000 m ² Saldos i <i>outlet</i>	A	P	P	P	A
9.1 > 15.000 m ² Tots petits	P	P	P	P	A
9.2 > 15.000 m ² Amb un de més de 1.300 m ²	P	P	P	P	A
9.3 > 15.000 m ² Amb un de més de 2.500 m ²	P	P	P	P	A
9.4 > 15.000 m ² Excepcions Llei (art. 3.4)	A	P	P	P	A
9.5 > 15.000 m ² Saldos i <i>outlet</i>	A	P	P	P	A

Observacions:

A. Usos admesos

C. Usos condicionats

P. Usos prohibits

TAULA NÚM. 3

TÍTOL:

CONDICIONS D'IMPLANTACIÓ DELS ESTABLIMENTS INDIVIDUALS SEGONS ZONA (ARTICLES 14-60)

TIPUS ESTABLIMENT		ZONIFICACIÓ											
INDIVIDUALS		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
		Comerç de proximitat	Entorns i eixos de centralitat	Entorns i eixos de barris	Entorns i eixos especialitzats	C.C. en funcionament	Nous barris residenc.	Àrees de polaritat PECAB	Àrees de no polaritat PECAB	FFCC de grans línies	Altres estacions	22 industrial (*)	PEMU i PERI
1	<150 m ²	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
2.1	<500 m ² Botiga conveniència	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	A
2.2	150 – 500 Resta	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	A
3.1	500 – 1.300 Excepcions Llei (Art. 3.4)	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
3.2	500 – 1.300 Resta	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	A
4.1	1.300 – 2.500 Electro. i esports	P	A	A	A	C	P	C	C	C	P	P	C
4.2	1.300 – 2.500 Excepcions Llei (Art. 3.4)	P	A	A	A	C	C	C	C	P	P	A	C
4.3	1.300 – 2.500 Resta	P	A	A	A	C	P	C	C	C	P	P	C
5.1	> 2.500 m ² Electro. i esports	P	C	P	C	C	P	P	P	P	P	P	P
5.2	>2.500 m ² Excepcions Llei (Art. 3.4)	P	C	C	C	C	C	P	P	P	P	A	P
5.3	> 2.500 m ² Resta	P	C	P	C	C	P	P	P	P	P	P	P
6.1	> 2.500 m ² Hipermercats	P	P	P	P	C	P	P	P	P	P	P	P
6.2	> 2.500 m ² Magatzems populars	P	C	C	P	C	C	P	P	A	C	P	C
6.3	> 2.500 m ² Grans magatzems	P	C	P	P	C	P	P	P	P	P	P	C
6.4	> 2.500 m ² Botigues marca	P	C	P	P	C	P	P	P	P	P	P	C

Observacions:

A. Usos admesos

C. Usos condicionats

P. Usos prohibits

(*) Excepte 22@

TAULA NÚM. 4

TÍTOL:

CONDICIONS D'IMPLANTACIÓ DELS ESTABLIMENTS COL·LECTIUS SEGONS ZONA (ARTICLES 14-60)

TIPUS ESTABLIMENT	ZONIFICACIÓ											
	A	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
COL·LECTIUS	Comerç de proximitat	Entorns i eixos de centralitat	Entorns i eixos de barris	Entorns i eixos especialitzats	C.C. en funcionament	Nous barris residenc.	Àrees de polaritat PECAB	Àrees de no polaritat PECAB	FFCC de grans línies	Altres estacions	22 industrial (*)	PEMU i PERI
7.1.a < 5.000 m ² Equipament de la llar	P	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	A
7.1.b < 5.000 m ² Excepcions Llei (Art. 3.4)	P	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	A
7.2 < 5.000 m ² Tots petits	P	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	A
7.3 < 5.000 m ² Amb + 1.300 m ²	P	A	A	A	A	A	A	A	A	A	P	A
8.1 5.000 – 15.000 Tots petits	P	C	P	P	C	C	A	C	P	P	P	C
8.2 5.000 – 15.000 Amb un de més de 1300 m ²	P	C	P	P	C	C	P	C	P	P	P	C
8.3 5.000 – 15.000 Amb un de més de 2500 m ²	P	C	P	P	C	P	P	P	P	P	P	P
8.4 5.000 - 15.000 Excepcions Llei (Art. 3.4)	P	C	P	P	C	P	P	P	P	P	C	P
8.5 5.000 – 15.000 Especialitzat	P	C	P	C	C	P	P	P	P	P	P	P
8.6 5.000 – 15.000 Saldos i outlet	P	C	P	P	C	P	P	P	P	P	P	P
9.1 > 15.000 Tots petits	P	P	P	P	C	P	P	P	P	P	P	P
9.2 > 15.000 Amb un de més de 1.300 m ²	P	P	P	P	C	P	P	P	P	P	P	P
9.3 > 15.000 Amb un de més de 2.500 m ²	P	P	P	P	C	P	P	P	P	P	P	P
9.4 > 15.000 Excepcions Llei (Art. 3.4)	P	P	P	P	C	P	P	P	P	P	C	P
9.5 > 15.000 Saldos i outlet	P	P	P	P	C	P	P	P	P	P	P	P

Observacions:

A. Usos admesos

C. Usos condicionats

P. Usos prohibits

(*) Excepte 22@

8. PROMOCIÓ DEL COMERÇ



El 2007 s'ha celebrat el 10è aniversari del premi «Barcelona, la millor botiga del món», un premi que amb les seves quatre modalitats vol ser un reconeixement als comerciants de la ciutat que contribueixen a fer que Barcelona gaudeixi d'un comerç competitiu i sostenible, un comerç que genera riquesa a la ciutat i que facilita la integració social. I alhora, en commemoració d'aquests deu anys, s'ha publicat un llibre on es recull la història del comerç durant aquests anys, amb la col·laboració de tots els premiats.

8.1. El premi «Barcelona, la millor botiga del món»

La nostra ciutat, any rere any, planteja el reconeixement públic, social i col·lectiu a aquells homes i dones del món del comerç i els establiments comercials que, en la seva tasca quotidiana, contribueixen a la vida urbana i a la projecció, de cara endins i de cara enfora, de Barcelona.



1. Premi a la millor iniciativa empresarial comercial de l'any

Aquest premi es concedeix, ex aequo, a dues iniciatives molt diferents pel que fa als seus sectors i continguts, però totes dues amb elements prou semblants.

En el procés de reforma del mercat de Sarrià, la **Xarcuteria Margarit** suposarà, de ben segur, un abans i un després en la concepció de les parades renovades. Més de 80 m² al servei dels ciutadans, on conviuen atenció al client, venda en autoservei i degustació. I tot això en un marc d'exposició de producte innovador i en un horari que apropa el servei als nous hàbits dels consumidors. Un repte, un risc, una oportunitat reeixida de reinventar-se.

El risc i el replanteig del negoci de cap a peus han configurat l'establiment **Casa Viva**. Els empresaris que durant anys han mantingut oberta la seva botiga Gerplex al passeig de Gràcia havien d'afrontar els riscos d'un desnonament com a conseqüència de la LAU. Del risc van fer-ne també una oportunitat: una inversió en perspectiva de llarg termini ha permès un espai renovat tant en el seu *merchandising* com en l'obertura del local a la ciutat i als seus patis interiors.



Xarcuteria Margarit



Casa Viva

2. Premi a la millor iniciativa agrupada per a la dinamització comercial de la ciutat

La Federació de Comerç del Casc Antic «Eix Comercial BCN de Palau a Palau» exemplifica clarament el criteri esmentat de compromís ferm amb la ciutat. Les seves iniciatives han permès la integració reeixida del comerç en la transformació urbanística d'una de les àrees més degradades de la ciutat com ha estat la que s'estén entre Pla de Palau i el Palau de la Música.

Ha integrat esforços d'iniciatives individuals en una àrea d'enorme complexitat: Sant Pere, amb els sectors majoristes; Santa Caterina, amb nous fenòmens socials, i la Ribera, que acull les tendències més emergents. La dinamització comercial com a dinamització de la ciutat cap a la cohesió social ha tingut la seva expressió en les Jornades sobre Immigració i Comerç, en les quals aquesta Federació ha tingut un paper cabdal.



3. Premi a la tasca de contribució i coneixement del comerç a la ciutat

S'atorga el premi al **Sr. Emili Sarrión i Avinent**.

Si haguéssim d'assenyalar aquells emprenedors del comerç que han mostrat la seva absoluta disposició i complicitat en la represa de la ciutat, segur que entre ells ocuparia un lloc preeminent **Emili Sarrión**: Portal de l'Àngel, Barnacentre, Procivesa i la Fundació Barcelona Comerç són fites en la seva trajectòria.

S'ha apreciat en Emili Sarrión la seva **complicitat** amb la ciutat, la seva **generositat** en relació amb els eixos comercials dels diferents barris de la ciutat des de la seva posició privilegiada al centre, i molt especialment la seva capacitat per animar la **regeneració** associativa i la renovació constant dels seus dirigents. Com es diu sovint, tots som necessaris, però ningú no és imprescindible.



4. Premi a l'establiment comercial

S'ha atorgat el **premi a l'Espai Bici**, per fer de la bicicleta un instrument més de transport i per integrar-lo a la ciutat amb iniciatives que van del transport de mercaderies a la lluita contra el canvi climàtic.

L'Espai Bici és més que una simple botiga de bicicletes. A partir d'un acuradíssim coneixement del producte, que els porta fins i tot a ser-ne constructors, l'Espai s'obre al manteniment, a la neteja en règim d'autoservei i a la divulgació d'aquest vehicle renovat.

S'ha apreciat també la contribució a la ciutat de dos establiments que els fa creditors de sengles **diplomes** de reconeixement.

D'una banda, la **Mantequeria Ravell**, amb en Josep Ravell al capdavant, que en la seva llarga trajectòria ha sabut actualitzar producte, presentació i servei dins d'una coherència en la recerca constant de la qualitat.

I, de l'altra, **Enric Rovira, xocolater**, que ha convertit la seva botiga minimalista del barri de les Corts en un aparador dels productes que, pel seu disseny, innovació i per què no dir-ho, gust, trobem en establiments d'arreu del món com a ambaixadors de la ciutat.



En aquesta desena edició dels premis s'ha volgut atorgar un **premi especial** a l'empresa **MANGO**. En un moment en què el comerç i la distribució s'entrellacen cada vegada més amb el disseny, la producció i la gestió, Mango representa una de les poques excepcions de projecció internacional de Catalunya d'una empresa comercial compromesa amb la continuïtat del propi negoci. La presència de Mango, de Barcelona, a les capitals mundials més importants, en els millors emplaçaments comercials, suposa un esperó per a tot el sector.



8.2. La campanya de promoció del comerç

Durant l'any 2007, s'ha continuat la campanya de promoció del comerç amb els diferents plans d'actuació ja consolidats i amb bona acceptació per part del sector comercial.

Campanya publicitària: espots publicitaris a les principals cadenes de televisió, emissores de ràdio i anuncis en premsa i revistes especialitzades: anuals (informatiu *El comerç*, *Temps de Viure* i *Cap Catalogne*) i insercions a les revistes de l'APPEC (*Cavall Fort* i *El Tatano*).

Campanya sobre el comerç artesà amb la inserció d'un espot publicitari en televisió.



Creació i distribució de diferents productes de bona acceptació per part dels comerciants: 200.000 bosses de paper, 400.000 entrades per al Parc Zoològic, 350.000 punts de llibre amb motiu de la Diada de Sant Jordi i 2.200 bosses làmpades.

8.3. Proposta didàctica per treballar el comerç de Barcelona a les escoles

Comerç i escola es constitueixen com a elements bàsics en la configuració de la nostra ciutat, tant en l'àmbit social com en l'urbanístic o l'històric, i són, per tant, un reflex del present. Plantejar una proposta didàctica que vinculi comerç i escola constitueix, doncs, una oportunitat per posar en contacte ambdós àmbits de la nostra ciutat. Es tracta d'una forma d'afavorir la col·laboració entre agents ciutadans, sense renunciar a la responsabilitat de cadascun i, alhora, possibilitar la creació de responsabilitats conjuntes.

En el comerç, l'escola pot trobar el reflex de la diversitat de la ciutat, dels canvis històrics que han esdevingut a Barcelona i, sobretot, les persones que treballen diàriament des de la responsabilitat i la visió de futur. A l'escola, el comerç trobarà equips docents compromesos, amb voluntat de vincular l'educació a l'entorn, i l'alumnat com a membre actiu de la societat.

Per tant, aquesta proposta didàctica és a la vegada un pont i un trampolí: un pont per afavorir el contacte entre alguns dels àmbits que formen la ciutadania de Barcelona; un trampolí per afavorir la creació de noves visions de la ciutat que impulsin el repte de formar una ciutadania cada cop més compromesa amb el seu entorn.

En resum, la finalitat d'aquest material és aportar una proposta didàctica per desenvolupar el tema del comerç urbà de la ciutat de Barcelona a l'educació primària i al primer cicle d'educació secundària obligatòria, amb la voluntat que l'alumnat conegui les característiques més significatives del comerç de Barcelona, valori la diversitat de comerços del seu entorn i els productes i serveis que ofereixen, i sigui capaç d'elaborar criteris per consumir de manera activa, crítica i responsable.



El material per a la difusió d'aquest projecte ha estat:

- Guia didàctica per al professorat de la proposta didàctica per treballar el comerç de Barcelona, amb l'objectiu de facilitar la incorporació significativa del comerç de la ciutat de Barcelona en el currículum dels centres educatius.
- Creació d'una nova pàgina web, www.bcn.cat/escolescomerc/ca, amb tota la informació disponible de la proposta didàctica, dividida en tres apartats: **proposta didàctica**, on es recull tot el material disponible en versió PDF; **l'aparador**, on es recullen els treballs realitzats per l'escoles que han participat en la proposta, i **tot jugant!**, un apartat que pretén apropar, de manera lúdica, el comerç a l'alumnat.

8.4. Web de comerç

El web de comerç, amb cinc anys de funcionament, s'adapta a les noves necessitats, i proporciona al ciutadà i/o comerciant tota la informació relacionada amb el sector comercial a la ciutat de Barcelona. Els serveis disponibles actualment són:

- Directori de webs d'establiments comercials
- Eixos comercials de Barcelona
- Premi «Barcelona, la millor botiga del món»
- Òrgans de participació: Fòrum Ciutat i Comerç / Consell Ciutat i Comerç
- Notícies de l'actualitat comercial
- Publicacions en línia: estudis / enquestes
- Canal de comunicació amb el ciutadà: l'Ajuntament t'escolta
- Enllaços relacionats amb el sector comercial

visiteu el web: www.bcn.cat/comerc

8.5. Eixos comercials

La consolidació dels eixos comercials ha donat pas a la creació de la **Fundació Barcelona Comerç** per tal de promoure el comerç d'una manera conjunta, coordinada i dinàmica, i oberta a l'entrada d'altres organitzacions i associacions que no siguin eixos comercials.

L'Ajuntament de Barcelona ha donat suport al projecte dels eixos comercials, ja que suposa un benefici per al comerç i per a la ciutat. La bona col·laboració i comunicació aconseguides amb els

comerciants de la ciutat donen com a resultat eixos comercials a tots els districtes. Fins a l'any 2007, els eixos estan integrats per:

[Barnacentre](#). El passeig de les mil botigues

[Sant Gervasi](#). Comerç de qualitat a la part alta de la ciutat

[BCN de Palau a Palau](#). L'eix comercial del centre històric

[Cor d'Horta](#). 330 botigues i parades només per a tu

[Cor Eixample](#). Més de dos-cents establiments bateguen per a tu

[Sants-Creu Coberta](#). El carrer comercial més llarg d'Europa

[L'Eix de Sant Andreu](#). Una oferta comercial molt completa

[Gracinova](#). Les millors botigues més a prop teu

[La Rambla](#). El passeig emblemàtic de Barcelona

[Gran de Gràcia](#). Botigues amigues

[Eix Comercial Maragall](#). El comerç d'un eix natural

[Nou Barris Centre Comerç](#). Sense sortir del barri, tot

[Passeig de Gràcia i Rambla de Catalunya](#). L'eix emblemàtic del comerç, l'art i la cultura

[L'Eix del Raval](#). La tradició del comerç i la integració cultural

[Poble Nou](#). El centre antic d'un barri nou

[Sant Antoni Comerç](#). Il·lusiona't a Sant Antoni

[Sarrià](#). A Sarrià de tot hi ha, cordialitat, bon servei i professionalitat

[Sants-les Corts](#). L'empremta creativa del comerç de proximitat

[Sant Martí](#). Una voluntat de servei al barri

D'altra banda, hi ha diverses zones de la ciutat amb entorns comercials que es poden considerar eixos comercials potencials, alguns en fase incipient i altres en fase molt avançada de formació. Entre aquests últims cal destacar: l'Esquerra de l'Eixample, que integren les actuals associacions del Racó de l'Eixample, Model Sopena i Eix Ninot, i Gaudí, que va des de la Sagrada Família seguint l'avinguda de Gaudí fins a l'Hospital de Sant Pau.

Visiteu el web: <http://www.bcn.cat/comerc>

8.6. Promoció del comerç als districtes

La promoció econòmica als districtes s'aproxima al comerç associat i de barri per tal de conèixer les seves necessitats, per facilitar i donar suport a les campanyes de dinamització comercial. Alhora, el foment del comerç de proximitat des dels districtes potencia l'activitat econòmica i la vida social dels barris.

Els districtes de Barcelona aposten per un comerç de proximitat, amb la seva vessant tradicional i especialista d'una banda, i la vessant innovadora i creativa de l'altra. Aquesta oferta comercial es consolida any rere any, i alhora aconsegueix dinamitzar els barris, generar ocupació, integrar noves realitats socials i aportar seguretat als barris.

Així mateix, també es promou el teixit comercial impulsant l'associacionisme comercial, establint canals de participació amb les entitats de comerç, impulsant la modernització del comerç i promovent la integració dels comerciants nous i antics.

Finalment, en aquest capítol es detallen les fires, mostres i actes que s'organitzen anualment a cada districte amb el suport dels comerciants i caracteritzats cadascun d'ells per la seva pròpia idiosincràsia.

DISTRICTE DE CIUTAT VELLA

	Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Projectes	• Coordinació programa de dinamització associacionisme comercial amb plans d'ocupació, al barri del Raval	Novembre 07–maig 08	Organització
	• Coordinació programa mediació comercial, barri de Ponent	Tot l'any	Col·laboració
	• III Mercat Medieval de Santa Caterina	Octubre 07	Col·laboració i organització
	• I Fira del Treball de Ciutat Vella	Octubre 07	Col·laboració
	• Comissió Consultiva Promoció Econòmica i Ocupació	Bimensual	Organització
	• Elaboració PAD Comerç del districte	Agost-octubre	Organització
	• Elaboració guia <i>Com obrir un comerç a Ciutat Vella</i>		
	• Programa per a la inclusió i formació del comerç immigrant: coordinació fullet associacionisme comercial		
	• Suport i coordinació amb agents econòmics, Districte i Ajuntament dispositiu Champions League, partit Stuttgart		
	• IV Festival Jazz al Carrer	Juliol 07	
	• Trobada Puntaires Sant Ponç		
	• Activitats de Nadal al Raval: passejades en trenet, Festa del Tió, Pare Noel, Cercavila de Coral	21-26 desembre 07	
	• Passarel·la de moda a la pl. de George Orwell		
	• Passarel·la de moda al c. de l'Argenteria	Juliol 07	
	• Concurs de fotografia «Percepcions del Raval», c. de l'Hospital	Juny-juliol 07	
	• Concurs i exposició de pintura de Barnacentre «Dibuixem la Mercè»	Setembre-octubre 07	
• Circuitisme al Gòtic Sud	Desembre 07		
• Treball als barris, programa d'ocupació al barri de Santa Caterina	Desembre 07		
Fires	• Comissió Tècnica de Fires	Setembre-desembre 07	
	• Projecte de regularització de fires al Portal de l'Àngel	Setembre-desembre 07	
	• Tramitació de 40 fires al districte	Tot l'any	
Altres actes	• Suport i organització Jornades de Comerç i Cohesió Social	21-22 juny	Col·laboració
	• Inauguració de la seu social Eix del Raval	Abril	Col·laboració
	• Inauguració de la seu social Eix BCN de Palau a Palau	21 de juny	Col·laboració
	• Suport a la campanya de Nadal Eix Comercial del Raval		Col·laboració
	• Suport tècnic comunicació i gestió Fira de Sant Pere	Octubre 07	
	• Celebració del centenari Herboristeria Llansà		

DISTRICTE DE L'EIXAMPLE

	Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Projectes	<ul style="list-style-type: none"> Eix Comercial de la Sagrada Família - Gaudí 		
Fires	<ul style="list-style-type: none"> Mostra d'Entitats Fira Tradicional de Rams a la Rambla de Catalunya Fira Tradicional de Nadal de la Sagrada Família Fira Tradicional de Reis de la Gran Via 	<p>5 i 6 de maig</p> <p>De l'1 al 23 de desembre</p> <p>Del 21 de desembre al 5 de gener</p>	<p>Consell de Comerç del Districte de l'Eixample</p> <p>Associació d'Artesans Nadalencs de la Sagrada Família</p> <p>Associació de Venedors de la Fira de Reis de la Gran Via Gremi de Detallistes de Joguines Gremi Artesà de Xurrers Centre Català d'Artesania</p>
Altres actes	<ul style="list-style-type: none"> Consells de Comerç del Districte de l'Eixample Presentació del Pla especial de l'equipament comercial no alimentari de Barcelona (PECNAB) Presentació i recollida de propostes del Pla d'actuació del districte de l'Eixample 2008-2011 Festa del Comerç X edició del premi «Barcelona, la millor botiga del món» Campanyes institucionals: <ul style="list-style-type: none"> «Vine al ZOO» «Barcelona, la millor botiga del món» Campanyes de promoció: primavera, tardor, Nadal 	<p>21 de març i 6 de novembre</p> <p>21 de març</p> <p>6 de novembre</p> <p>19 de maig</p>	<p>Districte de l'Eixample</p> <p>Districte de l'Eixample</p> <p>Districte de l'Eixample</p> <p>Cor Eixample Nou Centre Nou</p>

DISTRICTE DE SANTS-MONTJUÏC

	Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Projectes	• Marató de TV3	Desembre	AC Creu Coberta
Fires	• Fira Medieval a Creu Coberta	Juliol	AC Creu Coberta
	• Fira de Nadal de Sants	Desembre	Ass. Fira de Nadal de Sants
	• Fira d'Artesans de Sants	Desembre	Ass. Artesans Sants
Altres actes	• Presentació del pessebre	Desembre	AV i comerciants
	• 37a Cavalcada de Reis	Gener	Vallespir
	• Carpa Pare Noel	Desembre	Sants-Creu Coberta
	• Festa de Reis a Can Mantega	Gener	Ass. Comerciants Can Mantega
	• Recollida de cartes	Gener	AC Galileu
	• 6a rua infantil de Carnestoltes	Febrer	AV i comerciants Vallespir
	• 13a Festa de Sant Medir	Març	AC Entorn Mercat Sants
	• Passarel·la de moda Creu Coberta	Març	AC Creu Coberta
	• Mostres de comerç dels carrers: Galileu, Vallespir, Zona Franca, Can Mantega	Maig i setembre	AC Marina - AC Galileu - AC Vallespir - AC Can Mantega AC Can Mantega
	• Activitats infantils	Novembre-desembre	AC i Serveis al Poble-sec
• Premis Sants-Creu Coberta	Desembre	Sants-Creu Coberta	

DISTRICTE DE LES CORTS

	Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Fires	Mostres de comerç al carrer		Col·laboració
	• Associació de Comerciants del Carrer de Galileu	Maig	Col·laboració
	• Associació de Comerciants del Carrer de Joan Güell-Tram Mig	Maig	Col·laboració
	• Associació de Comerciants del Carrer de Vallespir	Maig/octubre	Col·laboració
	Dinamització d'espais i fires	Tot l'any	Organització i col·laboració
	• Fira de Joves Creadors. Jardins Clara Campoamor		
	• Fira de l'Espai d'Art i Col·lectiu de Menjar Artesanal. Plaça de Comas		
	• Fira de Pintors, Art Directe. Jardins Clara Campoamor		
Altres actes	Patrocini i col·laboració empresarial	De juny a octubre	Organització
	• Signatura de 12 convenis de col·laboració amb empreses		
	• Patrocini i organització d'actes amb empreses col·laboradores		
	Participació de les associacions de comerciants en les campanyes municipals		Col·laboració
	• Campanya de Nadal		
	• Campanya de Sant Jordi		
	• Participació en la 10a edició de «Barcelona, la millor botiga del món»		
	• Premi al xocolater Enric Rovira, districte de les Corts		
	Campanya de Nadal-Reis		Col·laboració
	• Participació de l'Associació de Comerciants del Carrer de Galileu		
	• Participació de l'Associació de Comerciants del Carrer de Joan Güell-Tram Mig		
	• Participació de l'Associació de Comerciants del Carrer de Vallespir		
	• Participació de l'Associació de Comerciants del Mirall de Pedralbes		
	Normalització Lingüística	Tot l'any	
	• Campanya del català als comerços		

DISTRICTE DE SARRIÀ-SANT GERVASI

	Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Projectes	• Campanya de Nadal a Sarrià	Desembre	Organització
	• Campanya de Nadal a Sant Gervasi	Desembre	Organització
	• Participació de l'Eix Comercial Sant Gervasi a la Festa Major	Juny	Organització
	• Participació de l'Eix Comercial Sarrià a la Festa Major	Octubre	Col·laboració
Fires	• Fira de Brocanters a Sarrià	Cada dimarts excepte mesos de juliol i agost	Col·laboració
	• Fira de Brocanters al Putxet	Cada dimarts excepte mesos de juliol i agost	Col·laboració
	• Fira de Llibre Vell JV Foix a Sarrià	Cada divendres excepte el mes d'agost	Col·laboració
	• Fira de productes artesans a Sarrià	2n i 4t diumenge de cada mes	Col·laboració
	• Fira de productes artesans «El Petit Artesà» a la plaça de la Bonanova	El 1r divendres de cada mes excepte juliol i agost	Col·laboració
	• Fira de Sant Ponç a Sarrià	11 de maig	Col·laboració
	• Fira de Sant Ponç al Farró	11 de maig	Col·laboració
	• Fira de Brocanters de Catalunya a la Diagonal	12 a 20 de maig i 5 a 16 de desembre	Col·laboració
	• Fira de Nadal a Vallvidrera	15 de desembre	Col·laboració
	• Fira de Nadal a Sarrià	15 de desembre	Col·laboració
	• Fira de Nadal al Putxet	15 de desembre	Col·laboració
	• Fira de Nadal a la plaça de la Bonanova	21 de desembre	Col·laboració
Altres actes	• Cavalcada de Reis a Sarrià	5 de gener	Organització
	• Cavalcada de Reis a Sant Gervasi	5 de gener	Organització
	• Acte de cloenda Any del Comerç, Centre Cívic Vil·la Florida. Eix Comercial Sant Gervasi	31 de març	Organització
	• 10a Mostra de Comerç de Sant Gervasi	31 de març	Organització
	• Acte d'homenatge a l'expresident de l'Associació de Comerciants de Sarrià, Sr. Jordi Farell	25 d'abril	Organització
	• 10a Mostra de Comerç de Sarrià	5 de maig	Organització
	• Inauguració de les obres de remodelació del Mercat de Sarrià	15 de setembre	Col·laboració
	• Mercat Boig a Sarrià	1 de desembre	Organització
	• Concurs de dibuixos per escollir el cartell de la Cavalcada de Reis 2008	1 de novembre-5 de desembre	Organització
	• Exposició dels cartells presentats al concurs del cartell de la Cavalcada de Reis	Del 20 de desembre al 15 de gener	Organització

DISTRICTE DE GRÀCIA

Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Projectes		
<ul style="list-style-type: none"> • Suport del Districte a la dinamització del sector comercial de Gràcia • Dues jornades de comerç al carrer amb participació de més d'onze associacions de comerciants • Campanya de Nadal amb il·luminació de més de vint carrers i dos trenets • Concert de Nadal • Confecció, edició i distribució d'una guia de llibreries de Gràcia 	<p>5 de maig i 7 d'octubre</p> <p>Novembre i desembre, gener Nadal</p> <p>Abril</p>	<p>Associacions de comerciants i Districte</p> <p>Eix Gran de Gràcia, Gracinova i Districte Gracinova i Districte</p> <p>Districte</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Suport a la dinamització del mercats municipals • Carnestoltes • Setmana del Càncer • Cantada de Nadales 	<p>15 i 16 de febrer</p> <p>Del 13 al 20 d'octubre</p> <p>20 de desembre</p>	<p>Mercat de l'Abaceria i Llibertat</p> <p>Mercat de l'Abaceria</p> <p>Mercat de l'Abaceria</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Accions impulsades pel Districte i campanyes institucionals • Comissió de Treball de la Ponència de Comerç • Mostra d'Entitats amb la participació d'associacions de comerciants • Un comerç distingit amb la placa d'Arrelats. <i>Bacallaneria Ros</i> • Repartiment dels fulls dels horaris comercials a les diferents associacions de comerciants i d'un punt de llibre regal de l'Àrea de Comerç amb motiu de Sant Jordi 	<p>22 de gener, 22 d'octubre i 2 d'abril</p> <p>9, 10 i 11 de març, i 21 i 22 d'abril</p> <p>16 de març</p>	<p>Districte</p> <p>Districte</p> <p>Institut del Paisatge Urbà i Districte</p> <p>Àrea de Comerç i Districte</p>
Fires		
<ul style="list-style-type: none"> • Fira «Àpat» de productes alimentaris artesans 	4t divendres de mes. Passeig de Sant Joan	Àpat i Districte
<ul style="list-style-type: none"> • 2a Fira del Llibre per Sant Jordi 	23 d'abril	Llibreries i Districte
<ul style="list-style-type: none"> • Fira d'Artesania al Park Güell 	Caps de setmana i tot el dies de juliol i agost	Assoc. d'Artesans Park Güell
<ul style="list-style-type: none"> • III Fira de Nadal d'Artesania dels Centres Penitenciaris 	Del 13 al 21 de desembre als Jardinetes	Dep. de Justícia de la Generalitat de Cat. i Districte
<ul style="list-style-type: none"> • Fira de Nadal a la plaça del Sol 	Del 2 al 5 de gener	Associació Fira de Nadal
Altres actes		
<ul style="list-style-type: none"> • Acte d'homenatge a comerciants que porten 100 anys de treball en el districte i 75 anys 	29 de novembre	Districte de Gràcia
<ul style="list-style-type: none"> • Harmònies: 11 propostes musicals en espais insòlits 	24 de novembre	Assoc. de Creatius i Dissenyadors de Gràcia

DISTRICTE D'HORTA-GUINARDÓ

	Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Projectes	<ul style="list-style-type: none"> • Acord de col·laboració per a la renovació de la imatge exterior dels establiments comercials del districte d'Horta-Guinardó 	2006-2007	Institut del Paisatge Urbà, Districte d'Horta-Guinardó, Eix Maragall, Carmel Centre, Cor d'Horta
Fires	<ul style="list-style-type: none"> • Mostra de comerç primavera 	Maig 2007	Cor d'Horta
	<ul style="list-style-type: none"> • Mostra de comerç 	Juny 2007	Eix Maragall
	<ul style="list-style-type: none"> • Mostra de comerç 	Juny 2007	Carmel Centre
	<ul style="list-style-type: none"> • Mostra de comerç tardor 	Octubre 2007	Cor d'Horta
	<ul style="list-style-type: none"> • Mostra de comerç 	Octubre 2007	Carmel Centre
Altres actes	<ul style="list-style-type: none"> • Desfilada de moda de primavera 	Abril 2007	Cor d'Horta
	<ul style="list-style-type: none"> • Desfilada de moda de tardor 	Octubre 2007	Cor d'Horta
	<ul style="list-style-type: none"> • Encesa de llums de Nadal 	Novembre 2007	Cor d'Horta
	<ul style="list-style-type: none"> • Enterrament de la Sardina 	Febrer 2007	Cor d'Horta
	<ul style="list-style-type: none"> • Cavalcada de Reis 	Gener 2007	Cor d'Horta, Carmel Centre i Eix Maragall

DISTRICTE DE NOU BARRIS

Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració	
Projectes	<ul style="list-style-type: none"> Elaboració de les propostes per al PAD 2008/2011: 7 línies de treball i 23 actuacions derivades 	Octubre/desembre 2007	Promotor - Conseller de Comerç - Entitats de comerciants del Consell de Comerç
	<ul style="list-style-type: none"> Proposta d'anàlisi de la situació del comerç a Ciutat Meridiana 	Previsió 2008	Direcció de Comerç
Fires	<ul style="list-style-type: none"> Fira de Nadal a la marquesina de la Via Júlia 15 estands: 160 m² 	De l'1 al 22 de desembre	Districte de Nou Barris (promotor del Departament de C+Q)
	<ul style="list-style-type: none"> Fira de Reis a la marquesina de la Via Júlia 52 estands: 482 m² 	23 desembre-5 gener	Districte de Nou Barris (promotor del Departament de C+Q)
	<ul style="list-style-type: none"> Fira de Sant Jordi a la marquesina de la Via Júlia: 	23 d'abril	Districte de Nou Barris (promotor del Departament de C+Q)
	<ul style="list-style-type: none"> Fira de Sant Ponç a la marquesina de la Via Júlia 	12 de maig	Districte de Nou Barris (promotor del Departament de C+Q)
	<ul style="list-style-type: none"> Fira d'Alimentació Artesana a la plaça del Virrei Amat 	3r divendres de cada mes	Federació de Comerç i Serveis de Nou barris
Altres actes	<ul style="list-style-type: none"> FESTA MAJOR DEL DISTRICTE 5 activitats d'animació a Virrei Amat 2 activitats a Torre Llobeta VII Mostra de Mercats (degustació gratuïta per a 5.000 persones) II SETMANA DE COMERÇ 7 activitats: exposició fotogràfica, concurs de contes, XI Fira Alimentària, conferències, sopar del comerç PASSAREL·LA DE MODA a la plaça del Districte CINEMA A LA FRESCA a la marquesina de la Via Júlia ACTIVITATS DE NADAL Enllumenat de Nadal, estand amb Rei Mag, Fira de Reis, Arbre de Nadal a la Via Júlia, Pare Noel Desfilada motorizada de pares Noel 	20-21 i 27 de maig	Coordinadora de Comerciants Virrei Amat - Eix Maragall - Mercats de Guineueta, Mercè, Montserrat, Núria i Trinitat
		Del 19 a 25 de març	Eixos de Nou Barris i Eix Maragall. Col·labora Districte de Nou barris
		25 de març	Eixos de Nou Barris. Col·labora Districte de Nou barris
		Caps de setmana del mes de juliol	Eixos de Nou Barris. Col·labora Districte de Nou Barris
		Desembre	Eix Maragall de Nou Barris. Col·labora Districte de Nou Barris
		Desembre	

DISTRICTE DE SANT ANDREU

	Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Projectes	<ul style="list-style-type: none"> • Difusió del comerç: dins d'aquest projecte s'ha editat una guia d'equipaments, entitats i comerços del barri, s'ha impulsat la sortida del comerç al carrer i el concurs d'aparadors per Nadal. • Renovació de la imatge exterior del comerç: en aquest segon projecte està en marxa la signatura d'un conveni entre el Districte, l'Institut Municipal de Paisatge Urbà i l'Associació de Comerciants per acollir-se a la campanya de subvencions. 	2007-2009	Districte de Sant Andreu/ Llei de Barris
Consells de Comerç	<ul style="list-style-type: none"> ▶ • Lectura i aprovació de l'acta de la reunió anterior • Presentació de la 6a Mostra d'Entitats del Districte de Sant Andreu, a càrrec de Ramon Barbet, tècnic de Serveis Personals del Districte • Presentació de les jornades professionals «La gestió de l'empresa comercial. Eines i sistemes», dins dels actes del ServiCom'07 (la fira dels serveis al comerç a Barcelona), a càrrec de Joan Mateu, coordinador de l'Any del Comerç • Torn d'intervencions dels membres del Consell • Presentació del procés participatiu per a l'elaboració del PAD 2008-2011 	15 de febrer	Districte de Sant Andreu
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ • Explicació de les línies estratègiques del PAD 2008-2011 • Recepció de propostes 	11 d'octubre	Districte de Sant Andreu
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ • Recepció de propostes • Explicació del procés de retorn 	16 de novembre	Districte de Sant Andreu
Fires	<ul style="list-style-type: none"> • Modelisme: models i maquetes de trens, avions, vaixells, soldadets de plom. Modelisme: publicacions, eines, pistes, circuits... 	1r diumenge de mes, horari de 10 a 14 hores a la plaça Massadas	Agrupament Ferroviari de Barcelona
	<ul style="list-style-type: none"> • Artesania: mel, formatges, ceràmica, pintura a l'oli, pintura a mà alçada, pintura en seda, bijuteria, ceràmica, marroquineria, joguines de fusta, llaminadures i gemmoteràpia-plata 	1r dissabte de mes a la plaça del Comerç	Fira d'Artesania Rosa de Maig
	<ul style="list-style-type: none"> • Productes artesans 	2n dissabte de mes a la plaça del Comerç	Escola Foment i Estudi de les Belles Arts
	<ul style="list-style-type: none"> • Pintures: pintures originals dels artistes que exposen 	1r dissabte de mes a la rambla Onze de Setembre de 10 a 13.30 h	Grup de Pintors de Sant Andreu
	<ul style="list-style-type: none"> • Productes artesans 	1r divendres de mes al pg. de Maragall/pl. rodona/c. Trinxant	Eix Maragall

EL COMERÇ

PROMOCIÓ DEL COMERÇ

Altres actes	• Taller de Carnestoltes	17 de febrer	Unió de Comerciants Sant Andreu Nord
	• Carnestoltes a Sant Andreu	18 de febrer	Eix Comercial de Sant Andreu Comissió de Festes Sant Andreu
	• Enterrament de la Sardina Sardinada popular	21 de febrer	Associació Concessionaris Mercat Bon Pastor
	• Sortida del comerç al carrer	5 de maig	Eix Comercial de Sant Andreu Unió de Botiguers Congrés-Indians Assoc. Conc. Mercat Sant Andreu Unió Comerciants Sant Andreu Nord
	• Mostra d'Entitats del Districte	19 i 20 de maig	Eix Comercial de Sant Andreu Eix Comercial Maragall Sagrera Activa Assoc. Comerciants Unió de Botiguers Congrés-Indians Unió Comerciants Sant Andreu Nord
	• Setmana Gastronòmica	14, 15, 16 i 17 de juny	Eix Comercial Maragall
	• Festa Comerç de Tardor	6 d'octubre	Eix Comercial Sant Andreu Unió de Botiguers Congrés-Indians Unió Comerciants Sant Andreu Nord
	• Festa Major de Sant Andreu	1 de desembre	Festa de l'Eix Comercial de Sant Andreu
	• Ruta Dragsters Pares Noels	15 de desembre	Eix Comercial Maragall
	• Jaima Reial	29 i 30 de desembre	Eix Comercial de Sant Andreu
	• Carpa Reis	2, 3 i 4 de gener	Assoc. Comerciants Onze de Setembre
	• Carpa Rei Mag d'Orient	2, 3 i 4 de gener	Eix Comercial Maragall

DISTRICTE DE SANT MARTÍ

	Descripció	Data de realització	Organització / col·laboració
Projectes	• Campanya de dinamització comercial de la zona de dalt del carrer de Marià Aguiló	De gener a juliol	Organització
	• 6a Setmana del Comerç a Sant Martí	Juny	Organització
	• Coordinació, edició i presentació del llibre <i>El comerç a Sant Martí: dels establiments centenaris als nous eixos comercials</i>	Juny	Organització
	• Tastatapes al Besòs i el Maresme	Setembre	Col·laboració
	• Festa de Sant Martí Eix Comercial per la Festa Major	Novembre	Col·laboració
	• Elaboració de la guia de Nadal	Desembre	Col·laboració
	• Campanya convivència Nadal 2007	Desembre	Organització
Fires	• 6a Mostra d'Entitats del Districte de Sant Martí (participació de les associacions de comerciants)	Abril	Organització
	• Dia del Comerç al Carrer a Sant Martí	Juny	Col·laboració
	• Fires d'artesans a la pl. de Font i Segues, a la pl. de l'Oca, al carrer de Rogent i a la rambla del Poblenou	De gener a desembre	Col·laboració
	• Jornades de comerç al carrer i fira d'artesans a Marià Aguiló de Dalt	De gener a desembre	Col·laboració

Altres actes	• Consell de Comerç del Districte de Sant Martí	Febrer	Organització
	• Actes relacionats amb l'Any del Comerç	De gener a juny	Col·laboració
	• Acte de presentació de la Federació d'Associacions de Comerciants del Poblenou	Febrer	Col·laboració
	• Presentació de l'estudi d'afluència de clients a Sant Martí Eix Comercial	Març	Col·laboració
	• Signatura de l'Acord Cívic amb Sant Martí Eix Comercial	Març	Col·laboració
	• Sopar de comerciants FERIA de Abril	Maig	Organització
	• Col·locació d'una placa als jardins d'en Xavier Benguerel per la donació d'un grup de magnòlies per part de l'Associació de Comerciants de Marià Aguiló	Juny	Organització
	• Sopar Premis Comerç Sant Martí	Juny	Organització
	• Cercavila de cotxes del Poblenou	Novembre	Col·laboració
	• Lliurament premis Tastatapes 2008	Desembre	Col·laboració
	• Enllumenat nadalenc de Sant Martí Eix Comercial	Desembre	Col·laboració
	• Patge Reial a Sant Martí Eix Comercial	Desembre	Col·laboració
	• Patge Reial al Besòs i el Maresme - Recollida de cartes per als Reis d'Orient	Desembre i gener	Col·laboració
	• Pastorets i cant coral al Mercat del Clot	Desembre i gener	Col·laboració
	• Patge Marià al carrer de Marià Aguiló	Desembre i gener	Col·laboració
	• Campanya de Nadal i Reis (Cavalcada, recollida de joguines, Patge Reial...) al Clot, el Besòs i el Maresme, i a Sant Martí Eix Comercial	Desembre	Col·laboració
	• Carnestoltes – Carnaval i Dijous Gras al Clot i al Besòs i el Maresme	Febrer	
	• Celebració de Sant Jordi al Clot, Sant Martí Eix Comercial i mercats de Provençals, Sant Martí, Clot i Poblenou	Abril	
	• Celebració de Sant Joan als mercats del Clot, Poblenou, Sant Martí i Provençals	Juny	
	• Col·laboració dels comerciants amb la Festa Major del Clot, Besòs i el Maresme, Sant Martí de Provençals i la Verneda i la Pau		
• Col·laboració amb la celebració de la castanyada al Besòs i Xavier Nogués, i als mercats de Sant Martí i Provençals	Octubre		

9. ELS MERCATS MUNICIPALS

Nous mercats i nous projectes per a la ciutat

L'any 2007 ha estat el de la culminació de les obres de remodelació dels mercats de la Barceloneta i Sarrià, que han centrat les actuacions de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB). Però també ha representat l'inici de les obres del Mercat de les Corts i la inauguració del mercat provisional de la Llibertat. El darrer any d'implantació del Pla d'actuació municipal (PAM) 2004-2007 ha permès també iniciar les obres del mercat provisional del Guinardó mentre se'n construeix el nou. Dotat amb prop de 50 milions d'euros, el PAM estableix com a objectiu la modernització dels mercats de la ciutat per posar-los al dia en funció de les necessitats dels ciutadans. A tot això cal sumar les actuacions realitzades dins el pla de millores, més de 45, en un total de 28 mercats, amb una inversió de gairebé 900.000 €.

Les reformes que s'han efectuat han servit per crear un nou mix comercial i dotar els mercats de nous serveis, infraestructures i logística, com ara el transport a domicili, les noves tecnologies o el pagament amb targeta client, entre altres.

• La Barceloneta

El 2005 es va presentar el projecte de remodelació del mercat i es van començar unes obres signades per l'arquitecte Josep Miàs, deixeble del prestigiós Enric Miralles. Un dels aspectes més innovadors del nou mercat és que genera energia solar, gràcies a la instal·lació de 180 plaques fotovoltaïques a la coberta que produeixen 30 kW per hora. El maig de 2007 es va inaugurar el nou mercat, que a més de comptar amb 26 establiments de producte fresc i 5 parades especials no alimentàries, compta amb dues zones de restauració i un autoservei, i també amb unes importants instal·lacions logístiques i de serveis.

• Sarrià

El 2006 es va dur a terme la part més important de les obres de remodelació integral de l'edifici i les instal·lacions, i una part important de la sala de vendes, que incorpora noves ofertes orientades a la degustació, com també la construcció d'un aparcament que facilita l'accés dels clients al mercat, que va culminar amb la inauguració el setembre de 2007. Per realitzar aquesta actuació només ha calgut tancar l'activitat comercial durant 40 dies.

• La Llibertat

El mercat provisional situat a la plaça de Gal·la Plàcidia va ser inaugurat el març de 2007, i s'hi van traslladar amb gran èxit 39 comerciants. Posteriorment es van iniciar les obres del nou mercat, que inclouen, d'una banda, una important excavació per encabir els serveis com ara la descàrrega, l'emmagatzematge i l'aparcament, i, de l'altra, la remodelació integral de l'edifici, catalogat i protegit, que incorporarà un nou circuit comercial i permetrà oferir nous serveis fins ara inexistents. Està previst que les obres finalitzin el 2009.

• Les Corts

Després d'arribar a un acord amb els comerciants, es van iniciar les obres de remodelació parcial el maig de 2007. Durant l'estiu va restar tancat 40 dies per realitzar-hi algunes de les intervencions més importants, consistents a concentrar establiments en un dels sectors del mercat i a alliberar l'espai necessari per ampliar l'autoservei i obrir un nou accés que alhora configuri una nova façana de vidre. La previsió de finalització de les obres era l'estiu de 2008.

- **Guinardó**

Un cop tancat l'acord amb els comerciants per al trasllat del mercat, es van poder iniciar les obres del mercat provisional amb la previsió d'inaugurar-lo durant el primer trimestre de 2008.



Pla de millores

Aquest programa ha estat creat en aquest mandat; està dotat amb fons de nova creació nodrits amb una part de les aportacions dels comerciants a l'Ajuntament. El 2007 ha inclòs més de 45 actuacions en un total de 28 mercats de la ciutat, fet que suposa una inversió de gairebé 900.000 €. Les millores que s'hi han dut a terme estan dirigides tant als clients com als treballadors dels mercats.

Les principals obres de millora efectuades durant el 2007 han estat les següents:

- **Guineueta:** instal·lació d'un circuit tancat per al control de l'accés al mercat.
- **Carmel:** reforma dels accessos als patis, impermeabilització de la coberta i substitució de desguassos a l'aparcament.
- **Trinitat:** substitució del terra de la cabina del muntacàrregues.
- **Sant Andreu:** modificació de la rampa d'accés al local de vendes.
- **Núria:** pintat de la façana i impermeabilització de la terrassa.
- **Canyelles:** adequació dels rètols a la normativa municipal i reforma de l'accés principal.
- **Horta:** substitució de portes i instal·lació d'un sistema Wi-Fi i de megafonia.
- **Montserrat:** reforma del paviment.
- **Vall d'Hebron:** impermeabilització de la coberta i pintat de la direcció.
- **Abaceria:** enderroc de parades vacants i modernització de les portes del carrer de Puigmartí.
- **Marina:** substitució de la porta d'accés de la sala de màquines.
- **Fort Pienc:** adequació dels desguassos.
- **Barceloneta:** instal·lació d'un sistema de seguretat.
- **Sagrada Família:** millores a les cambres frigorífiques i la coberta de l'edifici del carrer de Mallorca, i substitució de vidres del pati interior.
- **Boqueria:** Substitució de l'automàtic del quadre general, pavimentació de la zona del moll, substitució de vidres trencats i enllumenat perimetral.
- **Provençals:** reparació del formigó del forjat (2a fase), impermeabilització de la planta soterrani i instal·lació de megafonia.
- **Galvany:** redacció del nou projecte elèctric i reforma de les cambres frigorífiques.
- **Lesseps:** modificació de baixants.
- **Clot:** modificació de desguassos.
- **Concepció:** substitució de claraboies i envernissat de la rampa de fusta.

- **Estrella:** instal·lació del sistema de climatització.
- **Sants:** instal·lació d'un sistema anticolums i reparació de la coberta.
- **Tres Torres:** rehabilitació de la façana.
- **Fira de Bellcaire:** obres de millora als lavabos.
- **Besòs:** substitució del paviment de l'accés principal.
- **Sant Gervasi:** tancament de les claraboies de la coberta i instal·lació de tendals.
- **Ninot:** millores en l'enllumenat i els desguassos.
- **Sta. Caterina:** envernissat de la teulada de fusta.
- **Varis:** adequació a la normativa dels muntacàrregues de diversos mercats.

Així mateix, es realitzen actuacions constants de manteniment. Concretament, el nombre d'intervencions ha estat el següent:

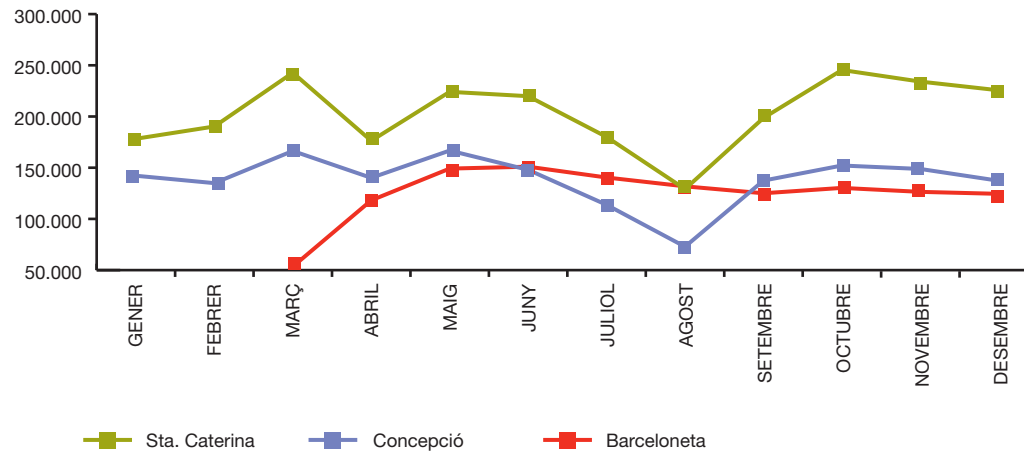
Obra civil	244 intervencions
Elevadors i muntacàrregues	350 intervencions
Instal·lacions elèctriques	183 intervencions
Cambres frigorífiques	236 intervencions
Permisos d'obres	130 intervencions

Afluència de públic als mercats

Amb l'objectiu de fer un seguiment del nombre de visitants dels nostres mercats i de la seva estacionalitat, l'IMMB realitza un recompte mensual en aquells mercats remodelats on s'han instal·lat sistemes automàtics de comptatge de persones. Cal destacar que, en el cas de Concepció i Santa Caterina, on tenim dades de l'any 2006, els increments de visitants el 2007 han estat de l'1% i el 4,5% respectivament, fet que permet constatar una tendència favorable d'aquests equipaments.

	Barceloneta	Sta. Caterina	Concepció
Gener		178.278	142.156
Febrer		190.255	134.940
Març	53.407	242.761	166.356
Abril	118.131	176.287	140.107
Maig	149.136	224.104	166.736
Juny	151.004	219.843	147.932
Juliol	140.435	180.049	113.762
Agost	131.807	129.147	72.865
Setembre	125.054	198.580	137.412
Octubre	130.286	245.417	152.147
Novembre	126.416	234.082	148.775
Desembre	124.483	225.583	137.251
	1.250.159	2.444.386	1.660.439

COMPARATIU 2007



Rejoeniment dels operadors

El rejoeniment dels operadors suposa un impuls a una de les variables més sensibles per a la contínuïtat competitiva dels mercats, el relleu generacional.

Any 2007	traspassos intervius	cessions pares fills	cessions entre cònjuges	traspassos mortis causa
Nre. d'expedients	335	63	8	30
Edat mitjana cedent	53,0	69,7	50,9	67,5
Edat mitjana cessionari	41,5	42,0	51,5	51,5
Diferencial	-11,5	-27,7	+0,60	-16,0

Promoció i comunicació

L'Institut s'ha dotat d'un pla de comunicació propi, l'objectiu del qual és planificar les accions de comunicació i promoció de la xarxa de mercats amb la finalitat de promoure un major coneixement i ús dels mercats entre els ciutadans, posar en valor els seus actius i donar a conèixer la intervenció que l'Ajuntament de Barcelona hi du a terme en matèria d'inversions, millores i promoció.

Accions



Mercat modernista a la Concepció

- Remodelació del Mercat de la Llibertat
- Remodelació parcial del Mercat de les Corts
- Construcció del mercat provisional del Guinardó
- Acord per a la remodelació del Mercat de Sant Antoni
- Inversió en millores als mercats (pla de millores)
- Inici de la campanya «Cap al mercat a fer salut»
- Inici de la campanya «Benvingut al teu mercat»
- Inici de la campanya «Apropa't al teu mercat»
- Inici de la campanya «Voleu ser restaurant de mercat?»
- Publicació del llibre *Els mercats de Barcelona*, de Jordi Tolrà i Gabriel Cazado
- Continuació de la campanya de promoció comercial «Els mercats es mouen. Véns?»
- Extensió del servei de transport a domicili (Clot i Sants)
- Promoció dels productes autòctons als mercats municipals
- Continuació de la campanya educativa «Menjo sa perquè menjo de mercat». Edició 2007
- Continuació del conveni amb el Banc dels Aliments. Edició 2007
- 4a Setmana Europea contra el Càncer, conjuntament amb FECEC. Edició 2007
- Campanya «Bossa solidària». Edició 2007

- Continuació del conveni amb el Banc de Sang i Teixits. Edició 2007
- Festival solidari «DJ contra la Fam» al Mercat de Sant Antoni. Edició 2007
- Carnaval als Mercats (Dijous Gras, Premi Mary Sant Pere i Concurs Pebrot d'Or)
- Nadal i Reis als Mercats (bústies reials a tots els mercats)
- 4t any de Mercat Medieval a Santa Caterina
- Campanya de promoció del Mercat de la Llibertat
- Extensió de la targeta client a altres mercats
- EMPORION. Reunions de treball. Acords i línies mestres d'actuació
- Primer Congrés Internacional de Mercats
- Visites d'estudiants ERASMUS als mercats
- Edició de l'Infomercats i l'Infomercats Digital i la revista de reflexió i anàlisi *La Plaça*

Relacions públiques i visites organitzades

L'IMMB ha organitzat visites guiades als mercats per a grups tècnics d'altres municipis i turístics nacionals i internacionals. També ha concedit regularment permisos per fer filmacions, connexions radiofòniques i sessions fotogràfiques (per a estudiants, empreses d'audiovisuals, productores i mitjans de comunicació) i ha autoritzat empreses privades a dur a terme campanyes promocionals als mercats d'acord amb l'Ordenança de Mercats.

Permisos de filmacions i fotografies	188
Visites d'alumnes de primària i secundària als mercats:	38
Total d'alumnes:	934

Actuacions exteriors i assessoraments

Mercat de Plaça de Cuba de Mataró

Conveni per a l'execució de la remodelació del mercat signat el maig de 2007, i amb unes tasques que està previst que durin 18 mesos.

Mercat de Sant Joan a Vilassar de Mar

Contracte per executar les línies bàsiques establertes a l'estudi elaborat per l'IMMB el 2005 per remodelar el Mercat de Sant Joan, signat el 15 de desembre de 2006 i que implica una relació de 30 mesos. Rescindit el 28 de novembre de 2007.

Mercats de Gavà

Conveni per a la realització d'un estudi per a una actuació de remodelació als mercats de Gavà signat amb l'empresa municipal Gavanenca de Terrenys i Immobles GTI, treballs executats des del mes de febrer de 2007 i entregats el 3r trimestre de 2007.

Mercat Municipal de Berga

Elaboració d'un estudi de caràcter comercial que hauria d'inspirar la futura remodelació del mercat. Treballs finalitzats i entregats a l'Ajuntament de Berga el segon trimestre de 2007.

Mercats de Viladecans

Acord de col·laboració entre l'IMMB i l'Institut Municipal dels Mercats de Viladecans per assessorament comercial durant el període 2007, 2008 i 2009.

Mercat de la Plana (Esplugues de Llobregat)

Signatura de contracte entre l'IMMB i TAU ICESA i PROINOSA per a l'execució del projecte de remodelació del Mercat de la Plana amb data 1 de febrer de 2007.

Mercats de l'Hospitalet

Conveni per a la realització d'un estudi per determinar el mix comercial teòric d'alimentació dels 8 mercats municipals de l'Hospitalet del Llobregat, per entregar durant el primer semestre de 2008.

Estudis i actuacions comercials de mercats

- **Mercat de Sants:** elaboració de l'estudi de caràcter comercial que haurà d'inspirar la futura remodelació del mercat prevista per al període 2008-2010, presentat el febrer de 2007.
- **Mercat de les Corts:** elaboració de l'estudi de caràcter comercial que inclou els criteris comercials de la remodelació parcial del mercat, presentat el gener de 2007.
- **Mercat de Sant Antoni:** elaboració de l'estudi de caràcter comercial que haurà d'inspirar la futura remodelació del mercat prevista per al període 2008-2011, presentat el desembre de 2007.
- Realització i actualització constant dels estudis comparatius de fluxos de públic als mercats de la Concepció, Santa Caterina i la Barceloneta.
- Adjudicació de l'autoservei del nou mercat de la Barceloneta a la cadena de distribució Caprabo, i dels dos restaurants del mateix mercat al Grupo Husa i al restaurant Lluçanès respectivament.
- Creació i adjudicació dels magatzems de nova creació al mercat remodelat de la Barceloneta.
- Ampliacions de denominació. Concretament, s'han tramitat un total de 32 expedients per incorporar la venda de plats cuinats i precuinats, o altres activitats, en establiments de diferents mercats. El cas més significatiu és el del Mercat de Sarrià, en el qual, fruit de la reordenació comercial que ha supo-

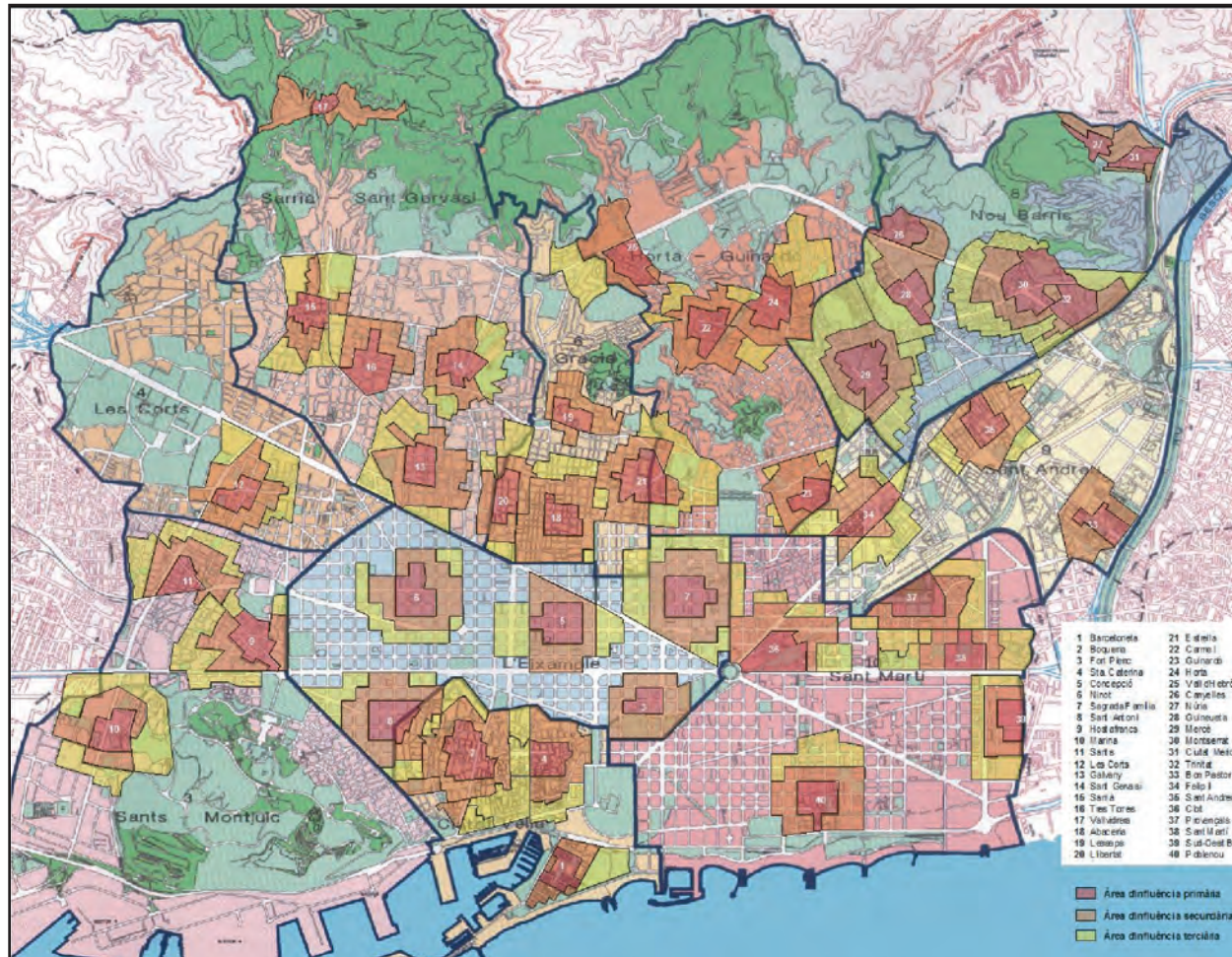
sat la remodelació d'aquest mercat, alguns establiments han reorientat aquestes ampliacions de denominació oferint els seus productes en forma de degustació en el mateix establiment.

Resultat econòmic de l'exercici

Les magnituds econòmiques i financeres del balanç que presenta l'IMMB al tancament de l'exercici 2007 ofereixen un comportament certament positiu i equilibrat respecte dels exercicis anteriors. El resultat de l'exercici és de 150.000 euros.

Alguns dels indicadors més significatius es recullen en el quadre següent:

Indicadors generals del nivell d'activitat	2004	2005	2006	2007
Plantilla en mitjana	72	72	72	72
Inversió (milers d'euros)	6.506	6.554	10.170	12.573
Pròpia	45	111	104	80
Per compte de l'Ajuntament	5.461	6.443	10.066	12.493
Resultat comptable (milers d'euros)	1	66	44	150
Cash-flow (milers d'euros)	1.008	285	235	310



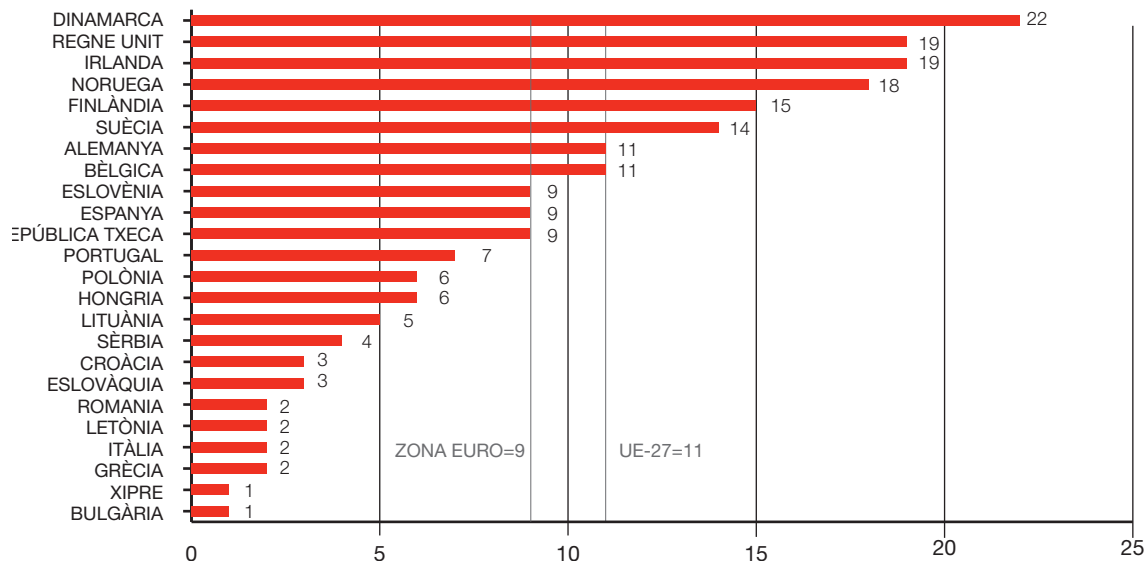
10. EL COMERÇ ELECTRÒNIC

Com molts altres usos de les tecnologies de la informació i la comunicació, el comerç electrònic és un instrument cada vegada més utilitzat a escala internacional. Segons les dades estadístiques que facilita el Departament de Comerç nord-americà, el comerç electrònic entre empreses i consumidors als Estats Units ha registrat un significatiu increment del 18% en el transcurs del 2007, que malgrat ser més moderat que el de l'any anterior (24%) situa el B2C en el 3,5% del valor de les vendes al detall.

L'evolució expansiva de l'*e-commerce* queda també reflectida en el fet que, en el conjunt de l'OCDE, el 33% de les empreses han realitzat compres per Internet l'any 2007, dada que en l'àmbit de les vendes se situa en el 17%. Fora de l'àmbit de la Unió Europea cal destacar que en països com Canadà, Nova Zelanda o Suïssa el percentatge d'empreses que venen a través de la xarxa ja s'apropa al 60%, mentre que Japó se situa pràcticament a la mitjana de l'OCDE.

Pel que fa a la Unió Europea, d'acord amb les dades d'Eurostat el comerç electrònic –considerant tant el B2B com el B2C– genera l'any 2007 un valor equivalent a l'11% de la facturació total de les empreses de 10 o més treballadors, dada lleugerament superior a la de la zona euro (9%). Un any més es posa de manifest que els països anglosaxons i nòrdics són els capdavaners de l'avenç de l'*e-commerce*, que a Dinamarca aporta ja més de la cinquena part (el 22%) de la facturació de les empreses, al Regne Unit i a Irlanda el 19%, i a Noruega el 18%. Val a dir que a Espanya aquest indicador assoleix el valor mitjà de la zona euro (9%), mentre que en relació amb la majoria dels països de l'ampliació, Itàlia i Grècia assoleixen registres inferiors.

PERCENTATGE DEL COMERÇ ELECTRÒNIC SOBRE LA FACTURACIÓ TOTAL DE LES EMPRESES* 2007



* Calculat per a les empreses de 10 o més treballadors
 FONT: Eurostat

Espanya

L'Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses que elabora l'Institut Nacional d'Estadística proporciona informació cada vegada més rica i detallada sobre el comerç electrònic de les empreses espanyoles, el volum econòmic que genera i les seves característiques qualitatives. Presentem en aquest informe els principals resultats de l'enquesta d'octubre de 2007, incorporant per primera vegada indicadors per sectors econòmics.

L'any 2007 el 18,2% de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats ha efectuat compres per Internet, el valor de les quals se situa prop dels 75.000 milions d'euros (el 7,3% del total de les seves compres). Per grans sectors econòmics, el terciari és el principal usuari del B2B, i assoleix el 61,1% del valor total esmentat per un 35,3% de la indústria i tan sols un 3,5% de la construcció.

L'anàlisi per branques posa de manifest l'elevada implantació de l'ús d'Internet en el funcionament quotidià del sector comerç. Efectivament, el comerç al detall genera per si sol un terç (el 33,4%) de les compres per Internet de les empreses espanyoles i ja efectua més d'una quarta part de les seves adquisicions (el 27,4%) per via electrònica. El valor d'aquests percentatges en el comerç a l'engròs és de l'11% i el 4,6%, respectivament, i cal destacar que gairebé la quarta part (el 24,3%) de les companyies d'aquesta branca utilitzen la xarxa per a comprar. Si a aquestes activitats els sumem la venda i reparació de vehicles de motor, el conjunt del comerç és el responsable de més de la meitat de les compres en concepte de B2B al conjunt de l'estat.

Pel que fa a la resta de subsectors, destaquen els indicadors de dues activitats amb alt contingut tecnològic: les telecomunicacions i correus –en què les compres per Internet representen el 9,2% del total– i les activitats informàtiques, branca en què prop de dos terços (el 64,8%) de les empreses efectua compres a través de la xarxa.

EL COMERÇ ELECTRÒNIC A LES EMPRESES ESPANYOLES. 2007

Compres per Internet				
Sector econòmic	% empreses que compren per Internet	Volum de compres per Internet (milers d'euros)	Pes s/total de compres per Internet	% compres per Internet s/total de compres
INDÚSTRIA	17,49	26.495.483,80	35,35	6,45
CONSTRUCCIÓ	10,73	2.653.574,30	3,54	1,91
SERVEIS	23,07	45.804.172,80	61,11	9,61
Venda i reparació de vehicles a motor	30,42	6.993.766,13	9,33	9,52
Comerç a l'engròs	24,36	8.251.822,45	11,01	4,65
Comerç al detall	23,90	25.064.464,70	33,44	27,44
Hotels i càmpings	16,62	268.762,60	0,36	4,10
Transports	15,44	1.700.409,65	2,27	3,55
Correus i telecomunicacions	18,24	1.719.558,02	2,29	9,20
Activitats immobiliàries	19,42	1.170.335,00	1,56	2,51
Activitats informàtiques	64,76	592.686,58	0,79	7,95
Serveis audiovisuals	29,46	42.367,73	0,06	0,59
Total empreses	18,22	74.953.231,00	100,00	7,30

Vendes per Internet				
Sector econòmic	% empreses que venen per Internet	Volum de vendes per Internet (milers d'euros)	Pes s/total de vendes per Internet	% vendes per Internet s/total de vendes
INDÚSTRIA	8,95	48.791.003,40	64,35	8,27
CONSTRUCCIÓ	1,09	1.703.999,57	2,25	0,83
SERVEIS	11,08	25.328.420,30	33,40	3,82
Venda i reparació de vehicles a motor	6,46	571.390,24	0,75	0,69
Comerç a l'engròs	10,96	11.777.625,70	15,53	5,44
Comerç al detall	6,08	995.466,50	1,31	0,88
Hotels i càmpings	62,78	1.639.348,97	2,16	11,20
Transports	9,91	4.688.919,46	6,18	6,20
Correus i telecomunicacions	7,52	1.548.739,40	2,04	3,73
Activitats immobiliàries	6,21	2.469.411,03	3,26	2,68
Activitats informàtiques	9,68	1.284.387,95	1,69	8,23
Serveis audiovisuals	18,49	353.131,00	0,47	3,10
Total empreses	7,83	75.823.423,30	100,00	5,20

FONT: Institut Nacional d'Estadística, Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses, octubre 2007.

L'any 2007 el 7,8% de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats ha efectuat vendes per Internet, el valor de les quals supera els 75.800 milions d'euros i representa el 5,2% del total de les seves vendes. La distribució d'aquest volum de negoci per grans sectors econòmics, però, és molt diferent a la de les compres, ja que en aquest cas el terciari aporta un terç (33,4%) del valor total esmentat i el principal protagonisme correspon a la indústria –que genera el 64,3% de les vendes a través de la xarxa–, mentre que el percentatge assolit per la construcció és tan sols del 2,2%.

Per subsectors, la branca del terciari que genera un major volum econòmic mitjançant les vendes per Internet és –amb diferència– el comerç a l'engròs (el 15,5% del total), mentre que en aquest indicador els percentatges del comerç al detall (1,3%) i la venda i reparació de vehicles de motor (0,75%) són modestos. A la resta del terciari, destaca la intensitat de l'ús del comerç electrònic per part dels hotels i càmpings: el 62,8% de les empreses d'aquesta branca efectua vendes a través de la xarxa, que ja representen l'11,2% del total de les seves vendes. Així mateix, cal destacar l'elevat percentatge d'empreses dels serveis audiovisuals que utilitzen Internet per a vendre (18,5%).

Catalunya

El comerç electrònic es troba en ple auge a Catalunya. Durant l'any 2007, 1.297.565 de catalans, el 18,3% de la població, han utilitzat Internet per realitzar les seves compres, la qual cosa suposa un increment del 22,9% respecte de l'any anterior, segons el que es desprèn de les dades que publica l'Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a les llars de Catalunya.

PERFIL DELS COMPRADORS PER INTERNET A CATALUNYA. 2007

	Persones que han comprat per Internet els darrers 12 mesos	Pes s/total (en %)
Per sexe		
Home	706.229	54,4
Dona	591.336	45,6
Per edats		
De 16 a 24	249.325	19,2
De 25 a 44	752.765	58,0
De 45 a 64	273.942	21,1
De 65 a 74	21.533	1,7
Per nacionalitat		
Espanyola	1.210.180	93,3
Estrangera	87.385	6,7
Per nivell d'educació		
Educació primària	33.046	2,5
Primera etapa d'educació secundària	173.627	13,4
Segona etapa d'educació secundària	372.643	28,7
Formació professional de grau superior	192.422	14,8
Educació universitària de grau superior	525.827	40,5
Per situació laboral		
Ocupat/ada	1.028.543	79,3
Treballador/ra per compte aliè	853.879	65,8
Treballador/ra per compte propi	174.664	13,5
No treballador	269.022	20,7
Aturat/ada	39.012	3,0
Estudiant	146.108	11,3
Feines de la llar	32.093	2,5
Pensionista	28.534	2,2
Altra situació laboral	23.275	1,8
CATALUNYA	1.297.565	100,0

FONT: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de l'INE

El sector masculí segueix sent el que utilitza més sovint el comerç electrònic (54,4% del total), tot i que durant aquest any el diferencial entre homes i dones s'ha reduït en 4,2 punts percentuals. Per edats cal destacar que la població entre 25 i 44 anys és la que recorre en més ocasions a les compres *online*, i representa un 58% dels adquirents. A més, els compradors per Internet són en gran majoria de nacionalitat espanyola (93,3%), mentre que el percentatge dels estrangers (6,7%) és clarament inferior al seu pes sobre la població (11,9%), fet que probablement expliquen factors socioeconòmics que dificulten el seu accés a les TIC. La relació entre nivell de formació i comerç electrònic queda reflectida en el fet que són els titulats universitaris els que tenen una tendència major a l'ús de la xarxa per a les seves compres (40,5% del total), seguits d'aquells que han cursat la segona etapa dels estudis secundaris (28,7%). Les dades mostren també que el 79,3% dels compradors *online* són ocupats, dels quals el 83% treballen per compte aliè mentre que la resta són autònoms. Pel que fa al col·lectiu no treballador, destaquen els estudiants, amb un percentatge de l'11,3% dels compradors, mentre que altres segments com la població aturada, els pensionistes o les persones que es dediquen a les feines de la llar assolixen percentatges netament inferiors al seu pes poblacional.

Pel que fa als tipus de productes adquirits a través d'Internet, un any més cal destacar el pes dels productes de vacances, com ara viatges o allotjaments, que han estat objecte de compra del 62,9% dels compradors *online*, percentatge lleugerament inferior al del 2006 (65,2%). Així mateix, també destaquen les entrades per a espectacles com a segon producte de més demanda via Internet (25,8%). D'altra banda, els productes financers com valors, accions o assegurances (3,0%) i les loteries i apostes (3,2%) repeteixen un any més com a productes menys comprats, i destaca en el primer grup el fort descens que han experimentat respecte al percentatge de l'any anterior (6,6%).

PRODUCTES O SERVEIS ADQUIRITS A TRAVÉS D'INTERNET ELS DARRERS 12 MESOS. CATALUNYA 2007
EN PERCENTATGE SOBRE EL TOTAL DE COMPRADORS

	Productes per a llar	Vídeos o música	Llibres, revistes, etc.	Roba o material esportiu	Programari d'ordinador	Material informàtic
Per sexe						
Home	6,5	11,0	13,8	10,6	19,6	20,8
Dona	4,5	4,0	8,4	7,9	9,2	5,0
Per nivell d'educació						
Educació primària	9,7	0,0	0,0	11,9	0,0	0,0
Primera etapa d'educació secundària	4,3	4,4	5,6	20,0	6,9	19,0
Segona etapa d'educació secundària	3,0	6,9	7,3	8,3	16,1	10,6
Formació professional de grau superior	12,5	13,8	10,3	11,6	18,8	23,1
Educació universitària de grau superior	5,0	7,9	17,2	5,6	16,1	11,3
Per situació laboral						
Ocupat/ada	5,6	7,1	12,0	8,4	15,9	15,5
Treballador/ra per compte aliè	6,3	8,1	11,5	8,5	14,5	16,5
Treballador/ra per compte propi	2,6	2,6	14,8	8,0	22,8	10,4
No treballador	5,2	10,3	8,6	12,9	10,9	6,5
Aturat/ada	11,9	16,3	23,9	27,7	15,8	7,8
Estudiant	0,0	7,2	6,7	14,0	5,1	7,4
Feines de la llar	16,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Pensionista	0,0	12,3	0,0	0,0	41,4	12,3
Altra situació laboral	17,8	31,5	17,8	15,1	16,4	0,0
CATALUNYA	5,5	7,8	11,3	9,4	14,9	13,6

	Equipament electrònic	Accions o valors, assegurances, etc.	Viatges o allotjament de vacances	Entrades a espectacles	Loteries o apostes	Altres productes
Per sexe						
Home	16,4	3,5	56,5	28,1	4,5	7,0
Dona	10,7	2,4	70,6	23,1	1,6	6,9
Per nivell d'educació						
Educació primària	10,8	0,0	48,3	9,9	0,0	0,0
Primera etapa d'educació secundària	7,3	2,3	33,2	14,4	3,3	7,8
Segona etapa d'educació secundària	11,7	1,7	65,0	24,5	6,1	8,3
Formació professional de grau superior	21,6	5,5	60,3	27,6	3,0	2,1
Educació universitària de grau superior	14,7	3,5	73,2	30,8	1,3	8,0
Per situació laboral						
Ocupat/ada	12,6	2,7	63,7	27,0	3,6	8,1
Treballador/ra per compte aliè	13,2	2,5	63,0	27,8	4,3	7,6
Treballador/ra per compte propi	10,1	4,0	67,3	23,0	0,0	10,6
No treballador	18,1	4,1	59,9	21,1	1,5	2,5
Aturat/ada	0,0	11,9	83,7	44,5	0,0	8,1
Estudiant	16,1	4,3	53,6	17,4	0,0	0,0
Feines de la llar	20,8	0,0	79,2	10,0	0,0	0,0
Pensionista	39,1	0,0	28,6	23,7	0,0	12,0
Altra situació laboral	31,5	0,0	71,4	17,8	17,8	0,0
CATALUNYA	13,8	3,0	62,9	25,8	3,2	7,0

FONT: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de l'INE

Les dones tenen una major tendència a la compra de viatges i allotjament (70,6%), mentre que els homes també en compren en la seva majoria (56,5%) però diversifiquen més les seves adquisicions i assolixen percentatges significatius en entrades per a espectacles (28,1%), material informàtic (20,8%) o programari per a ordinador (19,6%). Per situació laboral, s'observa que el sector dels ocupats segueix la mateixa pauta de consum que la mitjana de Catalunya, amb predomini de les compres de viatges i allotjament (63,7%), seguit de les entrades per a espectacles (27,0%). Pel que fa als no treballadors, destaca la major propensió dels aturats a la compra de productes de vacances (83,7%) i béns culturals com les entrades per a espectacles (44,5%) o les revistes i llibres (23,9%), a més d'altres béns com roba o material esportiu (27,7%). Les persones que es dediquen a les feines de la llar concentren les seves compres en quatre grups concrets: viatges i allotjament (79,2%), equipament electrònic (20,8%), productes per a la llar (16,5%) i entrades per a espectacles (10,0%). Finalment, en el segment dels pensionistes els principals components de les seves compres per Internet són el programari per a ordinador (41,4%) i l'equipament electrònic (39,1%), i per tant l'adquisició de les eines bàsiques de la tecnologia digital.

Barcelona

El nombre d'usuaris del comerç electrònic a la ciutat continua amb la tendència creixent dels últims anys. Així, segons dades de l'Òmnibus municipal de desembre del 2007, el 33,1% dels barcelonins afirma haver comprat alguna vegada per Internet, xifra que suposa un notable creixement del 7% respecte de l'any anterior.

Pel que fa al perfil de l'adquirent, segons l'enquesta del 2007 els homes són els que més compren per via electrònica –ho fa un 40,7%, per un 26,5% de les dones–, mentre que per grups d'edat els usuaris més freqüents de l'*e-commerce* són les persones entre 25 i 34 anys, dels quals el 66,3% dels enquestats assegura haver fet compres per Internet algun cop. A més, les persones que disposen d'un alt nivell d'estudis són també les que utilitzen més sovint la xarxa per realitzar les seves adquisicions, amb un percentatge del 59,7%. Tot i la tendència a l'alça en la participació en el comerç electrònic, el 68,6% dels enquestats afirma que compra per Internet de manera ocasional, mentre que els que ho fan setmanalment només representen el 2,7% del total.

Per productes, l'oci continua sent el principal destí de les compres per Internet dels barcelonins, amb un 82,8% dels usuaris de l'*e-commerce* –fet que suposa un increment de quasi 1 punt percentual respecte al juny de l'any anterior–, seguit dels aliments (9,9%). Cal destacar que dins de l'apartat d'oci, els viatges segueixen erigint-se un any més com el producte amb més demanda, amb un 44,5% del total, la qual cosa suposa un augment de 2,2 punts percentuals respecte a juny del 2006

11. BARCELONA, CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

L'any 2007 ha estat per a Barcelona un any excepcional pel seu posicionament com a ciutat de compres internacional, tant gràcies al seu creixement com també al seu lideratge dins de l'Estat espanyol.

En relació amb el lideratge, any rere any es guanya participació; aquesta vegada s'ha aconseguit arribar al 23,98% (enfront del 21,25% de l'any 2006), és a dir, 2,73 punts més i un increment del 12,8% respecte a l'any anterior, la qual cosa ha permès més que doblar la ciutat que ocupa el segon lloc, Madrid. La veritat és que tant l'any 2006 com el 2007 es poden considerar com a anys excepcionals. Si l'any 2006, quan es feia la comparativa amb Madrid, l'avantatge era de 43 punts sobre 100, a finals del 2007 l'avantatge ha estat de 50 punts. Barcelona ha duplicat així la despesa internacional que els turistes i visitants estrangers fan a Madrid. Això vol dir que el model turístic de Barcelona estimula la despesa per part dels visitants, i precisament s'ha experimentat un creixement quant a nombre de turistes del 6%. Podem dir, per tant, que ha augmentat el nombre de turistes però que la despesa ha crescut un percentatge molt superior al creixement de visitants estrangers.

La despesa atribuïble als turistes internacionals mitjançant la utilització de targeta de crèdit ha augmentat el 30,37% i s'ha arribat als 1.428 milions d'euros, als quals cal afegir els 632 milions corresponents a la retirada de diners en efectiu en caixers automàtics de bancs i caixes ubicats als

carrers més comercials i turístics de la ciutat. La suma dóna una xifra de 2.060 milions d'euros, la qual cosa ens indica la importància de la despesa turística realitzada directament per part dels estrangers a la nostra destinació, la ciutat de Barcelona. El creixement del 30,37% és molt significatiu, si es té en compte que el 2006 el creixement també va superar el 30%. Òbviament, el creixement extraordinari ha estat fruit, d'una banda, de l'increment del nombre de turistes i visitants, al qual cal afegir els efectes d'Internet a l'hora de contractar els viatges i, sobretot, les estades als hotels; i, de l'altra, de la utilització cada vegada més estesa de la targeta de crèdit per fer front a les despeses extraordinàries, promogudes pels impactes i estímuls de les activitats econòmiques terciàries que ofereix la ciutat de Barcelona als nostres visitants internacionals, entre les quals el comerç i els serveis tenen un paper cabdal.

ESPANYA - COMPRES PER PROVÍNCIA

PROVÍNCIA	IMP. OPER.	% sobre total	% Incre. any anterior	NRE. OPER.	% sobre total	% Incre. any anterior
BARCELONA	1.428.910.588,72	23,98	30,37	21.518.318,00	30,97	17,54
MADRID	710.441.080,65	11,92	13,13	7.633.430,00	10,99	8,21
MÀLAGA	590.685.212,00	9,91	9,32	4.414.660,00	6,35	6,67
ILLES BALEARS	584.496.189,15	9,81	18,76	5.769.898,00	8,30	36,39
GIRONA	527.058.016,33	8,85	15,20	6.903.544,00	9,94	14,55
ALACANT	361.639.159,99	6,07	7,50	3.209.938,00	4,62	6,58
TENERIFE	239.533.737,48	4,02	8,04	1.945.867,00	2,80	4,83
GRAN CANÀRIA	215.230.437,61	3,61	3,70	2.023.629,00	2,91	4,37
VALÈNCIA	141.392.263,70	2,37	28,80	1.395.303,00	2,01	21,96
TARRAGONA	136.049.981,53	2,28	5,95	1.542.487,00	2,22	7,93
LLEIDA	131.075.671,14	2,20	2,83	1.786.594,00	2,57	1,11
GUIPÚSCOA	97.283.479,36	1,63	15,11	1.299.037,00	1,87	7,29
CADIS	96.293.115,89	1,62	16,86	866.918,00	1,25	15,60
MÚRCIA	82.884.161,03	1,39	21,19	694.724,00	1,00	20,84
SEVILLA	82.526.000,78	1,38	10,52	909.874,00	1,31	11,05
GRANADA	55.571.022,80	0,93	10,81	634.176,00	0,91	2,42
BISCAIA	49.281.865,60	0,83	18,30	640.975,00	0,92	14,86
ALMERIA	40.135.670,18	0,67	2,33	381.739,00	0,55	5,40
NAVARRA	38.830.232,11	0,65	-9,60	934.937,00	1,35	-1,77
CASTELLÓ	30.731.600,17	0,52	4,82	401.091,00	0,58	6,21
TOTAL 20 PRIMERS	5.640.049.486,22	94,65	15,85	64.907.139,00	93,42	13,31
TOTAL	5.958.795.245,10	100,00	15,84	69.477.666,00	100,00	13,64

BARCELONA. COMPRES PER PAÏSOS

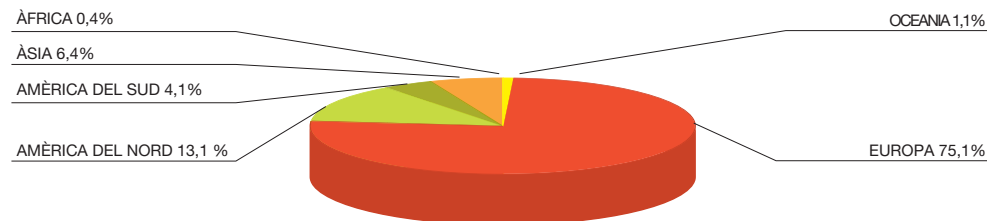
PAÍS	IMP. OPER.	% sobre total	% Incre. any anterior	NRE. OPER.	% sobre total	% Incre. any anterior
FRANÇA	246.791.517,16	17,27	37,7	6.872.676	31,94	17,24
REGNE UNIT	174.432.187,78	12,21	23,46	1.699.636	7,9	8,59
ITÀLIA	148.587.906,44	10,4	46,73	1.344.539	6,25	31,75
ESTATS UNITS	139.275.570,87	9,75	16,59	1.767.763	8,22	13,68
ALEMANYA	90.082.289,92	6,3	22,28	1.262.075	5,87	10,89
HOLANDA	70.761.291,51	4,95	34,25	948.488	4,41	14,66
SUISSA	43.372.463,16	3,04	26,35	461.767	2,15	10,47
PORTUGAL	42.432.113,97	2,97	56,47	533.479	2,48	44,93
JAPÓ	38.274.641,83	2,68	2,86	1.342.776	6,24	8,53
BÈLGICA	34.763.897,76	2,43	17,9	581.360	2,7	7,69
ANDORRA	29.232.448,95	2,05	17,82	482.779	2,24	-0,42
BRASIL	23.682.202,62	1,66	52,82	324.317	1,51	55,05
RÚSSIA	23.676.241,38	1,66	61,51	209.567	0,97	58,08
SUÈCIA	23.665.496,10	1,66	19,94	313.756	1,46	13,14
NORUEGA	20.428.138,81	1,43	23,45	208.564	0,97	14,41
MÈXIC	18.915.920,59	1,32	10,74	254.386	1,18	13,77
IRLANDA	18.685.188,14	1,31	23,41	149.344	0,69	13,67
CANADÀ	18.592.625,54	1,3	33,57	216.369	1,01	30,52
DINAMARCA	17.590.583,28	1,23	37,16	240.002	1,12	30,18
VENEÇUELA	13.970.590,69	0,98	114,04	212.027	0,99	91,5
ÀUSTRIA	13.936.572,25	0,98	39,25	142.538	0,66	33,98
AUSTRÀLIA	12.696.330,14	0,89	34,75	128.301	0,60	18,12
FINLÀNDIA	12.125.471,53	0,85	49,15	168.846	0,78	38,68
GRÈCIA	8.868.072,08	0,62	75,54	55.928	0,26	52,15
TURQUIA	8.170.043,43	0,57	18,35	70.949	0,33	10,15
ESTAT ESPANYOL	6.895.943,49	0,48	4,24	197.620	0,92	-1,16
POLÒNIA	6.691.050,75	0,47	88,22	92.735	0,43	59,70
REPÚBLICA DE COREA	6.034.292,59	0,42	51,98	62.824	0,29	41,54
ROMANIA	5.923.469,63	0,41	126,70	70.802	0,33	107,78
ARGENTINA	5.263.521,90	0,37	36,89	88.312	0,41	36,09
TOTAL 30 PRIMERS	1.323.818.084,29	92,65	30,02	20.504.525,00	95,29	17,04
TOTAL	1.428.910.588,72	100,00	30,37	21.518.318	100,00	17,54

Quant a nacionalitats, segons les dades de l'any 2007, veiem que el primer lloc continua ocupat per França, amb el 17,27%, seguida del Regne Unit, amb el 12,21%. Els Estats Units perden la tercera posició davant d'Itàlia, que representa el 10,4% de la despesa total. Tot i que els Estats Units incrementen les seves operacions, aquestes representen el 9,75% del total. La cinquena posició l'ocupa Alemanya, com el 2006. La capitalitat de Barcelona amb relació al sud de França s'està consolidant com una realitat. També es pot observar el creixement constant d'Itàlia, tot confirmant la tendència apuntada el 2006.

Les tres primeres nacionalitats concentren el 39,88% de la despesa, és a dir, un 0,38% menys del que van experimentar l'any 2006. Es consolida així la tendència de l'any anterior a distribuir la demanda entre diferents nacionalitats, les quals ofereixen noves oportunitats de negoci.

Europa ha estat el nostre principal mercat, amb una participació del 75,1%. Òbviament, els bons enllaços aeris i el concepte de proximitat hi han tingut un paper cabdal.

DESPESES DEL TURISME INTERNACIONAL
Barcelona 2007



Cal tenir en compte que la Unió Europea incorpora cada any noves nacionalitats, la qual cosa afavoreix la potenciació europea en el rànquing continental. Després d'Europa, el 2007 l'Amèrica del Nord ocupa la segona posició, i cal dir que tant els Estats Units com el Canadà i Mèxic experimenten una tendència de creixement; el factor clau rau en els vols directes transoceànics que podien tenir com a destinació directa Barcelona. A continuació se situa el continent asiàtic, amb una participació que s'acosta al 7% i amb possibilitats de creixement molt importants, sobretot pel que fa referència a països amb companyies aèries pròpies i que tenen com a destinació final Barcelona. El gran repte continua sent l'Amèrica Llatina, ja que la seva participació és molt baixa, tot i que ha passat del 3,9% al 4,1%. Mèxic i Veneçuela, no obstant això, experimenten un creixement important respecte al 2006.

La contractació a través d'Internet ha afavorit l'increment de les despeses en destinació, sobretot en sectors com ara l'hostaleria i el transport. S'ha utilitzat l'instrument de pagament adient, la targeta de crèdit, i en el cas que ens ocupa la internacional. El 2007, la participació del comerç en la totalitat de la despesa realitzada per part dels turistes estrangers ha passat a ser del 31,73%, la qual cosa suposa un increment del 22,25% respecte a l'any anterior. Barcelona ha continuat consolidant el seu posicionament internacional com a ciutat de *shopping*.

COMERÇ ESPECIALITZAT, GRANS OPERADORS, TOTAL COMERÇ BARCELONA I TOTAL BARCELONA

	COMERÇ ESPECIALITZAT			GRANS OPERADORS			TOTAL COMERÇ			Total Barcelona	Incre.
	Import Oper.	%	Incre. (*)	Import Oper.	%	Incre. (*)	Import Oper.	%	Incre.		
GENER	20.225.096,66	73,1	54,490	7.425.187,89	26,9	-17,74	27.650.284,55	33,3	25,0	83.075.953,00	32,6
FEBRER	19.319.157,13	72,0	63,30	7.514.742,71	28,0	-16,25	26.833.899,84	30,3	29,0	88.469.935,00	33,9
MARÇ	23.440.262,65	74,6	61,718	7.975.456,42	25,4	-23,18	31.415.719,07	30,6	26,3	102.568.497,00	34,2
ABRIL	28.815.272,77	75,2	125,311	9.490.827,58	24,8	-47,98	38.306.100,35	31,5	23,4	121.469.990,00	30,0
MAIG	31.734.142,08	76,1	50,212	9.965.749,62	23,9	-26,81	41.699.891,70	31,4	20,0	132.878.996,00	26,1
JUNY	28.250.144,49	74,9	59,142	9.447.001,96	25,1	-22,41	37.697.146,45	29,0	26,0	129.792.877,00	36,3
JULIOL	35.313.069,01	74,1	56,776	12.327.865,39	25,9	-23,16	47.640.934,40	31,1	23,5	153.142.484,72	33,7
AGOST	36.026.234,29	73,4	69,78	13.066.788,84	26,6	-24,39	49.093.023,13	33,4	27,5	146.953.717,45	30,3
SETEMBRE	30.777.397,66	74,9	52,079	10.309.076,99	25,1	-33,46	41.086.474,65	32,4	15,0	126.906.459,00	22,8
OCTUBRE	33.702.397,20	75,7	55,431	10.792.154,12	24,3	-34,97	44.494.551,32	32,0	16,2	138.951.678,33	25,9
NOVEMBRE	27.181.390,16	74,9	51,956	9.088.294,37	25,1	-32,13	36.269.684,53	32,0	16,0	113.293.877,58	29,4
DESEMBRE	23.174.465,66	74,3	63,241	8.030.459,02	25,7	-25,84	31.204.924,68	34,1	24,7	91.406.123,91	34,0
TOTALS	337.959.029,76	74,54	61,83	115.433.604,91	25,46	-28,77	453.392.634,67	31,73	22,25	1.428.910.588,72	30,37

(*) Canvi metodològic a partir de gener de 2007: redistribució de la despesa per sectors econòmics

El comerç especialitzat ha experimentat un creixement espectacular del 61,83%, la qual cosa ha servit per compensar la davallada dels grans operadors, amb un creixement negatiu del 28,77%.

El mes líder en vendes ha estat l'agost, seguit del juliol i l'octubre; tots tres mesos han sobrepassat els 44 milions d'euros. Pel que fa al comerç especialitzat, el millor mes ha estat el maig, amb un 76,1%, seguit de l'octubre i l'abril. Quant als grans operadors, el millor mes ha estat el febrer, seguit del gener i l'agost.

D'altra banda, els mesos en els quals el comerç té una participació més alta en les despeses globals realitzades pels turistes internacionals són el desembre i l'agost, amb una participació del 34,1% i del 33,4% respectivament. Aquests dos mesos coincideixen amb la campanya de Nadal i les rebaixes d'estiu.

DESPESA PER PART DE TURISTES INTERNACIONALS AMB TARGETA VISA I MASTERCARD GLOBAL 2007

	1r TRIM.	2n TRIM.	3r TRIM.	4t TRIM.	TOTAL 2007	TOTAL 2006	Incre. 07/06 (*)
COMERÇ	85.899.903	117.703.139	137.820.432	111.969.161	453.392.635	370.879.918	22,25
RESTAURACIÓ	25.116.335	38.150.813	39.753.258	31.158.904	134.179.310	109.142.659	22,94
HOTELS	70.533.181	104.736.611	111.795.639	85.098.672	372.164.103	299.508.966	24,26
TRANSPORT / AUTOMOCIÓ	50.864.471	78.028.578	90.774.471	70.795.607	290.463.127	190.287.612	52,64
OCI / CULTURA	19.131.007	21.305.828	20.993.690	20.638.566	82.069.091	29.261.772	180,47
SERVEIS	18.498.316	19.980.007	21.247.653	20.232.513	79.958.489	28.904.285	176,63
ALTRES	4.071.172	4.236.887	4.617.519	3.758.257	16.683.834	68.056.421	-75,49
TOTAL 2007	274.114.385	384.141.863	427.002.662	343.651.680	1.428.910.589	-	
TOTAL 2006	205.135.067	294.099.476	330.652.671	266.154.418	-	1.096.041.631	33,37
Incre. 07/06 (%)	33,63	30,62	29,14	29,12	30,37		
Participació s/total 07 (%)	19,18	26,88	29,88	24,05	100,00		

	1r SEMESTRE	2n SEMESTRE	TOTAL 2007
COMERÇ	203.603.042	249.789.593	453.392.635
RESTAURACIÓ	63.267.148	70.912.162	134.179.310
HOTELS	175.269.792	196.894.311	372.164.103
TRANSPORT / AUTOMOCIÓ	128.893.049	161.570.078	290.463.127
OCI / CULTURA	40.436.835	41.632.255	82.069.091
SERVEIS	38.478.323	41.480.166	79.958.489
ALTRES	8.308.059	8.375.776	16.683.834
TOTAL 2007	658.256.247	770.654.341	1.428.910.589
TOTAL 2006	499.234.543	596.807.089	1.096.041.631
Incre. 07/06 (%)	31,85	29,13	
Participació s/ total 07 (%)	46,07	53,93	100,00

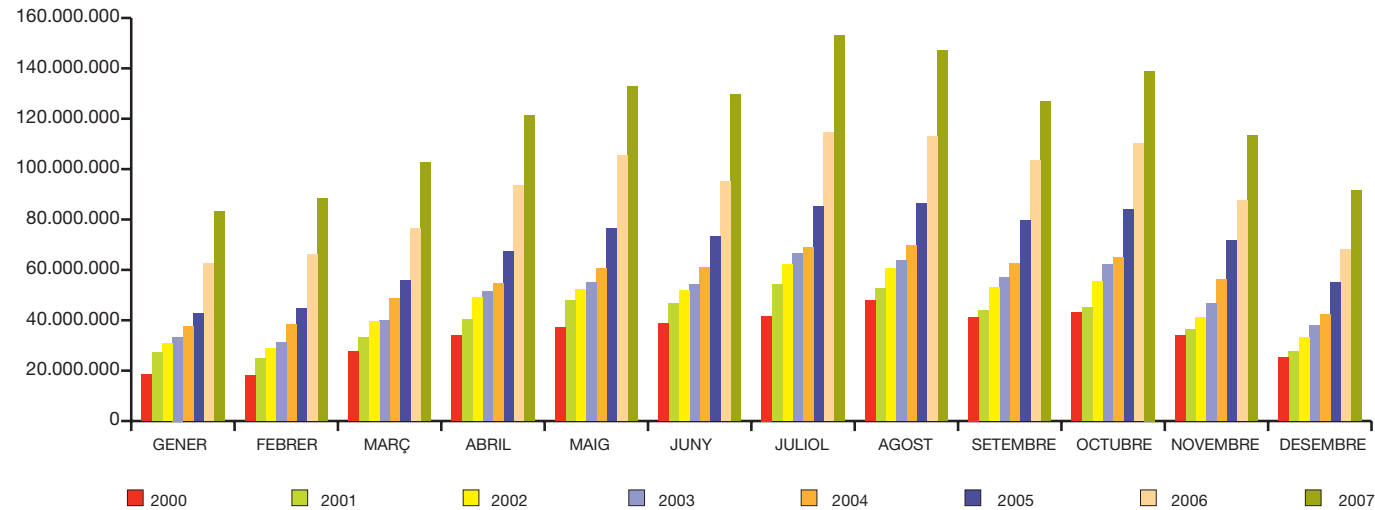
(*) Canvi metodològic a partir de gener de 2007: redistribució de la despesa per sectors econòmics (principalment reducció del sector «Altres»). No afecta el sector «Restauració».

Amb relació als trimestres de despesa i als sectors, cal analitzar les variacions que s'observen. En primer lloc, cal dir que el tercer trimestre s'emporta el lideratge, com ja és habitual, però amb relació a la lluita envers l'estacionalitat, tant el primer com el segon trimestre obtenen el creixement més important, del 33,63% i del 30,62% respectivament.

Per sectors, l'oci i la cultura són els que més han crescut, possiblement a causa de la contractació a través d'Internet. En definitiva, el tercer trimestre continua sent el de major despesa.

**BARCELONA. DESPESES DE TURISTES INTERNACIONALS AMB TARGETES DE CRÈDIT VISA I MASTERCARD
(NO INCLOU LES TARGETES CANALITZADES A TRAVÉS DEL GRUP 4B)**

Despeses



Ningú no posa en dubte la importància del *shopping* el mes de desembre, i des de Turisme de Barcelona es considera que el posicionament de la ciutat com a ciutat de compres internacional es consolidarà quan s'aconsegueixi que els turistes internacionals es desplacin a Barcelona per fer-hi compres durant la campanya de Nadal.

Per aquest motiu, amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona i del COPCA es va programar un conjunt d'accions publicitàries a Alemanya; van escollir-se les ciutats de Frankfurt i Munic.

Els mitjans escollits van ser els diaris de màxima difusió de les esmentades ciutats, amb un total de setze insercions publicitàries. Concretament, els diaris seleccionats van ser el *Frankfurter Allgemeine Zeitung* i el *Frankfurter Presse* a Frankfurt, i el *Süddeutsche Zeitung* a Munic. Així mateix, tot continuant les passes d'anys anteriors, van escollir-se els webs de les principals revistes i diaris relacionats amb el turisme, l'oci i els viatges.

27 FROM FLIGHT
BARCELONA >> FRANKFURT 2

SCHENKEN SIE SICH EINEN EINKAUFBSUMMEL IN BARCELONA.

Vielleicht werden Sie mehr Geschenke kaufen als Sie denken, denn in Barcelona finden Sie schönste und einmalige Geschäfte, das es Ihnen schwer fallen wird, sich zu beherrschen. Außerdem wird Sie Gaudís Architektur überraschen, sowie die Gasthöfe des gotischen Viertels und die vorzügliche Gastronomie direkt am Strand. Genießen Sie einen Stadtpaziergang durch Barcelona, während Sie Ihre Weihnachtseinkäufe erledigen. Worauf warten Sie noch? Buchen Sie Ihren Flug jetzt!!

Ajuntament de Barcelona
Comarques de Catalunya
Generalitat de Catalunya

BarcelonaTurisme Shopping Line
barcelonaturisme.cat

27 FROM FLIGHT
BARCELONA >> MÜNCHEN 2

SCHENKEN SIE SICH EINEN EINKAUFBSUMMEL IN BARCELONA.

Vielleicht werden Sie mehr Geschenke kaufen als Sie denken, denn in Barcelona finden Sie schönste und einmalige Geschäfte, das es Ihnen schwer fallen wird, sich zu beherrschen. Außerdem wird Sie Gaudís Architektur überraschen, sowie die Gasthöfe des gotischen Viertels und die vorzügliche Gastronomie direkt am Strand. Genießen Sie einen Stadtpaziergang durch Barcelona, während Sie Ihre Weihnachtseinkäufe erledigen. Worauf warten Sie noch? Buchen Sie Ihren Flug jetzt!!

Ajuntament de Barcelona
Comarques de Catalunya
Generalitat de Catalunya

BarcelonaTurisme Shopping Line
barcelonaturisme.cat

Quant als resultats obtinguts, les dades se sustenten en la utilització de les targetes de crèdit per part de turistes i visitants alemanys durant els mesos de desembre del 2007 i gener del 2008, així com en les xifres referents a tot l'any 2007.

El mes de desembre, les compres o, més ben dit, les despeses mitjançant la utilització de les targetes de crèdit han estat de 5.635.194 euros, la qual cosa representa un increment del 29,87% respecte a l'any anterior. Cal tenir en compte que la mitjana de creixement de l'any ha estat del 21,93%. Quant al mes de gener, el creixement ha estat francament positiu, és a dir, del 36,14%, i la participació ha passat a ser del 6,61%. La participació alemanya l'any 2007 ha estat del 6,30%.

Aquestes xifres denoten el fort impacte que ha obtingut la campanya realitzada per Turisme de Barcelona en aquestes ciutats.

TENDÈNCIES I PERSPECTIVES

L'economia mundial està immersa en un període d'alentiment de l'expansió, a causa de l'augment del preu del petroli i d'altres matèries bàsiques i de l'extensió a la major part dels mercats de la crisi financera sorgida de les hipoteques *subprime* americanes.

A Espanya s'ha crescut el 3,8%, resultat que implica, comparat amb la zona de l'euro, una continuïtat en el creixement. També són positius els resultats en matèria de control de les finances públiques i la creació d'ocupació: al final del 2007 s'ha assolit la xifra de 20,5 milions d'ocupats, tot i que durant el quart trimestre de 2007 el creixement del PIB s'ha desaccelerat tres dècimes, fins al 3,5%, a causa principalment de la reducció de la demanda nacional. Es preveu que durant l'any 2008 la desacceleració continuï, com a conseqüència de la pèrdua d'impuls del sector de la construcció i el menor consum de les llars derivat de l'endeutament i de l'alça de preus bàsics.

Quant a l'economia catalana, en el conjunt de l'any 2007 la Cambra de Comerç situa el creixement del PIB en el 3,5%, mentre que en el quart trimestre de l'any 2007 ha estat del 3,3%, a causa de la falta d'impuls de la construcció i la indústria. En canvi, el ritme de creixement dels serveis es manté força estable, agafa el relleu a la construcció i esdevé, així, el sector més dinàmic.

Durant el 2007, el PIB de Barcelona ha crescut per sobre del 3,7%, segons l'Institut d'Estadística de Catalunya, xifra que suposa un major creixement respecte a la zona euro. En concret, l'economia de Barcelona ha obtingut un bon creixement i ha mantingut la capacitat de generar llocs de treball.

El motiu d'aquest bon comportament respecte a la zona euro és que Barcelona ha aconseguit una economia diversificada en què el sector més destacat és el terciari, i ha assolit un increment del PIB superior al 4% en termes reals.

El sector dels serveis representa el 83,7% de l'ocupació a la ciutat, mentre que la indústria en representa l'11% i la construcció el 6%. Per tant, els efectes de la desacceleració en el sector de la construcció afectaran en menor grau Barcelona. Cal remarcar que el subsector de serveis a les empreses i el comerç és l'activitat terciària amb més pes a la ciutat.

En canvi, els resultats obtinguts per la indústria metropolitana, igual que la catalana i l'espanyola, demostren que passa per un moment de poc impuls com a conseqüència de la creixent competència de països emergents.

Quant a les exportacions, el Port de Barcelona se situa com a centre logístic de referència del sud d'Europa, superant els 50 milions de tm/any. La quantitat de contenidors ha augmentat el 12,6%.

D'altra banda, des d'un punt de vista turístic, els anys 2006 i 2007 han estat excepcionals. El model turístic de Barcelona estimula la despesa per part dels visitants, els quals han experimentat un creixement del 6%. Per tant, creix el nombre de turistes i alhora la despesa creix un percentatge molt superior al creixement de visitants estrangers. Aquest factor afavoreix que el sector terciari sigui l'únic sector capaç de generar ocupació.

Així mateix, està previst que al llarg de 2008 el PIB de Barcelona oscil·li entre l'1,5% i el -1,8%, segons previsions del tercer trimestre del 2008.

Edita:

Ajuntament de Barcelona
Promoció Econòmica

Redacció i coordinació:

Direcció de Serveis d'Estudis d'Activitats
Econòmiques i Ocupació
Direcció de Comerç i Consum

Col·laboració:

Turisme de Barcelona
Districtes de Barcelona
Institut Municipal de Mercats

Producció:

Disseny, maquetació i producció multimèdia: UAN•TU•TRI
estudi@uan-tu-tri.com

Dipòsit legal: B-51269-08