

El Comerç a Barcelona



Ajuntament de Barcelona
Promoció Econòmica

09

Síntesi	7
El sector terciari a Barcelona	10
El comerç a Barcelona	15
1. Ocupació al comerç 2009	16
Anàlisi per branques	19
2. Facturació i PIB	22
3. Centres de cotització del comerç 2009	25
Anàlisi per branques	29
Dimensió empresarial del sector comercial	31
4. El sector de l'hostaleria	34
Ocupació	34
Centres de cotització	39
5. Valoració qualitativa del comerç	44
5.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal	44
Pagaments dels productes	50
Hàbits de compra	51
Compra a zones comercials	57
Compra per internet	60
5.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona	61
Les característiques	61
El personal	66
Els horaris i les vendes	68
Els serveis	69
Opinió sobre la conjuntura en el sector comercial	70
Perspectives de futur	72
Intenció d'obrir en diumenge	74
Els establiments de titularitat no espanyola	75

5.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració	76
Característiques dels establiments	77
Els horaris i les vendes	79
Els serveis	79
El personal	81
Opinió sobre la marxa del sector de la restauració	82
6. Promoció del comerç	88
6.1. Premi “Barcelona, la millor botiga del món”	88
Premi a “la millor iniciativa comercial de l’any”	89
Premi a “la millor iniciativa agrupada per a la dinamització de la ciutat”	90
Premi a “tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat”	91
Premi a “l’establiment de l’any”	92
6.2. La campanya de promoció del comerç	93
6.3. El comerç a les escoles. Curs 2009-2010	93
6.4. Els eixos comercials de Barcelona	95
Eixos comercials al Districte de Ciutat Vella	96
Eixos comercials al Districte de l'Eixample	97
Eixos comercials als Districtes de Sants-Montjuïc i Les Corts	98
Eixos comercials al Districte de Sarrià-Sant Gervasi	99
Eixos comercials al Districte de Gràcia	100
Eixos comercials als Districtes Horta-Guinardó, Nou Barris i Sant Andreu	101
Eixos comercials al Districte de Sant Martí	102
6.5. Activitats promocionals dels eixos comercials de Barcelona	103
6.6. Estudis d’afluència i perfil dels visitants als eixos comercials	104
6.7. El Web	105

7. Els mercats municipals	106
Renovat impuls als mercats de la ciutat	106
Projectes més destacats	107
Conjunt d'actuacions incloses en els Fons Estatal	108
Afluència de públic als mercats	109
Rejuveniment d'operadors	113
Promoció i comunicació	114
Relacions públiques i visites organitzades	118
Actuacions exteriors i assessoraments	118
Estudis i actuacions comercials de mercats	119
Ubicació dels mercats municipals a Barcelona	120
8. El comerç electrònic	121
Espanya	124
Catalunya	127
Barcelona	136
9. Barcelona ciutat de compres internacionals	137



Jordi Hereu
Alcalde de Barcelona

Una de les prioritats de l'Ajuntament de Barcelona és impulsar el comerç de proximitat, perquè reforça el teixit social de la ciutat i és bàsic per a la cohesió dels barris i l'activitat econòmica. És el tipus de comerç, divers i proper, que sempre s'ha integrat de manera natural en la trama urbana d'una ciutat mediterrània com la nostra. No debades és en aquestes botigues i als mercats on els usuaris se senten més ben atesos.

És per això que els darrers anys estem afavorint activament l'adequació dels espais públics per potenciar la presència d'aquest teixit comercial i donem suport a l'emprenedoria i la modernització que fa competitiu el sector. Un sector que incrementa el seu pes en l'estructura ocupacional de la ciutat -dada destacable en el context econòmic actual-.

El 2009 és l'equador del Pla d'Actuació Municipal 2007-2011. Cal, doncs, parar atenció als indicadors que reflecteix aquest Informe de Comerç per saber on som i resoldre amb eficiència els projectes que vàrem engegar fa uns anys.

Durant el 2009 es van començar a materialitzar alguns de les iniciatives més transcendents pel que fa a la futura definició del comerç de Barcelona, accions de dimensió i complexitat extraordinàries, com les remodelacions dels mercats de Sant Antoni, del Ninot i Sants, així com el projecte del mercat del Encants.

Tots ells són bona mostra del compromís de Barcelona de continuar potenciant la tasca de difusió i promoció del comerç de proximitat i dels 24 eixos comercials de la ciutat, tot reafirmant el nostre lideratge a l'Estat espanyol com a ciutat de compres internacional. És per tot això que el sector està plenament preparat per superar amb èxit els reptes que planteja el moment actual i, alhora, es confirma com a model de comerç creatiu i de qualitat que sedueix els barcelonins i els visitants.



Roger Pallarols
Regidor de Comerç

Em plau presentar l'informe de l'evolució del comerç de Barcelona durant l'any 2009, en el qual es mostren i s'analitzen les principals dades de l'activitat comercial de la ciutat.

Els resultats d'aquest informe confirmen el continu creixement estructural del sector terciari que la ciutat experimenta des de fa anys, i cal destacar que, tot i els ajustos de la demanda interna, els serveis amb alt contingut tecnològic han seguit creant ocupació.

Pel que fa al nombre d'assalariats, el comerç representa el volum més gran d'ocupació al sector terciari, amb un 15,24%, només per darrere dels serveis a les empreses.

Tot i un lleuger descens en la despesa atribuïble al turisme, Barcelona es referma en el seu lideratge a l'Estat espanyol com a ciutat on els visitants estrangers generen més ingressos al sector del comerç, i l'hostaleria manté el seu pes dins el sector serveis de la ciutat.

Com a conseqüència del canvi global en el cicle econòmic, s'ha produït una reducció de la facturació del comerç a la ciutat. En contrast a aquest fet, cal destacar l'augment significatiu del comerç digital. A Barcelona un 36,1% afirmen haver comprat per internet, un percentatge en alça constant des que les xifres d'aquest comerç es tenen en compte.

Des de la Regidoria de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona continuem treballant en iniciatives per difondre la diversitat i la qualitat de serveis que ofereix el teixit comercial de Barcelona. Alhora, promovem iniciatives amb altres àrees municipals, per tal d'oferir les plataformes econòmiques i l'entorn urbà que afavoreixin la dinamització del sector, amb l'objectiu que el comerç de proximitat sigui efectivament proper al ciutadà i al visitant.

Tots aquests projectes i la incansable tasca de promoció ens omplen de confiança a l'hora de projectar el futur del comerç de Barcelona i buscar les complicitats d'un sector econòmic cabdal a la nostra ciutat.



Síntesi

SÍNTESI

- Al final del 2009, el sector terciari incrementa el seu pes dins l'estructura ocupacional de la ciutat fins assolir el 85,7% dels assalariats de Barcelona. Per tant, continua la tendència estructural a la terciarització que l'economia barcelonina està experimentant des de fa dècades.
- El 2009 el comerç ocupa 151.724 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 92.906 treballen al sector minorista (el 61,2% del total) i 58.818 (el 38,8%) al majorista.
- El pes del comerç en el conjunt de treball de la ciutat se situa a finals del 2009 en un 15,2%, que es distribueix entre un 9,3% del comerç minorista i un 5,9% del majorista, el que mostra la importància cabdal d'aquest sector en l'economia barcelonina.
- La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha reduït un 6,6% l'any 2009 i ha assolit un volum de negoci de 36.249,3 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un decrement del 5,3% respecte a l'any anterior.
- Barcelona compta a finals de l'any 2009 amb 16.650 centres de cotització al comerç, dels quals 10.781 (64,8%) pertanyen al comerç minorista i 5.869 (35,2%) al majorista, i representa el 22,6% del total, seguit dels serveis a les empreses (17,6%) i l'hostaleria (9,4%).
- L'any 2009 l'hostaleria a Barcelona compta amb un total d'afiliats a la Seguretat Social de 65.456, dels quals 55.394 són assalariats i 10.062 autònoms (el 84,6% i el 15,4% respectivament), concentra el 6,6% de l'afiliació total de la ciutat.
- El grau de satisfacció amb l'oferta comercial de Barcelona és de 7,6 sobre 10, es manté una continuïtat en els resultats. En concret, un 77,3% dels compradors està molt o bastant satisfet, un 17,5% n'està satisfet i un 3,5% ho està poc o gens.
- El grau de satisfacció respecte dels horaris comercials obté l'any 2009 un 7,7 de mitjana. L'atenció personal per part dels comerciants obté una mitjana de 6,9, es manté força estable al llarg de les consultes amb una certa tendència a la baixa

- El 48,5% dels compradors, se senten millor atesos a la botiga de barri i la botiga especialitzada, i en ordre decreixent seguirien el mercat municipal (23,8%), amb una lleu recuperació respecte l'any anterior.
- Un 53,4% dels barcelonins afirma comprar a alguna zona comercial de la ciutat, per un 45,1% que no hi sol anar. El que més es valora de les zones comercials on es va a comprar és la varietat, a força distància del segon més valorat, la proximitat.
- La situació econòmica està cada cop més present en les opinions dels responsables. El 55,8% dels responsables d'establiments comercials mostren estar molt, bastant o regular satisfets de la marxa del seu negoci. Tot i que el 2009 són menys satisfets que el 2008 (61,6%).
- El grau de satisfacció general respecte a la marxa del negoci és de 2,6. Els comerços de titularitat espanyola (2,7) i europea (2,9) es mostren més satisfets que la mitjana.
- El 2009, el 58,3% dels responsables dels establiments del sector de restauració estan molt o bastant satisfets sobre la marxa del negoci, al 2008 eren el 33,5% i el 2007 el 21,1%.
- 1.608.764 catalans -el 28,6% de la població entre 16 i 74 anys- han comprat per Internet, la qual cosa suposa un significatiu increment del 23,2% respecte l'any anterior.
- A Barcelona, un 36,1% afirma haver comprat per Internet, percentatge a l'alça des de l'inici de la sèrie, amb lleus retrocessos però amb un creixement constant.
- La despesa atribuïble als turistes internacionals mitjançant la utilització de targeta de crèdit, ha experimentat un petit descens del 4,34% i s'ha arribat als 1.400 milions d'euros, als quals cal afegir els 578 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.



El Sector Terciari a Barcelona

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

La crisi econòmica iniciada l'any 2008 s'ha traduït en un procés de destrucció neta d'ocupació, que en la fase inicial de la recessió va afectar amb especial duresa la construcció i la indústria, però gradualment ha traslladat el seu impacte al conjunt de l'economia i està incidint amb força en el sector terciari.

Efectivament, durant el 2009 el nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social als serveis experimenta el segon descens consecutiu, després de més d'una dècada d'expansió, amb una pèrdua de més de 20.000 assalariats que suposen una caiguda percentual del 2,7%, que s'afegeix a la reducció -de magnitud similar- del 2008. Amb tot, la intensitat de la destrucció de llocs de treball al terciari és novament més moderada que la de la indústria (-10,1%), la construcció (-13,2%) i el conjunt de l'economia barcelonina (-4%).

L'anàlisi de la reducció global de l'ocupació assalariada als serveis el 2009 permet constatar evolucions clarament diferenciades per branques. Efectivament, tal com ja ha anat succeint des de l'inici de la crisi, els serveis vinculats a l'estat del benestar -ensenyament, sanitat i administració pública- han seguit generant ocupació malgrat les dificultats de la conjuntura, mentre que la resta de sectors han perdut afiliats, amb decrements especialment acusats al comerç i reparacions i els serveis a les empreses.

Afiliats al règim general de la Seguretat Social a Barcelona en el Sector Terciari 2008-2009

	2008	2009	Variació 2008/2009	
			Nombre	%
Comerç i reparacions	142.142	132.862	-9.280	-6,5
Hostaleria	56.892	55.394	-1.498	-2,6
Transport i comunicacions	41.841	40.332	-1509	-3,6
Intermediació financera	42.843	41.546	-1.297	-3,0
Servei a les emp. i immob.	224.912	214.284	-10.628	-4,7
Administració pública	78.827	79.447	620	0,8
Ensenyament	56.793	58.415	1.622	2,9
Activ. sanitàries, serv. soc.	78.956	80.965	2.009	2,5
Serv. Pers. i domèstics	51.601	50.978	-623	-1,2
Total Serveis	774.807	754.223	-20.584	-2,7

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona en base a les dades del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya.

Les dues branques que registren evolucions més favorables són l'ensenyament (2,9%) i les activitats sanitàries i serveis socials (2,5%) -que conjuntament generen més de 3.600 llocs de treball- mentre que l'administració pública experimenta un creixement més moderat (proper a l'1%). Fent una anàlisi més desagregada, cal remarcar com a element positiu que alguns serveis intensius en coneixement estratègics per a la ciutat han continuat guanyant assalariats al llarg del 2009, com també ho han fet les activitats artístiques i recreatives.

Com ja havia succeït el 2008, els serveis a les empreses són la branca més afectada per la caiguda de l'ocupació, i experimenten una pèrdua de 10.600 llocs de treball (-4,7%), lleugerament més suau que la de l'exercici anterior. En conjunt, el comportament d'aquest heterogeni conjunt d'activitats -que havia liderat la creació d'ocupació a la ciutat a partir de la segona part dels 90- explica per si sol més de la meitat de la reducció d'assalariats al terciari de Barcelona en el bienni 2008-2009.

Tot i així, cal remarcar que alguns serveis a les empreses amb alt contingut tecnològic han seguit guanyant assalariats en un context tan complex com el del 2009, amb increments percentuals del 2,8 i el 9,9% en la informàtica i la R+D respectivament.

En el cas del comerç i reparacions, en canvi, el 2009 suposa l'exercici més dur de la recessió i es tanca amb la pèrdua de més de 9.000 llocs de treball i una caiguda percentual del nombre d'assalariats (-6,5%) de major intensitat que la registrada l'any anterior i que la del conjunt de l'economia de Barcelona. Com ja va succeir el 2008, la reducció més acusada correspon al comerç a l'engròs -en el que la crisi ha vingut a aguditzar el procés de canvi estructural en curs des de fa uns anys-. Amb tot, el comerç manté un paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat, i segueix concentrant més del 15% dels llocs de treball localitzats a Barcelona.

L'hostaleria experimenta el 2009 la primera reducció neta d'assalariats després de més d'una dècada d'evolució ascendent, i perd prop de 1.500 afiliats (-2,6%) en un any en que el nombre de visitants experimenta una disminució percentual molt similar. Cal tenir present, però, que aquesta caiguda es concentra en el primer semestre de l'any, i que el segon s'ha tancat amb un saldo positiu en termes de llocs de treball. La recuperació ferma i sostinguda dels indicadors d'activitat turística a partir d'aleshores, juntament amb el potencial que suposa la privilegiada posició de Barcelona en l'àmbit de l'organització de congressos internacionals i les recents millores en infraestructures, com l'aeroport, fan preveure que l'hostaleria i el turisme en general, seguiran sent factors de fortaleza de l'economia i dinamitzadors del mercat de treball de la ciutat amb vistes al futur.

Participació de cada sector (en %)

	2008	2009	Variació 2008/2009
Comerç i reparacions	18,3	17,6	-0,7
Hostaleria	7,3	7,3	0,0
Transport i comunicacions	5,4	5,3	-0,1
Intermediació financera	5,5	5,5	0,0
Servei a les emp. i immob.	29,0	28,4	-0,6
Administració pública	10,2	10,5	0,4
Ensenyament	7,3	7,7	0,4
Activ. sanitàries, serv. soc.	10,2	10,7	0,5
Serv. Pers. i domèstics	6,7	6,8	0,1
Total Serveis	100	100	0,0

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona en base a les dades del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya

A final del 2009, el sector terciari incrementa el seu pes dins l'estructura ocupacional de la ciutat, fins assolir el 85,7% dels assalariats de Barcelona, xifra que supera en 1,2 punts la de l'any anterior. Per tant, la pèrdua de llocs de treball dels serveis no ha alterat la tendència estructural a la terciarització que l'economia barcelonina està experimentant des de fa dècades.

Els serveis a les empreses i el comerç i reparacions són les branques dels serveis amb més llocs de treball a Barcelona, assolint prop de 350.000 afiliats, que representen el 28,4% i el 17,6% dels assalariats del sector, respectivament. La destrucció d'ocupació associada a la crisi, però, ha provocat una reducció del seu pes dins del conjunt del terciari (de -0,6 i -0,7 punts, respectivament). En canvi, els serveis vinculats a l'estat del benestar -ensenyament, sanitat i administració pública- registren increments d'assalariats que els permeten guanyar pes relatiu i ja concentren gairebé el 30% de l'ocupació als serveis. Altres branques del terciari -com l'hostaleria, el transport i comunicacions o la intermediació financera- mantenen estable la seva participació relativa dins del sector.



El Comerç

1. OCUPACIÓ AL COMERÇ 2009

El 2009 el comerç ocupa 151.724 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 92.906 treballen al sector minorista (el 61,2% del total) i 58.818 (el 38,8%) al majorista.

L'evolució de l'any 2009 ha estat clarament marcada pel context de crisi que ha suposat una considerable contracció del consum. Aquesta situació ha afectat especialment el nombre total d'afiliats al comerç de Barcelona, que s'ha reduït un -5,9% respecte a l'any anterior, un descens superior en 1,8 punts percentuals a l'experimentat pel conjunt de l'economia (-4,1%). Amb tot, el pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat se situa a finals del 2009 en un 15,2% -que es distribueix entre un 9,3% del comerç minorista i un 5,9% del majorista- el que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.

Afiliats a la Seguretat Social en el comerç a Barcelona / 4t trimestre 2009 CCAE 2009

	Règim General 2009	Variació (%) 2009/2008	Autònoms 2009	Variació (%) 2009/2008	TOTAL 2009	Variació (%) 2008/2009	Pes del sector (%) 2009
Comerç minorista	75.465	-5,44%	17.441	-3,29%	92.906	-5,05%	9,33%
Comerç majorista	49.347	-7,81%	9.471	-4,59%	58.818	-7,30%	5,91%
Total comerç	124.812	-6,39%	26.912	-3,75%	151.724	-5,94%	15,24%

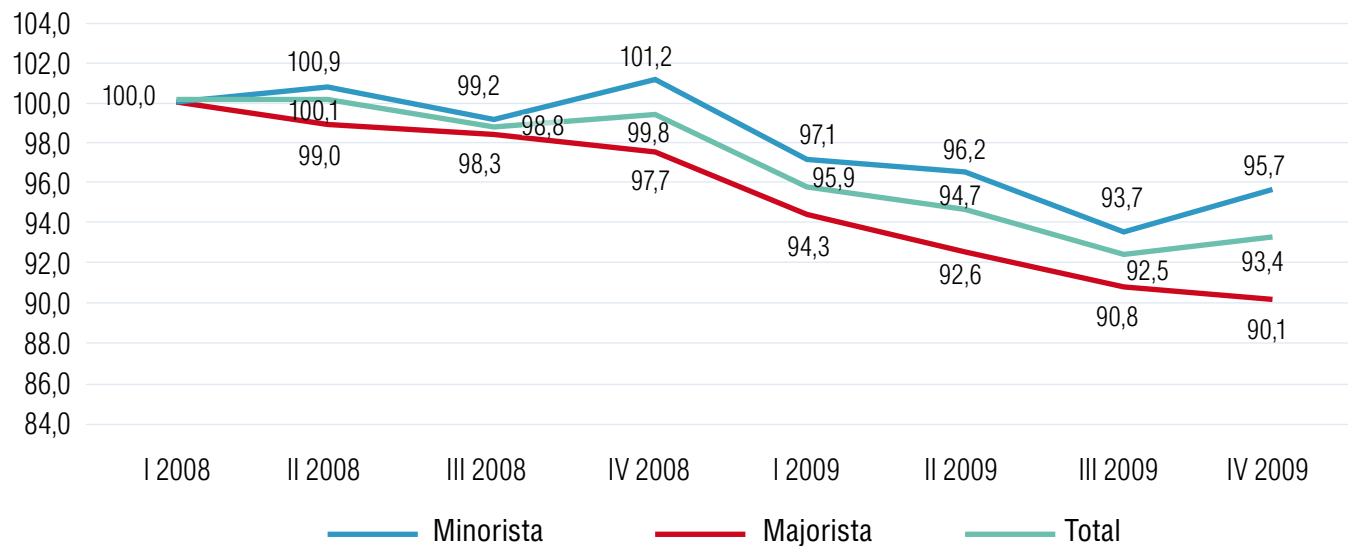
Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

El nombre d'afiliats del comerç al Règim General de la Seguretat Social se situa a finals de 2009 en 124.812 persones, el que suposa una pèrdua de llocs de treball del -6,4% respecte a l'any anterior. El comerç minorista compta amb 75.465 assalariats (un 60,5% del sector) i minva en efectius (un -5,4%) respecte al 2008. Per la seva banda, el comerç a l'engròs continua amb el degoteig d'afiliats iniciat en anys anteriors i se situa en 49.347 ocupats per compte aliè després de perdre uns 4.000 afiliats (-7,8%). En ambdós casos la reducció de l'ocupació és superior (en 1,4 i 3,8 punts percentuals, respectivament) a la del conjunt de l'economia.

Pel que fa als autònoms, el comerç minorista concentra prop de dues terceres parts dels adscrits al sector (17.441), si bé continua la tònica de reducció de treballadors per compte propi que aquesta branca ve experimentant en els últims anys (-3,3%). Pel que fa al comerç a l'engròs, la destrucció d'ocupació és més accentuada (-4,6 %). Tot i la pèrdua de pes que ha suposat aquesta evolució, els autònoms del comerç representen prop de la quarta part (23,2%) del total de treballadors per compte propi de la ciutat.

En conjunt, tant el comerç al detall com a l'engròs han vist reduïts els seus efectius (en un -5 i un -7,3% respectivament), i tant en el règim d'assalariats com d'autònoms la pèrdua de llocs de treball és més acusada en termes relatius en aquest últim tipus de comerç.

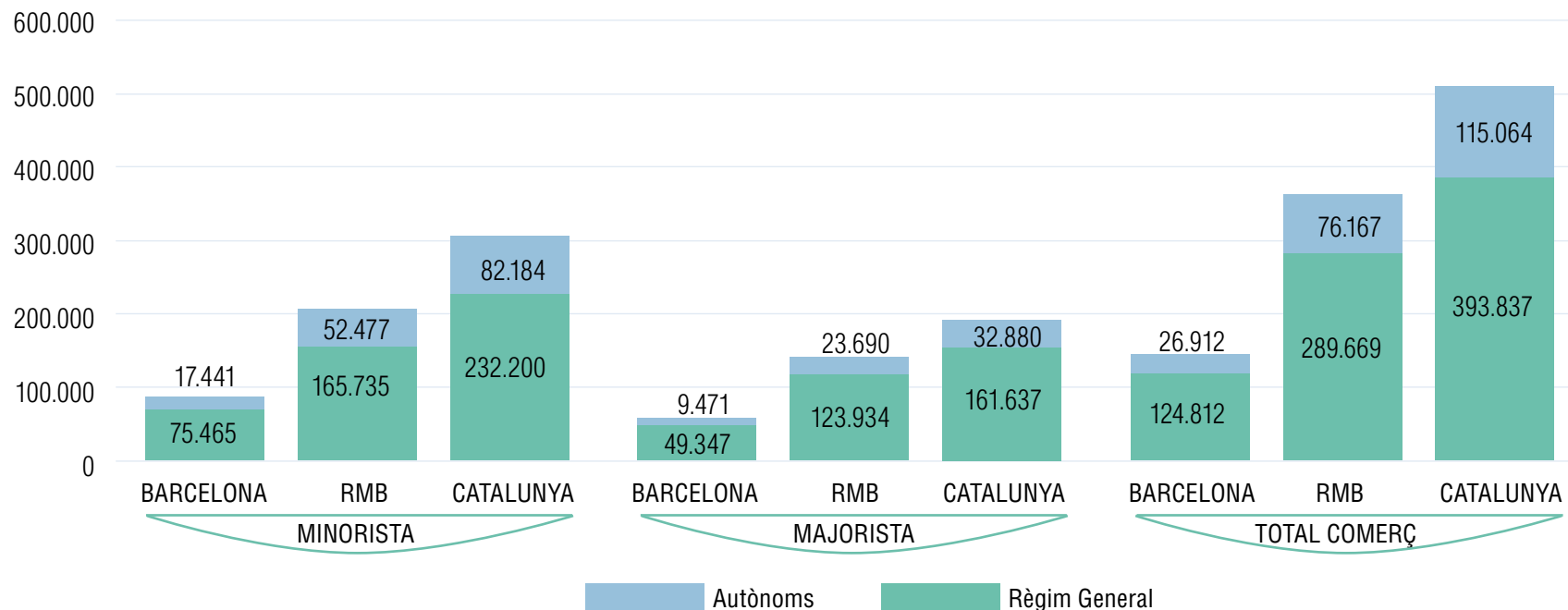
Assalariats al comerç de Barcelona
(índex 1r trimestre 2008 = 100)



Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'anàlisi del bienni 2008-09 permet detectar diferents pautes de resposta a la crisi per part d'aquestes dues branques. Al comerç al detall, el manteniment dels llocs de treball del 2008 -malgrat la disminució de la facturació- ha donat pas a un important ajust de plantilles el 2009. En canvi, la reducció dels assalariats del comerç majorista ha estat un procés més gradual i sostingut, que ha comportat una caiguda acumulada del 10% en dos anys i suposa la continuació d'una tendència de fons ja constatada en els darrers exercicis, degut a la deslocalització fora de la ciutat, per motivacions logístiques d'una bona part del comerç del tèxtil al major en els darrers 10 anys.

Afiliats del comerç a la Seguretat Social 4t. trimestre 2009



Font: Elaboració de Comunicació. Màrqueting i prospectiva amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

L'evolució global de l'ocupació del comerç als territoris de la RMB i de Catalunya ha estat força similar a la de Barcelona, amb una reducció d'assalariats menor que la de la ciutat al sector minorista (poc més del -4% en ambdós casos) i lleugerament superior a la branca majorista (-8,3 i -8,1% respectivament). El règim d'autònoms experimenta una caiguda més moderada a la RMB i a Catalunya en ambdues branques, de manera que en el còmput total del sector registra un -2,9% de reducció a la RMB i un -3,2% a Catalunya, front al -3,8% de Barcelona.

En definitiva, l'ocupació al comerç s'ha vist més afectada que la mitjana de l'economia per la forta recessió de la demanda interna durant el 2009, però el sector segueix mantenint a Barcelona un pes superior al 15% dels llocs de treball, més elevat que la mitjana europea i lleugerament inferior als percentatges de Catalunya i Espanya, degut a la major diversificació de l'activitat terciària a la ciutat.

Pes de la població ocupada en el comerç 2009 (%) CCAE 2009

Unió Europea	Espanya	Catalunya	Barcelona
13,70%	17,30%	17,60%	15,10%

Font: Idescat, INNS i Eurostat

Anàlisi per branques

En el comerç a l'engròs a Barcelona, la branca econòmica d'articles d'ús domèstic representa un terç (33%) del total d'assalariats, seguida de les de productes alimentaris i altra comerç a l'engròs especialitzat, amb aproximadament el 15% i el 14%, respectivament, de l'afiliació majorista al Règim General de la Seguretat Social.

Les branques que mostren més concentració d'afiliats a Barcelona són la d'intermediaris (en que la ciutat suposa el 56,4% dels assalariats de la RMB i el 45% dels de Catalunya) i la d'articles de consum domèstic (en que aquests percentatges assoleixen el 50% i el 44,1%, respectivament).

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social per branques d'activitat del comerç a l'engròs i al detall, 2009

	Barcelona			RMB			Catalunya		
	4/2009	% s/sector	variació 08-09 %	4/2009	% s/sector	variació 08-09 %	4/2009	% s/sector	variació 08-09 %
Comerç a l'engròs									
Intermediaris comerç	4.366	8,8	-8,7	7.738	6,2	-8,6	9.703	6,0	-8,4
Comerç a l'engròs primeres matèries agràries	945	1,9	-0,3	2.112	1,7	-1,0	3.531	2,2	-2,6
Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac	7.239	14,7	-10,3	19.537	15,8	-5,3	34.090	21,1	-5,1
Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic	16.267	33,0	-3,4	32.551	26,3	-4,9	36.910	22,8	-4,8
Comerç a l'engròs d'equips TIC	2.853	5,8	-2,8	6.427	5,2	-5,0	7.227	4,5	-5,7
Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin	4.542	9,2	-14,0	17.748	14,3	-13,7	20.851	12,9	-13,7
Altra comerç a l'engròs especialitzat	6.782	13,7	-7,8	22.566	18,2	-9,2	31.820	19,7	-9,4
Comerç no especialitzat	6.353	12,9	-13,2	15.255	12,3	-12,7	17.505	10,8	-12,4
Total comerç a l'engròs	49.347	100,0	-7,8	123.934	100,0	-8,3	161.637	100,0	-8,1
Comerç al detall									
Comerç al detall en establ. no especialitzats	27.764	36,8	-6,1	57.275	34,6	-4,8	79.844	34,4	-4,8
Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac	10.965	14,5	-4,3	25.695	15,5	-2,4	36.107	15,5	-1,9
Comerç al detall de combustibles	1.475	2,0	1,3	3.662	2,2	-2,7	6.836	2,9	-2,0
Comerç al detall d'equips TIC	1.578	2,1	-0,1	4.416	2,7	-9,2	6.529	2,8	-7,4
Comerç al detall d'articles d'ús domèstic	5.334	7,1	-11,4	15.792	9,5	-9,8	23.270	10,0	-10,4
Comerç al detall d'articles culturals i recreatius	3.576	4,7	-1,1	8.973	5,4	-1,2	11.417	4,9	-3,8
Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit.	23.140	30,7	-5,8	46.461	28,0	-3,3	64.130	27,6	-3,0
Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants	871	1,2	-6,9	1.433	0,9	0,2	1.750	0,8	-1,4
Altra comerç al detall en establ. fora de parades i mercats	762	1,0	14,2	2.028	1,2	-3,0	2.317	1,0	-1,6
Total comerç al detall	75.465	100,0	-5,5	165.735	100,0	-4,3	232.200	100,0	-4,4
Total	75.465		-5,48	289.669		-6,06	393.837		-5,92

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

L'any 2009 totes les branques de comerç a l'engròs perden afiliats al règim general respecte a 2008, tant a la ciutat com a la RMB i a Catalunya. Als tres àmbits territorials, les branques amb una major pèrdua percentual d'assalariats són les de la d'altra maquinària, equips i subministrament i comerç a l'engròs no especialitzat -amb caigudes de dos dígit- i la reducció dels intermediaris del comerç supera el 8%, mentre que el comerç a l'engròs de primeres matèries agràries, el d'equips TIC i el de matèries agràries mostren variacions més tènues a Barcelona (-0,3, -2,8 i -3,4% respectivament) que a l'àmbit metropolità i el Principat.

Pel que fa al comerç al detall, les principals branques en nombre d'assalariats a Barcelona són la d'establiments especialitzats, la d'establiments no especialitzats i la de productes alimentaris, begudes i tabac -que representen un 36,8, 30,7 i 14,5% del total, respectivament-. Entre les branques amb major pes relatiu, destaca la concentració a Barcelona dels assalariats d'establiments especialitzats (que representen el 49,8% dels de la RMB i el 36,1% dels de Catalunya) i no especialitzats (48,5 i 34,8%, respectivament).

En un context macroeconòmic difícil, a Barcelona guanyen afiliació les branques d'altre comerç al detall fora de parades de mercat (14,2%) i comerç al detall de combustibles (1,3%), mentre es manté estable la del comerç al detall d'equips TIC (-0,1%) i en menor mesura la dels articles culturals i recreatius (-1,2%). En totes aquestes activitats, la ciutat evoluciona més favorablement que l'entorn metropolità i el conjunt de Catalunya. En canvi, les principals branques minoristes experimenten descensos dels assalariats més acusats a Barcelona -que en el cas del comerç al detall en establiments no especialitzats i d'altres articles en establiments especialitzats se situen al voltant del 6%-, mentre la reducció percentual més acusada dels llocs de treball es produeix al comerç al detall d'articles d'ús domèstic (amb caigudes de dos dígit).

2. FACTURACIÓ i PIB

L'evolució de l'any 2009 ha estat marcada per la recessió econòmica més acusada en dècades i per una forta contracció del PIB tant a Catalunya i Espanya com a les principals economies dels països de l'OCDE, en un context de crisi immobiliària i financera.

Un dels principals factors explicatius d'aquest procés ha estat la intensa contracció del consum de les llars -motor impulsor de l'etapa expansiva anterior- que després de la inflexió suau del 2008 (-0,8%) a Catalunya assoleix una reducció del 5,4% en termes reals. La disminució de la remuneració dels assalariats, deguda a la destrucció neta de llocs de treball, el fort endeutament acumulat per les llars i la pèrdua de valor dels seus actius financers i immobiliaris han portat a un dràstic empitjorament de les expectatives, amb repercussió directa sobre les decisions de despesa. D'altra banda, el sector exterior ha acusat amb claredat l'impacte de la recessió, i tant importacions com exportacions tanquen l'exercici amb caigudes de dos dígitos.

De tota manera, es detecten dues fases diferenciades en l'evolució del consum privat durant el 2009. Després de l'esfondrament de la demanda al primer semestre, en la segona meitat de l'any el desplegament de polítiques públiques reactives -en particular els incentius a la compra d'automòbils-, la notable resistència del sector turístic -que a Barcelona tanca l'any amb un increment de pernoctacions- i la baixada fins a nivells mínims de la inflació subjacent han actuat com a factors compensadors que han mitigat considerablement la intensitat de la seva caiguda, i han portat a un lleu repunt d'aquest indicador en el quart trimestre de l'any.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha reduït un 6,6% l'any 2009 i ha assolit un volum de negoci de 36.249,3 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un decrement del 5,3% respecte a l'any anterior.

Facturació del comerç. Estimació 2009 Milers d'euros

	Barcelona	Catalunya
Comerç minorista	11.921.130	38.480.951
Comerç majorista	24.328.206	77.037.051
Total comerç	36.249.337	115.518.003

Font: Estimació elaborada per l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'Enquesta Anual de Serveis i altres estadístiques de l'INE, Seguretat Social i Idescat

El comerç al detall assoleix el 2009 un volum de negoci de 11.921 milions d'euros a Barcelona, i disminueix un 5% respecte a l'exercici anterior (un -3,8% en termes reals). Es tracta de la segona reducció anual consecutiva després d'una llarga expansió, que respon a la ja esmentada contracció del consum privat i -en menor mesura- al comportament del sector turístic, que experimenta una reducció del nombre i la despesa dels visitants relativament moderada. Les empreses minoristes han realitzat durant l'any un esforç important d'ajust de l'oferta -en plantilles i preus- per tal d'ajustar-se a la feblesa de la demanda privada, que ha contribuït de forma significativa a la reducció de la inflació.

Facturació del comerç a Barcelona 2009

	Milers d'euros	Variació 2009/2008 (en %)
Comerç minorista	11.921.130	-5,0
Comerç majorista	24.328.206	-7,3
Total comerç	36.249.337	-6,6

Font: Estimació elaborada per l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'Enquesta Anual de Serveis i altres estadístiques de l'INE, Seguretat Social i Idescat

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona se situa en 24.328 milions d'euros l'any 2009 després d'experimentar una reducció del 7,3% respecte a l'any anterior, que un cop descomptada la variació de preus suposa una caiguda del 6,1%. Així doncs, la crisi ha vingut a intensificar el procés d'ajust d'una branca immersa des de fa uns anys en un procés de canvi estructural i optimització de costos que l'està portant a localitzar una part creixent de la seva activitat fora de la ciutat.

Cal remarcar que el comerç és un dels sectors que més riquesa generen a Barcelona. Efectivament, segons l'estadística oficial facilitada per l'Idescat, l'activitat comercial aporta l'11,5% del Producte Interior Brut de la ciutat l'any 2006⁽¹⁾, un pes rellevant que ha mostrat una gran estabilitat al llarg dels anys d'expansió de la present dècada. L'any 2009, les anàlisis dels experts suggereixen que la reducció del PIB a les branques de serveis hauria estat de menor intensitat que l'ajust de l'ocupació, donant peu a guanys de productivitat.

⁽¹⁾ Darrera dada oficial disponible

3. CENTRES DE COTITZACIÓ DEL COMERÇ 2009

En aquest capítol s'estudia 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⁽¹⁾ de la ciutat de Barcelona. No s'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 proporciona una bona aproximació a la dinàmica empresarial del sector comerç, tot i que es tracta d'un indicador més adequat en l'àmbit 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, per tant, 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⁾. D'altra banda, 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.

⁽¹⁾ Els codis 46 i 47, respectivament, de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques CCAE-2009

⁽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 els primers constitueixen un indicador de 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.

Barcelona compta a finals de l'any 2009 amb 16.650 centres de cotització al comerç, dels quals 10.781 (64,8%) pertanyen al comerç minorista i 5.869 (35,2%) al majorista.

Centres de cotització a la Seguretat Social del comerç de Barcelona

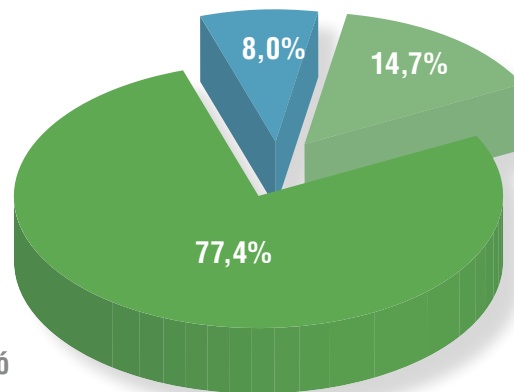
	2009	2008	Pes s/sector 2009 (%)
Comerç a l'engròs	5.869	6.256	35,2%
Comerç al detall	10.781	11.008	64,8%
Total comerç	16.650	17.264	100,0%

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

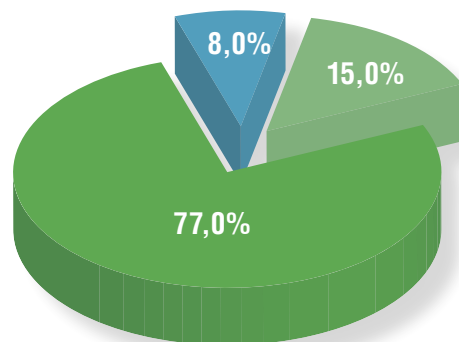
El sector del comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part (el 22,6%) del total. Les branques que segueixen en el rànquing són les dels serveis a les empreses (17,6%) i l'hostaleria (9,4%).

El pes del comerç dins el conjunt dels centres de cotització de Barcelona (22,6%) és lleugerament inferior al de la regió metropolitana (23,6%) i similar al de Catalunya (22,8%). Als tres àmbits territorials, el pes relatiu del comerç a l'engròs se situa al voltant del 8%, mentre que el detall absorbeix aproximadament el 15% dels centres de cotització.

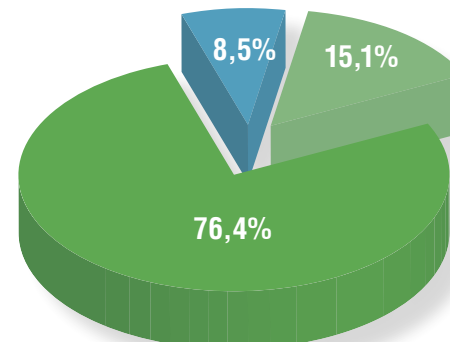
Pes del comerç a l'economia de la ciutat segons centres de cotització (%/total) 2009



Pes del comerç segons centres de cotització (%) Catalunya 2009



Pes del comerç segons centres de cotització (%) RMB 2009



■ Engròs
■ Detall
■ Resta sectors

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Cal esmentar que per nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, el comerç és la primera activitat de la ciutat amb un 14,2% del total. Tot i tractar-se d'un pes inferior al dels centres de cotització, certament aquestes dades posen de manifest la importància cabdal 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 8,6% dels assalariats de la ciutat.

Pes del comerç sobre el conjunt de l'economia 2008-2009 (% s/total)

	2008	2009
Centres de cotització		
Comerç a l'engròs	8,17%	7,98%
Comerç al detall	14,37%	14,66%
Total comerç	22,53%	22,65%
Afiliats règim General Seguretat Social		
Comerç a l'engròs	5,84%	5,60%
Comerç al detall	8,70%	8,57%
Total comerç	14,54%	14,17%

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Així doncs, malgrat la difícil conjuntura, el pes del comerç sobre el conjunt de l'economia al 2009 es manté força estable, fins i tot augmenta molt lleugerament pel que fa als centres de cotització, ja que el seu nombre ha disminuït menys al comerç (-3,6%) que al conjunt de la ciutat (-4%). En canvi, es redueix també lleument pel que fa als afiliats, donat que entre 2008 i 2009 el nombre d'assalariats al comerç ha disminuït més (-5,9%) que el total de Barcelona (-4%).

L'efecte de la recessió al 2009 es fa notar amb més força en els centres de cotització del comerç a l'engròs, que experimenten una reducció interanual (-6,2%) molt més accentuada que els del comerç minorista (-2,1%) i 2,2 punts percentuals més intensa que la mitjana de la ciutat.

Anàlisi per branques

L'any 2009, dels 5.869 centres de cotització del comerç a l'engròs de Barcelona, prop d'una tercera part (29,1%) distribueixen articles d'ús domèstic, mentre que les branques d'intermediaris, productes alimentaris i altre comerç al major assoleixen pesos relatius d'entre el 15 i el 13% del total.

Barcelona absorbeix el 55,4% dels centres de cotització d'intermediaris de la RMB i el 42,4 % dels de Catalunya. També mostren una forta concentració a la ciutat les branques del comerç a l'engròs de TIC i d'articles d'ús domèstic, (on Barcelona representa per si sola prop del 50% i al voltant del 40% del total de la RMB i Catalunya, respectivament).

Entre 2008 i 2009 l'única branca majorista que ha guanyat centres de cotització a la ciutat ha estat la de TIC, que assoleix un increment del 4,1%, evolució més favorable que la que experimenta a la RMB i a Catalunya (+2,4% en ambdós casos). A la resta d'activitats majoristes el nombre de centres de cotització es redueix, amb variacions que a Barcelona se situen entre el -2,8 i el -9,2% i a la RMB i a Catalunya oscil·len a l'entorn d'una mitjana del -5,4 i el -4,7 % respectivament.

Pel que fa a les branques del comerç al detall, a Barcelona destaca el pes dels establiments especialitzats -que representen el 36% dels centres de cotització minoristes-, seguits dels que venen productes alimentaris, begudes i tabac (24,7%), que conjuntament amb els primers sumen més del 60% de les activitats.

Les branques més concentrades en termes relatius a la ciutat són de nou la d'altres articles en establiments especialitzats -en que la ciutat compta amb el 47,2% dels centres de la RMB i el 30,1% de Catalunya-, els articles culturals (45,7 i 29,3% respectivament) i els establiments no especialitzats (43,2 i 28,9%).

En els tres àmbits territorials comparats destaca com a especialment significatiu el creixement durant el 2009 dels centres de comerç al detall en productes alimentaris, begudes i tabac, una de les principals branques del detall (+1,1, 0,8 i 0,5 % a Barcelona, a la RMB i a Catalunya respectivament). Les pèrdues de centres més remarcables es concentren a la branca d'articles d'ús domèstic (amb una caiguda del 7,4% a Barcelona, -8,2 a la RMB i -7,2 a Catalunya) i dels equips TIC (-5,3, -6,8 i -7,6% a Barcelona, RMB i Catalunya respectivament).

Centres de cotització de la Seguretat Social per branques de comerç, 2009

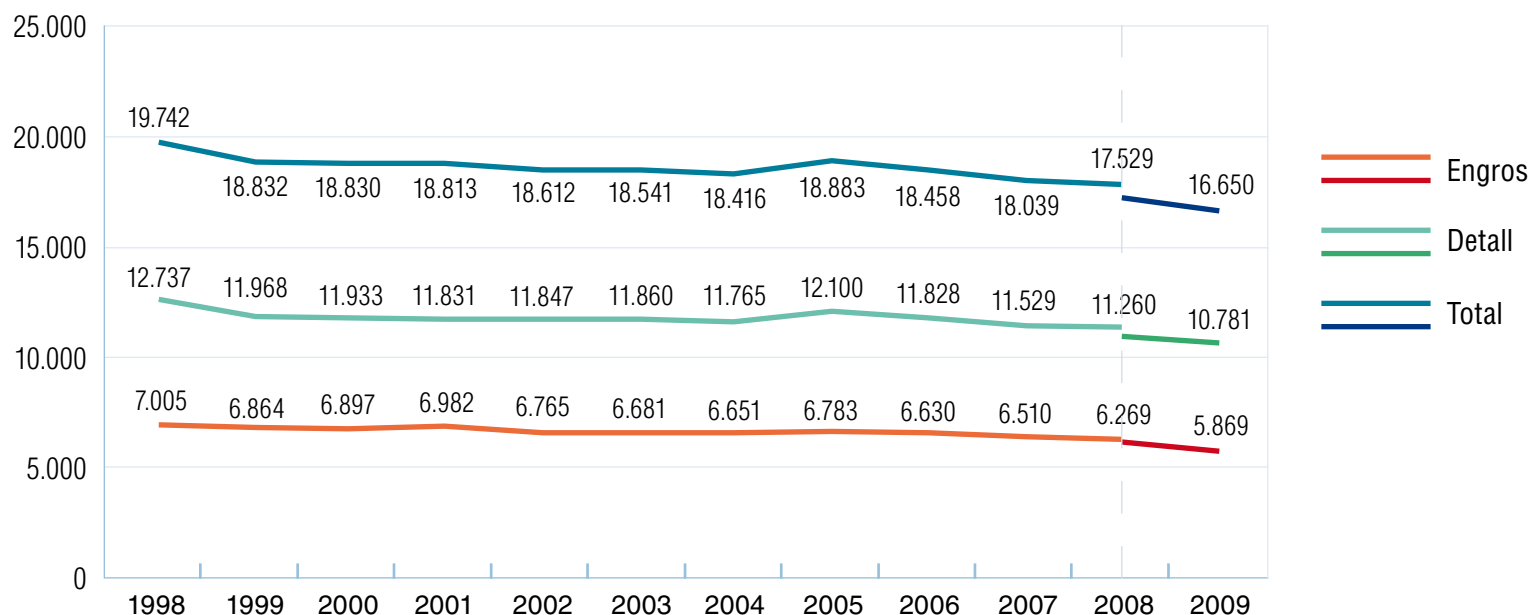
	4/2009	var (%)	4/2009	var (%)	4/2009	var (%)
	Barcelona		RMB		Catalunya	
Comerç a l'engròs						
Intermediaris comerç	887	-6,1	1.601	-6,5	2.091	-5,5
Comerç a l'engròs primeres matèries agràries	70	-2,8	279	-0,4	608	-0,5
Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac	780	-3,3	1.905	-2,4	3.391	-1,7
Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic	1.707	-5,1	3.559	-3,9	4.374	-3,7
Comerç a l'engròs d'equips TIC	230	4,1	466	2,4	558	2,4
Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin.	588	-9,0	1.798	-6,8	2.259	-6,9
Altra comerç a l'engròs especialitzat	811	-8,9	2.720	-7,3	3.947	-6,5
Comerç a l'engròs no especialitzat	796	-9,2	1.817	-8,3	2.170	-7,5
TOTAL COMERÇ A L'ENGRÒS	5.869	-6,2	14.145	-5,4	19.398	-4,7
Comerç al detall						
Comerç al detall en establ. no especialitzats	1.992	-3,1	4.610	-3,6	6.891	-4,3
Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac	2.661	1,1	6.746	0,8	9.906	0,5
Comerç al detall de combustibles	60	3,4	236	0,4	567	-0,7
Comerç al detall d'equips TIC	286	-5,3	711	-6,8	1.136	-7,6
Comerç al detall d'articles d'ús domèstic	1.281	-7,4	3.313	-8,2	5.191	-7,2
Comerç al detall d'articles culturals i recreatius	510	-1,2	1.116	-0,7	1.743	-3,7
Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit.	3.883	-2,2	8.232	-2,1	12.882	-2,1
Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants	66	6,5	241	9,5	404	9,2
Altra comerç al detall en establ. fora de parades i mercats	42	44,8	103	24,1	155	15,7
TOTAL COMERÇ AL DETALL	10.781	-2,1	25.308	-2,4	38.875	-2,6

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona proporcionades pel Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya

Dimensió empresarial del sector comercial

L'evolució dels centres de cotització del comerç entre 1998 i 2009 mostra una tendència de fons descendent provocada fonamentalment pel procés de racionalització i redimensionament tant empresarial com de formats comercials. Aquest procés es va iniciar entre el 1998 i el 2001 al comerç minorista, entre 2002 i 2005 va afectar més clarament al majorista i en l'etapa 2006-2008 ha estat una pauta comuna a ambdues branques. Aquesta evolució, junt amb el fet que durant aquesta dècada el nombre d'assalariats del comerç s'incrementés significativament, es va traduir en un creixement de la dimensió empresarial mitjana al comerç de Barcelona.

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç a Barcelona 1998-2009



* A partir del 2008 s'utilitza la nova classificació de sectors CCAE-2009

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

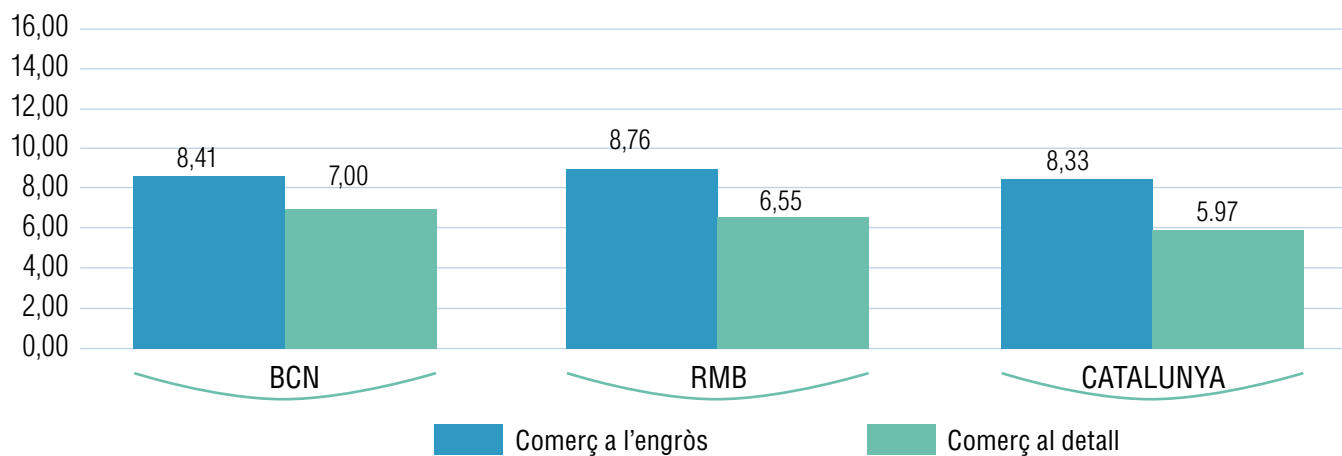
La crisi econòmica sembla haver estroncat aquest procés estructural d'increment de la dimensió empresarial mitjana del comerç de la ciutat, degut a que el procés de reducció de centres que s'ha experimentat en els últims anys s'hi afegeix una disminució encara més acusada del nombre d'afiliats. Així, les dades del 2009 mostren un lleuger descens interanual en el nombre mitjà d'afiliats tant a la branca majorista -que se situa en 8,4 treballadors per centre- com al comerç al detall -amb una mitjana de 7 treballadors-.

Nombre mitjà d'afiliats per centres de cotització a la Seguretat Social del comerç de Barcelona

	2008	2009
Comerç a l'engròs	8,55	8,41
Comerç al detall	7,25	7,00
Total comerç	7,72	7,50

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

La dimensió empresarial del comerç minorista és poc més elevada a Barcelona (7) que a la Regió Metropolitana i a Catalunya (on se situa en els 6,6 i 6 afiliats respectivament), mentre que la mitjana de treballadors per centre de cotització del comerç a l'engròs més alta és la de la RMB -amb 8,7 assalariats- i, en canvi, la de Catalunya (8,3) queda lleugerament per sota de la mitjana de la ciutat (8,4).

Assalariats per centre de cotització del comerç 2009

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

4. EL SECTOR DE L'HOSTALERIA

El sector econòmic de l'hostaleria comprèn dos subsectors d'activitat: els serveis d'allotjament -hotels, altres allotjaments i càmpings-, i els serveis de restauració -restaurants, bars i càterings-.⁽¹⁾

Ocupació

L'any 2009 l'hostaleria de Barcelona compta amb un total d'afiliats a la Seguretat Social de 65.456, dels quals 55.394 són assalariats i 10.062 autònoms (el 84,6% i el 15,4% respectivament). El sector concentra el 6,6% de l'afiliació total de la ciutat.

Afiliats a la Seguretat Social en l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2009

	Règim General	Variació (%) 2008/2009	Autònoms	Variació (%) 2008/2009	Total	Variació (%) 2008/2009	Pes del sector (%) 2009
Hostaleria	55.394	-2,63%	10.062	-0,56%	65.456	-2,32%	6,60%

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

⁽¹⁾ Aquestes activitats corresponen als epígrafs 551,552,553,559 i 561,562 i 563 de la CCAE-2009

El sector ha perdut més de 1.500 llocs de treball (-2,3%) entre els quarts trimestres de 2008 i 2009, corresponent en la seva major part a assalariats (que cauen un -2,6%), mentre que el nombre d'autònoms s'ha mantingut més estable (-0,6%). Malgrat l'impacte de la crisi, els decreixements d'afiliats a l'hostaleria són més moderats que els experimentats al conjunt de l'economia, especialment en el cas dels autònoms (que cauen un -4,3%), però també entre els assalariats (-4%). D'altra banda, entre els assalariats la destrucció de llocs de treball ha estat més acusada en els serveis de menjar i beure (-2,8%) que en els serveis d'allotjament (-2,1%).

Afiliats al règim general de la Seguretat Social en l'hostaleria a Barcelona/ 4t trimestre 2009

	2008	2009	Variació 2008/2009	Pes sobre sector hostaleria	Pes/ s total ciutat 2009
Serveis d'allotjament	13.341	13.059	-2,11%	23,6%	1,5%
Serveis de menjar i begudes	43.551	42.335	-2,79%	76,4%	4,7%
Total	56.892	55.394	-2,63%	100,0%	6,2%

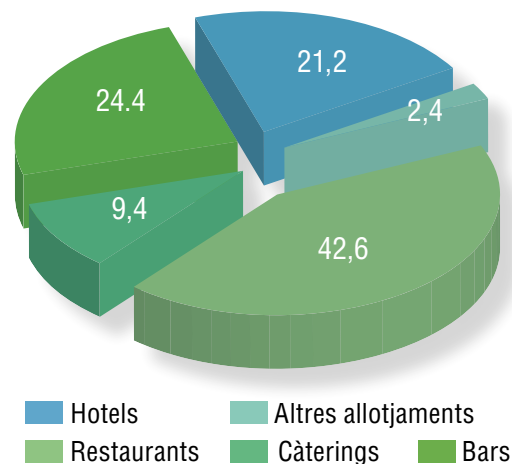
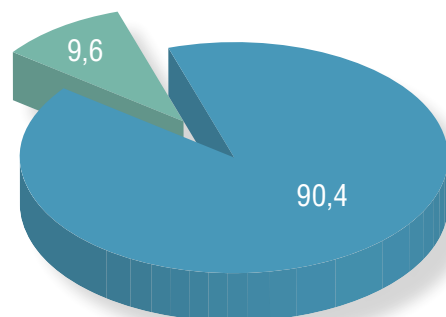
Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Per subsectors, al règim general de la Seguretat Social es compten 42.335 assalariats de la restauració (el 76,4% del sector de la hostaleria) més de dues cinques parts dels quals treballen en restaurants (42,6%). D'altra banda, els serveis d'allotjament absorbeixen 13.059 afiliats (el 23,6% del sector), on destaquen els hotels com a branca majoritària (90,4% del subsector). La restauració i l'allotjament representen el 4,8% i l'1,5%, respectivament, del total d'assalariats de la ciutat i les dues branques de l'hostaleria apleguen el 6,3% dels assalariats de la ciutat.

Afiliats al règim general de l'hostaleria per branques d'activitat 2009 (% s/total)

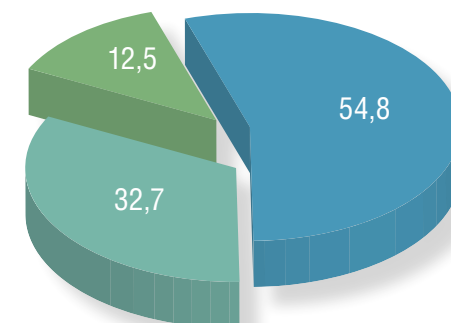
Afiliats a les branques del subsector de serveis d'allotjament 2009 (% s/total)

Hotels Altres allotjaments



Afiliats a les branques del subsector de serveis de menjar i begudes 2009 (% s/total)

Restaurants Bars Càterings



Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

La distribució territorial mostra que més de la meitat dels prop de 99.135 afiliats al règim general del sector de l'hostaleria de la Regió Metropolitana de Barcelona i prop quatre de cada deu dels 145.931 de Catalunya s'ubiquen a la ciutat central (el 55,9% i 38% respectivament⁽¹⁾). Els serveis d'allotjament mostren una major concentració a Barcelona ciutat que els de la restauració pel fet que la seva activitat depèn més directament dels visitants, tant per motiu de negocis com de vacances, i destaca en especial el fet que més de dos terços dels llocs de treball d'allotjament de la RMB (73,7%) es localitzen a Barcelona.

⁽¹⁾ Cal tenir en compte que a les ciutats que exerceixen la funció de capitalitat -com Barcelona- l'efecte seu social sol traduir-se en una certa sobrevaloració de l'estadística d'afiliació i centres de cotització de la Seguretat Social en relació amb els municipis del seu entorn.

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2009

	Barcelona	RMB	Catalunya	Pes Bcn/RMB (%)	Pes Bcn/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	13.059	17.730	29.708	73,7	44,0
Serveis de menjar i beguda	42.335	81.405	116.223	52,0	36,4
Total	55.394	99.135	145.931	55,9	38,0

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

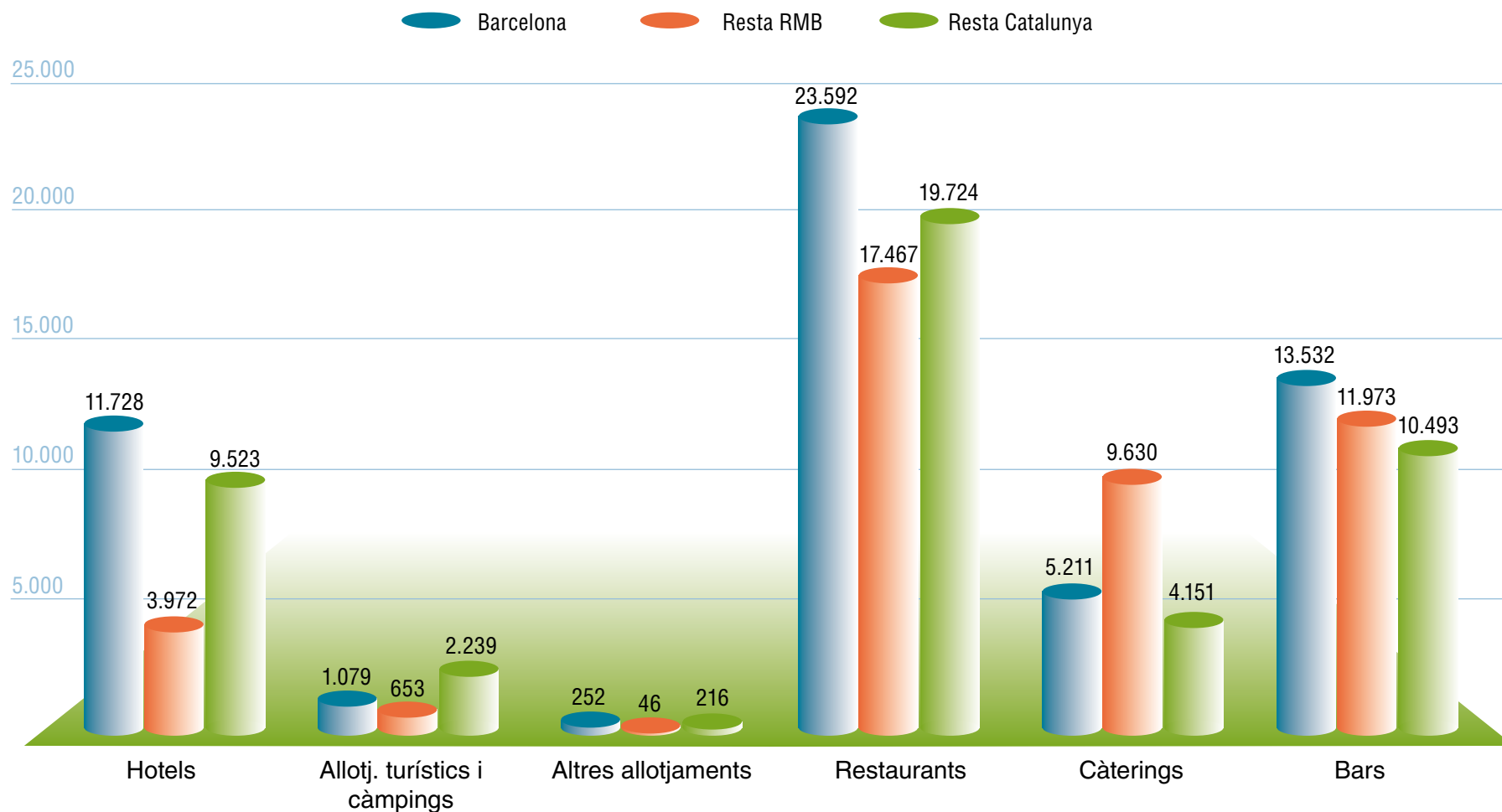
**Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2009
Variació interanual 2008-2009 (%)**

	Barcelona	RMB	Catalunya
Serveis d'allotjament	-2,11%	-3,92%	-3,92%
Serveis de menjar i begudes	-2,79%	-1,23%	-1,66%
Total	-2,63%	-1,72%	-2,13%

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Quant a l'evolució recent, el decrement d'afiliació al règim general de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria l'any 2009 ha estat més pronunciat a Barcelona (-2,6%) que a Catalunya i a la RMB (-2,1 i -1,7% respectivament). Aquest fet es produeix degut a la caiguda més pronunciada que la ciutat mostra en la branca de serveis de menjar i beure (-2,8% front a -1,7 i -1,2% a Catalunya i a la RMB, respectivament) ja que, per contra, el descens en els serveis d'allotjament és més suau a la ciutat (-2,1%) que a la RMB i a Catalunya (-3,9% en ambdós casos).

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2009



Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Centres de cotització

Barcelona compta a l'any 2009 amb 6.882 centres de cotització de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria⁽¹⁾. El pes d'aquest sector al conjunt de centres de cotització de la ciutat és del 9,4% i se situa com el tercer sector en aquest indicador, només per darrera del comerç i reparacions i els serveis a les empreses.

Centres de cotització a la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona 2009

	IV T 2008	IV T 2009	Variació 2008/2009	
			En nombre	En %
Total	6.854	6.882	28	0,41

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

La ciutat compta amb 6.300 centres registrats com a serveis de restauració i 582 com a serveis d'allotjament, el que representa el 8,6% i el 0,8% del total de Barcelona. Així doncs, els serveis de restauració són predominants i representen el 90% del teixit empresarial de l'hostaleria, essent els més nombrosos els bars i restaurants (47 i 42% del total respectivament). D'altra banda, es constata que el pes percentual dels bars dins del conjunt del sector és molt superior en termes de centres de cotització que a nivell d'ocupació, degut a la seva reduïda dimensió empresarial.

⁽¹⁾ El nombre de centres de cotització són una aproximació raonable però no exactament equivalent al nombre d'empreses, tal com s'explica al capítol sobre centres de cotització del comerç d'aquest informe.

Centres de cotització de la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona/ 4t trimestre 2009

	2008	2009	Variació 2008-2009	Pes sobre sector hostaleria	Pes /s.total ciutat
Serveis d'allotjament	576	582	1,04%	8,5%	0,8%
Serveis de menjar i begudes	6.278	6.300	0,35%	91,5%	8,6%
Total	6.854	6.882	0,41%	100,0%	9,4%

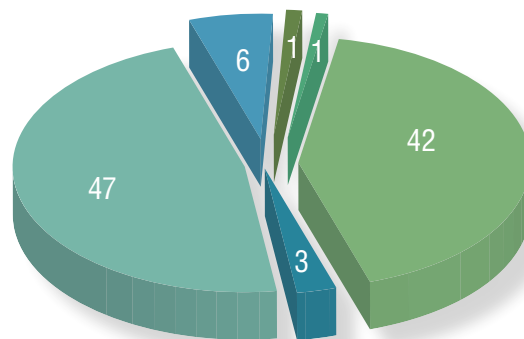
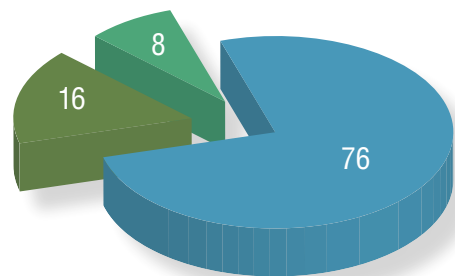
Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Pel que fa a la dinàmica de creació de centres de cotització, l'any 2009 a Barcelona es compten 28 centres més que al 2008, el que suposa un increment del 0,4% i un comportament positiu en relació a la caiguda que registra el conjunt de l'economia barcelonina (-4,4%). Els centres de serveis d'allotjament han crescut un 1% i el seu pes a la ciutat és del 0,8%, mentre que els de serveis de menjar i begudes representen el 8,6% del total barceloní. D'altra banda, el fet que aquesta lleugera creació de centres coincideixi amb una disminució d'afiliació indica que es redueix el nombre mitjà de treballadors per centre.

Centres de cotització de l'hostaleria per branques d'activitat a Barcelona (IV 2009)

Centres de cotització de les branques de serveis d'allotjament

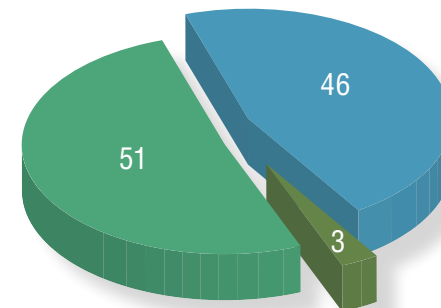
- Hotels
- Allotj. turístics i càmpings
- Altres allotjaments



- Hotels
- Allotj. turístics i càmpings
- Altres allotjaments
- Restaurants
- Càterings
- Bars

Centres de cotització de les branques de serveis de menjar i begudes

- Restaurants
- Càterings
- Bars



Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Per àmbits territorials, Barcelona concentra el 45,5% dels 15.141 centres de cotització de l'hostaleria de la RMB i el 27,2% dels 25.258 establerts a Catalunya. En els serveis d'allotjament 6 de cada 10 centres de cotització de la Regió Metropolitana es registren a la ciutat (el 60,3%), evidenciant la forta polaritat turística i de negocis de Barcelona, mentre que en relació a Catalunya aquest fet no és tan pronunciat, ja que l'atracció d'altres marques turístiques importants provoca que el pes relatiu de la ciutat es redueixi a la quarta part (24,6%). La restauració de la ciutat representa el 44,4% dels centres de cotització d'aquesta branca a l'àmbit metropolità, mentre que en relació a Catalunya assoleix el 27,5%.

L'evolució del nombre de centres de cotització de l'hostaleria durant el 2009 ha estat més favorable a Barcelona que a la RMB i a Catalunya, àmbits en que aquest indicador es manté pràcticament estable (amb variacions interanuals del -0,1 i +0,1%, respectivament). En particular, en el cas dels serveis d'allotjament, el seu moderat increment a la ciutat es produeix en un context de lleu descens al Principat (-0,9%).

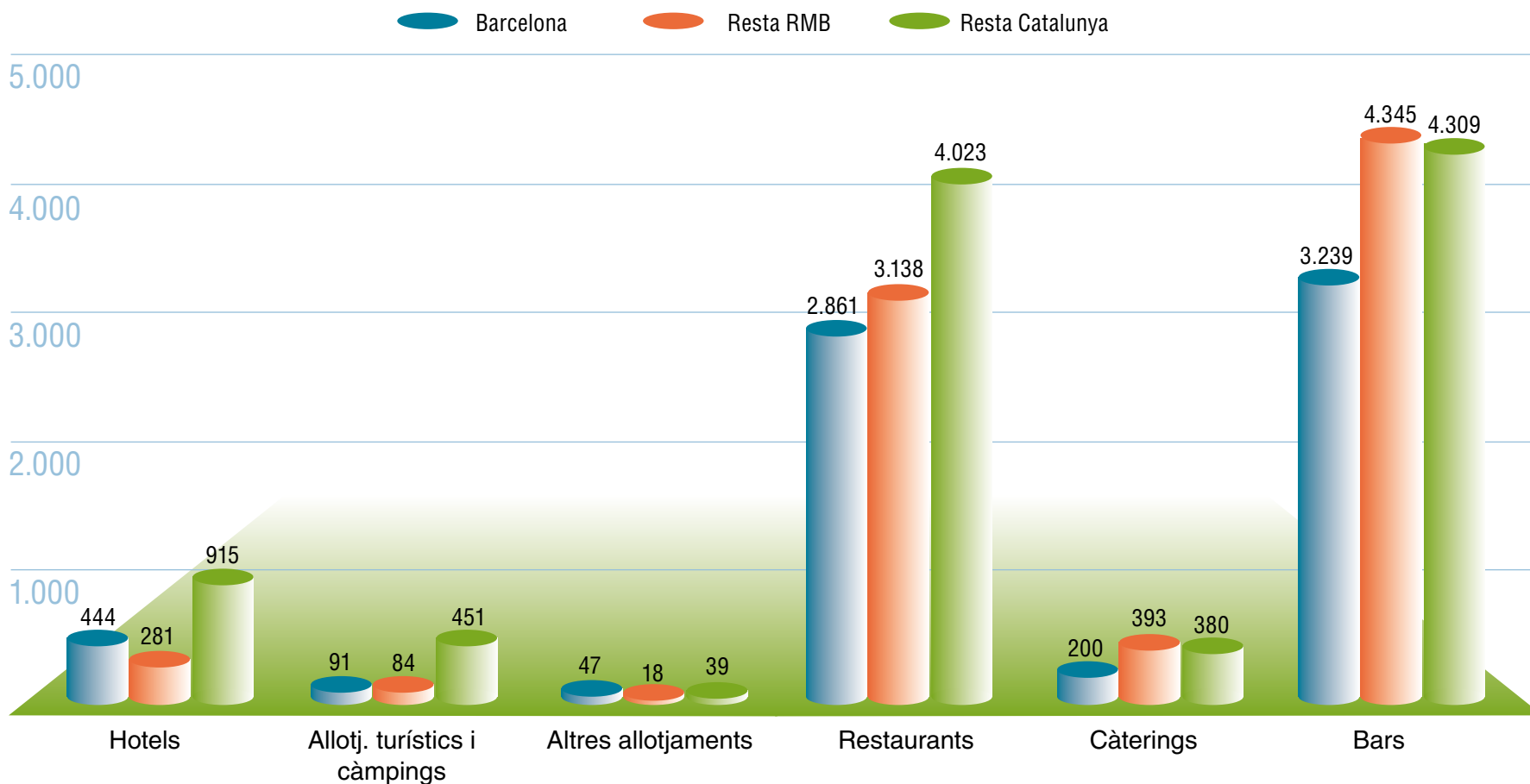
Nombre de centres de cotització de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2009

	Barcelona	RMB	Catalunya	Pes Bcn/RMB (%)	Pes Bcn/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	582	965	2.370	60,3	24,6
Serveis de menjar i beguda	6.300	14.176	22.888	44,4	27,5
Total	6.882	15.141	25.258	45,5	27,2

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

A les dues branques de l'hostaleria, la concentració a Barcelona és més accentuada en termes de llocs de treball que de centres de cotització, posant de manifest que la ciutat tendeix a comptar amb unitats empresarials de major dimensió mitjana.

Nombre de centres de cotització al sector de l'hostaleria



Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

5. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

5.1. ENQUESTA D'OPINIÓ SOBRE EL COMERÇ MITJANÇANT L'ÒMNIBUS MUNICIPAL

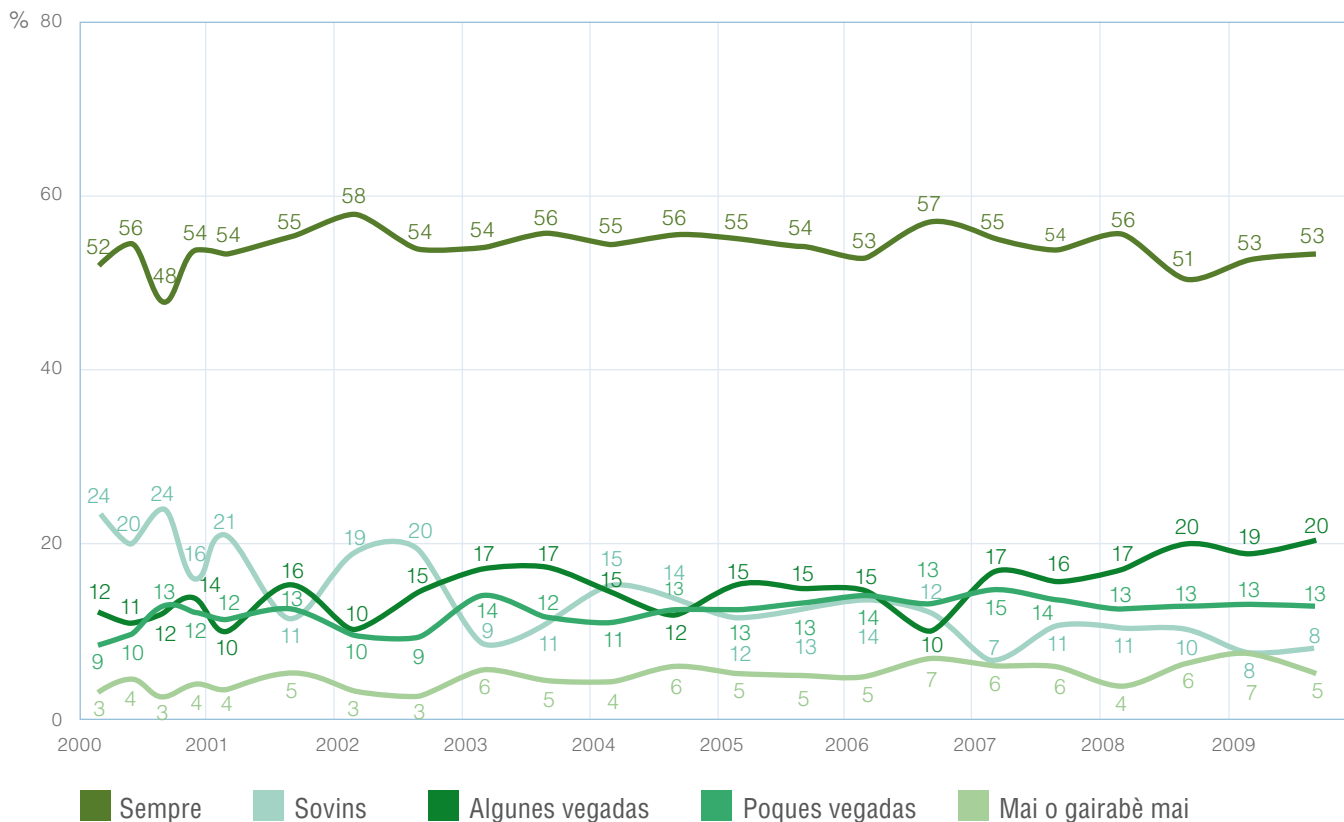
L'Òmnibus Municipal de Comerç ens facilita informació de primera mà sobre l'opinió dels ciutadans respecte al comerç de la ciutat de Barcelona i els seus hàbits de compra.

Al llarg de l'any 2009 s'han realitzat quatre onades de 1.000 entrevistes cadascuna, fetes en els mesos de març, juny, setembre i desembre, entre la població de Barcelona més gran de setze anys amb llar amb telèfon.

Quant a la compra de productes quotidians, els resultats de les enquestes de l'any 2009, indiquen que més del 90% dels consultats fan les compres per a casa seva en alguna ocasió, un 53,4% sempre les fan, un 20,3% les fan sovint, un 13,0% a vegades i un 5,3% de manera ocasional.

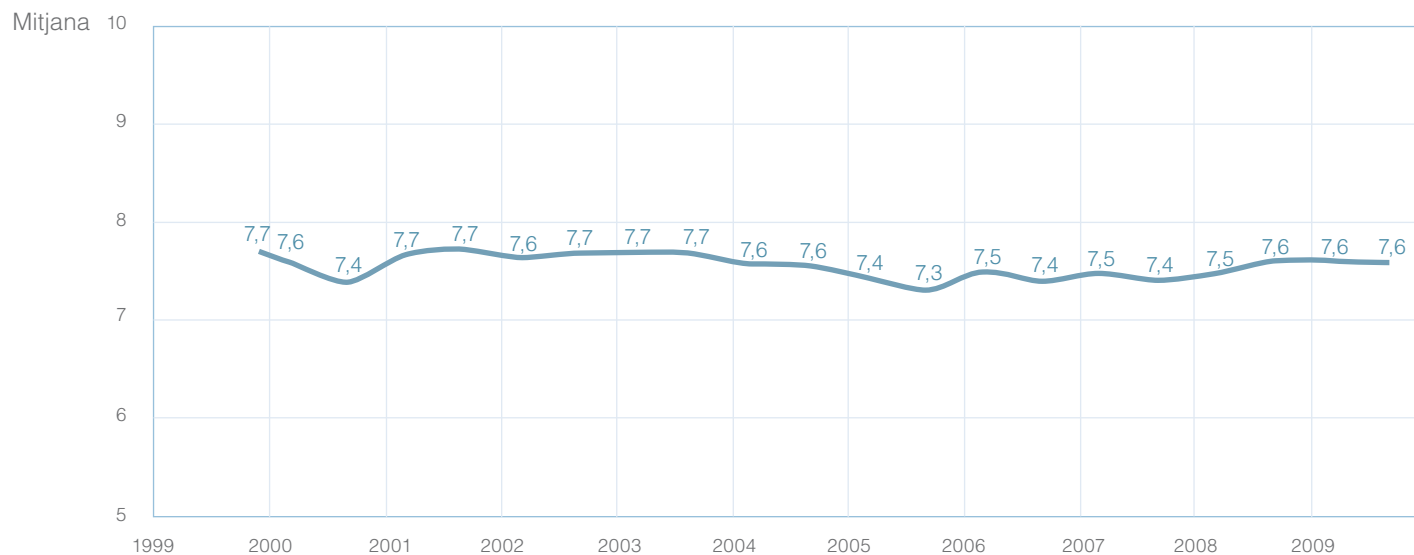
El percentatge de dones que diuen fer les compres sempre és del 73,7% i en el cas dels homes és d'un 30,7%. Els joves són els que menys es fan càrrec de les compres de casa seva, només un terç hi van sovint o sempre.

Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva?

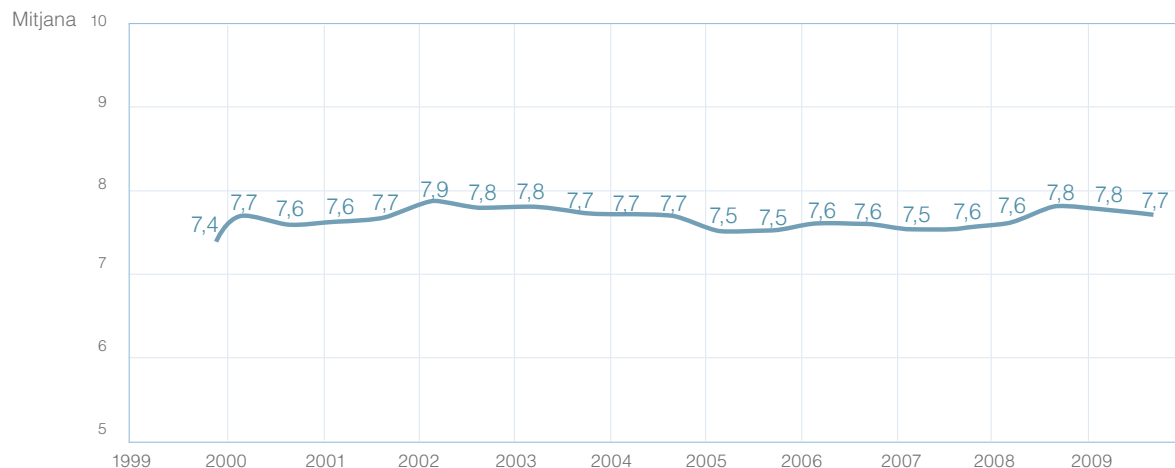


Quant a l'oferta comercial de Barcelona el grau de satisfacció és de 7,6 sobre 10, es manté una continuïtat en els resultats. En concret, un 77,3% dels compradors està molt o bastant satisfet, un 17,5% n'està satisfet i un 3,5% ho està poc o gens.

Grau de satisfacció amb l'oferta comercial de Barcelona



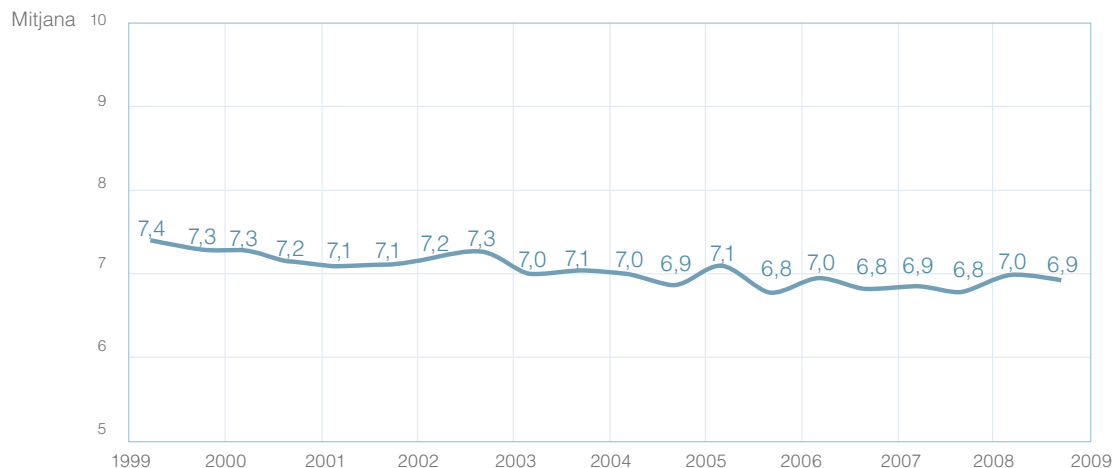
Grau de satisfacció amb els horaris comercials de Barcelona



El grau de satisfacció respecte dels horaris comercials obté l'any 2009 un 7,7 de mitjana. En concret un 80,9% n'està molt o bastant content, un 14,0% regular i un 4,2% poc o gens. Es manté una valoració mitjana similar al llarg de les consultes realitzades.

Grau de satisfacció respecte l'atenció personal per part dels comerciants de Barcelona.

L'atenció personal per part dels comerciants obté una mitjana de 6,9, es manté força estable al llarg de les consultes amb una certa tendència a la baixa. En concret, un 62,6% se sent molt o bastant satisfet, un 30,4% regular i el 5,9% poc o gens.



A quin tipus d'establiment l'atenen millor?

	▶ Març 00	Set. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04 ▶▶
A la botiga de barri	49,7	53,2	50,2	51,6	53,8	52,4				
A la botiga especialitzada	4,2	4,0	5,1	7,8	5,7	7,3				
A la botiga de barri / botiga especialitzada							42,9	52,9	58,3	52,3
Al mercat municipal	19,3	15,9	12,3	15,9	16,8	14,0	27,3	18,9	16,3	17,6
Al supermercat	16,9	16,7	16,9	11,9	13,8	14,2	19,5	14,3	12,9	15,9
Als grans centres comercials	1,6	2,2	3,4	1,5	0,7	1,6	3,0	2,9	2,7	3,2
Al gran magatzem	2,5	2,6	5,7	3,6	3,1	3,7	0,9	4,3	3,8	3,4
Al hipermercat	1,3	1,6	1,1	0,8	1,2	2,0	1,7	1,6	1,2	2,3
Altres	0,9	1,8	2,0	5,2	1,0	2,4	1,7	1,5	2,8	2,2
Ns/Nc	3,5	1,8	3,3	1,8	3,9	2,4	3,0	3,7	2,1	3,1
n	(762)	(759)	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)

	▶▶ Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08	Març 09	Set. 09 ●
A la botiga de barri										
A la botiga especialitzada										
A la botiga de barri / botiga especialitzada	55,8	51,0	53,4	54,4	52,9	52,6	52,2	52,7	50,6	48,5
Al mercat municipal	20,2	20,0	22,2	19,5	22,1	23,1	22,0	23,4	25,2	23,8
Al supermercat	15,3	16,0	12,7	14,7	14,2	12,8	16,1	14,5	12,5	15,3
Als grans centres comercials	1,9	4,2	4,3	3,9	3,6	4,3	1,0	3,2	3,8	3,5
Al gran magatzem	2,5	2,4	2,5	2,7	1,8	2,6	1,9	2,2	1,8	2,5
Al hipermercat	0,5	1,1	1,6	2,2	1,9	0,7	3,7	0,8	0,8	1,3
Altres	2,2	0,6	1,6	0,6	0,5	2,4	1,0	0,3	0,1	0,4
Ns/Nc	1,7	4,6	1,6	2,1	2,9	1,7	2,1	2,9	5,2	4,7
n	(883)	(873)	(865)	(877)	(895)	(892)	(895)	(898)	(923)	(920)

El 48,5% dels compradors, se senten millor atesos a la botiga de barri i la botiga especialitzada i, en ordre decreixent, seguirien el mercat municipal (23,8%) amb una lleu recuperació respecte l'any anterior, el supermercat (15,3%), els centres comercials (3,5%), els grans magatzems (2,5%), i el hipermercat (1,3 %).

Els compradors aprecien sobretot l'honradesa (95,0%), la professionalitat (94,6%), i el tracte rebut (93,7%), aspectes que es mantenen al llarg de la sèrie d'enquestes efectuades en tots els anys com els més valorats. També es valora molt la rapidesa (87,3%) i l'assessorament del producte (81,9%).

Quan va a comprar, com valora el tracte que rep?

	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set 07	Març 08	Set 08	Març 09	Set 09
La honradesa	97,1	96,6	96,3	95,3	94,5	93,4	95,6	95,6	96,8	95,9	95,6	95,8	96,6	96,7	93,9	96,2	94,3	95,0
La professionalitat	96,3	95,1	93,6	92,3	92,0	91,9	94,8	94,3	95,1	95,6	94,6	93,8	94,2	96,7	92,3	96,1	94,6	94,9
El tracte que rep	94,3	93,5	93,8	93,8	95,0	94,5	93,0	94,1	95,1	93,7	92,7	93,4	96,0	95,9	92,3	93,0	93,7	94,2
Assessorament producte	92,0	86,1	85,6	84,2	82,7	85,9	83,0	87,5	84,4	87,5	85,1	86,4	88,6	88,1	83,7	83,6	81,9	83,9
La rapidesa	92,1	88,6	88,9	86,2	85,3	85,0	83,8	89,1	88,3	86,7	85,5	84,8	90,7	90,2	86,7	88,8	87,3	86,5
n	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(895)	(892)	(895)	(898)	(923)	(920)

Pagament dels productes

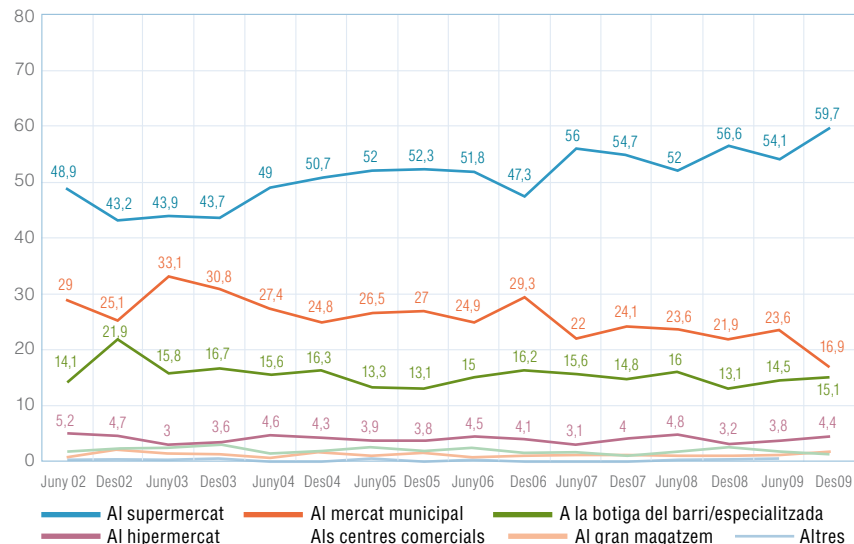
- Respecte la compra de productes d'alimentació, la gran majoria dels barcelonins acostuma a pagar en efectiu, en concret un 66,55, per un 31,8% que prefereix pagar en targeta de crèdit/dèbit.
- També els productes quotidians són habitualment pagats en efectiu (72,2%) i un 26,2% ho fa en targeta de crèdit o dèbit.
- Pel que fa a la roba i el calçat, el 60,4% dels compradors acostuma a pagar amb targeta de crèdit o dèbit per un 37,8% que paga en efectiu.
- Les compres de parament de la llar es paguen amb targeta de crèdit o dèbit, en un 55,9%, per un 39,3% que prefereix en efectiu.
- Finalment, les compres d'oci es prefereixen pagar en efectiu en un 53,9%, per un 41,2% que opta per pagar amb targeta de crèdit o dèbit.

En general, el pagament en efectiu es realitza pels majors de 54 anys i els que tenen un nivell socioeconòmic baix. En contraposició, els entrevistats de 35 a 44 anys i els que tenen un nivell alt tendeixen més a pagar amb targeta.

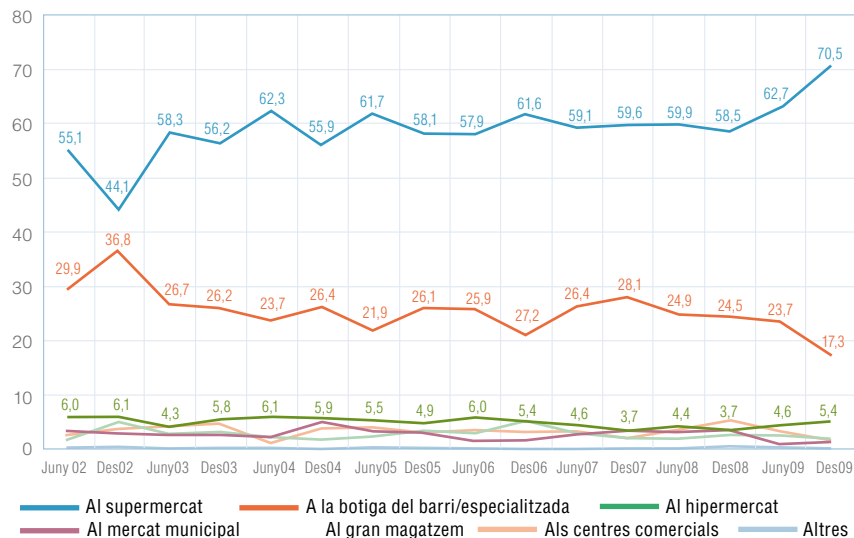
Hàbits de compra

- Continua la tendència a l'alça d'anar a comprar els aliments al supermercat (59,7%), per contra van a la baixa els que opten pel mercat municipal (16,9%) i es manté la botiga de barri o especialitzada (15,1%). Tot i que a l'hora de fer la compra de l'alimentació fresca, la majoria dels barcelonins diu comprar-la al mercat municipal (46,1%), seguit del supermercat (28,0%) i les botigues de barri o especialitzades (22,1%).
- El supermercat es manté com el preferit pels barcelonins per comprar productes d'ús quotidià, amb un 70,5%, el valor més alt de la sèrie, en detriment de les botigues de barri o especialitzades, amb un 17,3%, que van a la baixa i obtenen el valor més baix de la sèrie.
- Les botigues de barri o especialitzades continuen sent les preferides per a la compra de roba i calçat (51,4%), però amb una clara tendència a la baixa en favor dels centres comercials (26,5%) i els grans magatzems (16,0%), que continuen a l'alça i obtenen el seu valor més alt de la sèrie.
- La majoria dels entrevistats acostumen a anar a les botigues de barri o especialitzades per a la compra de productes de parament per la llar (44,3%). El 18,8% acostuma a comprar-los als grans magatzems i un 18,4% als centres comercials.
- Finalment, pel que fa als productes d'oci i cultura, els barcelonins els compren majoritàriament a les botigues de barri o especialitzades (51,0%), seguides dels centres comercials (18,2%) i dels grans magatzems (16,6%). Es mantenen unes proporcions molt similars a les de l'anterior any, encara que amb una certa reducció del percentatge dels centres comercials en favor dels grans magatzems.

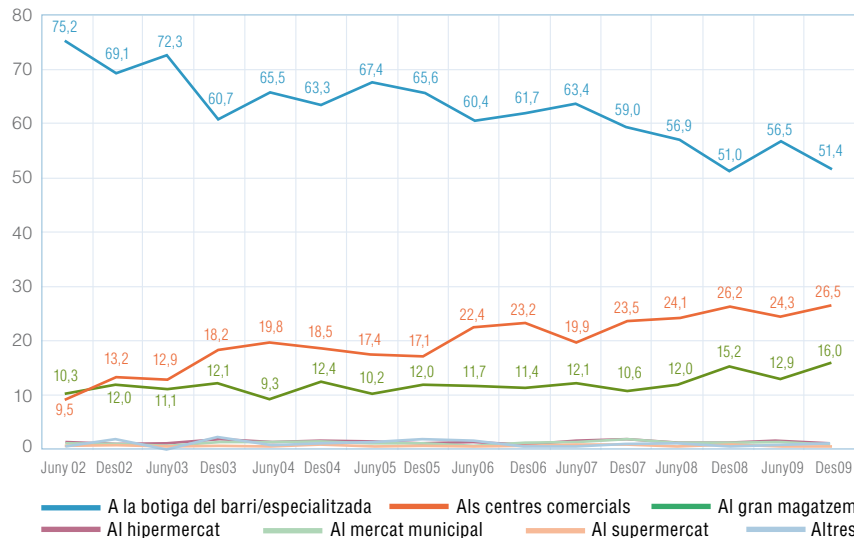
A quin establiment acostuma a comprar els aliments?



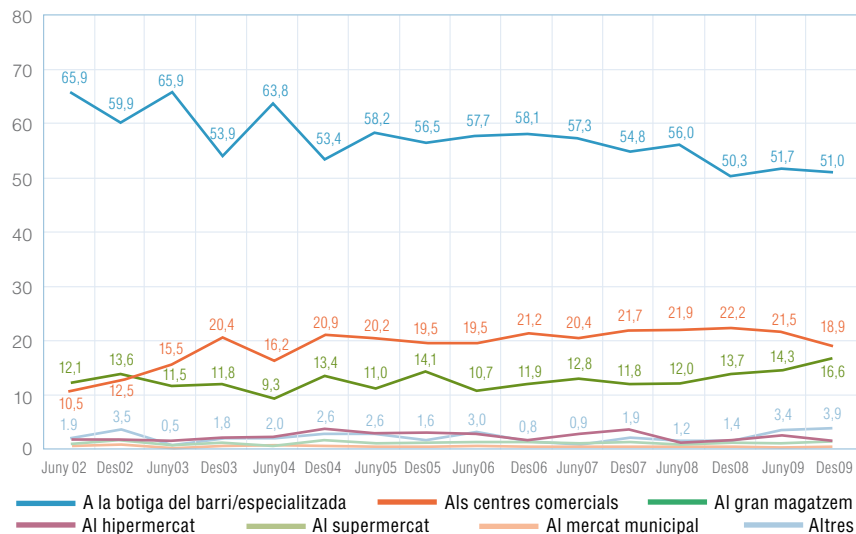
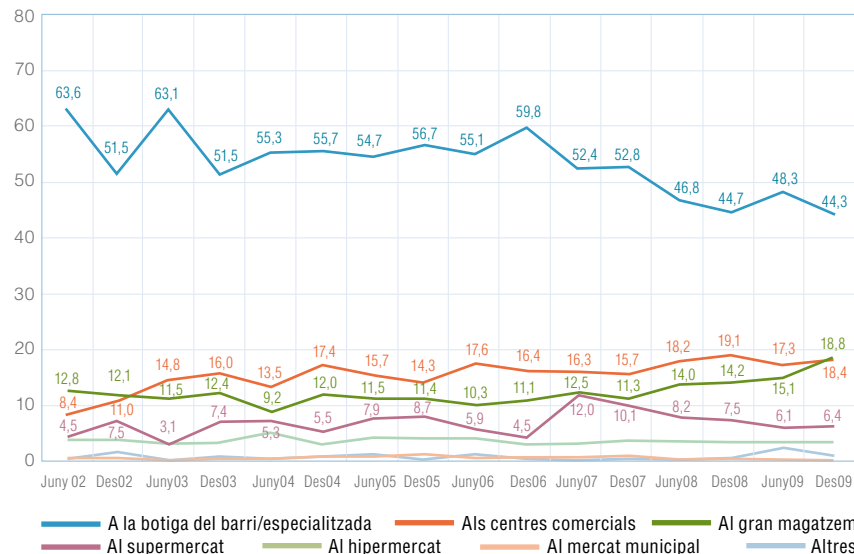
A quin establiment acostuma a comprar els productes d'ús quotidià?



A quin establiment acostuma a comprar la roba i el calçat?



A quin establiment acostuma a comprar el parament de la llar?



A quin establiment acostuma a comprar els productes d'oci i cultura?

- En relació amb el sistema utilitzat pels barcelonins, per anar a comprar els aliments, la gran majoria opta per desplaçar-se a peu (83,8%), un 11,5% opta pel vehicle privat i un 3,6% hi va amb transport públic. Per altra banda, quant a l'alimentació fresca, també la gran majoria opta per anar a comprar a peu (87,3%), un 7,9% ho fa en vehicle privat i un 4,0% en transport privat.
- Els que fan la compra d'altres productes d'ús quotidià, majoritàriament ho fan a peu, un 84,0%, seguits dels que ho fan amb vehicle privat (12,0%) o amb transport públic (2,6%).
- El sistema majoritari utilitzat per comprar la roba i el calçat, és a peu (46,5%), augmenta els que ho fan amb transport públic (35,4%) i també els que ho fan amb transport privat (16,7%).
- Per comprar productes de parament de la llar, el 50,2% dels ciutadans van a peu, un 23,4% en transport públic i un altre 21,4% en vehicle propi.
- I pel que fa a la compra dels productes d'oci i cultura, hi ha un cert increment dels desplaçaments a peu, un 50,5%, en detriment de l'ús del transport públic, un 27,7% i el 14,5% en transport privat.

Taula resum comparativa

	On va a comprar?	Com hi va?	Com paga?			
Alimentació	Al supermercat	59,7	A peu	83,8	Efectiu	66,5
	Al mercat municipal	16,9	Transport públic	3,6	Targeta dèbit/crèdit	31,8
	A la botiga del barri / especialitzada	15,1	Transport privat	11,5		
	Al hipermercat	4,4	Altres	0,7		
	Altres	2,8				
Alimentació fresca	Al mercat municipal	46,1	A peu	87,3		
	Al supermercat	28,0	Transport públic	4,0		
	A la botiga del barri / especialitzada	22,1	Transport privat	7,9		
	Al hipermercat	1,8	Altres	0,3		
	Altres	1,1				
Altres productes quotidians	Al supermercat	70,5	A peu	84,0	Efectiu	72,2
	A la botiga del barri / especialitzada	17,3	Transport públic	2,6	Targeta dèbit/crèdit	26,2
	Al hipermercat	5,4	Transport privat	12,0		
	Al gran magatzem	2,2	Altres	0,8		
	Als centres comercials	1,9				
	Altres	1,8				

Taula resum comparativa (continuació)

	▶▶ On va a comprar?	Com hi va?	Com paga?			
Roba i calçat	A la botiga del barri / especialitzada	51,4	A peu	46,5	Targeta dèbit/crèdit	60,4
	Als centres comercials	26,5	Transport públic	35,4	Efectiu	37,8
	Als grans magatzems	16,0	Transport privat	16,7		
	Al hipermercat	1,0	Altres	0,5		
	Al mercat municipal	1,0				
	Altres	1,5				
Parament de la llar	A la botiga del barri / especialitzada	44,3	A peu	50,2	Targeta dèbit/crèdit	55,9
	Als grans magatzems	18,8	Transport públic	23,4	Efectiu	39,3
	Als centres comercials	18,4	Transport privat	21,4		
	Al supermercat	6,4	Altres	1,0		
	Al hipermercat	3,6				
	Altres	1,7				
Oci i cultura	A la botiga del barri / especialitzada	51,0	A peu	50,5	Efectiu	53,9
	Als centres comercials	18,9	Transport públic	27,7	Targeta dèbit/crèdit	41,2
	Als grans magatzems	16,6	Transport privat	14,5		
	Al hipermercat	1,3	Altres	2,6		
	Al supermercat	1,2				
	Altres	4,2				

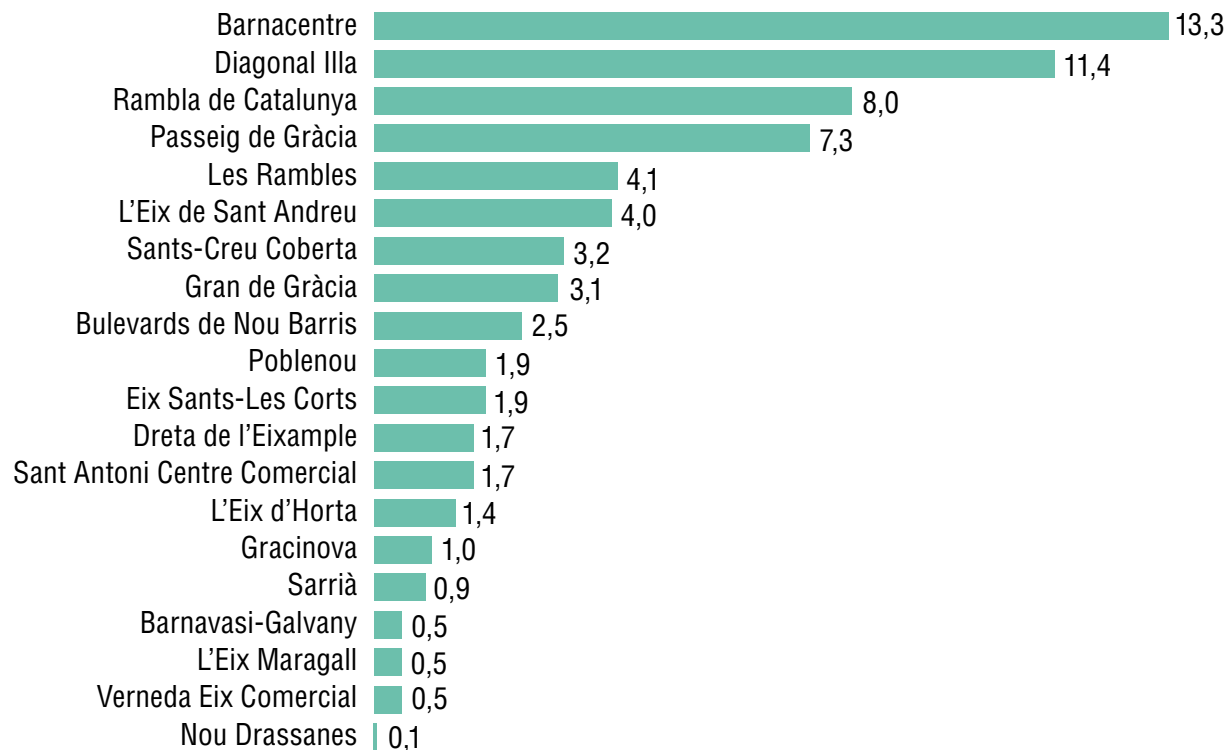
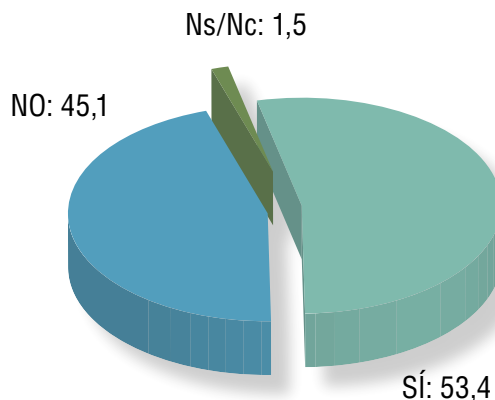
Compra a zones comercials

Un 53,4% dels barcelonins afirma comprar a alguna zona comercial de la ciutat, per un 45,1% que no hi sol anar. La zona més freqüentada és Barnacentre (13,3%), lleugerament pel davant de l'Illa Diagonal (11,4%). La Rambla de Catalunya (8,0%) i el Passeig de Gràcia (7,3%) ocupen la tercera i quarta posició, força per davant de les Rambles, l'Eix Sant Andreu, Sants- Creu coberta, Gran de Gràcia o Nou Barris.

El que més es valora de les zones comercials on es va a comprar és la varietat, a força distància del segon aspecte més valorat, la proximitat. La varietat és l'atribut més valorat a les zones comercials més freqüentades de la ciutat i destaca a Rambla de Catalunya, el Passeig de Gràcia i Barnacentre.

A quina zona comercial de Barcelona acostuma a comprar?

Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?



A quina zona comercial de Barcelona acostuma a comprar?
(Distribució per sexe, edat i nivell socioecòmic)

	Total (n=1.000)	Sexe		Edat						Nivell socioecòmic		
		Home (n=472)	Dona (n=582)	16-24 (n=92)	25-34 (n=196)	35-44 (n=184)	45-54 (n=154)	55-64 (n=131)	+64 (n=243)	Alt (n=119)	Mig (n=662)	Baix (n=219)
Barnacentre	13,3	14,6	12,1	30,4	19,4	11,4	14,3	7,6	5,8	11,8	13,7	12,8
Diagonal Illa	11,4	9,7	12,9	16,3	11,7	12,0	11,0	13,7	7,8	21,8	11,9	4,1
Rambla de Catalunya	8,0	7,4	8,5	13,0	9,2	10,9	7,1	5,3	4,9	8,4	8,8	5,5
Passeig de Gràcia	7,3	7,2	7,4	12,0	7,7	9,2	6,5	6,9	4,5	16,8	6,5	4,6
Les Rambles	4,1	3,8	4,4	7,6	5,1	6,0	0,6	3,1	3,3	2,5	4,6	2,7
L'Eix de Sant Andreu	4,0	3,8	4,2	3,3	6,6	2,2	4,5	3,8	3,3	1,7	3,8	5,9
Sants-Creu Coberta	3,2	2,8	3,6	1,1	1,5	6,5	3,9	2,3	2,9	0,8	3,6	3,2
Gran de Gràcia	3,1	2,3	3,8	2,2	3,1	3,3	3,2	1,5	4,1	1,7	2,9	4,6
Bulevards de Nou Barris	2,5	2,1	2,8	2,2	1,5	3,8	0,6	1,5	4,1	0,8	2,4	3,7
Poblenou	1,9	2,5	1,3	1,1	0,5	3,3	3,9	2,3	0,8	0,8	2,1	1,8
Eix Sants-Les Corts	1,9	1,5	2,3	1,1	1,0	1,6	3,9	2,3	1,6	0,8	2,3	1,4
Dreta de l'Eixample	1,7	1,5	1,9	1,1	3,6	2,2	1,9	0,8	0,4	4,2	1,8	
Sant Antoni Centre Comercial	1,7	1,9	1,5	5,4	1,0		1,5	2,1	1,7	1,8	1,4	
L'Eix d'Horta	1,4	1,4	1,5	1,3	0,5	0,5	3,2	0,8	2,5	0,8	1,4	1,8
Gracínova	1,0	1,1	0,9	2,2	0,5	0,5	2,6	0,8	0,4	0,8	1,4	
Sarrià	0,9	1,3	0,6		0,5		0,6	0,8	2,5	0,8	1,2	
Barnavasi-Galvany	0,5	0,4	0,6		0,5	1,3		0,4	1,7	0,5		
L'Eix Maragall	0,5	0,4	0,6		0,5	1,1		0,8	0,4		0,6	0,5
Verneda Eix Comercial	0,5	0,4	0,6		1,6			0,8		0,2	1,8	
Nou Drassanes	0,1	0,2				0,5					0,2	
No compra a cap zona comercial	45,1	45,6	44,7	26,3	39,8	38,6	48,1	51,9	55,1	43,7	42,4	53,9
Ns/Nc	1,5	1,5	1,5	3,3	0,5	1,6	1,9	2,3	0,8	0,8	1,7	1,4

**A quina zona comercial de Barcelona acostuma a comprar?
(Distribució per districte de residència)**

	Total (n=1.000)	Ciutat Vella (n=69)	Eixample (n=167)	Sants- Montjuïc (n=113)	Les Corts (n=51)	Sarrià- S.Gervasi (n=85)	Gràcia (n=77)	Horta- Guinardó (n=105)	Nou Barris (n=103)	Sant Andreu (n=90)	Sant Martí (n=140)
Barnacentre	13,3	27,5	18,6	14,2	3,9	5,9	10,4	14,4	8,7	8,8	14,3
Les Rambles	4,1	14,5	3,6	2,7	2,0	3,5	3,9	6,7	1,9	1,1	3,6
Nou Drassanes	0,1	1,4									
Rambla de Catalunya	8,0	11,6	7,8	1,6	2,0	16,5	10,4	8,7	5,8	2,2	5,0
Passeig de Gràcia	7,3	5,8	12,0	6,2	3,9	10,6	10,4	5,8	4,9	3,3	6,4
Dreta de l'Eixample	1,7		7,2					1,0	1,0		2,1
Sant Antoni Centre Comercial	1,7	2,9	6,6	2,7			1,3				
Sants-Creu Coberta	3,2			24,8	3,9	1,2					0,7
Eix Sants-Les Corts	1,9		1,2	6,2	17,6						0,7
Diagonal Illa	11,4	2,9	10,8	15,9	39,2	30,6	13,0	7,7	1,0	3,3	5,7
Sarrià	0,9				2,0	9,4					
Barnavasi-Galvany	0,5					4,7				1,1	
Gran de Gràcia	3,1		1,8			3,5	26,0	1,9			2,1
Gracinova	1,0		1,8				5,2	2,9			
L'Eix d'Horta	1,4						1,3	7,7	3,9		0,7
L'Eix Maragall	0,5							1,0		2,2	1,4
Bulevards de Nou Barris	2,5							1,0	17,5	6,6	
L'Eix de Sant Andreu	4,0		0,6	0,9			1,3	1,9	10,7	24,2	1,4
Poblenou	1,9							1,0	1,0	1,1	11,4
Verneda Eix Comercial	0,5	1,4									2,9
No compra a cap zona comercial	45,1	37,7	43,1	36,3	41,2	38,8	41,6	47,1	54,4	52,7	52,1
Ns/Nc	1,5		1,2				1,3	3,8	1,9	3,3	2,1
Compren a una zona comercial del districte on viuen		43,5	33,6	31,0	56,9	44,7	31,2	8,7	17,5	26,4	14,3

Compra per internet

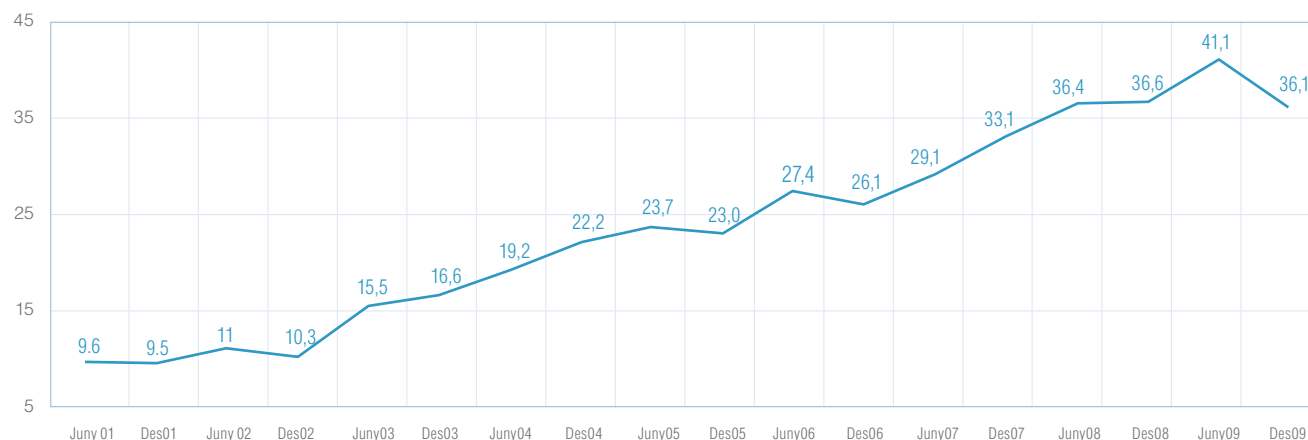
Un 36,1% afirma haver comprat per Internet, percentatge a l'alça des de l'inici de la sèrie, amb lleus retrocessos però amb un creixement constant.

Els homes (43,6%), les persones de 25 a 34 anys (61,2%) i les de 34 a 44 (54,9%) i les persones amb un nivell socioeconòmic més alt (55,5%) són les que diuen haver comprat alguna vegada per Internet.

Per districtes, els veïns de Sarrià - Sant Gervasi, l'Eixample i Les Corts són els que més diuen comprar per Internet, mentre que els de Nou Barris, Horta - Guinardó i Ciutat Vella són els que menys compren a través d'aquest mitjà.

La gran majoria dels que han comprat alguna vegada per internet ho fan de manera ocasional i compren principalment viatges (34,3%), productes informàtics, de telefonia o fotografia (19,4%), aliments (16,1%) roba i calçat (15,0%), llibres (13,3%) o entrades a espectacles (11,9%).

Ha comprat alguna vegada per internet (comerç electrònic)?



5.2. ENQUESTA SOBRE L'ACTIVITAT DEL SECTOR COMERCIAL DE BARCELONA

Aquest informe presenta els resultats de tot l'any 2009, així com l'evolució seguida al llarg dels anys de realització de l'enquesta. L'objectiu principal és conèixer les característiques dels establiments comercials i l'opinió dels seus responsables sobre l'activitat del sector a la ciutat.

S'han realitzat 2.400 entrevistes repartides en tres onades: entre el 17 d'abril al 7 de maig (primera onada), del 23 de maig i 13 de juliol (segona onada) i del 28 de setembre al 6 de novembre (tercera onada). Aquesta mostra és més gran que anys anteriors, comprèn 2.000 establiments de titularitat espanyola i 400 establiments de titularitat no espanyola, fet que facilitarà la recollida més específica de les característiques dels diferents comerços de la ciutat.

Les característiques

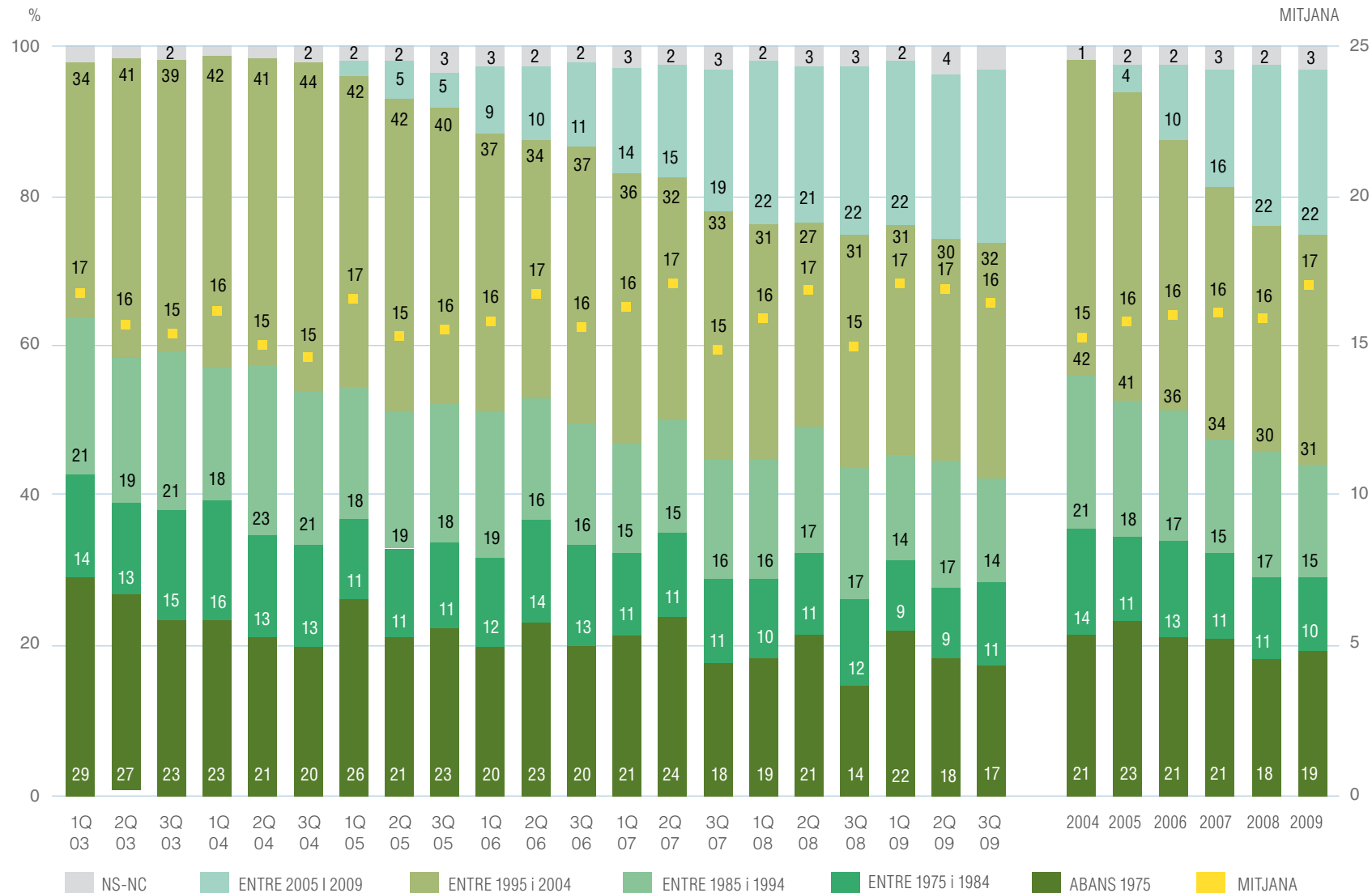
El tipus d'establiments analitzats són: 28,8% d'alimentació, el 29,3% d'equipament personal, el 22,6% de decoració i llar, el 9,2% farmàcies, drogueries i perfumeries i el 10,1% d'oci i cultura. El 90,1% són de titularitat espanyola i el 9,9% estrangera.

A l'any 2009, l'antiguitat mitjana dels comerços és de 17 anys, xifra una mica més alta que les precedents; els més nous són els d'alimentació (14 de mitjana) i els comerços de titularitat estrangera (5 anys de mitjana).

Les franquícies han augmentat lleument respecte a l'any anterior, arribant al 2,9%. Les més freqüents representen el subsector d'alimentació: Condis, Naturhouse, Spar, Coaliment. Quant al nombre d'establiments que disposen de centres de compres és el 4,5%, i els sectors que utilitzen més aquest sistema de proveïment són el de farmàcia, drogueria i perfumeria (12,3%) i decoració de la llar (9,3%).

Més d'un terç dels establiments estan associats (37,0%), sobretot els que pertanyen a un eix comercial (48%). Alhora els establiments d'oci i cultura, d'alimentació i dels mercats són els que presenten un índex d'associacionisme més alt. Quant a l'índex d'associacionisme dels comerços de titularitat estrangera és només d'un 9%.

Any d'obertura de l'establiment



La superfície mitjana de la sala de vendes dels establiments comercials és de 90,8 m². Les sales més grans són dels subsectors de decoració i llar (139,2 m²) i de l'alimentació (107,1 m²). Els establiments de titularitat europea i xinesa són més grans (172 m² i 105 m² respectivament) que la mitjana general. S'observa que la relació entre la superfície de la sala de vendes i el nombre de treballadors és de 2,9 el 2009, mentre que era 3,4 el 2008.

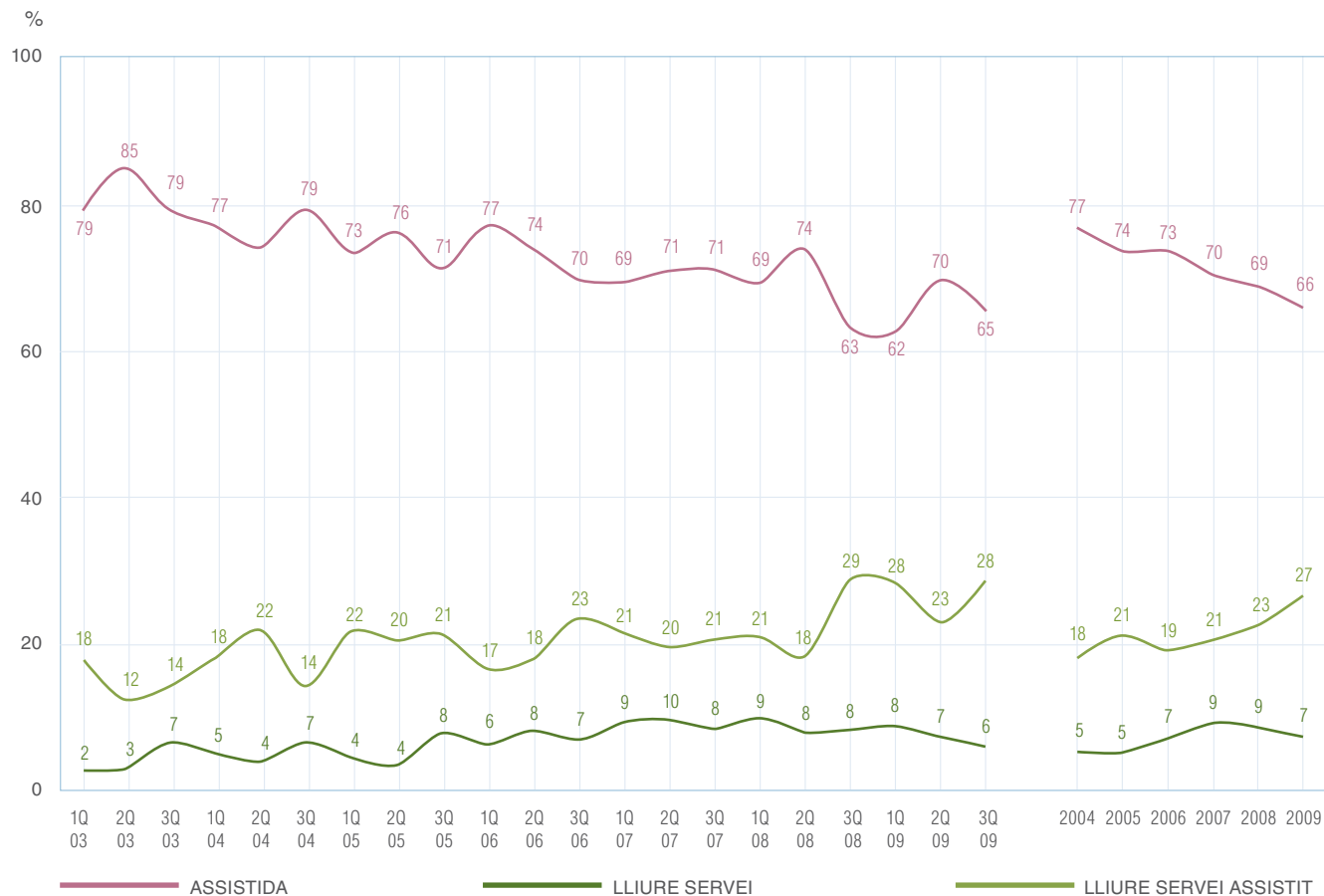
Quant a l'accessibilitat a la sala de l'establiment, en 8 de cada 10 establiments visitats no existeix cap impediment per accedir des de l'exterior a la sala de vendes. En concret, en un 34% no hi ha graons i en un 46% hi ha un graó de menys de 12 cm. També 8 de cada 10 establiments té una obertura a la sala de vendes superior a 70 cm., concretament un 78,3%.

Un 63,1% dels rètols dels establiments estan escrits en català, el 26,1% en castellà, el 4,9% en anglès i el 3,0% en altres llengües.

Respecte al règim de tinença del local, el 65% dels locals són llogats, el 19,6% de propietat i el 10,8% són parades del mercat amb règim de concessió municipal. S'adverteix un descens en el cas del règim de propietat a favor del lloguer i de concessió municipal. Només un 16,9% dels establiments de lloguer té un contracte anterior al 9 de maig del 1985.

Al 2009 el percentatge d'establiments amb sistema de venda assistida és el 65,8%, de lliure servei assistit el 26,6% i de lliure servei el 7,4%. Hi ha una tendència a substituir la venda assistida pel lliure servei assistit. Per altra banda, els establiments de titularitat no espanyola es diferencien per disposar de lliure servei assistit (36,3%) o de lliure servei (32,3%).

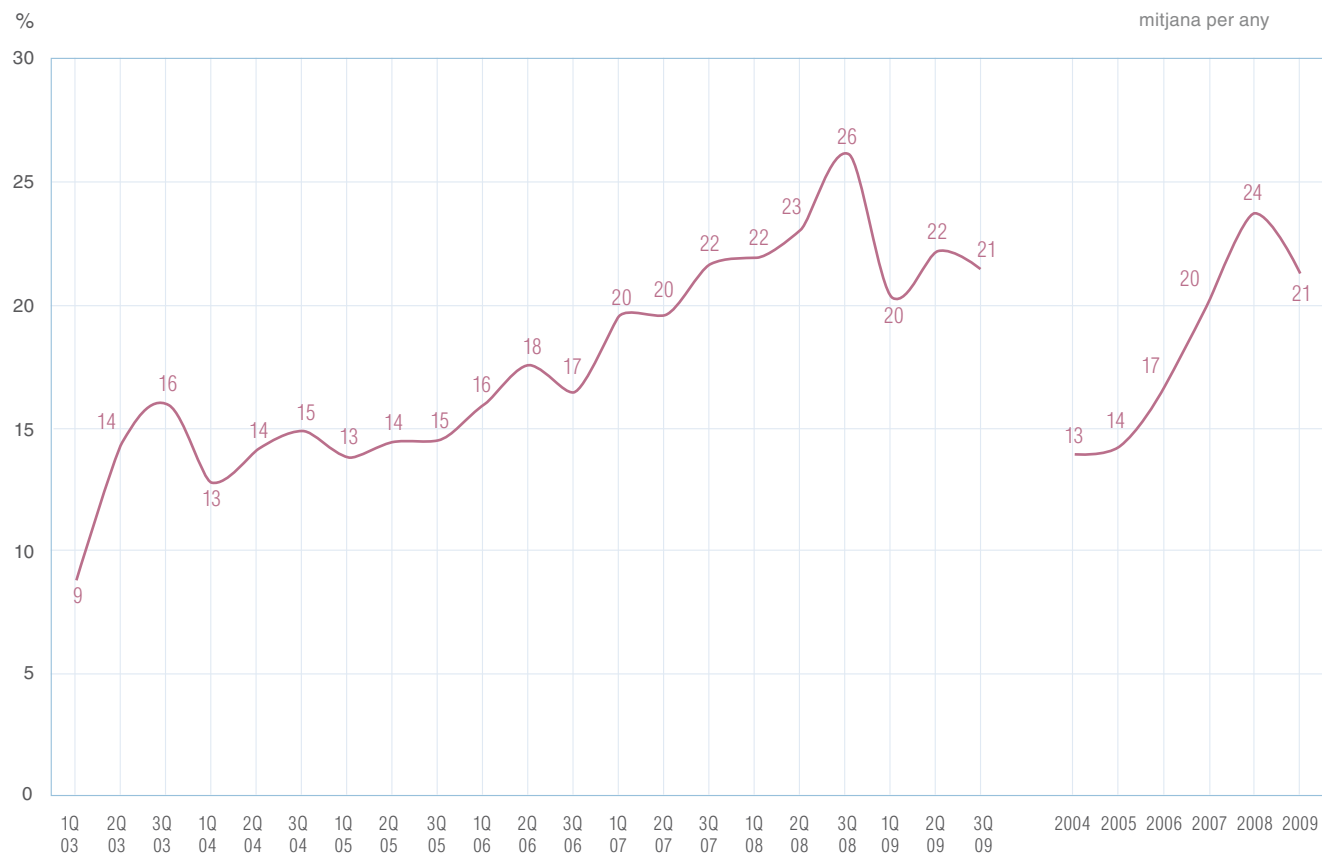
Quin sistema de venda utilitzen?



El 75% dels establiments disposa de caixa enregistradora, el 28% amb escàner. La meitat dels comerços té la gestió informatitzada (51%). Tot i que, només el 36,8% dels establiments de titularitat no espanyola tenen la gestió informatitzada.

El 21,3% dels establiments disposen d'una pàgina web activa, el seu contingut és informatiu i un 23% ofereix la possibilitat de compra. Quant als establiments de titularitat no espanyola, la tinença del web és del 14%.

El seu establiment disposa de pàgina web?



El personal

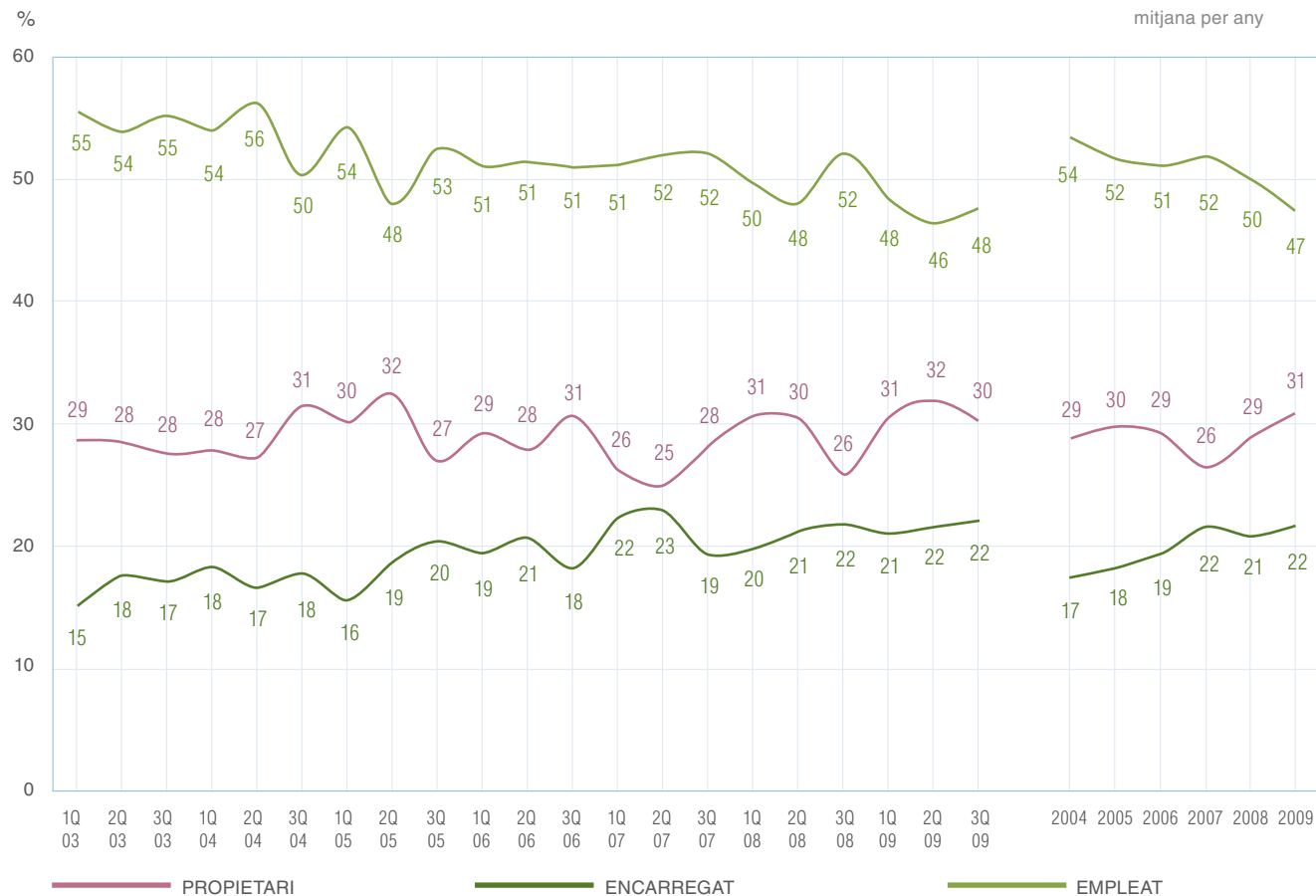
La disminució de persones que treballen en un establiment comercial ha estat rellevant en els últims anys, al 2009 la mitjana és de 2,9 persones, el 2008 era 3,4 i el 2007 3,7. La quantitat mitjana de persones que treballen a temps complet és 2,2 mentre que un any abans era 2,5.

Quant al tipus de personal, el 47,4% dels treballadors del sector són empleats, el 30,9% propietaris del negoci i el 21,6% encarregats. La tendència observada és un descens del nombre d'empleats a canvi d'un augment de propietaris laboralment actius.

El perfil del personal no varia entre 2008 i 2009, la majoria són dones (61,9%), de 25 a 54 anys i amb estudis primaris o secundaris; el 85% de nacionalitat espanyola. El personal dels comerços de titularitat estrangera acostuma a ser més jove, entre 16 i 44 anys. Els propietaris són de més edat que el comú de personal. El 90,1% són de nacionalitat espanyola, la resta provenen de Xina (2,0%) i Pakistan (2,1%).

Finalment, respecte a la realització de cursos formatius, el 31,8% dels establiments fins a 10 treballadors assegura que el seu personal ha fet algun curs en els dos darrers anys. En el cas dels establiments de titularitat pakistanesa el percentatge és del 24,5%.

Perfil de les persones que treballen al sector comercial



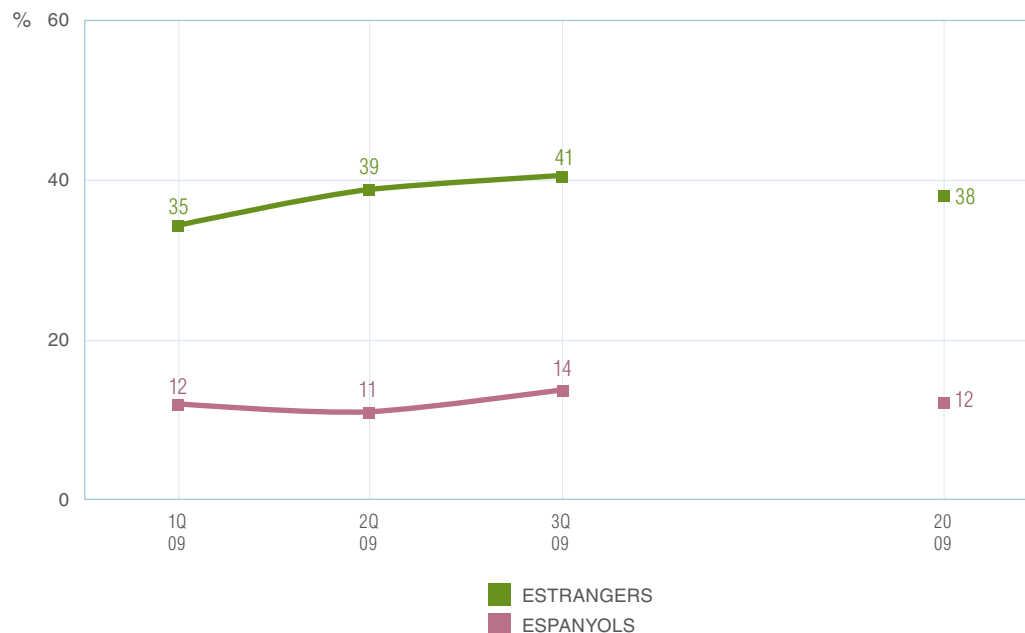
Els horaris i les vendes

Durant el 2009 el 74,6% dels establiments obren de dilluns a dissabte. Els comerços que obren també el diumenge són el 14,8%, una pràctica cada vegada més estesa, l'any 2008 era el 13,8%. L'obertura en diumenge és més freqüent entre els comerços de titularitat no espanyola (38,0% del total).

L'horari més habitual és fer jornada partida (68,9%), la resta de comerços fa jornada contínua (31,1%). Els horaris més habituals és obrir abans de les 10 h. i tancar després de les 20 h.

En general, el desembre és el mes de més venda (54,3%), tot i que també són bons gener i juliol, febrer és el mes de menys venda (37,4%).

Establiments que obren en diumenge per nacionalitat



Els serveis

Destaca l'augment dels comerços que disposen de servei de cobrament amb targeta, al 2009 sumen el 75,8%. Aquest servei està implantat pràcticament en tot el sector de farmàcies, drogueries i perfumeries (94,6%) i el sector d'equipament personal (94,2%). El 57,5% dels establiments de titularitat no espanyola disposen d'aquest servei.

Es manté, respecte l'any precedent, el 46,9% dels comerços que tenen servei de comandes per telèfon. El 22% dels establiments de titularitat estrangera disposa d'aquest servei.

Finalment, un 38,2% dels establiments ofereix el servei de lliurament a domicili, més habitual en els subsectors de decoració i la llar (67,7%) i alimentació (48,5%).

Els empleats es dirigeixen als clients en castellà (45,3%), en català (40,6%), en anglès (8,5%) i altres llengües (1,3%)

Opinió sobre la conjuntura en el sector comercial

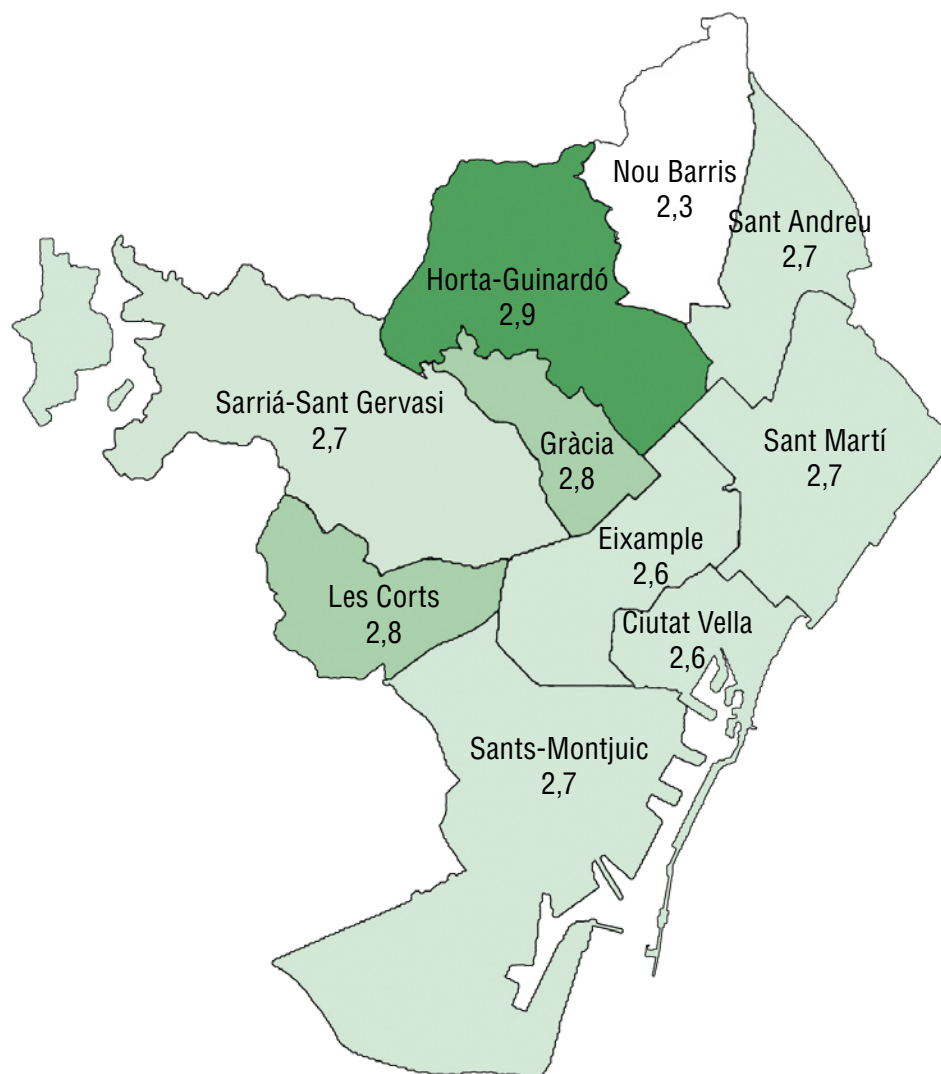
L'any 2009, la situació econòmica és cada cop més present en les opinions dels responsables. El 55,8% dels titulars d'establiments comercials mostren més o menys satisfacció, l'any 2008 era un 61,6%.

El grau de satisfacció general respecte a la marxa del negoci és de 2,6. Els comerços de titularitat espanyola (2,7) i europea (2,9) es mostren més satisfets que la mitjana.

En el 2009, el 8,5% dels responsables diu que el seu negoci s'ha incrementat, el 27,2% que s'ha mantingut i el 60,8% que ha disminuït. Els que més han disminuït són els de decoració i llar (67,3%) i d'equipament personal (64,9%).

La situació econòmica general és el factor determinant que impedeix la bona marxa del negoci, factor que manifesten el 95,1%. També consideren perjudicial les noves grans superfícies comercials (72,2%), comissions bancàries (69,2%), liberalització dels horaris (64,4%), tipus d'interès (46,3%); excepte la creació d'àrees de nova centralitat als barris que veuen favorable el 52,7%.

Grau de satisfacció respecte a la marxa del negoci per districte



Mitjana de la ciutat respecte el grau de satisfacció respecte a la marxa del negoci: 2,6

1= Gens satisfet
5= Molt satisfet

Perspectives de futur

El 2009, en general, els responsables dels comerços són una mica més optimistes que el 2008. En concret, el 24,4% diu que el seu negoci augmentarà en els propers dos anys; el 39,4% es mantindrà igual i el 23,5% disminuirà. La confiança en el futur és més gran al sector de decoració i llar (27,2%) i el sector de farmàcia, drogueria i perfumeria preveu més estabilitat (51,8%).

Respecte al nombre d'empleats, continuen les mateixes perspectives d'anys anteriors: el 84,4% pensa que es mantindrà, el 5,3% preveu un augment del personal i el 7,6% una disminució.

El 63,4% dels entrevistats pensa que els preus de venda al públic es mantindran en els dos propers anys, només un 14,0% pensa que augmentaran i el 17,3% preveu que baixaran.

El 27,3% dels establiments s'han plantejat algun canvi per al proper any: novetats en l'assortiment de productes (19,0%); renovar la decoració (15,2%); crear una pàgina web (14,8%); modernització del negoci (14,0%); mentre que hi ha un 14,4% que pensa tancar.

A continuació es relacionen alguns factors que contribueixen, segons els responsables dels comerços, a millorar o empitjorar la marxa del negoci.

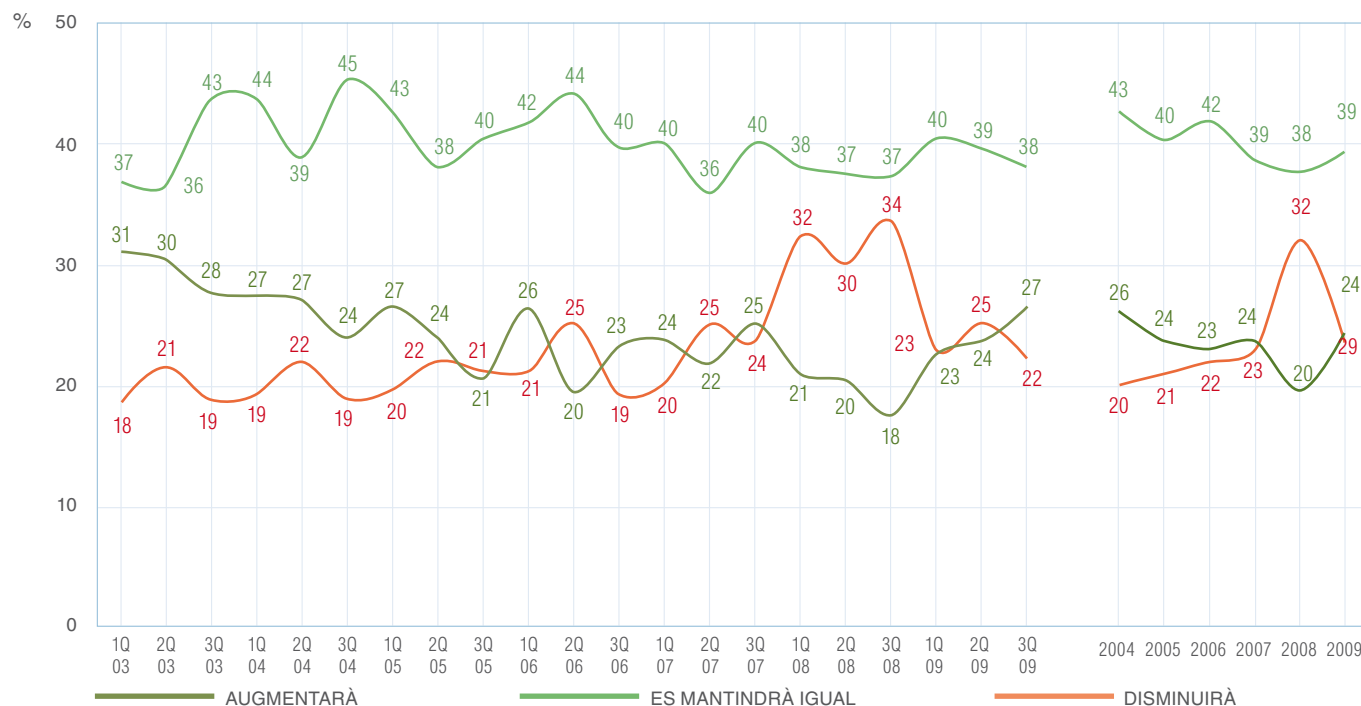
Els factors que poden contribuir a la bona marxa del negoci són:

- Les millores econòmiques generals i l'estabilitat econòmica, que passa d'un 6% l'any 2007 a un 24,3% l'any 2009.
- La preocupació per la millora del poder adquisitiu (10,2%)
- La qualitat dels productes / les marques conegudes (5,0%)
- Millor tractament fiscal / impostos (4,0%)
- Baixar preus (4,0%)
- La professionalitat i la bona atenció al client, passa d'un 7% l'any 2008, a un 3,7% el 2009.

Factors que poden contribuir negativament en el futur de la marxa dels seus negocis:

- La recessió econòmica / empitjorament econòmic, d'un 35,8% el 2008 a un 41,5% el 2009.
- Empitjorament del poder adquisitiu 10,8%
- Increment de la competència 9,3%
- Competència il·legal 7,2%
- Degradació zones 5,7%
- Augment grans superfícies / centres comercials que passa d'un 10,5% al 2008 a un 5,0% al 2009.

En els propers dos anys com creu que evolucionarà el seu negoci, augmentarà, es mantindrà igual o disminuirà?

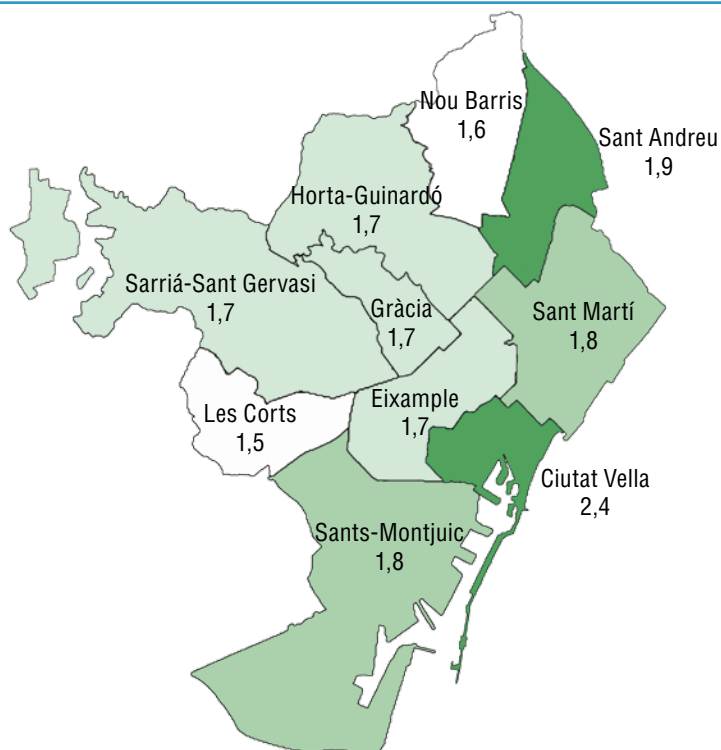


Intenció d'obrir en diumenge

El 73,2% dels responsables comercials no són partidaris de treballar en diumenge, el 14,9% es mostra indiferent, l'11,8% està d'acord, sobretot els responsables de comerços de titularitat no espanyola, on 3,1 sobre 5 estan a favor d'obrir en diumenge.

Continua l'opinió majoritària de prohibir la possibilitat d'obrir en diumenge (47,1%) en contra de la que sosté que cada comerç hauria de poder decidir sobre aquesta qüestió (23,8%).

Grau d'acord i desacord amb l'obertura dels establiments els diumenges per districte



Mitjana de la ciutat respecte el grau de desacord respecte a l'obertura dels establiments en diumenge: 1,8

1= Gens d'acord
5= Molt d'acord

Els establiments de titularitat no espanyola

Els aspectes a tenir en compte en les característiques dels establiments de titularitat estrangera, són les d'un negoci recent, amb només 5 anys de mitjana des de l'obertura, on la superfície de la sala de vendes és major, en el cas d'establiments xinesos (105 m² de mitjana) i europeus (172 m²). El règim de tinença del local és majoritàriament de lloguer (94,8%). Els rètols dels establiments estan escrits en català el 42% i en castellà el 35%. Només el 36,8% d'aquests establiments tenen la gestió informatitzada, l'excepció són els de titularitat europea (70,7%), pel que fa a la tinença de web és d'un 14%. Finalment, si el 37% dels establiments estan associats, en aquests casos, l'índex d'associacionisme només és del 9%.

Respecte al personal, la mitjana de persones que treballen en un establiment comercial de titularitat no espanyola és de 2,9, quan la titularitat és xinesa la mitjana és d'1,9, pakistanesa d'1,9 i europea de 5,9.

En el sector comerç treballen més homes (47,7%), sobretot en els de titularitat pakistanesa (88,2%). El personal acostuma, com ja s'ha comentat, a ser més jove, entre 16 i 44 anys. Respecte al domini del català, el 29,5% del personal de nacionalitat estrangera no l'entén, el 32,2% només l'entén i el 33,0% el parla i/o escriu.

5.3. 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, així com l'opinió i les perspectives futures que tenen els seus responsables sobre l'activitat del sector.

L'informe recull els resultats de les consultes realitzades el 2009 en 3 onades, en total es van fer 1.000 entrevistes. La primera onada va ser del 21 al 30 d'abril, la segona onada del 20 de juny a l'11 de juliol, i la tercera onada del 8 al 31 d'octubre.

Del total d'establiments enquestats, el 68,5% són bars, el 4,6% són restaurants i el 26,9% són restaurants - bars.

Característiques dels establiments

A continuació es detallen algunes de les dades obtingudes en l'enquesta de l'any 2009, on es confirmen les característiques ja observades en anteriors anys.

La mitjana d'antiguitat dels negocis és del voltant d'uns 14 anys. En el cas concret dels restaurants la mitjana és d'11 anys.

El sector de restauració continua amb una baixa representació de franquícies, en concret un 2,2%. Es tracta de cafeteries de procedència principalment catalana, com són el cas de Bracafé, Cafés Caracas i Club del Café Novell.

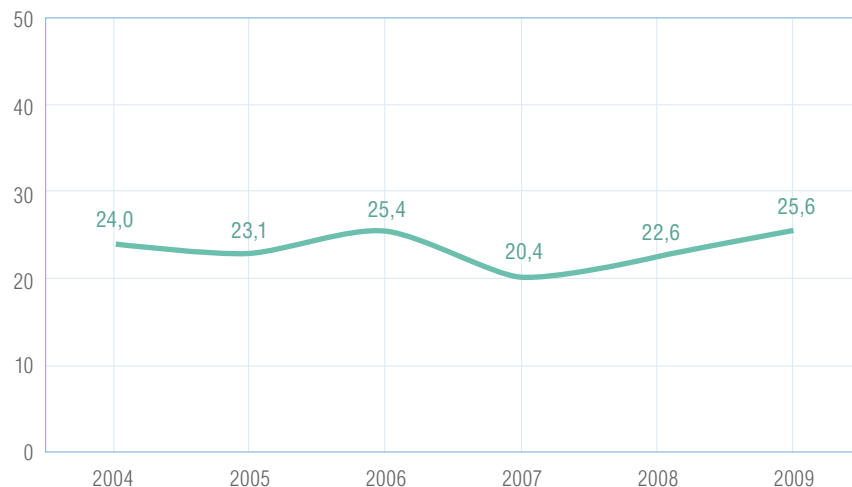
Un 25,6% dels establiments del sector de restauració està associat, els restaurants són els més associats (39,6%). Les prestacions principals que ofereixen les associacions sectorials són assessorament (27,3%), informació (15,6%), promocions diverses inclosa la campanya de Nadal (15,2%), formació (12,1%) i actes socials (9,4%).

Respecte a la superfície mitjana de la sala dels establiments és de 60,8 m² (113 m² en el cas dels restaurants). El 38,8% té terrassa, sobretot els bars i bars - restaurants, i la seva superfície mitjana és de 10,4 m². Per altra banda, només un 13,2% assegura ser un espai sense fum (un 32,1% en el cas dels restaurants) i un 3,3% té una zona reservada per a fumadors (el 15,1% en el cas dels restaurants).

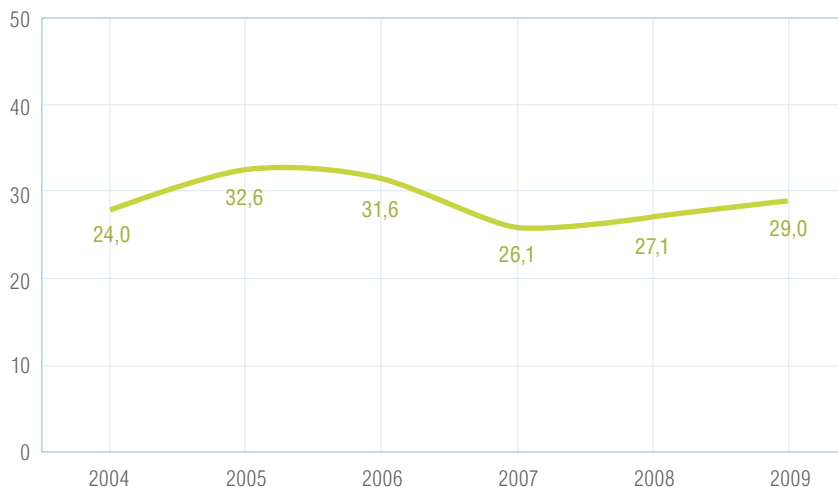
El règim de tinença del local predominant és el de lloguer (80,4%), enfront del de propietat (16,2%). Quant al tipus de contracte de lloguer, el 14,2% són anteriors al 9 de maig de 1989.

I per acabar aquestes consideracions generals sobre les característiques, la informatització del sector en el darrer any continua igual, el 27,4% té la comptabilitat informatitzada i el 16,2% els serveis.

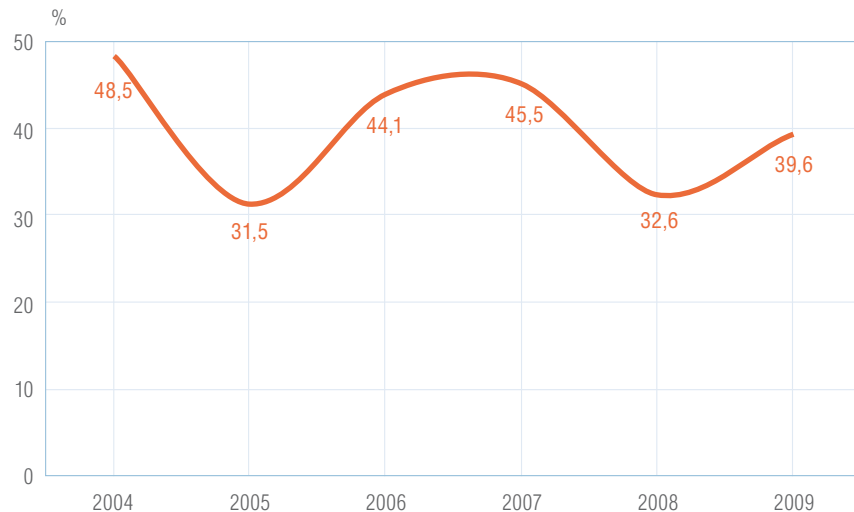
Establiments associats del sector de la restauració



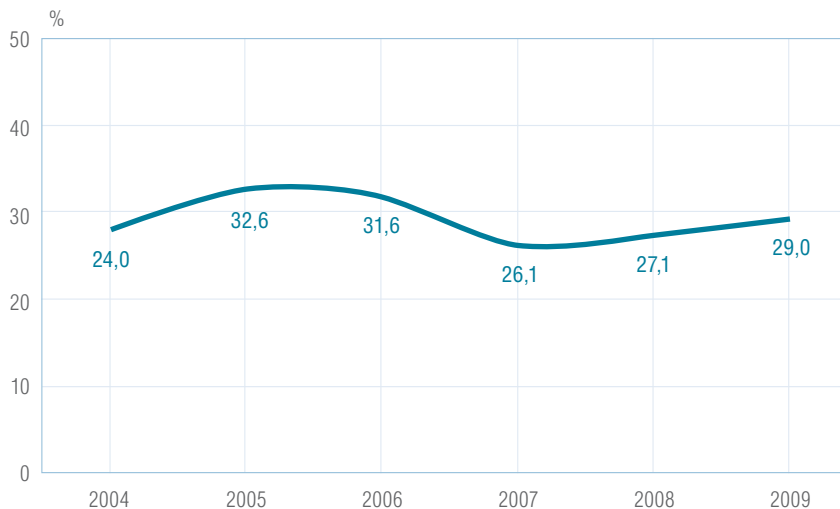
Bars associats



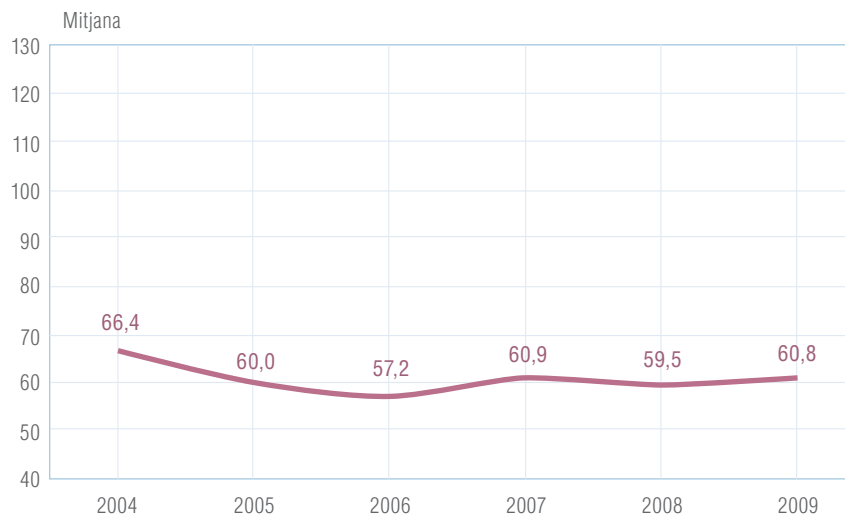
Restaurants associats



Quina és la superfície de la sala? (Mitjana en metres quadrats)



Restaurants bars associats



Els horaris i les vendes

Respecte als mesos de més activitat continua sent els mesos d'estiu i desembre. Gener i febrer són els de menys activitat. Els dies amb més clientela continuen essent els divendres i dissabtes, i els de menys activitat els dimarts i dilluns.

El 98,2% dels establiments obren de dilluns a divendres a l'hora de dinar, el 85,4% a l'hora d'esmorzar i el 83,9% a l'hora de sopar. Cada cop són més els establiments oberts en dissabte (de 2007 al 2009 el 2,9% més) i en diumenge (de 2007 al 2009 el 4,5% més). En els dos darrers anys augmenta el nombre d'establiments de restauració que treballen el cap de setmana.

Els serveis

Dins el sector de restauració, el 31,2% dels establiments disposa de la possibilitat de pagament amb targetes. En el cas dels restaurants el percentatge arriba a un 81,1%, per altra banda, són pocs els bars que ofereixen aquesta possibilitat, un 17,4%.

Respecte a l'evolució dels preus, entre el 2008 i 2009, ha augmentat el preu del cafè. Altres begudes, com la cervesa i els refrescs, tot i tenir un ventall de preus més ampli, s'han encarit gradualment en el període de 2004-2009. Quant al menú, si bé el preu gairebé es manté en aquests dos últims anys, també s'han encarit en 1,10 € en els últims cinc anys.

El 23,0% dels establiments disposa de xecs - restaurant. Els vals més habituals són : Ticket - Restaurant (93,9%), Cheque-Gourmet (66,1%) i Sodexho (60,9%).

El 22,6% dels establiments diu pagar una comissió en concepte de drets d'autor, els bars – restaurants són els que més cotitzen per aquest concepte (32,4%)

Com ha estat l'evolució dels preus?

(Mitjana)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Un cafè	0,84 €	0,88 €	0,94 €	0,99 €	1,00 €	1,05 €
Una cervesa	1,27 €	1,28 €	1,38 €	1,44 €	1,50 €	1,58 €
Un refresc	1,26 €	1,29 €	1,36 €	1,44 €	1,50 €	1,55 €
Un menú, en cas de tenir-ne	8,34 €	8,06 €	8,95 €	8,86 €	9,50 €	9,44 €

Incrementos

	2004/ 2005	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009
Un cafè	4,8%	6,8%	5,3%	1,0%	5,2%
Una cervesa	0,8%	7,8%	4,3%	4,2%	5,1%
Un refresc	2,4%	5,4%	5,9%	4,2%	3,5%
Un menú, en cas de tenir-ne	- 3,4%	11,0%	- 1,0%	7,2%	- 0,7%

El personal

Del total de persones que treballen al sector de la restauració, el 58,5% ho fa en bars, el 31,8% en bars - restaurants i el 9,7% en restaurants.

La mitjana total de persones per establiment és de 3,7; els restaurants són els que més han disminuït la seva plantilla els darrers anys (de 7,9 al 2006 passen a tenir una plantilla mitjana de 6,8 persones al 2009).

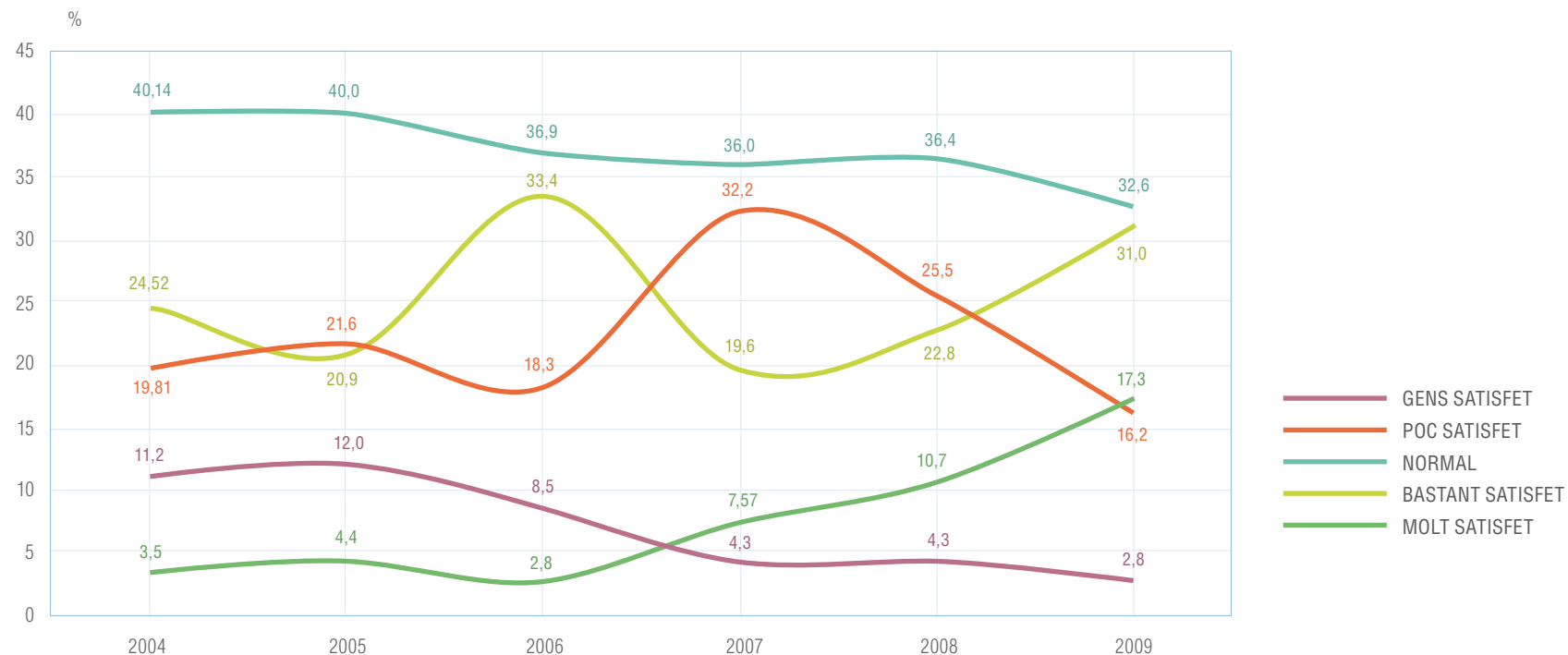
Les característiques del personal en el sector de la restauració es mantenen respecte anys anteriors, els homes segueixen sent majoritaris (57,2%); el 57,0% tenen entre 25 i 44 anys, i en conjunt el nivell de formació és més primari (33,2%) i secundari (31,4%). El 82,6% del personal treballa a temps complet i un 27,6% ha fet algun curs de formació durant els últims dos anys.

La gran majoria dels propietaris són espanyols, el 2009 ho són el 78,9%. El col·lectiu estranger de propietaris més nombrós és de nacionalitat xinesa (8,2%), seguit de la italiana (1,5%) i la pakistanesa (1,2%).

Opinió sobre la marxa del sector de la restauració

En el 2009, el 58,3% dels responsables dels establiments de restauració estan molt o bastant satisfets sobre la marxa del negoci, en el 2008 eren el 33,5% i en el 2007 el 21,1%.

Respecte a la marxa actual del seu negoci, vostè està: molt, bastant, poc o gens satisfet?



Sobre l'opinió de la marxa del negoci en els últims dos anys, en el 2009, el 63,2% pensa que el seu negoci ha disminuït, el 25,8% diu que el volum de negoci es manté i un 6,1% que s'ha incrementat.

Respecte als factors influents en el negoci, actualment i degut a la crisi econòmica general, l'únic factor en què confien i que creuen que pot influenciar positivament en la marxa del negoci és la millora de les condicions econòmiques, polítiques i socials del país.

La resta de factors més propis del sector de restauració o de la forma de gestionar el negoci passen a un segon terme, tant els que són considerats positius com els negatius.

En el futur, quins factors poden influir positivament en el seu negoci?

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Servei, bona atenció client, professionalitat	14,1	17,7	19,6	18,2	18,5	10,9
Ampliacions, nous serveis, reformes	6,0	6,9	9,5	8,5	10,1	7,5
Menys competència	3,1	3,8	1,2	2,0	1,6	1,7
Millora poder adquisitiu	7,0	6,1	6,3	7,1	10,5	6,0
Més clients	8,4	7,6	8,6	6,7	6,8	5,1
Més turisme	5,2	5,4	4,8	8,9	5,3	4,7
Bona situació negoci	6,0	2,6	3,4	4,8	4,2	1,2
Obertura nous comerços, hotels	8,7	7,7	8,6	7,1	6,6	4,7
Millora barri, obres públiques	4,5	3,7	2,5	2,2	1,3	2,7
Millora comunicacions	0,8	0,4	1,7	0,8	0,4	0,4
Demanda a l'Ajuntament d'intervencions	9,4	9,7	11,2	10,8	5,0	6,7
Millora condicions econòmiques, socials i polítiques	8,0	8,5	6,4	7,2	13,7	27,1
Millora tractament fiscal, impostos	5,9	9,1	5,9	5,7	7,5	8,7
Factor climàtic	1,9	2,1	0,9	2,6	0,5	1,2
La construcció	0,9	0,6	0,3	0,5	1,0	0,8
Altres	3,0	2,4	1,4	0,9	2,4	1,6
Res	12,0	9,3	12,7	7,1	6,9	8,9
Ns-Nc	14,2	14,9	11,4	16,1	14,5	19,1
N	(999)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)

Quins factors poden influir negativament en el seu negoci?

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Mala atenció, servei al client	4,2	4,8	4,2	2,5	2,2	1,6
Problemes propis negoci	7,9	8,6	11,7	8,5	5,6	3,1
Manca de clients	6,4	6,7	4,6	5,8	4,2	2,2
Increment competència	14,0	16,0	11,4	13,1	8,8	6,4
Tendència econòmiques, polítiques i social	10,4	10,4	8,5	7,4	37,5	49,2
Pèrdua poder adquisitiu	6,1	6,9	5,0	6,2	5,9	4,5
Impostos, tractament fiscal	8,5	11,3	9,5	7,7	9,1	6,7
Preus	7,7	5,7	2,6	5,3	1,9	1,6
Problemes zona	14,3	20,1	22,1	22,0	14,6	14,7
Manca de negocis a la zona	4,5	5,2	4,1	4,3	3,8	3,1
Factor climàtic	1,9	1,3	1,4	2,0	1,1	1,4
Festes, vacances	0,4	0,2	0,9	0,5	0,2	-
Altres	2,1	1,4	0,9	0,3	2,3	2,1
Cap	9,7	7,4	13,1	11,2	6,9	4,9
Ns-Nc	17,8	13,6	13,5	17,3	13,5	15,6
N	(999)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)

Evolució del negoci en el futur

Les opinions per al futur són diverses, un 32,2% pensa que el negoci es mantindrà igual, el 26,6% que el futur serà negatiu i el 23,9% que serà de signe positiu.

Els factors positius per al futur es concentren en la millora de la situació econòmica, social i política actual (53,1%). És a dir, l'estabilitat en totes les facetes (econòmica, de clientela, del propi negoci, de professionalitat i de servei) és la garantia per a alguns responsables de que el seu negoci es mantindrà en condicions similars a les actuals.

Respecte a les plantilles de personal es preveu una disminució en el 9,8% dels establiments i un augment en el 7,4% dels establiments.

Les previsions quant als preus dels serveis també són de manteniment (76,7%) i apareix una minoria que pensa en una disminució dels preus (6,2%).

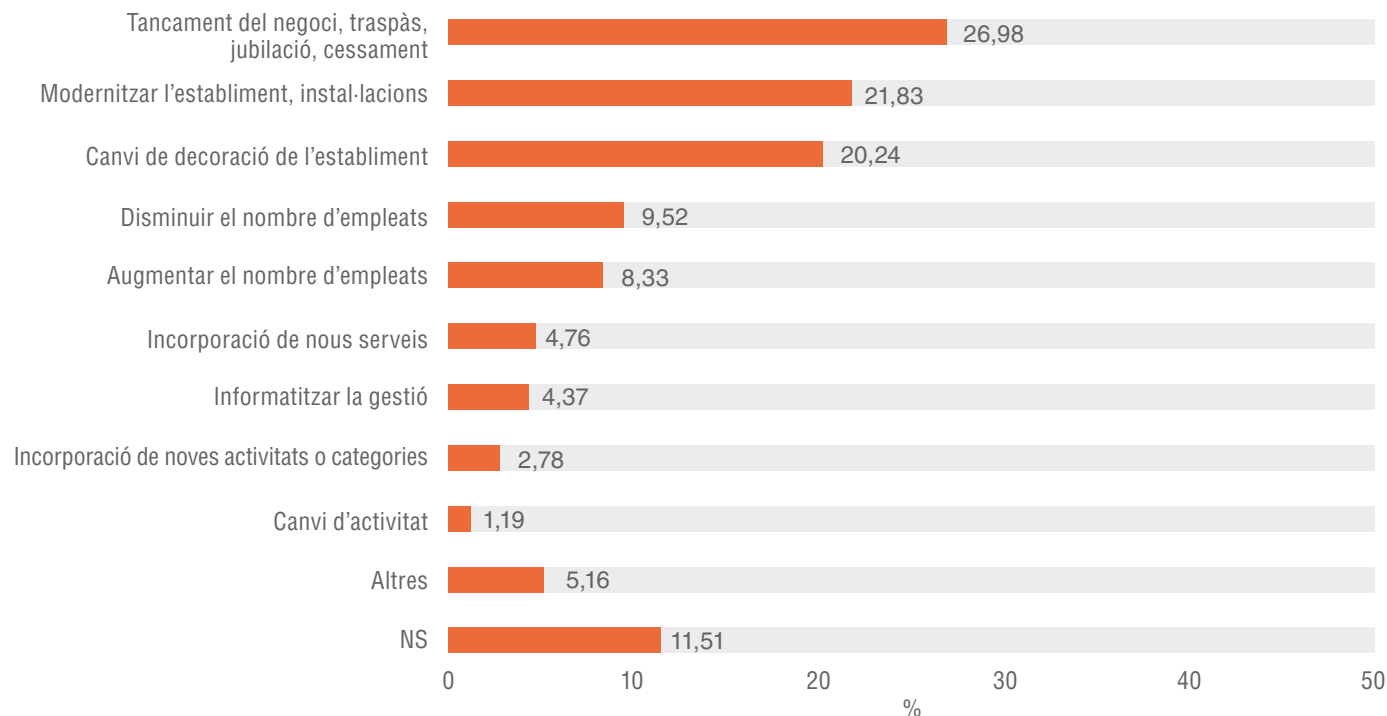
Com pensa que evolucionaran els preus al públic en un futur immediat, augmentaran, es mantindran o baixaran?

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Augmentaran	47,0	42,5	39,0	43,3	34,1	15,7
Es mantindran	49,6	53,9	58,4	53,1	61,9	76,7
Baixaran	0,4	0,4	1,0	1,3	1,2	6,2
Ns-Nc	2,9	3,2	1,6	2,3	2,8	1,4
N	(999)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)

Finalment, quant als canvis introduïts en el negoci, un 36,7% ha realitzat algun canvi els darrers dos anys, com modernitzar establiments o instal·lacions (46,3%), canvi de decoració en l'establiment (39,5%), disminuir la plantilla de personal (31,9%). En el futur, un 22,3% es planteja un canvi en el negoci. Dels que preveuen canvis, destaquen els que tancaran de negoci per traspàs, jubilació o cessament (27%), modernitzar l'establiment, instal·lacions (21,8%) i canvi de decoració (20,2%).

Per al proper any, s'ha plantejat algun canvi en el seu negoci?

(Només per als que s'han proposat fer algun canvi) (multiresposta)



6. PROMOCIÓ DEL COMERÇ

6.1. PREMI "BARCELONA, LA MILLOR BOTIGA DEL MÓN"



L'any 2009 s'ha celebrat el 12è aniversari del premi "Barcelona, la millor botiga del món", un premi que vol reconèixer la tasca dels comerciants de Barcelona i, especialment, les iniciatives empresarials implantades a la ciutat, a les dinamitzacions comercials que s'estan duent a terme i a les persones que treballen en el món del comerç i que contribueixen a fer de Barcelona la ciutat moderna i emprenedora de la qual tots ens sentim orgullosos.

Premi a “la millor iniciativa empresarial comercial de l’any”

Aquest premi es concedeix a **Crearte perruquers**.

Els serveis a les persones formen part dels nostres entorns del comerç urbà i, com un més, obren, dia a dia, les portes dels seus establiments.

Crearte perruquers, mereix el reconeixement com a millor iniciativa de l’any.



Dos factors justifiquen aquest reconeixement. Per un costat, la relació amb el client: se l’escolta, s’interpreten els seus desitjos, el client intervé en tot el procés del servei, i finalment en resulta una gratificant experiència de compra. Per altra costat, el compromís absolut dels promotors de la iniciativa amb el medi ambient. Utilització de productes amb compostos estrictament naturals, tècniques de treball de consum mínim i cura amb els residus, i finalment, un compromís ètic seguint les pautes del comerç just.

Amb la consideració de les noves iniciatives comercials a la ciutat, s’atorga un DIPLOMA de reconeixement a **Cooked in Barcelona**. Es tracta d’un establiment amb voluntat de integració vertical directa entre la fabricació (continuïtat amb la indústria de la confecció fabricant pantalons íntegrament a Barcelona) i la comercialització; en aquesta iniciativa uneix en la marca el nom propi de Barcelona amb un dels elements importants de projecció actual de la ciutat, la cuina i els mercats municipals. Aquesta unió s’incorpora com element distintiu del disseny de la botiga, des del mobiliari fins al mateix packaging. Finalment, una molt bona incorporació de les tecnologies de la informació i comunicació (TIC) que permeten veure, en una pantalla interactiva a partir de l’etiqueta de cada peça, com “cau” amb les diferents talles, i l’existència d’estocs per talles i colors.

Premi a "la millor iniciativa agrupada per a la dinamització comercial de la ciutat"

S'ha concedit el premi a **Ravaltext**.

Sovint conflueixen en un mateix espai -i temps-, aspectes que alteren els sentits quotidians de la vida i que requereixen iniciatives i accions col·lectives per superar amb escreix aquestes dificultats.



En aquests moments en que la crisi, els processos de integració de nou vinguts i diversos factors d'exclusió social han posat al Raval en un aparador potser no desitjat, **Ravaltext** és una d'aquestes iniciatives que enorgulleixen a la ciutat.

La iniciativa aplega un conjunt de les principals cadenes d'establiments del món del tèxtil i la moda de la ciutat. De forma absolutament altruista (els guanys es reverteixen en mesures socials en el propi entorn), han posat en marxa conjuntament amb altres persones i entitats del Barri del Raval, una empresa d'inserció per tal de donar suport a dones que es troben en situacions de vulnerabilitat davant el mercat laboral.

Ravaltext té com a missió la realització de retocs en les prendes de vestir tant de gent del barri com de cadenes de moda.

Amb una contractació laboral clara, aquest compromís social travessa els límits estrictes del Raval. Cal veure-la també com una acció de mecenatge del sector del comerç que retorna a la societat la seva fidelitat.

Premi a "la tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat"

S'ha concedit el premi a **Miquel Valls i Maseda**.

Com assenyalen les bases del premi, aquesta modalitat reconeix, de forma personal, la contribució de llarg recorregut al suport i dinamització del comerç de Barcelona.

En la persona de **Miquel Valls i Maseda**, president de la Cambra de Comerç de Barcelona, concorren un bon nombre de actuacions i mèrits que el fan mereixedor d'aquest reconeixement. Però el Jurat en vol assenyalar tres absolutament imprescindibles en un nou impuls al comerç de la ciutat.



Primer, la tasca constant de la Cambra, però fonamentalment la implicació personal de **Miquel Valls** en suport dels comerciants de la ciutat, arran les dificultats que va generar la fallida elèctrica a l'estiu del 2007 i quins efectes no van ser plenament reconeguts i solucionats fins l'any passat. Segon, el compromís total en la dinamització del nostre comerç urbà amb suport de tot tipus als comerciants dels eixos. Finalment, la projecció exterior del comerç de la ciutat, té el millor aparador en les botigues obertes a la nova terminal 1 de l'aeroport, que han comptat en la presidència de la Cambra de Comerç com el seu millor impulsor i ambaixador.

Premi a "l'establiment comercial"

S'ha concedit el premi a **Delishop**.

Com diuen els anglesos, no per ser el darrer premi és el menys important, ans el contrari. S'atorga el guardó d'aquesta modalitat de reconeixement a la singularitat dels establiments que representen la imatge distinta, moderna i adequada als nous reptes.



Delishop, amb tres establiments a tres barris de la ciutat (Gràcia, L'Eixample i Les Corts), ens convida cada dia a seguir el carrer de les cuines del món.

Les botigues són això, un ampli carrer on transcorre un viatge que permet contemplar les cuines d'arreu, tot reforçant la identitat de la ciutat. Productes propis amb un disseny acurat, es combinen amb articles de qualitat d'altres indrets fins a oferir-nos més de 2.000 referències. A destacar una amplíssima oferta de vins de tot el món amb una característica comuna, el seu preu no supera els 10 €. Complementa el viatge una relació amb els clients a partir d'una publicació i una web pròpies i l'accés a receptes per gaudir i treballar sobre els productes. És, en definitiva, un exemple de com innovar en un sector incorporant, també en aquest cas, al client en una experiència de noves sensacions.

Aquest any s'ha atorgat un DIPLOMA de reconeixement especial a **Bolibar Bronzes, SL**, un comerç de ferreteria i una metal·listeria que aquest any complirà el seu centenari a la Rambla de Catalunya. Es vol centrar el seu reconeixement en l'ús de noves tècniques de gestió empresarial i molt en concret la projecció de l'empresa fora de Barcelona i Catalunya, així com, la innovació en les relacions laborals internes i la gestió de personal.

6.2. LA CAMPANYA DE PROMOCIÓ DEL COMERÇ

La campanya continua essent una aportació positiva al sector comercial, una eina que contribueix a potenciar el comerç de proximitat de la ciutat.

Durant l'any 2009 s'han mantingut les campanyes publicitàries: espots publicitaris a les principals cadenes de televisió, emissores de ràdio i anuncis en premsa i revistes especialitzades (informatiu el comerç, Temps de viure i Cap Catalogne), insercions a les revistes de l'APPEC i monogràfic "Regals de Nadal".

Per altra banda, es continua amb la campanya de diferents productes de distribució a associacions i eixos comercials: 200.000 bosses de paper i plegables, 400.000 entrades al parc zoològic i 400.000 punts de llibre amb motiu de la Diada de Sant Jordi.

6.3. EL COMERÇ A LES ESCOLES. CURS 2009-2010

El comerç a les escoles és una proposta impulsada per la Direcció de Comerç i Consum i l'Institut d'Educació de l'Ajuntament de Barcelona. Es va iniciar el curs 2006-07 amb l'objectiu d'afavorir el coneixement de l'entorn cultural, social i històric mitjançant el comerç del barri i de la ciutat, i alhora educar per a un consum crític i responsable.

De tots és sabut que el comerç és un motor integrador de persones, d'incorporació de noves idees i nous valors culturals, creant vincles de comunicació entre ciutadans.

La proposta s'adreça als centres públics de Barcelona que volen aprofitar les oportunitats pedagògiques que ofereix el fet de repensar el comerç i el consum a la nostra ciutat. El programa els ofereix l'oportunitat de:

- Redescobrir la ciutat i conèixer les característiques més significatives del comerç de Barcelona.
- Valorar la diversitat dels comerços del seu entorn i els productes i serveis que aquests ofereixen.
- Elaborar criteris per a consumir de manera activa, crítica i responsable.

Per tal d'assolir aquests objectius es posa a l'abast dels centres escolars de la ciutat recursos com: dades sobre el comerç i el consum a la nostra ciutat, persones de referència, web interessants, etc., així com propostes d'activitats per treballar el comerç des d'àrees i matèries concretes: plàstica, ciències del medi i socials, llengües, matemàtiques, etc.

El consum es tractat des del vessant emocional, fent anàlisi dels hàbits de compra, els elements que ens animen a comprar: colors, embolcalls, situació dels productes en les prestatgeries, etc.

Aquesta proposta que és alhora reconeixement, estímul i suport a la tasca que molts centres ja fan en educació per al consum responsable i una nova oportunitat per reforçar els vincles entre escola i ciutat.



En aquest curs s'ha dut a terme la confecció del Calendari "El comerç i les escoles 2010", amb una tria dels dibuixos elaborats pels alumnes participants, tenint en compte en la selecció de quin criteri d'elecció es van basar en la creativitat, la tècnica utilitzada i l'adequació al concepte del comerç i ciutat. El Calendari es va distribuir als centres educatius participants i els comerços de la ciutat.

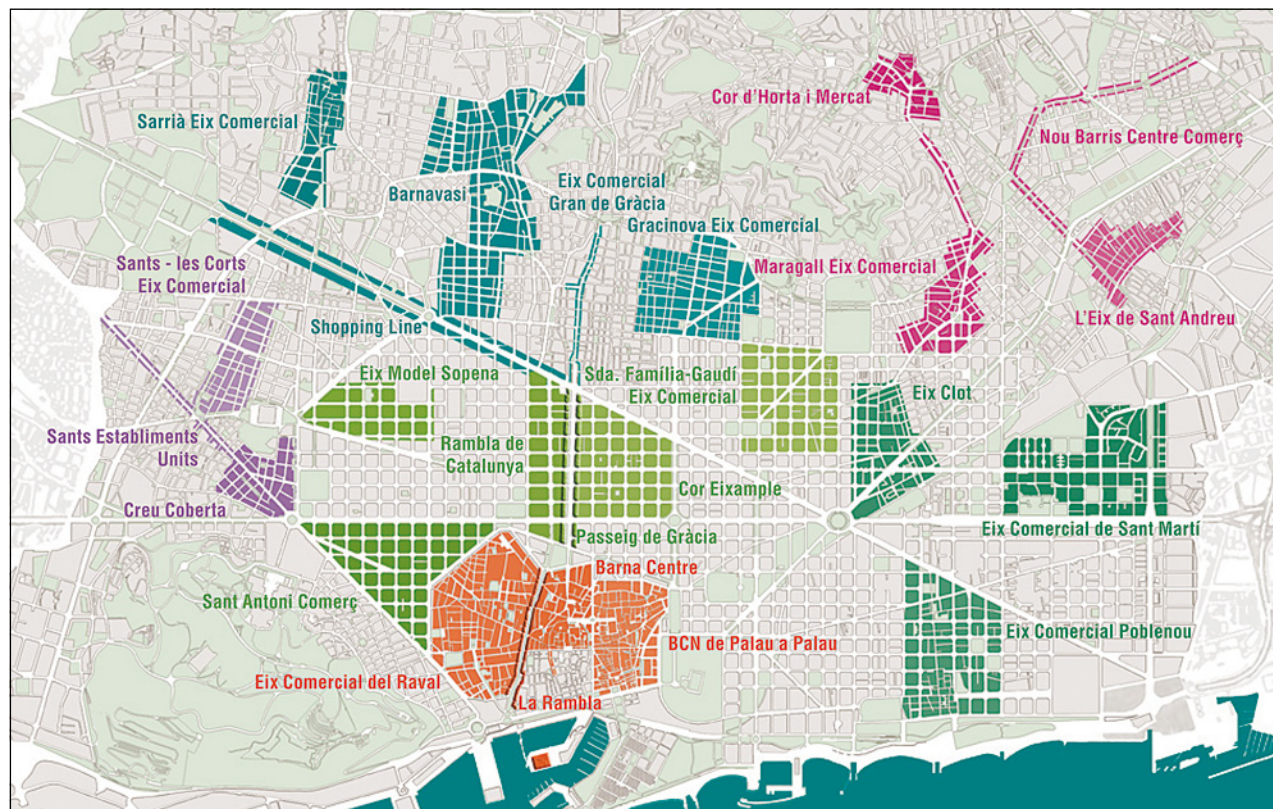
El 14 de gener de 2010 va tenir lloc la inauguració de la Mostra de Dibuixos per al Calendari "El comerç i les escoles 2010", a la Sala d'Actes de la Biblioteca de la Sagrada Família, amb l'assistència dels centres participants. El total dels 997 dibuixos realitzats pels alumnes participants han estat exposats, de diferents maneres (en plafons, en un audiovisual i enquadrats en llibres) durant la setmana del 14 al 24 de gener de 2010.

En aquest curs, han participat 15 centres docents, dels quals 14 ho han fet en el projecte del Calendari "El comerç i les escoles 2010", sumant uns 1.000 alumnes participants. Alhora, l'Institut Joan Brossa ha realitzat un estudi sobre el comerç i el consum als barris d'Horta i Gràcia.

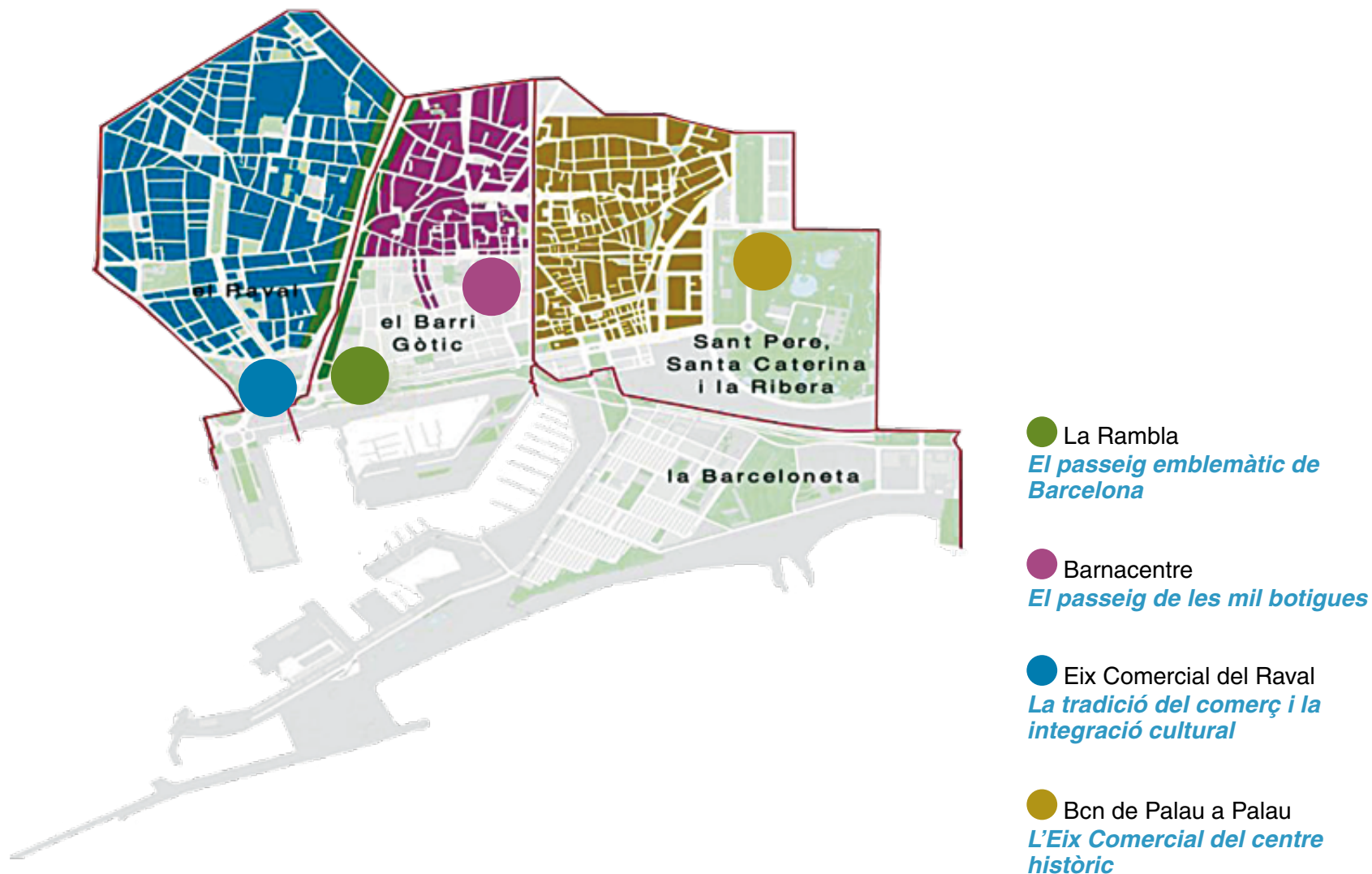
6.4. ELS EIXOS COMERCIALS DE BARCELONA

Actualment hi han 24 eixos comercials a Barcelona on s'ubiquen més de 10.000 comerços urbans, representant gairebé la tercera part dels existents a la ciutat, als que s'han d'afegir més de 12.000 establiments del sector dels serveis.

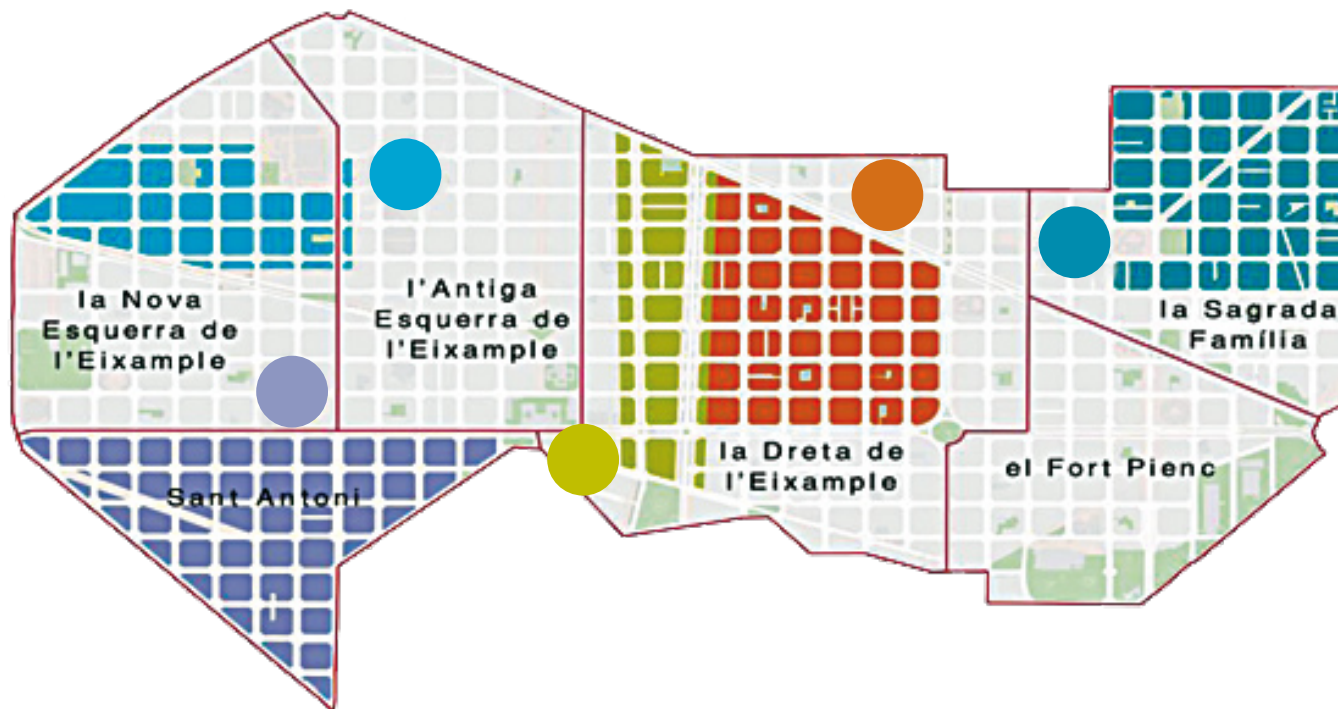
Els eixos estan repartits per tot el territori de la ciutat, presents a tots els districtes i a una gran quantitat de barris.



Eixos comercials al Districte de Ciutat Vella



Eixos comercials al Districte de l'Eixample



● Eix Model Sopena
*El comerç modern de
l'esquerra de l'Eixample*

● Sant Antoni Comerç
Il·lusonat a Sant Antoni

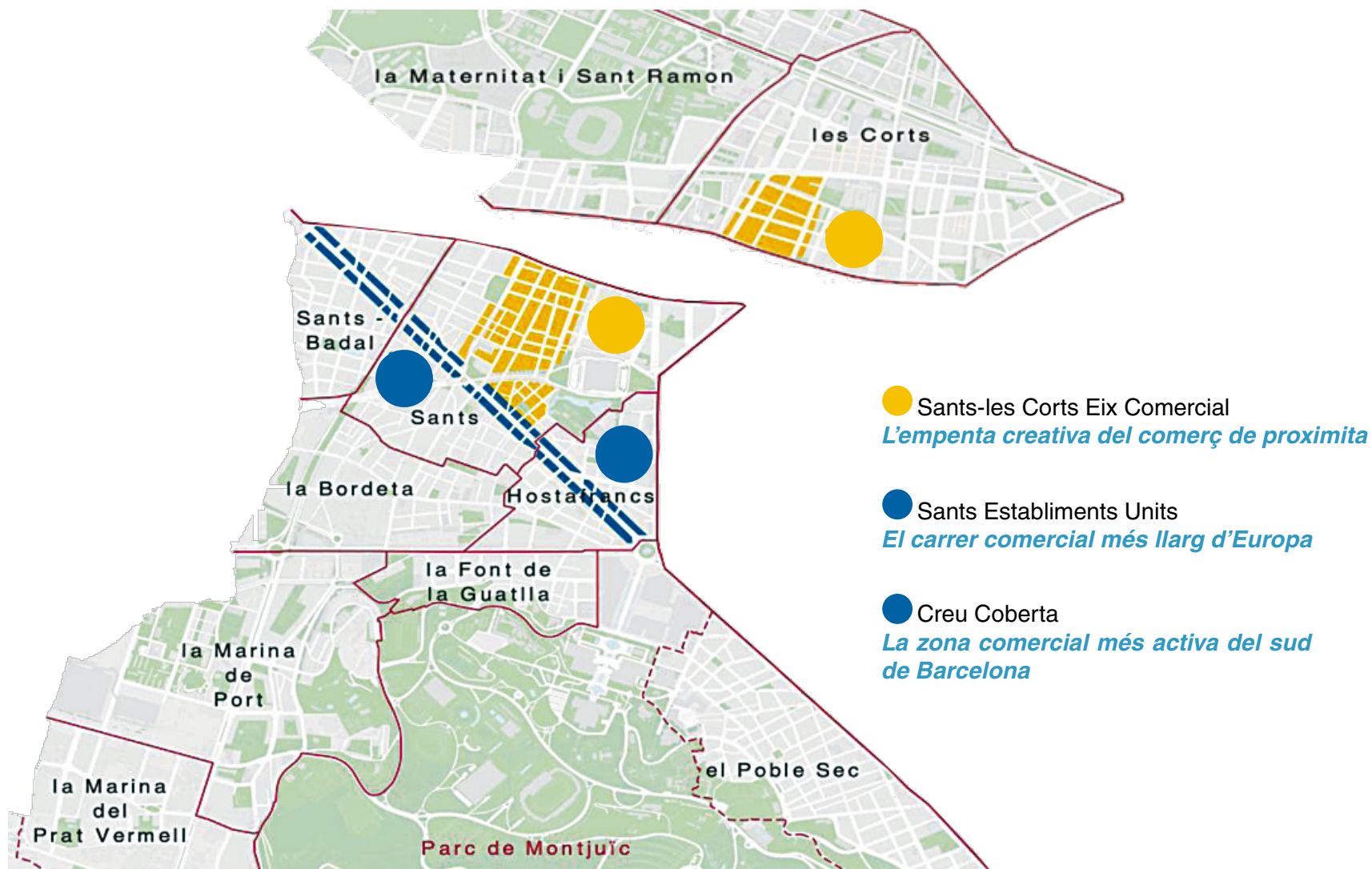
● Passeig de Gràcia
*L'Eix emblemàtic del comerç,
l'art i la cultura*

● Rambla de Catalunya
*El gran passeig comercial de
l'Eixample*

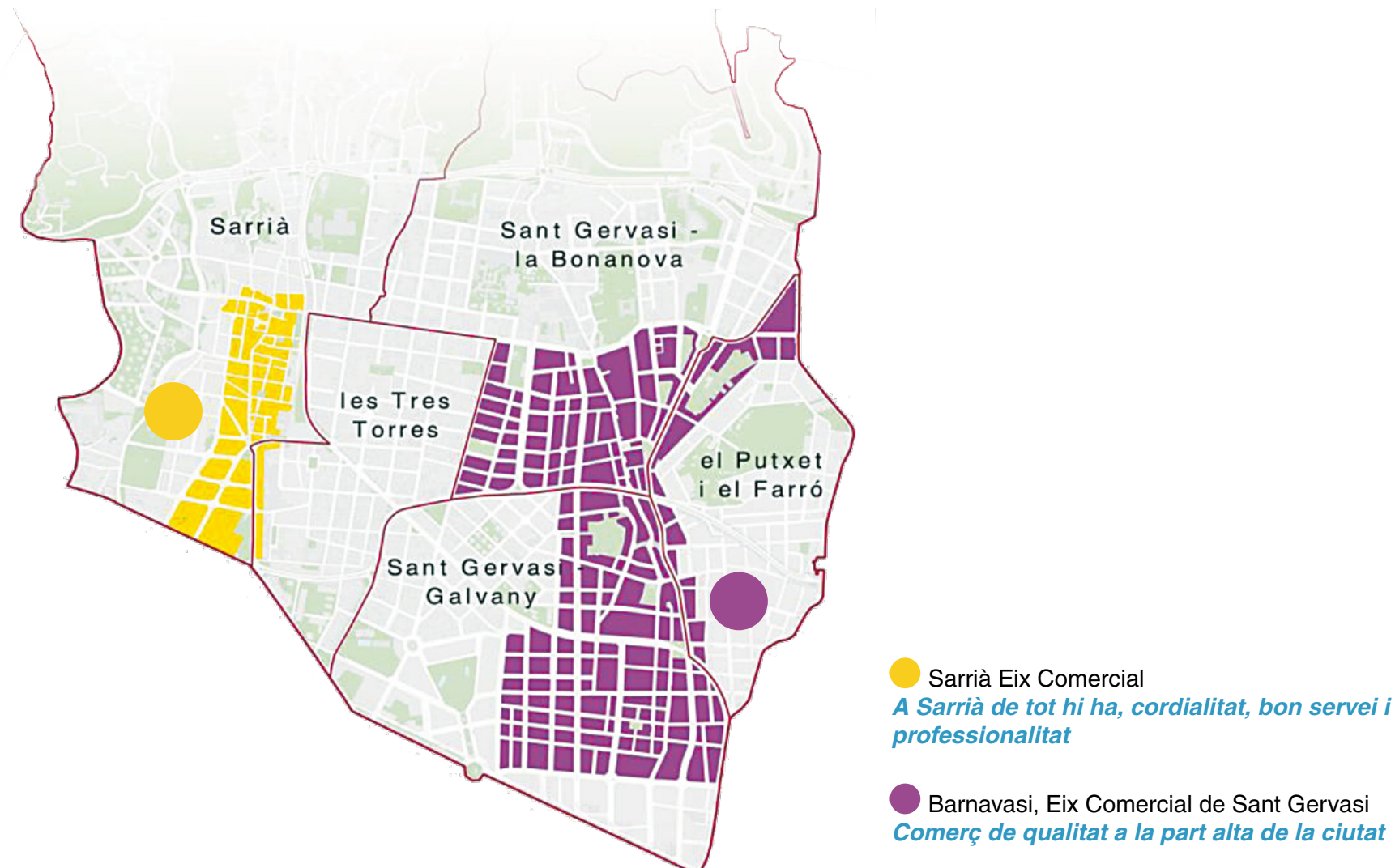
● Cor Eixample
*Més de dos-cents establiments
bateguen per a tu*

● Eix Comercial Sagrada Família – Gaudí
*Comerç de qualitat a l'ombra
de la Sagrada Família*

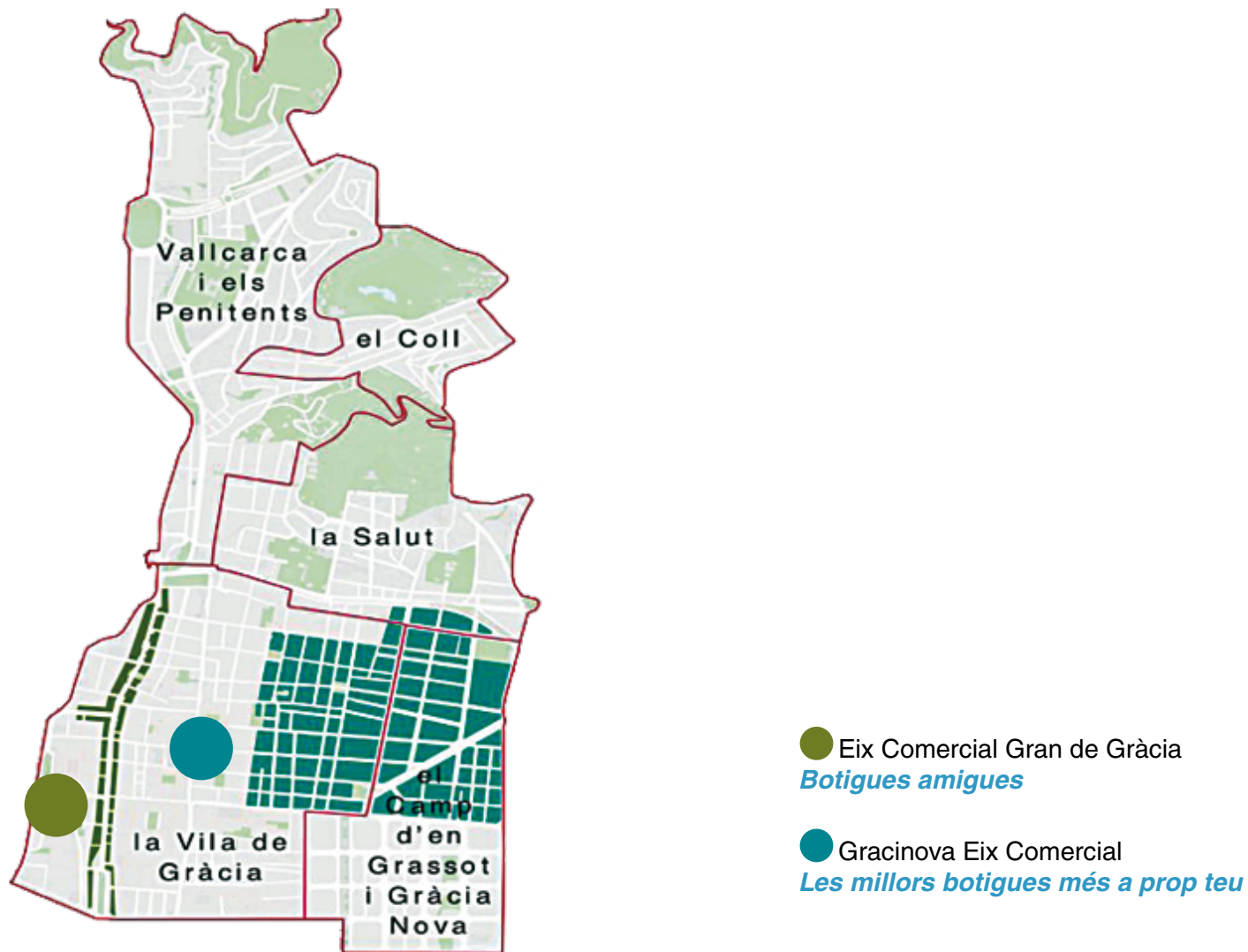
Eixos comercials als Districtes de Sants-Montjuïc i Les Corts



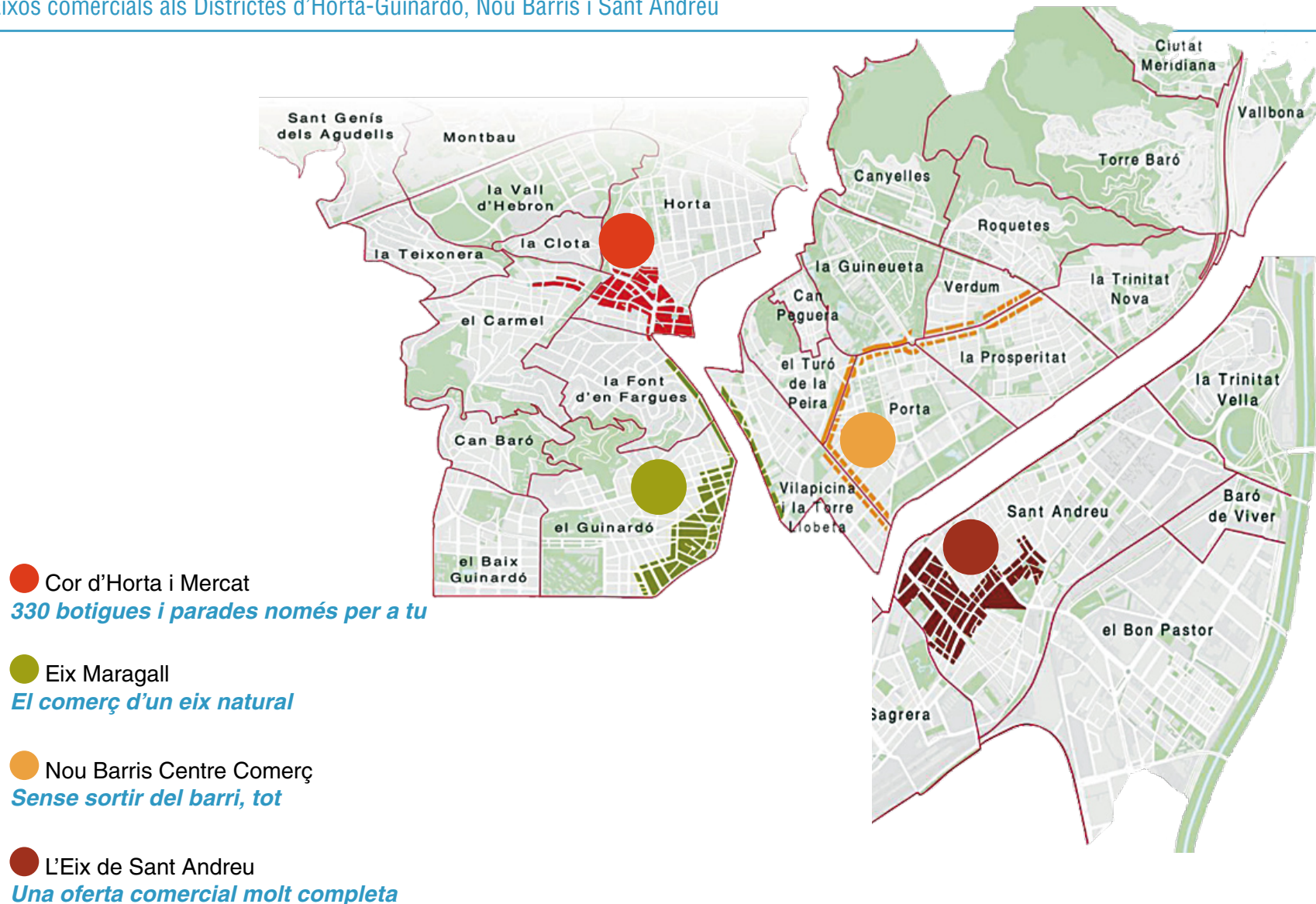
Eixos comercials al Districte de Sarrià- Sant Gervasi



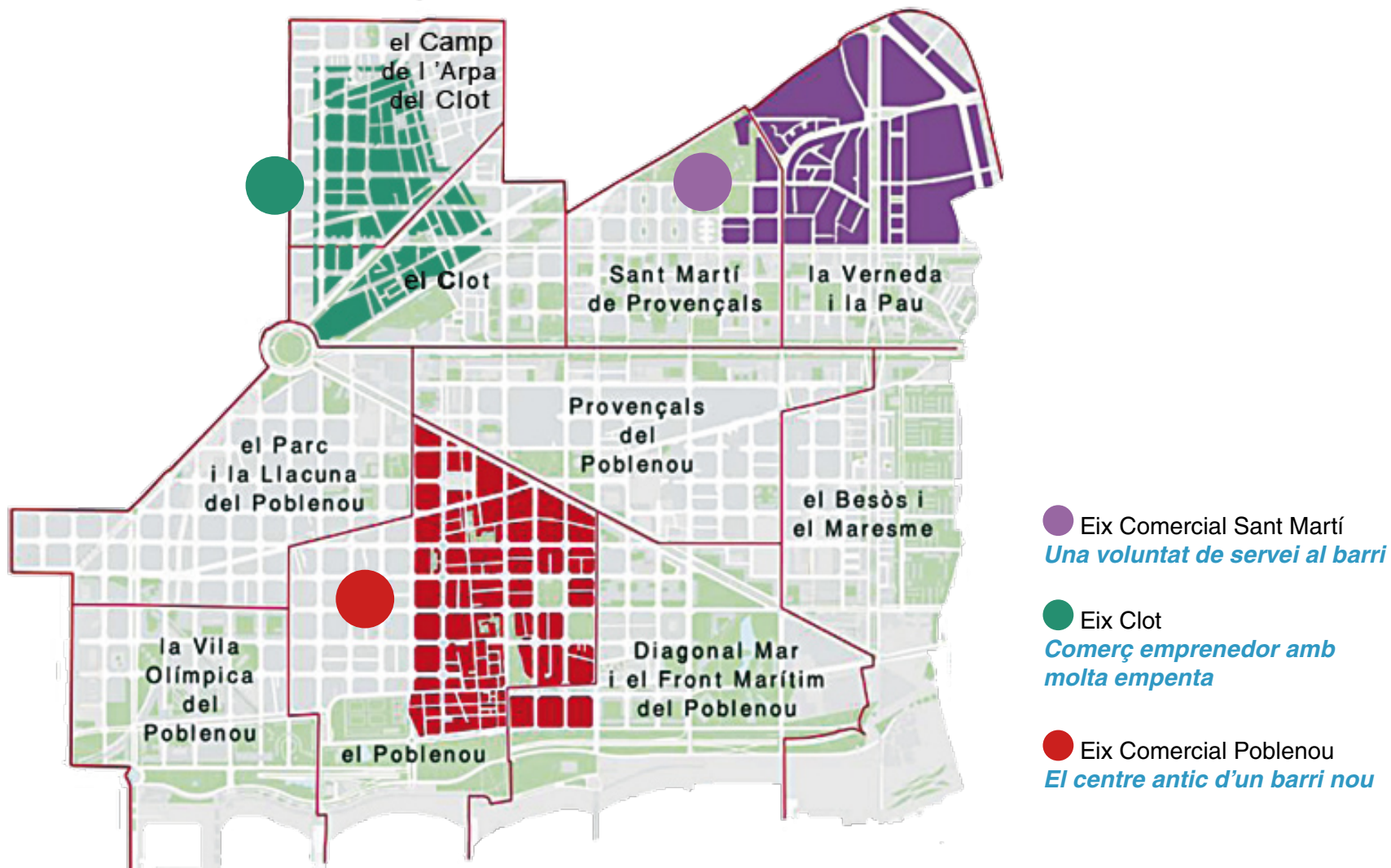
Eixos comercials al Districte de Gràcia



Eixos comercials als Districtes d'Horta-Guinardó, Nou Barris i Sant Andreu



Eixos comercials al Districte de Sant Martí



6.5. ACTIVITATS PROMOCIONALS DELS EIXOS COMERCIALS DE BARCELONA

Les activitats promocionals que ofereixen al llarg de l'any són variades i concordants al barri on estan ubicades. Els eixos, organitzen, entre d'altres, les següents activitats:

Fires i Mercats

- Festa del Comerç al Carrer
- Fira Medieval
- Fira Modernista
- Fira de Reis
- Fira d'Antiquaris
- Fira de Sant Jordi
- Fira d'Artesans
- Fira d'Entitats

Accions per Nadal

- Enllumenat nadalenc
- Recollida de cartes per patges reials
- Animació nadalenca al carrer
- Cavalcada de reis

Campanyes de merchandising

- Distribució de diferents productes amb suport de l'àrea de Promoció Econòmica, Comerç i Consum: punts de llibre per la diada de Sant Jordi, bosses de paper i plegables i entrades al parc Zoològic de Barcelona.

Altres actes i events

- Passarel·la de moda al carrer
- Recapte d'aliments, Banc d'Aliments
- Publicitat en mitjans de comunicació
- Animació comercial
- Sortejos promocionals

6.6. ESTUDIS D'AFLLUÈNCIA I PERFIL DELS VISITANTS ALS EIXOS COMERCIALS

Durant l'any 2009, la Fundació Barcelona Comerç ha realitzat estudis d'aflluència a eixos comercials i del perfil dels visitants i grau de satisfacció dels comerços. Aportant una radiografia de l'estat actual del sector comercial en diferents zones de la ciutat de Barcelona i alhora, facilitant una eina per actuar i dinamitzar aquests eixos comercials.

Estudis d'aflluència

L'objectiu principal ha estat quantificar el flux de persones que visiten els 9 eixos comercials estudiats per mitjà dels principals paràmetres: accessos o punts principals d'entrada a la zona; aflluència per dia de la setmana i franja horària.

Els 9 eixos comercials estudiats són:

- Cor d'Horta
- Sants Establiments Units
- Fabra i Puig
- Nou Barris
- Sants-Les Corts
- Gran de Gràcia
- Sagrada Família-Gaudí
- Sarrià Eix Comercial
- Sant Antoni comerç

Estudis de perfil dels visitants i grau de satisfacció dels comerços

Els eixos estudiats són els relacionats a l'apartat anterior i l'objectiu d'aquests estudis és definir el perfil sociodemogràfic, hàbits de visita, hàbits de compra, valoració i grau de satisfacció dels comerços i serveis i el coneixement de l'organització dels eixos i les activitats realitzades.

Tots aquests estudis es poden consultar mitjançant el web www.bcn.cat/comerc

6.7. EI WEB

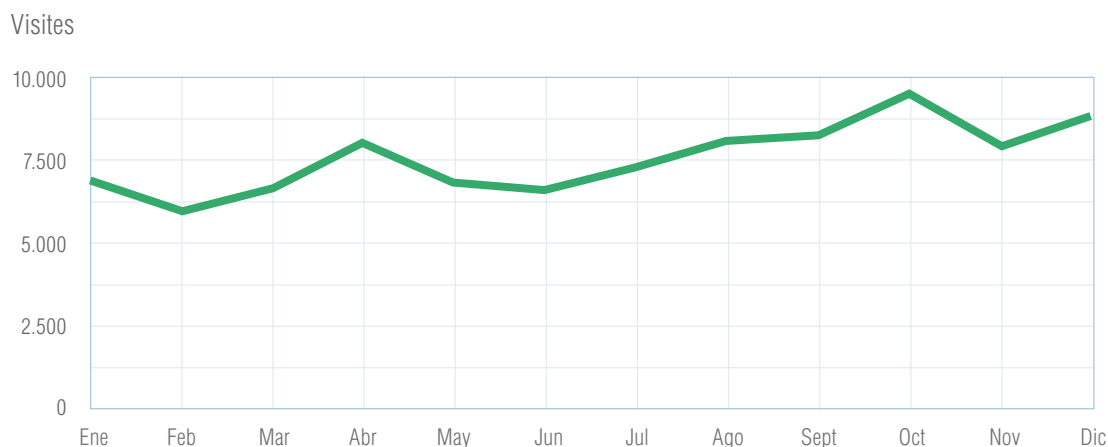
El comerç de la ciutat, les seves iniciatives, les notícies, els temes més demanats queden reflectits al web de comerç, www.bcn.cat/comerc i respecte a la proposta didàctica “El comerç i les escoles” es concreta en el web www.bcn.cat/escolescomerc

Aquests portals ofereixen serveis d'informació, interacció i participació electrònica. Aquest mitjà de comunicació apropa més l'administració amb el ciutadà, en aquest cas, amb el comerciant, mantenint-lo informat de l'actualitat i, alhora, donant-li suport amb els diferents serveis que ofereix.

El web de comerç ha rebut 85.984 visitants i s'han visualitzat 253.746 pàgines, amb una mitjana diària de 695, xifra important per un web sectorial.

Resum de visites a l'any 2009

Visites	85.984
Promig per dia	235



7. ELS MERCATS MUNICIPALS

Renovat impuls als mercats de la ciutat

L'any 2009 ha estat un any de consolidació pel que fa al desenvolupament dels grans projectes del Pla d'Actuació Municipal (PAM) 2007-2011, que amb una inversió prevista de 125 milions d'euros, suposa una fita en l'aposta municipal pels mercats. També ha estat l'any on s'ha culminat la posada en marxa de la Nova Ordenança de Mercats, que va entrar finalment en vigor l'1 de gener de 2009.

Després d'haver finalitzat les obres de remodelació de l'exitós mercat de Les Corts en el 2008, en el 2009 s'ha inaugurat la singular remodelació del mercat de la Llibertat. Al llarg de l'any, però s'han consolidat les bases d'un PAM molt ambiciós, que implica l'actuació en els mercats de Sant Antoni, Sants, Ninot i Bon Pastor amb la construcció dels respectius mercats provisionals, permetent així que a partir de 2010 es vagin desenvolupant els projectes i obres respectius. Al mateix temps es finalitza el projecte executiu del nou mercat dels Encants (Fira de Bellcaire), que iniciarà les obres en el 2010.

Així mateix, el Pla Espanyol per a l'Estímul de l'Economia i l'Ocupació, ha permès avançar en la reordenació comercial del mercat de Vall d'Hebrón, i importants actuacions en fins a 18 mercats, com ara els de la Concepció, Sagrada Família, Clot, Felip II i Sant Gervasi, entre altres. Per últim s'han ultimat els estudis dels de la Guineueta i Provençals per contractar els projectes durant el 2010.

Els 13,53 milions d'euros aportats pels Fons Estatsals d'Inversió Pública i els 18,25 d'inversió del PAM sumen els 31,78 milions d'inversió a mercats per a 2009.

Les reformes finalitzades 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 per part dels clients, entre d'altres.

Projectes més destacats

**Mercat de la Llibertat**

El mercat es va inaugurar l'octubre de 2009, on 40 comerciants s'han traslladat amb gran èxit. El nou mercat ha ampliat la seva superfície construïda de 2.200 a 4.400 m², i ha incorporat un nou operador en format d'autoservei de 700 m². Entre les millores més destacables ressalta la construcció de la planta soterrada, on estacionen tots els vehicles comercials i fan la descàrrega i emmagatzematge de les mercaderies; també s'ubica la recollida de brossa, aspectes tots ells que afavoreixen notablement la convivència de l'equipament amb el veïnat. Aquesta remodelació integral de l'edifici, catalogat i protegit, ha suposat també la reurbanització peatonalitzada dels carrers que l'envolten.

Mercat provisional de Sants

Construcció de dos mercats provisionals clarament diferenciats, un destinat a establiments de comerç no alimentari i un segon destinat a establiments de fresc i serveis complementaris. La ubicació del mercat provisional de fresc s'ha situat a la rambla Badal, entre els carrers Càceres i Canalejas, mentre que les parades especials (24 mòduls) s'han situat entre els carrers de Sants i Càceres. La superfície construïda total, incloent el mercat de fresc i els establiments especials (comerç no alimentari), serà aproximadament de 2.000 m².



Mercat provisional del Ninot

La ubicació del mercat provisional serà a la plaça del Dr. Ferrer i Cajigal (enfrent de l'Hospital Clínic). Tindrà dues àrees diferenciades, la destinada a establiments de fresc i serveis complementaris, i la d'establiments de comerç no alimentari (situats a la part que dona a la façana de la Facultat de Medicina). La superfície construïda serà de 2.550 m² per al Mercat de fresc i 265 m² per als de comerç no alimentari.

Mercat provisional del Bon Pastor

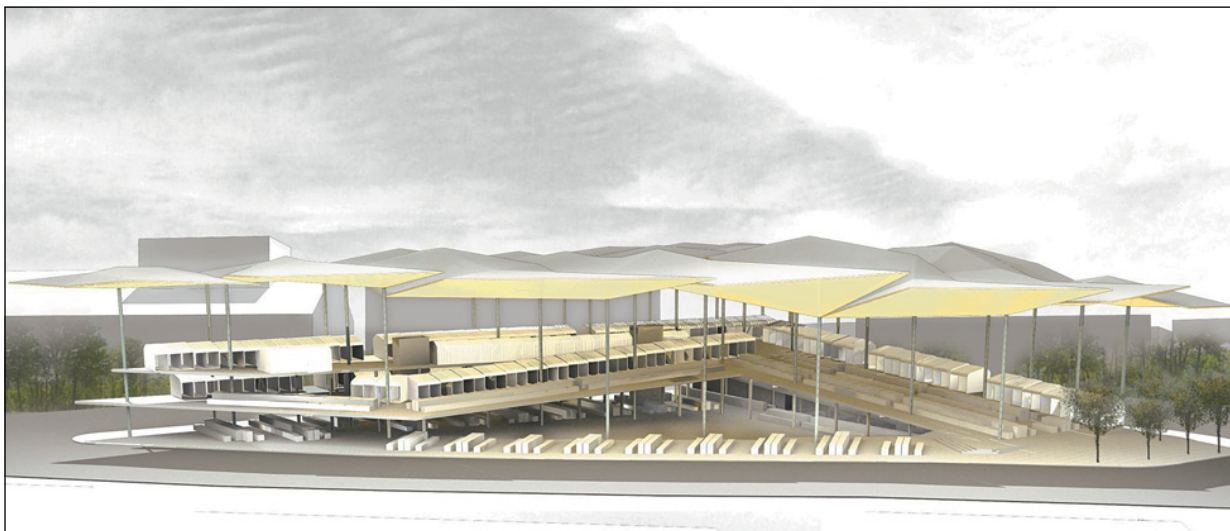
Estarà ubicat al carrer de Sant Adrià, cantonada carrer Llinars del Vallès, en la proximitat de l'actual edifici del mercat (100 metres). El mercat provisional, de format tèxtil, donarà cabuda a l'activitat comercial de l'actual Mercat del Bon Pastor fins que acabin les obres de construcció. La seva superfície d'ocupació en planta és d'uns 1.100 m² aproximadament.

Reacondicionament del Mercat de la Vall d'Hebron

El mercat de la Vall d'Hebron està en fase de remodelació. Com a pas previ a aquest procés i a l'espera del seu trasllat a la nova ubicació, es realitzarà un procés de concentració d'establiments a la zona davantera del mercat, actualment en actiu. S'inclou el trasllat i modificació d'instal·lacions i tancament de les zones buides del mercat.

Nou Mercat dels Encants (Fira de Bellcaire)

Durant el 2009 s'ha redactat el Projecte Executiu del nou mercat, i s'ha iniciat el concurs per a la seva construcció a partir del 2010 a una illa formada per la plaça de les Glòries, l'avinguda Meridiana, el carrer Castillejos i un carrer de nova creació.



Mercat provisional de Sant Antoni

És l'actuació més important per dimensió i complexitat que ha endegat l'IMMB en la seva història. Durant el 2009 s'ha continuat la redacció del Projecte Executiu i s'han traslladat els comerciants als mercats provisionals que estan situats a la Ronda de Sant Antoni, per tal de poder iniciar les obres de remodelació al llarg del 2010.

Conjunt d'actuacions incloses en el Fons Estatal

Fons Estatal d'Inversió Pública en l'Àmbit Local. Resum d'Actuacions

1	Construcció del mercat provisional de Sants
2	Construcció del mercat provisional del Ninot
3	Construcció del mercat provisional del Bon Pastor
4	Renovació de la instal·lació frigorífica mercat de l'Abaceria Central de Gràcia
5	Canvi dels accessos mercat de la Barceloneta
6	Reacondicionament de la climatització mercat de la Barceloneta
7	Tancament del perímetre (façanes) mercat de la Barceloneta
8	Aire condicionat mercat del Clot
9	Estructures de climatització mercat del Clot
10	Climatització mercat de la Concepció
11	Construcció de nous lavabos mercat de les Corts
12	Nou mix comercial i accessos mercat de Felip II
13	Construcció d'un nou ascensor mercat de Felip II
14	Rètols i accessos mercat de Fort Pienc
15	Millora d'alguns establiments mercat de Lesseps
16	Façana de magatzems i tancament de vidres mercat de Galvany
17	Reacondicionament interior i lavabos mercat de Montserrat
18	Instal·lació d'un elevador mixta mercat de la Sagrada Família
19	Adequació de l'espai de brossa mercat de la Sagrada Família
20	Obres de fusteria metàl·lica mercat de la Sagrada Família
21	Renovació del revestiment exterior mercat de Sant Gervasi
22	Instal·lació elèctrica mercat de Tres Torres
23	Impermeabilitat, rampa i pàrquing mercat de la Trinitat
24	Ascensor mercat de la Trinitat
25	Reacondicionament mercat de la Vall d'Hebron

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

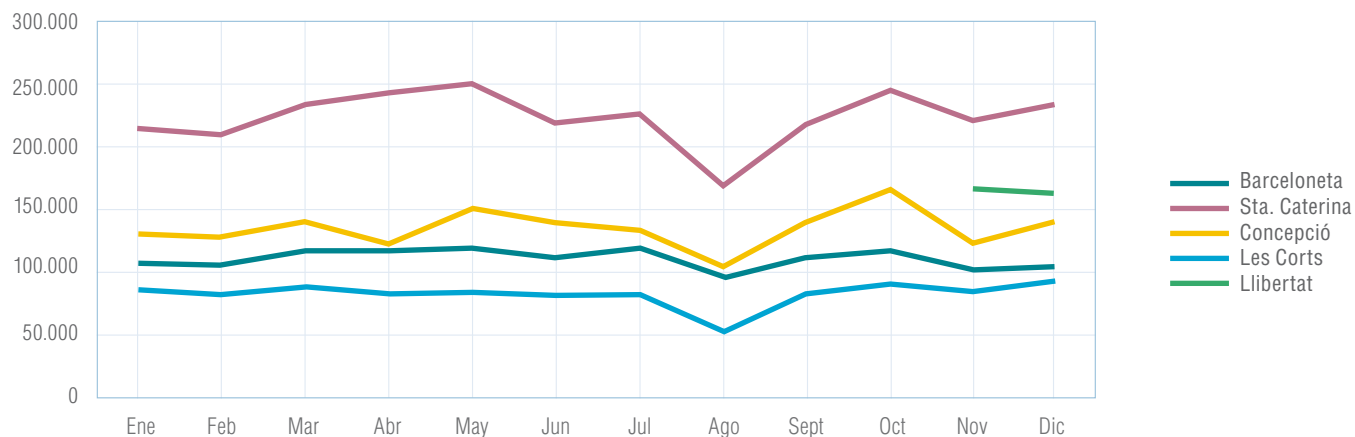
Obra civil	245 intervencions
Elevadors i muntacàrregues	290 intervencions
Instal·lacions elèctriques	202 intervencions
Cambres frigorífiques	180 intervencions
Permisos d'obres	159 intervencions

Afluència de públic als mercats

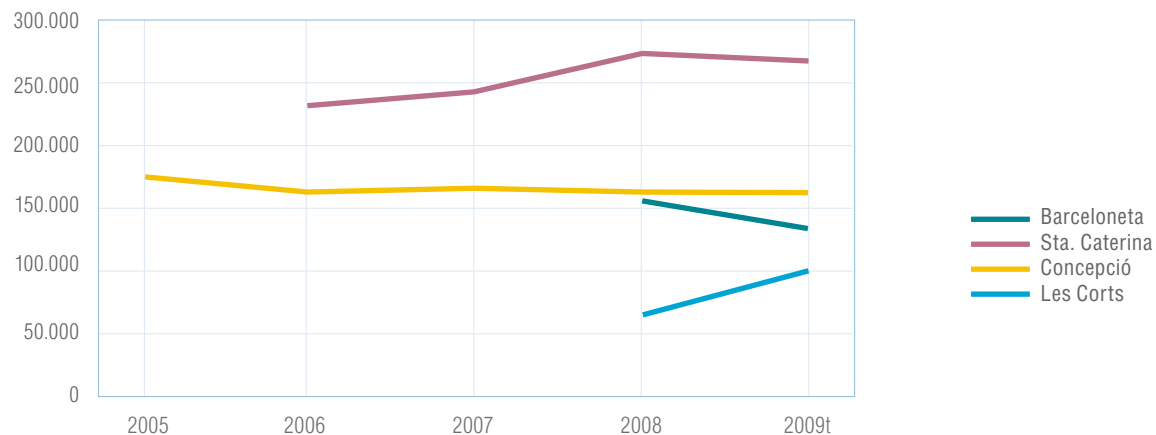
Amb l'objectiu de fer un seguiment del nombre de visitants dels nostres mercats i la seva estacionalitat, l'IMMB realitza un seguiment mensual en aquells mercats remodelats on s'han instal·lat sistemes automàtics de comptatge de persones. Els resultats de 2009 han estat els que es recullen en el quadre següent.

	Les Corts	Barceloneta	Sta. Caterina	Concepció	Llibertat
Gener	86.557	108.006	214.683	132.674	
Febrer	83.603	107.525	210.279	129.664	
Març	88.968	118.102	235.130	141.775	
Abril	84.344	117.964	243.720	123.055	
Maig	85.582	121.664	251.283	153.512	
Juny	83.376	113.008	220.101	140.385	
Juliol	84.096	119.963	226.514	134.908	
Agost	53.327	97.676	168.393	104.730	
Setembre	83.807	113.598	218.759	140.122	
Octubre	92.014	118.049	244.885	168.046	
Novembre	87.391	103.275	221.433	124.513	167.189
Desembre	95.086	104.878	233.657	142.419	164.774
Total	1.008.151	1.343.708	2.688.837	1.635.803	331.963

Comparatiu 2009



Evolució visitants 2005-2009



Cal destacar la gran estabilitat en el nombre de visitants en tots els mercats (potser amb l'excepció del mercat de la Barceloneta), en un context de crisi econòmica ja plenament instal·lada en el 2009, el que permet constatar una tendència favorable d'aquests equipaments.

Rejuveniment d'operadors

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

any 2008	traspassos intervius	cessions pares fills	cessions entre cònjuges	traspassos mortis causa
núm. expedients	235	93	25	43
edat mitja cedent	50,09	67,7	52,6	71,9
edat mitja cessionari	41,97	38,8	49,8	58,4
diferencial	-8,82	-28,9	-2,8	-13,5

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 l'objectiu 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 realitza en matèria d'inversions, millores i promoció.

Accions

- Visites d'obres i mercats provisionals:
 - Alcalde: Sant Antoni, Sants
 - Regidor: Bon Pastor, Clot, Llibertat, Ninot, Sants, Vall d'Hebron, Mercat de la Mercè, Encants, Clot, Guineueta
- Festes d'inauguració:
 - Mercats Provisionals: Sant Antoni, Ninot, Sants, Bon Pastor (Prèvia comunicació d'inici d'obres)
 - Nou mercat remodelat: Llibertat
 - Reordenació interior: Vall d'Hebron
- 9a. Trobada amb el Diari 20 minuts a Sta. Caterina
- Escoles per la Pau al Mercat de la Concepció
- Fira de Productes Ecològics al Mercat de Santa Caterina
- Roda de Premsa Presentació Informe Econòmic a Sta. Caterina (Tinent d'Alcalde)
- Campanya Carnestoltes:
 - Promoció de les activitats als mercats
 - Pebrot d'Or
 - Lliurament placa Mary Sempere
- Botifarrada popular Boqueria
- Calçotada Popular Mercat Sant Martí
- Festa Menuts a Boqueria
- Fira bianual Degusta
- Presentació Slow food a l'Aula Boqueria

- Signatura del conveni de la Targeta Barcelona Comerç (Sant Antoni Centre Comercial, La Caixa, Mercat de Sant Antoni)
- Campanya Banc dels Aliments als Mercats
- Targeta Barcelona Comerç Horta
- Premis DIBA al Comerç Urbà
- Presentació llibre “Al Vostre Gust” a Boqueria
- Continuïtat Jornades CRM de la Diputació (tot l’any)
- Roda de Premsa Presentació Programa la Salut al Cistell
- Roda de Premsa Presentació Fons Estatal (Tinent d’Alcalde)
- Campanya Sant Jordi als Mercats
 - Repartiment Rosa Solidària
- Presentació de la Campanya d’Unicef al Ninot
- Presentació Targeta Club Boqueria-Bluetooth
- Fira Mostra de l’Anoia al mercat de Santa Caterina
- Dia del Venedor Mercat Fira de Bellcaire
- Presentació Slow Vitis al convent de Sant Agustí
- 3r. Congrés de Mercats de la Diputació de Barcelona
- 4a Edició del Mercat Modernista de la Concepció
- 9a Mostra de Mercats de Nou Barris
- Concurs de plats cuinats al Bon pastor
- Setmana de la Poesia als Mercats
- Mercat Medieval a Santa Caterina
- 3a. Edició concentració de vehicles antics: Auto-Retro
- Extensió del servei de transport a domicili (Clot i Sants)
- Promoció dels productes autòctons als mercats municipals
- Continuació del conveni amb el Banc d’Aliments i lliurament d’un guardó a l’IMMB per la iniciativa. Edició 2009
- V Jornada de Mercats
- Campanya Sant Joan als Mercats
- Conveni IMMB- Ajuntament de Gavà
- Festival de Jotas al Mercat de Provençals
- Campanya Bossa Reciclable als Mercats amb Medi Ambient
- Signatura conveni Generalitat-D.O. al Mercat de la Concepció

- Premi Ass. Comerciants del Mercat de la Concepció al Palau de Pedralbes
- 40è aniversari del Mercat del Carmel
- 10è. Aniversari D.O. vins de Catalunya a Sta. Caterina
- V Edició festival Dj's Contra la Fam al Mercat Fira de Bellcaire
- Campanya ASCA de prevenció de la Sida als Mercats
- Preparació entrevista Tinent d'Alcalde amb Europa Press
- Presentació Campanya del FROM a Sta. Caterina
- Fira de l'ocupació a Sta. Caterina
- Arrossada al mercat de la Boqueria amb l'Alcalde
- Botifarrada del Mercat de Sarrià
- 6a Setmana Europea contra el Càncer conjuntament amb FECEC. Edició 2009
- Campanya Bossa Solidària. Edició 2009
- Presentació del llibre "Mercat de la Barceloneta" a la Sala Parés
- Continuació del conveni amb el Banc de Sang i teixits. Edició 2009
- Campanya La Mercè als Mercats
- Campanya Castanyada als Mercats
- Premi a l'Ass. comerciants del Mercat de Sarrià
- Premi a l'IMMB de Mercasa
- 11 edició dels Tastets del Clot
- Tallers Dona i Ciència al mercat de Les Corts
- Fira de Cítrics de l'Ebre al Mercat de la Boqueria
- Festa de l'Oli a Santa Caterina
- Fira de productes del Bergadà a Boqueria
- Instal·lació de la Bàscula Bagués a Boqueria
- Conveni de col·laboració IMMB amb Sant Boi.
- Casa Decor-Fundació Pasqual Maragall al mercat del Ninot
- Campanya Nadal i Reis als Mercats (bústies reials a tots els mercats)
- Campanyes de promoció de preus:
 - Mercat del Guinardó
 - Mercat Tres Torres
- Visites escolars als mercats: primària i secundària
- Permisos de fotografia i filmacions
- Anuncis i redacció d'articles a diferents diaris: El Periódico, Time Out,...

- Elaboració del Pla de Comunicació
- Elaboració dels nous Programes educatius
- Elaboració del nou web
- Internacional:
 - Projecte Med- Empòrium
 - Fira a Marsella
 - Fira de productes a Londres (Boqueria-Borough Market)
Viatge a San Francisco
 - Visites delegacions estrangeres: Medellín, Gaza, Japó, Xina,...
- Assessoraments externs: Exportació del Model de Mercats
- Promoció i seguiment de totes les iniciatives d'activitats realitzades per les Ass. de comerciants.



Imatge de la
Campanya Contra el Càncer

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 realitzar campanyes promocionals als mercats d'acord amb l'Ordenança de Mercats.

Permisos de filmacions i fotografies	385
Visites d'alumnes i primària i secundària als mercats	104
Total alumnes	2.060

Actuacions exteriors i assessoraments

Mercat de Plaça de Cuba de Mataró

El Conveni per a l'execució de la remodelació del mercat va ser signat el maig de 2007, i s'ha portat a terme els anys 2008 i 2009, amb una durada total prevista de 18 mesos.

Mercats de Gavà

Conveni per a l'execució de la remodelació del Mercat del Centre, amb una durada total prevista de 18 mesos fins l'any 2010.

Mercats de Viladecans

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

Mercat de La Plana i Can Vidalet (Esplugues de Llobregat)

Signatura del contracte entre l'IMMB i TAU ICESA i PROINOSA, per a l'execució del Projecte de Remodelació del mercat de la Plana i el mercat de Can Vidalet, en execució durant el 2009.

Mercat Pere San (Sant Cugat del Vallès)

Conveni d'assessorament en el procés de remodelació del mercat. (2008-2009)

Mercat Municipal d'Alcanar

Conveni per a l'assessorament en el projecte (2008-2009) de construcció del nou mercat municipal d'Alcanar.

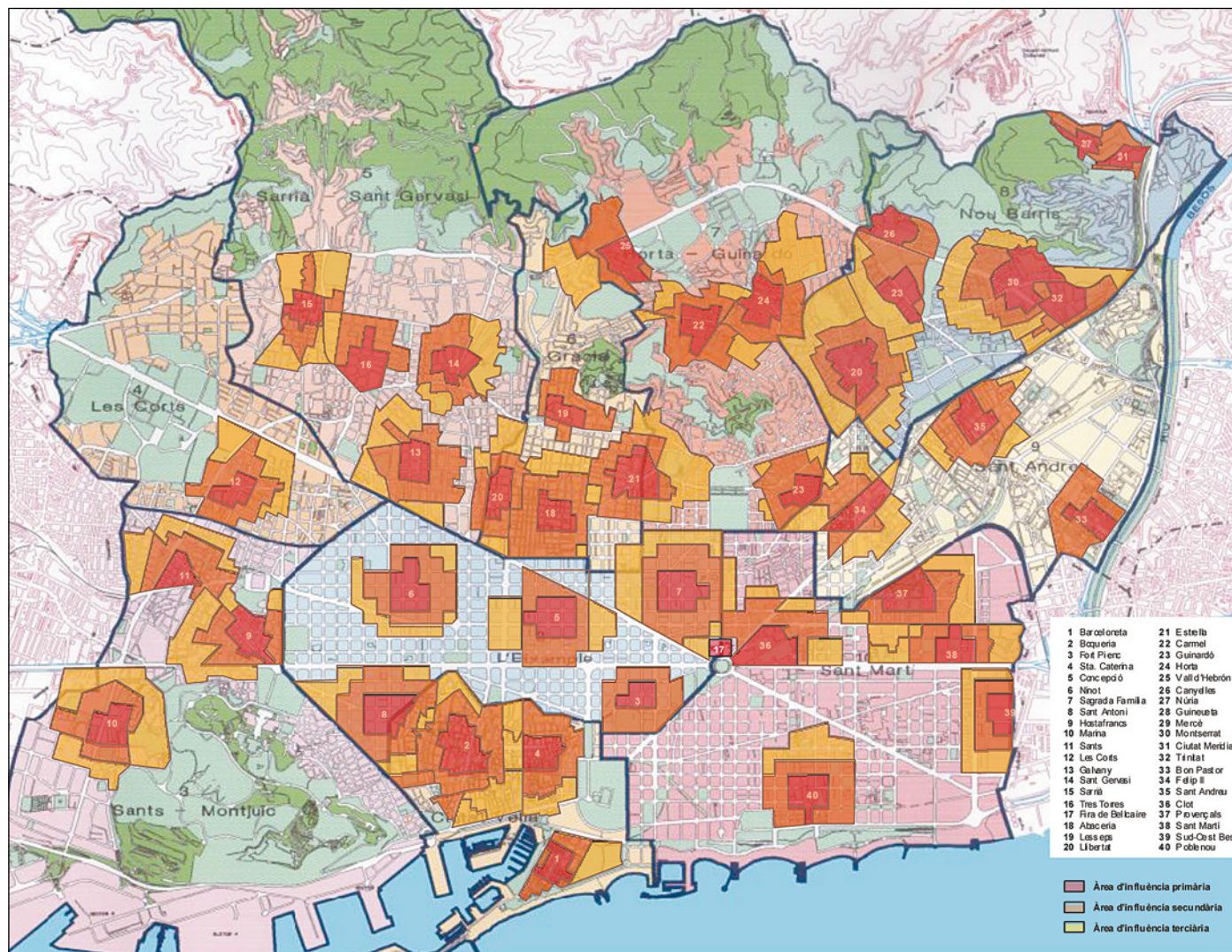
Mercat d'Elx

Conveni per a l'assessorament en el procés de remodelació del mercat municipal. (2008-2009)

Estudis i actuacions comercials de mercats

- Mercat de l'Abaceria: l'estudi de caràcter comercial que haurà d'inspirar la viabilitat de remodelació.
- Realització i actualització constant dels estudis comparatius de fluxos de públic als mercats de Concepció, Santa Caterina, Les Corts, Llibertat i Barceloneta.
- Incorporació d'un autoservei en el nou mercat de la Llibertat, de la cadena de Bon Preu, amb una superfície de 700 m², millorant així l'oferta amb un nou motor comercial del mercat remodelat.

Ubicació dels mercats municipals a Barcelona



8. EL COMERÇ ELECTRÒNIC

La forta tendència expansiva del comerç electrònic ⁽¹⁾ en l'àmbit internacional a partir del canvi de mil·lenni s'ha vist frenada per l'entrada en recessió de l'economia global, que ha provocat una desacceleració generalitzada en la compravenda per Internet a partir de l'any 2008.

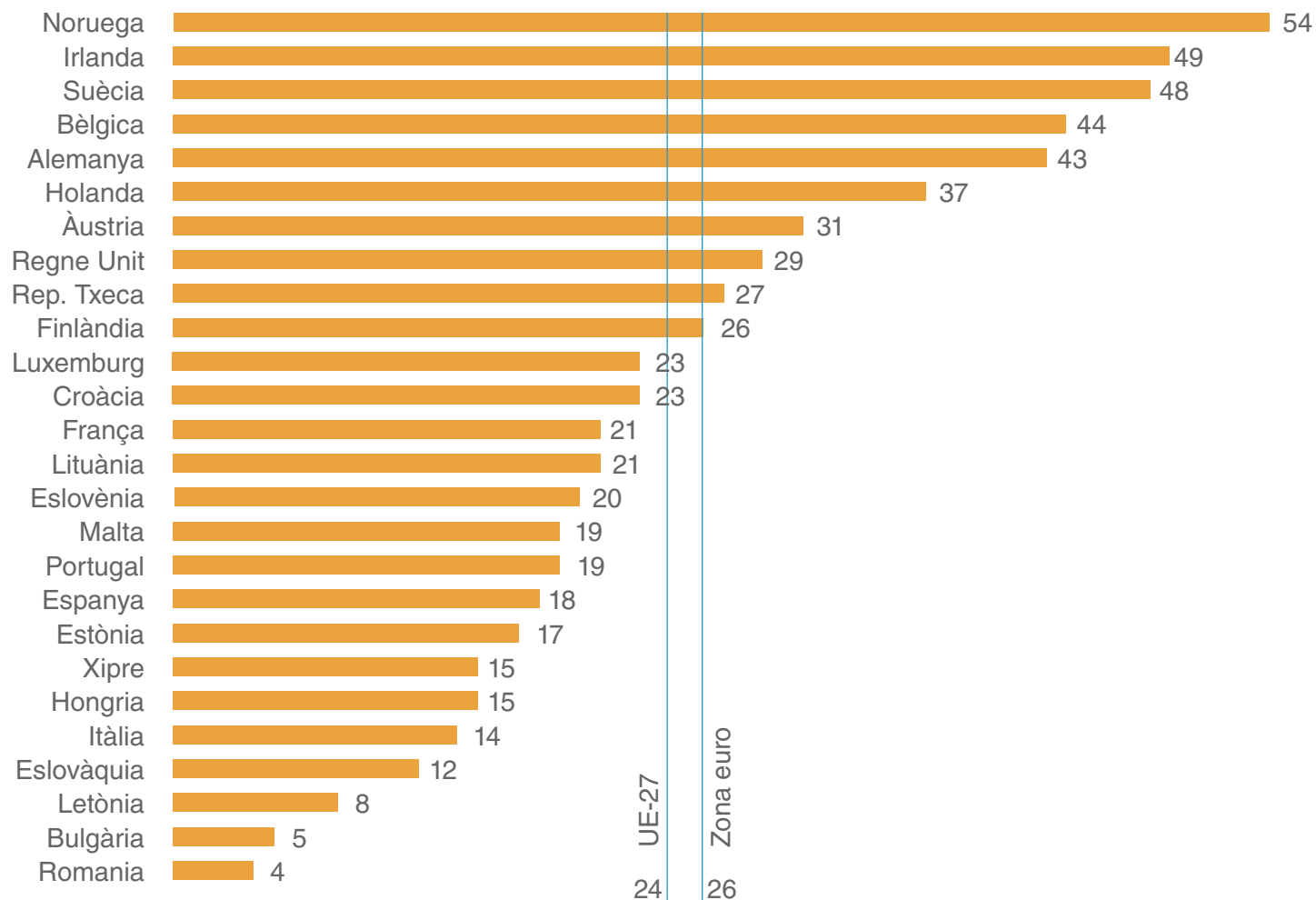
De tota manera, als Estats Units -segons estadístiques del U.S. Census Bureau- el comerç electrònic minorista ha continuat creixent i la seva facturació ha augmentat un 1,6% en el decurs de l'any, percentatge inferior al de 2008 (4,9%) però que contrasta favorablement amb el decreixement net de la facturació del comerç minorista (-7,3%) i situa el B2C (*Business to Consumer*) en el 3,9% del valor total de les vendes al detall.

A la Unió Europea, l'impacte de la crisi ha estat superior i el percentatge d'empreses que han comprat per Internet l'any 2009 (24%) ha estat quatre punts inferior a l'assolit l'any 2008. Novament, els països de les àrees escandinava i anglosaxona mostren percentatges d'ús de *l'e-commerce* clarament més elevats que la mitjana europea: Noruega ocupa la posició líder amb un 54% d'empreses que utilitzen aquest canal, seguida per Irlanda (49%) i Suècia (48%). S'observen, però, diferències significatives en la seva evolució, per exemple, el percentatge d'ús a Noruega ha pujat 10 punts respecte a l'any anterior, mentre que a Irlanda la caiguda és de 5 punts.

El 12% de les empreses de la Unió Europea van utilitzar els canals electrònics per a vendre l'any 2009, registre quatre punts inferior al de l'any anterior a causa de la contracció de la demanda vinculada a la crisi. Noruega ha estat l'únic país on més d'una quarta part de les empreses (el 29 %) ha utilitzat aquest canal comercial per a vendre, seguida de Croàcia, Holanda, Suècia i Irlanda (amb registres del 23 al 21%). Cal destacar la forta caiguda -de més de 16 punts percentuals- que registra aquest indicador al Regne Unit.

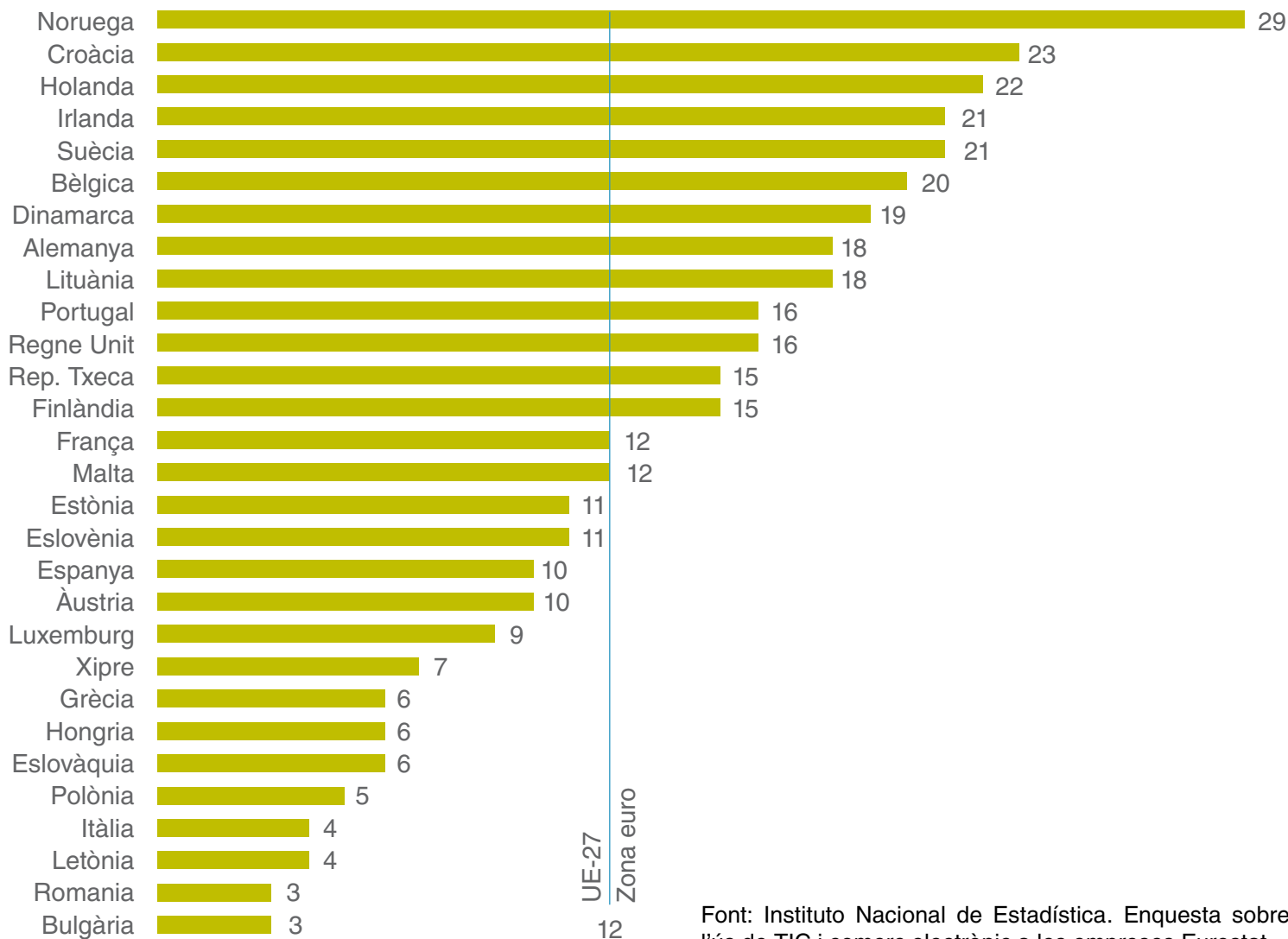
Pel que fa a Espanya, segons Eurostat, a l'any 2009 els percentatges d'empreses que compren i venen *on line* queden per sota de les mitjanes respectives de la Unió Europea (en 6 i 2 punts percentuals) i de la zona Euro (en 8 i 2 punts, respectivament).

⁽¹⁾ El comerç electrònic es defineix com les transaccions realitzades per mitja de xarxes basades en protocols d'Internet o altres xarxes telemàtiques. Els bens i serveis es contracten per mitja d'aquestes xarxes, però el pagament o el lliurament del producte poden realitzar-se off-line.

% d'empreses europees que han comprat per internet al 2009

Totes les empreses, sense comptar el sector financer (10 persones ocupades o més)
 Les empreses que han comprat on line l'últim any (almenys l'1%)

% d'empreses que venen per internet i/o xarxes diferents d'internet. 2009



Font: Instituto Nacional de Estadística. Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses Eurostat

Espanya

Segons l'Enquesta d'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses de l'Institut Nacional d'Estadística,⁽¹⁾ en el període 2009-2010 gairebé la quarta part de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats (el 24,1%), han efectuat compres per comerç electrònic per un valor de 156.559 milions d'euros, el que representa un 15,5% de les compres totals i més de la tercera part (35%) de les realitzades pel grup d'empreses que fan adquisicions per correu electrònic.

Per grans sectors econòmics, els serveis assoleixen el major percentatge d'empreses usuàries de l'*e-commerce* (28,3% del total, front al 21,9% de la indústria i el 17,3% de la construcció) i registren també prop de dos terços de la seva facturació, el 59%, mentre que la indústria en genera el 39% i la construcció només el 2%.

En l'anàlisi per branques del terciari s'observa la intensitat de l'ús de la compra electrònica en el sector d'informació i comunicacions, on més de la meitat de les empreses (51%) compren per Internet. A continuació destaquen les activitats professionals, científiques i tècniques i el comerç a l'engròs i detall, amb més de 3 de cada 10 empreses que utilitzen aquest canal de compra (el 33,4% i 30,5% respectivament). El sector del comerç és el que genera el major volum de compra electrònica -assoleix el 50% de la facturació- i aquell amb major pes del comerç electrònic sobre el total de compres (20,8%), seguit del d'informació i comunicacions (16,7%), que també supera la mitjana espanyola (15,5%). D'altra banda, en aquests dos sectors, juntament amb el d'altres activitats administratives i serveis auxiliars -entre les que s'hi troben les agències de viatge- s'assoleixen els percentatges més alts d'adquisicions per aquest canal (44%, 26,2% i 28,9% respectivament) entre les empreses que en fan ús.

⁽¹⁾ Darrera dada oficial disponible

Pel que fa a les vendes, un 13,1% d'empreses utilitzen el canal *on line*, que a Espanya genera un volum de negoci de 168.864 milions d'euros i representa l'11,5% del total de les vendes i prop de la tercera part de les que obtenen les empreses que utilitzen la venda electrònica (31,6%), un pes proper al que té sobre les compres (35%). Per tant, tot i que el nombre d'empreses que venen per comerç electrònic és inferior al de les que compren per aquest canal, el valor econòmic d'aquestes vendes és més elevat que el de les compres.

Per sectors econòmics, són de nou les empreses de serveis les que assoleixen un major percentatge d'ús d'aquest canal (16,1%), seguides de la indústria (14,4%) i la construcció (4,8%) però, en contrast amb el que succeeix en l'àmbit de les compres, la indústria concentra la major part (el 54%) de la facturació total de vendes *on-line* i registra un volum força superior al del sector terciari que n'absorbeix el 43%. Com a resultat, el pes del comerç electrònic dins de les vendes del sector industrial (17,9%) gairebé duplica el del conjunt del terciari (9,9%).

El comerç electrònic a les empreses* espanyoles, 2009-2010

Sector econòmic	Compres per comerç electrònic			
	% d'empreses que compren per comerç electrònic	Volum de compres comerç electrònic (milers euros)	Pes del comerç electrònic s/total de compres	% compres de com. elect. s/total de compres empreses que compren p. com. elect.
Indústria	21,9	60.514.315	17,0	33,3
Construcció	17,3	3.769.587	2,7	14,3
Serveis	28,3	92.275.429	17,9	38,6
Comerç a l'engròs, detall i reparació vehicles	30,5	78.086.307	20,8	44,0
Transport i emmagatzematge	16,5	3.710.804	8,4	21,3
Allotjament	27,7	292.233	5,3	16,7
Informació i comunicacions	51,0	6.381.887	16,7	26,2
Activitats immobiliàries	25,2	193.101	8,9	22,8
Activitats professionals, científiques i tècniques	33,4	1.342.023	5,0	14,4
Altres activitats administratives i serveis auxiliars	18,1	2.269.073	10,1	28,9
Total empreses	24,1	156.559.331	15,5	35,0

Sector econòmic	Vendes per comerç electrònic			
	% d'empreses que venen per comerç electrònic	Volum de vendes comerç electrònic (milers euros)	Pes del comerç electrònic s/total de vendes	% vendes de com. elect. s/total de vendes empreses que venen p. com. elect.
Indústria	14,4	91.680.794	17,9	45,1
Construcció	4,8	3.928.185	1,8	21,9
Serveis	16,1	73.214.961	9,9	23,3
Comerç a l'engròs, detall i reparació vehicles	16,2	50.245.312	10,8	23,8
Transport i emmagatzematge	14,0	9.558.940	12,9	31,6
Allotjament	66,9	2.656.802	19,5	24,2
Informació i comunicacions	18,9	5.448.518	7,2	12,9
Activitats immobiliàries	10,3	261.614	5,2	32,9
Activitats professionals, científiques i tècniques	7,3	777.331	1,5	28,3
Altres activitats administratives i serveis auxiliars	7,0	4.266.445	8,5	26,6
Total empreses	13,1	168.864.130	11,5	31,6

Font: Instituto Nacional de Estadística. Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses

* Empreses de més de 10 treballadors

En el sector serveis destaca el percentatge d'empreses d'allotjament que venen per Internet (el 66,9%), que se situen molt per sobre de la mitjana del terciari (16,1%) i efectuen el 19,5% de les seves vendes per comerç electrònic, dada superior a la mitjana estatal (11,5%).

El comerç absorbeix més de dos terceres parts (el 69 %) de la facturació *on line* dels serveis, tot i que el pes del comerç electrònic en les vendes (10,8%) es troba molt proper a la mitjana de l'economia (11,5%). D'altra banda, les activitats immobiliàries i el transport i emmagatzematge són els únics sectors que superen el percentatge mitjà de vendes *on line* sobre el total de les empreses que venen per comerç electrònic (amb un 32,9 i un 31,6% del total, respectivament).

Malgrat l'efecte contractiu de la crisi, a l'any 2009 ha augmentat el percentatge d'empreses que compren i venen per Internet a Espanya (en 3,8 i 3,1 punts percentuals respectivament), així com el pes del comerç electrònic sobre el total de compres i vendes (en 4,7 i 4,2 punts percentuals respectivament). Pel que fa al valor absolut de la facturació, mentre que el valor de les vendes per aquest canal han augmentat un 5,3%, el de les compres *on line* ha disminuït un -4,4% l'any 2009 i s'ha situat per sota del de les vendes, fet que no havia succeït els dos anys anteriors.

Catalunya

Comerç electrònic de les empreses a Catalunya

Una quarta part (25,2%) de les empreses amb 10 o més assalariats de Catalunya compren per comerç electrònic a gener de 2009, dada que supera en un punt percentual la mitjana espanyola i el valor mitjà de la UE-27 ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Les dades de comerç electrònic a les empreses de Catalunya corresponen al període 2008-2009 ja que encara no han estat actualitzades amb la nova Enquesta sobre l'ús de TIC i Comerç electrònic 2009-2010 publicada per l'INE.

Comerç Electrònic a Catalunya 2008-2009

	Microempreses	Empreses amb 10 o més assalariats
Total empreses	461.352	32.161
Compres a través de comerç electrònic	8,5 %	25,2 %
Vendes a través de comerç electrònic	2,6 %	14,0 %

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE

Per sectors d'activitat econòmica, més d'una tercera part de les empreses de serveis (33,6%), el 22,5% de les de la indústria i el 10% de les de la construcció fan compres a través de comerç electrònic. També en les vendes electròniques el sector serveis presenta un percentatge d'empreses usuàries superior (un 20% del total), seguit de la indústria (13,5%) i -amb un registre molt més baixa la construcció (1,5%).

Comerç Electrònic a Catalunya 2008-2009**Per sector d'activitat de l'empresa**

	% empreses amb 10 o més assalariats		
	Sector d'activitat		
	Indústria	Construcció	Serveis
Compres a través de comerç electrònic	22,5	10,0	33,6
Vendes a través de comerç electrònic	13,5	1,5	20,0

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE

L'ús del comerç electrònic presenta una forta correlació positiva amb la grandària de l'empresa: així, entre les empreses de més de 250 ocupats, el percentatge d'ús d'aquest canal per a comprar assoleix un remarcable 39,6%, dada que s'apropa al nivell d'ús per les empreses dels primers països del rànquing europeu. Quant a les empreses mitjanes, de 50 a 249 ocupats i de 10 a 49 ocupats, més d'una cinquena part fan adquisicions per mitjans electrònics (31,7% i 23,8% respectivament), mentre que entre les microempreses només un 8,5% utilitza la compra *on-line*.

El nombre d'empreses catalanes de 10 o més treballadors que venen per via electrònica -que assoleix el 14% del total- és força menor que el de les que compren, tal com succeeix a tots el territoris analitzats. El pes de les vendes *on-line* a Catalunya és 1 punt superior a la mitjana espanyola i dos punts superior les mitjanes de la UE-27 i de la Zona Euro. També en el cas de les vendes es fa palesa la correlació positiva entre grandària d'empresa i ús del comerç electrònic, destacant el fet que més de la tercera part de les empreses de més de 250 treballadors (35,8%) realitza vendes electròniques, assolint nivells d'utilització similars als dels països europeus tecnològicament més evolucionats. Una cinquena part de les empreses de 50 a 249 treballadors (20,4%) i el 12,5% de les de 10 a 49 ocupats, també fan ús d'aquest canal per vendre, mentre que entre les empreses de menys de 10 treballadors el percentatge es redueix al 2,6%.

Comerç Electrònic a Catalunya 2008-2009

Per dimensió de l'empresa

	Dimensió de l'empresa				
	Microempreses	De 10 a 49 ocupats	De 50 a 249 ocupats	De 250 ocupats o més	Empreses amb 10 o més assalariats
Total empreses	461.352				32.161
Compres a través de comerç electrònic	8,5	23,8	31,7	39,6	25,2
Vendes a través de comerç electrònic	2,6	12,5	20,4	35,8	14,0

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE

Pel conjunt de les empreses els percentatges de compra i venda per via electrònica es redueixen al 9,6 i el 3,3 % del total respectivament, degut fonamentalment al fort pes de les microempreses a Catalunya que -com ha quedat palès- són les menys propenses a l'ús d'aquest canal.

La compra per Internet a les llars

L'any 2009, 1.608.764 catalans -el 28,6% de la població de 16 i 74 anys- han comprat per Internet, la qual cosa suposa un significatiu increment del 23,2% respecte 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. 2009

		Persones que han comprat per Internet en els darrers 12 mesos	Pes s/ el total (en %)
Sexe	Home	846.959	52,6
	Dona	761.805	52,6
Edat	De 16 a 24	217.536	13,5
	De 25 a 44	1.019.027	63,3
	De 45 a 64	344.060	21,4
	De 65 a 74	28.140	1,7
Per nacionalitat	Espanyola	1.468.772	91,3
	Estrangera	139.992	8,7
Per nivell d'educació	Educació primària	56.463	3,5
	1a etapa d'educació secundària	232.781	14,5
	2a etapa d'educació secundària	419.928	26,1
	Formació professional superior	297.464	18,5
	Educació superior universitària	602.129	37,4
Per situació laboral	Ocupat/ada	1.161.750	72,2
	Treballador per compte aliè	998.515	85,9
	Treballador per compte propi	163.235	14,1
	No treballador	447.014	27,8
	Aturat/ada	109.067	24,4
	Estudiant	138.211	30,9
	Feines de la llar	81.854	18,3
	Pensionista	53.123	14,5
	Altra situació laboral	64.759	14,5
CATALUNYA		1.608.764	100,0

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE

El col·lectiu masculí segueix encapçalant les compres per Internet (52,6%), i amplia la diferència amb el femení (47,4%), de manera que s'estronca la tendència a la reducció del diferencial entre ells d'anys anteriors. Per edats, la població entre 25 i 44 anys guanya pes relatiu i ja absorbeix el 63,3% de les compres. D'altra banda, els consumidors *on-line* són en gran majoria de nacionalitat espanyola (91,3%), però el percentatge d'estrangers -malgrat les dificultats d'accés a les TIC que s'expliquen per factors socioeconòmics- ha augmentat en prop de 3 punts percentuals i se situa en el 8,7%.

Quant al nivell d'educació, la població amb estudis universitaris és la que més recorre a les compres *on-line* (37,4% del total). Les dades mostren també que més de set de cada deu compradors són ocupats (72,2%), dels quals un 85,9% treballen per compte aliè. Entre els no treballadors, el principal usuari és el col·lectiu d'estudiants (30,9%), i destaca l'increment de més de 10 punts del pes relatiu de la població aturada, fins assolir el 24,4% del total, mentre els pensionistes o les persones que es dediquen a les feines de la llar assolixen percentatges netament inferiors al seu pes poblacional.

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos. Catalunya 2009

En percentatge sobre el total de compradors

		Productes per a la llar	Vídeos o música	Llibres, revistes, etc.	Roba o material esportiu	Jocs d'ordinador i vídeo consoles	Altre programari d'ordinador	Material informàtic
Sexe	Home	14,8	9,0	14,2	18,5	12,6	18,0	15,9
	Dona	11,2	8,6	14,7	21,8	10,0	6,4	5,0
Edat	De 16 a 24	6,5	14,2	22,2	26,8	7,4	8,7	3,5
	De 25 a 44	16,2	9,3	14,6	23,1	13,8	13,4	12,2
	De 45 a 64	8,8	4,8	9,2	8,6	6,9	11,0	9,4
	De 65 a 74	0,0	0,0	12,0	0,0	9,2	26,6	26,9
Per nivell d'educació	Educació primària	13,3	0,0	7,5	7,5	6,3	6,3	5,4
	1a etapa d'educació secundària	17,8	11,9	9,5	20,2	13,9	19,8	13,4
	2a etapa d'educació secundària	13,8	8,5	15,0	26,2	13,1	9,9	6,8
	Formació professional superior	7,9	3,8	16,1	20,6	11,5	16,6	14,0
	Educació superior universitària	13,2	11,1	15,8	16,7	9,7	10,1	11,3
Per situació laboral	Ocupat/ada	15,2	9,6	14,8	21,2	13,6	13,6	12,6
	T treballador per compte aliè	15,6	8,7	15,2	21,5	11,9	12,8	13,4
	T treballador per compte propi	12,4	14,9	12,4	19,7	23,8	18,5	7,9
	No treballador	7,7	6,7	13,5	17,2	5,8	9,5	5,9
	A aturat/ada	9,2	12,8	19,6	12,4	23,7	18,1	3,1
	E estudiant	5,5	10,5	21,4	27,1	0,0	3,5	11,2
	F feines de la llar	2,7	0,0	0,0	11,6	0,0	25,2	14,2
	P pensionista	27,1	0,0	6,4	11,0	0,0	25,2	14,2
	Altra situació laboral	0,0	2,5	9,5	16,1	0,0	0,0	0,0
Catalunya		13,1	8,8	14,4	20,1	11,4	12,5	10,7

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos. Catalunya 2009

En percentatge sobre el total de compradors

		▶ Equipament electrònic	Accions o valors, assegurances, etc.	Viatges o allotjament de vacances	Productes alimentaris	Entrades per a espectacles	Altres productes
Sexe	Home	25,8	8,5	55,5	7,4	36,3	14,2
	Dona	12,4	4,9	48,6	14,8	35,9	11,0
Edat	De 16 a 24	22,3	3,6	42,9	5,7	31,0	12,8
	De 25 a 44	20,7	8,1	54,4	13,1	37,7	12,0
	De 45 a 64	14,6	4,3	49,9	8,5	35,3	15,5
	De 65 a 74	12,0	12,0	52,2	0,0	27,4	0,0
Per nivell d'educació	Educació primària	7,4	7,5	29,2	15,3	28,1	18,9
	1a etapa d'educació secundària	12,4	20,2	37,0	5,5	20,3	13,6
	2a etapa d'educació secundària	19,1	26,2	55,9	8,5	26,7	13,0
	Formació professional superior	19,9	20,6	50,1	12,9	37,8	16,7
	Educació superior universitària	23,3	16,7	58,8	13,3	48,6	9,5
Per situació laboral	Ocupat/ada	21,4	7,6	56,1	12,9	39,3	13,9
	T treballador per compte aliè	22,5	7,0	56,6	13,1	41,0	13,7
	T treballador per compte propi	14,7	11,1	52,8	11,7	28,8	15,2
	No treballador	14,2	17,2	42,3	5,7	27,7	9,4
	A aturat/ada	4,7	12,4	51,5	3,5	28,3	13,8
	E estudiant	32,2	27,1	38,3	0,0	31,4	9,3
	F feines de la llar	5,8	11,6	35,4	15,8	20,9	4,0
	P pensionista	13,2	11,0	50,1	0,0	31,4	5,6
	Altra situació laboral	3,7	16,1	37,5	13,3	24,2	12,0
Catalunya		19,4	6,8	52,2	10,9	36,1	12,6

Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE

Quant al tipus de productes adquirits per Internet, els viatges i allotjaments de vacances són els més sol·licitats, amb un 52,2% dels compradors, seguits de les entrades a espectacles (36,1%), i en menor mesura la roba i material esportiu i l'equipament electrònic (20,1 i 19,4% respectivament). Els productes amb menys requesta *on-line* són els medicaments i les accions, assegurances i altres serveis financers.

Respecte a 2008 destaca l'increment de compradors d'equipament electrònic, de roba i material esportiu i dels productes per a la llar (d'entre 4 i 5 punts percentuals) i les fortes caigudes en els percentatges de compradors de viatges i allotjaments de vacances -més de 10 punts- i de material informàtic -gairebé 7- a causa de la crisi.

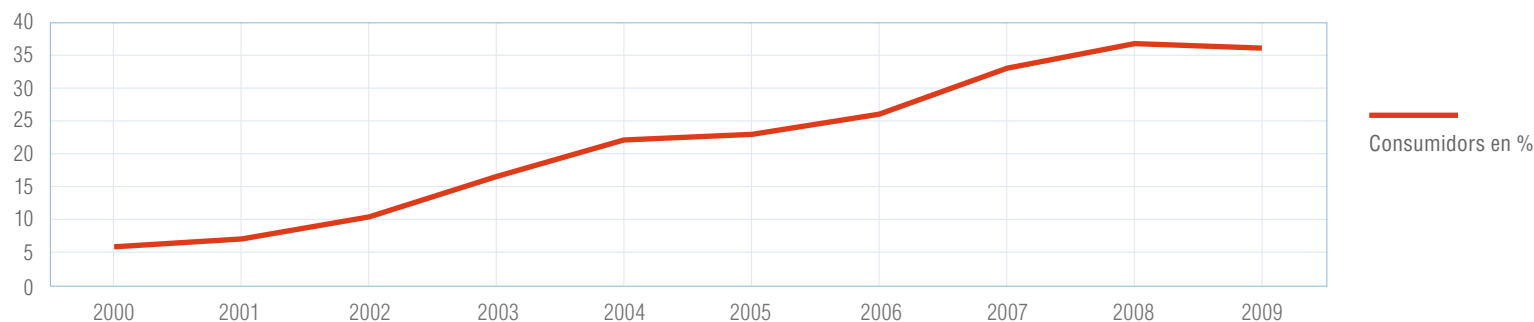
El percentatge d'adquirents masculins supera els femenins en la major part de productes, i destaca la major propensió dels homes a adquirir equipament electrònic i programari d'ordinador, productes on superen en més de 10 punts el percentatge de dones que compren *on-line*. El col·lectiu femení supera al masculí en compres de productes alimentaris, roba i material esportiu i -molt lleugerament- llibres i revistes. Per situació laboral, en el sector dels ocupats predominen les compres de viatges i allotjament -tot i que amb un percentatge (56,1%) sensiblement inferior al del 2008- i d'entrades d'espectacles (39,3%). Pel que fa als no treballadors, destaca la major propensió dels aturats respecte a la mitjana catalana a la compra de béns com jocs d'ordinador (23,7%), altre programari (18,1%), llibres i revistes (19,6%) i vídeos i música (12,8%), mentre que entre els estudiants sobresurt la compra d'equipament electrònic (32,2%), d'accions o valors (27,1%) i llibres i revistes (21,4%).

Les persones que es dediquen a les feines de la llar concentren les seves compres electròniques en productes vinculats al lleure com són els viatges i allotjament (35,4%) i les entrades a espectacles (20,9%), mentre que en el segment dels pensionistes aquests dos conceptes són també els principals components de les seves compres per Internet (amb un 50,1% i un 31,4% d'usuaris, respectivament), seguits dels productes per a la llar (27,1%) i el programari per a ordinador (25,2%).

Barcelona

Segons dades de l'Òmnibus municipal de desembre de 2009, el 36,1% dels barcelonins han adquirit productes per Internet, el que suposa una lleugera reducció de mig punt respecte a desembre de 2008, la primera des de l'inici de la sèrie l'any 2000 i d'uns anys de tendència clarament ascendent. Pel que fa al perfil del comprador, els homes (el 43,6%) i les persones de 25 a 34 anys (un 61,2%), amb un alt nivell socioeconòmic (el 55,5%) i que viuen als districtes amb major nivell de renda -Sarrià-Sant Gervasi, l'Eixample i les Corts- són les compradores més habituals. Per tipus d'activitat, els empleats, d'oficina, directius d'empresa, professionals i autònoms són majoria en la compra *on line*.

Evolució de la compra per Internet a Barcelona, 2009



Font. Enquesta Ómnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum. Desembre 2009.

Tot i la notable xifra de participació en el comerç electrònic, el seu ús és encara poc intens, ja que el 71,5% dels enquestats compra per Internet de forma ocasional, mentre que els que ho fan setmanalment només representen el 3,6% del total, si bé cal remarcar que el pes d'aquests compradors ha augmentat 2,2 punts percentuals en l'últim any.

Per productes, els viatges segueixen erigint-se un any més com el producte més demandat, amb més de 3 de cada 10 compradors *on-line* (34,3%), tot i haver experimentat una caiguda de prop de més de 6 punts percentuals respecte a 2008. La informàtica i la telefonia (19,4%), els aliments (16,1%) i la roba i el calçat (15%) són altres productes àmpliament demandats per part dels compradors *on line*.

9. BARCELONA CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

L'any 2009, és l'any de la recessió econòmica i financera, tant estatal com internacional, amb efectes obvis sobre el turisme. Malgrat tot, Barcelona ha resistit prou bé, específicament pel que fa a la despesa realitzada pel turisme internacional a la nostra ciutat, cal, però, analitzar dues etapes molt diferenciades, és a dir, una primera part amb descensos importants i una segona part de l'any amb increments, prou significatius. Cal, doncs, dir que el descens s'inicià al setembre de 2008 i continua durant el primer semestre de 2009, per començar la recuperació el juliol de 2009, coincidint amb la punta del turisme vacacional.

En relació al recurrent lideratge, dins de l'Estat Espanyol, s'ha potenciat la participació, que ha passat del 22,78% al 23,78% en l'any 2009, més que doblant el nostre referent dins de l'Estat, és a dir, Madrid. En definitiva, queda clar que el model turístic i comercial de Barcelona estimula la despesa per part dels visitants.

El descens en el primer semestre, va ser del 19,63% i l'increment en el segon semestre, va ser del 12,02%. La participació en el total, va ser per al primer semestre del 43,42% i en el segon semestre del 56,58%.

La despesa atribuïble als turistes internacionals, mitjançant la utilització de targeta de crèdit, ha experimentat un petit descens, del 4,34%, arribant als 1.400 milions d'euros, als que cal afegir els 578 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 dona una xifra de 1.978 milions d'euros, la qual cosa ens indica la importància de la despesa turística realitzada directament per part dels estrangers a la nostra ciutat. El descens del 4,34% és molt moderat; la mitjana espanyola ha estat del 8,38%, és a dir, pràcticament el doble de la que ha experimentat Barcelona, cosa que ha suposat incrementar la participació de Barcelona, respecte en el total l'Estat. Cal, però, tenir en compte la situació actual i el creixement espectacular dels dos darrers anys.

Espanya - compres per província

Província	Import Ops.	% sobre total	% Ince. any anterior	Núm. Ops.	% Sobre total	% Ince. any anterior
Barcelona	1.400.337.458,70	23,79	-4,34	20.775.302	28,52	-1,72
Madrid	668.399.922,62	11,35	-8,45	7.979.999	10,96	-1,09
Girona	614.669.352,82	10,44	4,80	8.441.179	11,59	8,68
Illes Balears	570.226.360,20	9,69	-20,04	5.081.793	6,98	-47,38
Màlaga	480.193.319,92	8,16	-18,08	4.236.396	5,82	-5,11
Alacant	352.659.325,90	5,99	-18,50	3.708.339	5,09	-5,93
Tenerife	209.998.206,66	3,57	-13,20	1.898.592	2,61	-7,40
Gran Canària	203.190.662,17	3,45	-10,78	1.942.492	2,67	-15,22
Guipúscoa	153.024.713,06	2,60	7,88	2.087.099	2,87	11,76
Lleida	136.010.052,60	2,31	-1,85	1.794.877	2,46	-3,40
Tarragona	129.680.866,40	2,20	-4,60	1.636.750	2,25	2,25
València	116.808.472,76	1,98	-15,89	1.446.458	1,99	-3,51
Càdis	93.091.892,60	1,58	-3,46	944.916	1,30	1,36
Sevilla	74.886.053,27	1,27	-9,88	908.157	1,25	-2,10
Múrcia	68.223.165,23	1,16	-22,58	714.821	0,98	-5,89
Granada	49.040.472,27	0,83	-3,79	627.207	0,86	2,21
Biscaia	40.989.784,31	0,70	-18,58	502.668	0,69	-26,20
Almeria	36.501.851,06	0,62	-7,13	397.494	0,55	-0,44
Castelló	35.931.193,22	0,61	5,41	498.044	0,68	9,04
Navarra	32.985.622,33	0,56	-24,42	561.460	0,77	-27,59
Total 20 primers	5.466.848.748,10	92,87	-9,24	66.184.043	90,86	-7,76
Total	5.886.754.538,66	100,00	-8,38	72.841.112	100,00	-6,46

Font: totes les taules són d'elaboració pròpia a partir de dades de despesa internacional amb targetes de crèdit Visa i Mastercard facilitades per Caixa Catalunya. No inclou les targetes canalitzades a través del grup 4B.

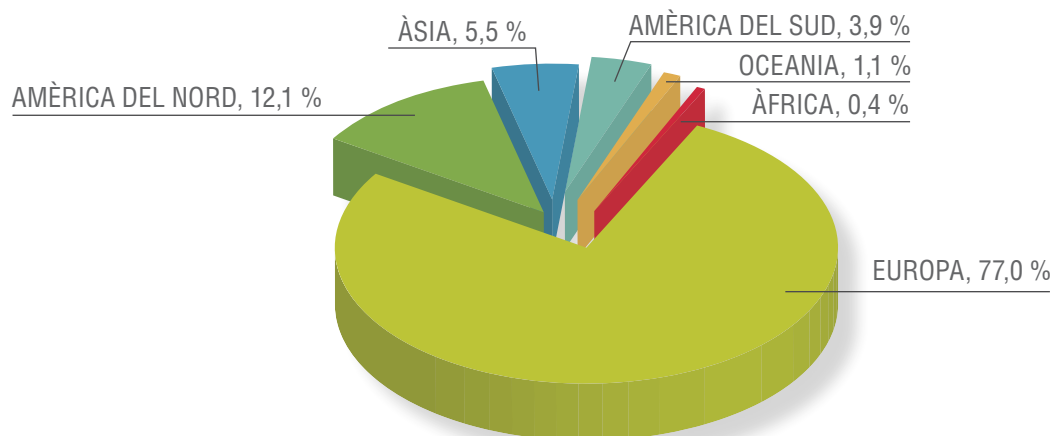
País	Import Ops.	% Sobre total	% Ince. any anterior	Núm. Ops.	% Sobre total	% Ince. any anterior
França	274.724.633,15	19,63	7,88	7.270.214	34,99	9,98
Regne Unit	145.400.015,74	10,39	-17,91	1.424.764	6,86	-16,00
Itàlia	124.441.715,89	8,89	-7,28	1.257.921	6,05	1,74
Estats Units	123.172.554,41	8,80	4,75	1.746.787	8,41	15,66
Alemanya	107.069.972,69	7,65	8,06	1.267.365	6,10	1,76
Països Baixos	54.742.920,85	3,91	-16,19	910.629	4,38	-2,01
Suïssa	45.369.012,39	3,24	-0,67	449.788	2,17	2,62
Portugal	38.626.168,67	2,76	-10,06	467.705	2,25	-2,53
Bèlgica	37.632.127,57	2,69	-1,64	624.576	3,01	6,62
Rússia	35.198.716,16	2,52	-4,62	296.412	1,43	0,94
Andorra	27.876.771,09	1,99	-7,50	462.261	2,23	2,45
Suècia	23.554.441,16	1,68	-5,35	330.638	1,59	1,58
Brasil	23.138.700,01	1,65	-12,81	343.125	1,65	-5,72
Canadà	21.353.995,83	1,53	4,64	269.283	1,30	14,15
Dinamarca	21.335.385,01	1,52	4,58	308.100	1,48	12,64
Noruega	20.926.208,82	1,50	-7,36	236.550	1,14	1,67
Àustria	20.462.951,89	1,46	12,97	173.255	0,83	1,88
Japó	18.162.773,14	1,30	-51,93	173.498	0,84	-86,89
Irlanda	17.255.208,77	1,23	-5,76	149.083	0,72	-1,83
Mèxic	15.361.419,32	1,10	-23,65	249.062	1,20	-6,92
Austràlia	13.425.952,49	0,96	-2,28	144.420	0,70	8,27
Finlàndia	12.846.427,64	0,92	19,04	169.486	0,82	18,08
Polònia	9.660.256,23	0,69	-6,58	117.714	0,57	-1,94
Grècia	9.591.365,16	0,69	-6,23	64.987	0,31	3,46
Veneçuela	9.134.754,61	0,65	-33,00	177.475	0,85	-19,63
Israel	8.743.533,36	0,62	42,70	104.790	0,50	53,28
Turquia	8.386.534,16	0,60	-8,39	94.477	0,45	11,59
Romania	7.781.605,47	0,56	-7,90	93.268	0,45	1,83
Xina	7.068.882,00	0,51	44,10	45.207	0,22	36,01
Argentina	6.485.150,20	0,46	10,52	113.525	0,55	17,70
Total 30 primers	1.288.930.153,88	92,04	-4,23	19.536.365	94,04	-2,29
Total	1.400.337.458,70	100,00	-4,34	20.775.302	100,00	-1,72

Quant a nacionalitats, a la vista de les dades de l'any 2009, veiem que el primer lloc continua cop-sat per França, amb un 19,62%, seguit del Regne Unit, amb un 10,38%. La tercera posició l'ocupa Itàlia, que representa el 8,89% de la despesa total; la quarta plaça l'ocupa, malgrat el tipus de canvi desfavorable respecte a l'euro, Estats Units, que representa el 8,80% del total. La cinquena posició l'ocupa Alemanya, amb una participació del 7,65%. La capitalitat de Barcelona amb relació al sud de França s'està consolidant una vegada més, que sembla ser ja una realitat.

Les tres primeres nacionalitats concentren el 38,89% de la despesa, un 1,21% menys de la que van registrar l'any anterior, tot consolidant la tendència de redistribuir la demanda entre diferents nacionalitats, les quals ofereixen noves oportunitats de negoci.

Europa és el nostre principal mercat, amb una participació del 77%. Òbviament, els bons enllaços aeris i el concepte de proximitat hi tenen un paper cabdal.

Despesa del turisme internacional. Barcelona 2009.



Cal tenir en compte que als països de la Unió Europea es van incorporant cada any noves nacionalitats, la qual cosa afavoreix la potenciació europea en el rànquing continental. Després d'Europa, l'Amèrica del Nord ocupa la segona posició amb un 12,1% i cal dir que tant els Estats Units com el Canadà i Mèxic tenen una significativa tendència de creixement; el factor clau rau en els vols directes transoceànics que puguin tenir com a destinació directa Barcelona. A continuació tenim el continent asiàtic, amb una participació del 5,5% però, amb possibilitats de creixement molt importants, sobretot pel que fa referència a països que tenen companyies aèries pròpies que tenen com a destinació final Barcelona. El gran repte continua sent l'Amèrica Llatina, ja que la seva participació segueix sent molt baixa, ja que tan sols representa el 3,9%. Brasil i Mèxic, no obstant, experimenten un creixement important respecte a l'any anterior.

La contractació a través d'Internet afavoreix l'increment de les despeses en destinació, sobretot en sectors com l'hostaleria i el transport. Utilitzen l'instrument de pagament adient, la targeta de crèdit, i en el cas que ens ocupa la internacional. La participació del comerç en la totalitat de la despesa realitzada per part dels turistes estrangers passa a ser del 32,92%, la qual cosa suposa un increment de l'1,79% respecte de l'any anterior. Aquest fet és molt important, ja que quan la despesa realitzada pel turista internacional mostra signes de debilitat és quan el comerç, o millor dit, el Shopping, guanya participació, la qual cosa demostra que l'oferta comercial de la ciutat s'adapta a la nova situació i continua essent atractiva.

Distribució de les compres per mesos i tipus de comerç

	Comerç especialitzat			Grans operadors			Total comerç			Total Barcelona	Incre.
	Import	Ops.	%	Import	Ops.	%	Import	Ops.	%		
Gener	21.943.081,64	74,70	-10,88	7.433.022,96	25,3	-3,52	29.376.104,60	37,84	-9,12	77.640.311,36	-27,79
Febrer	19.588.237,27	73,98	-17,78	6.888.891,06	26,0	-10,50	26.477.128,33	33,10	-16,00	79.985.288,37	-28,46
Març	23.435.811,84	75,13	-11,04	7.758.559,92	24,9	-7,81	31.194.371,76	34,37	-10,26	90.750.991,99	-26,51
Abril	28.848.597,34	75,61	-1,15	9.306.061,89	24,4	-0,64	38.154.659,23	33,99	-1,03	112.264.174,12	-19,74
Maig	32.875.663,37	76,20	-1,73	10.266.107,15	23,8	-3,52	43.141.770,52	34,28	-2,16	125.838.642,75	-13,86
Juny	29.274.502,25	75,05	-3,23	9.732.605,79	25,0	-2,70	39.007.108,04	32,08	-3,10	121.602.202,27	-4,86
Juliol	37.883.095,60	73,10	-0,28	13.939.956,83	26,9	4,45	51.823.052,43	34,31	0,95	151.028.986,84	-2,05
Agost	37.752.420,15	72,44	0,61	14.362.948,59	27,6	6,66	52.115.368,74	31,03	2,20	167.972.531,42	13,81
Setembre	33.813.164,58	76,87	-0,02	10.172.697,38	23,1	-11,04	43.985.861,96	29,94	-2,81	146.915.337,08	15,91
Octubre	32.332.664,97	77,24	1,14	9.527.004,09	22,8	-9,26	41.859.669,06	29,65	-1,43	141.181.125,03	19,41
Novembre	26.740.189,89	76,56	12,92	8.188.203,38	23,4	1,20	34.928.393,27	32,62	9,93	107.088.986,03	22,77
Desembre	21.467.686,29	74,11	-1,36	7.500.300,30	25,9	-10,07	28.967.986,59	37,11	-3,77	78.068.881,44	6,57
Totals	345.955.115,19	75,04	-2,39	115.076.359,34	24,96	-3,30	461.031.474,53	32,92	-2,62	1.400.337.458,70	-4,34

El mes líder en vendes ha estat l'agost, seguit de juliol i setembre; els dos primers mesos han sobrepassat els 50 milions d'euros. Pel que fa al comerç especialitzat, el millor mes ha estat juliol, amb una xifra del 37,8 milions d'euros, seguit d'agost i setembre. Quant als grans operadors, el millor mes ha estat agost, seguit de juliol. La davallada anyal del 2,2%, es produeix en el primer trimestre de l'any, principalment, en els mesos de febrer i març, com es pot observar en el quadre corresponent.

D'altra banda, els mesos en els quals el comerç ha tingut una participació més alta, han estat en els mesos de gener i desembre. El mes de gener, amb les rebaixes, la participació ha estat del 37,84%.

Despesa per part de turistes internacionals amb targeta Visa i Mastercard Global 2009

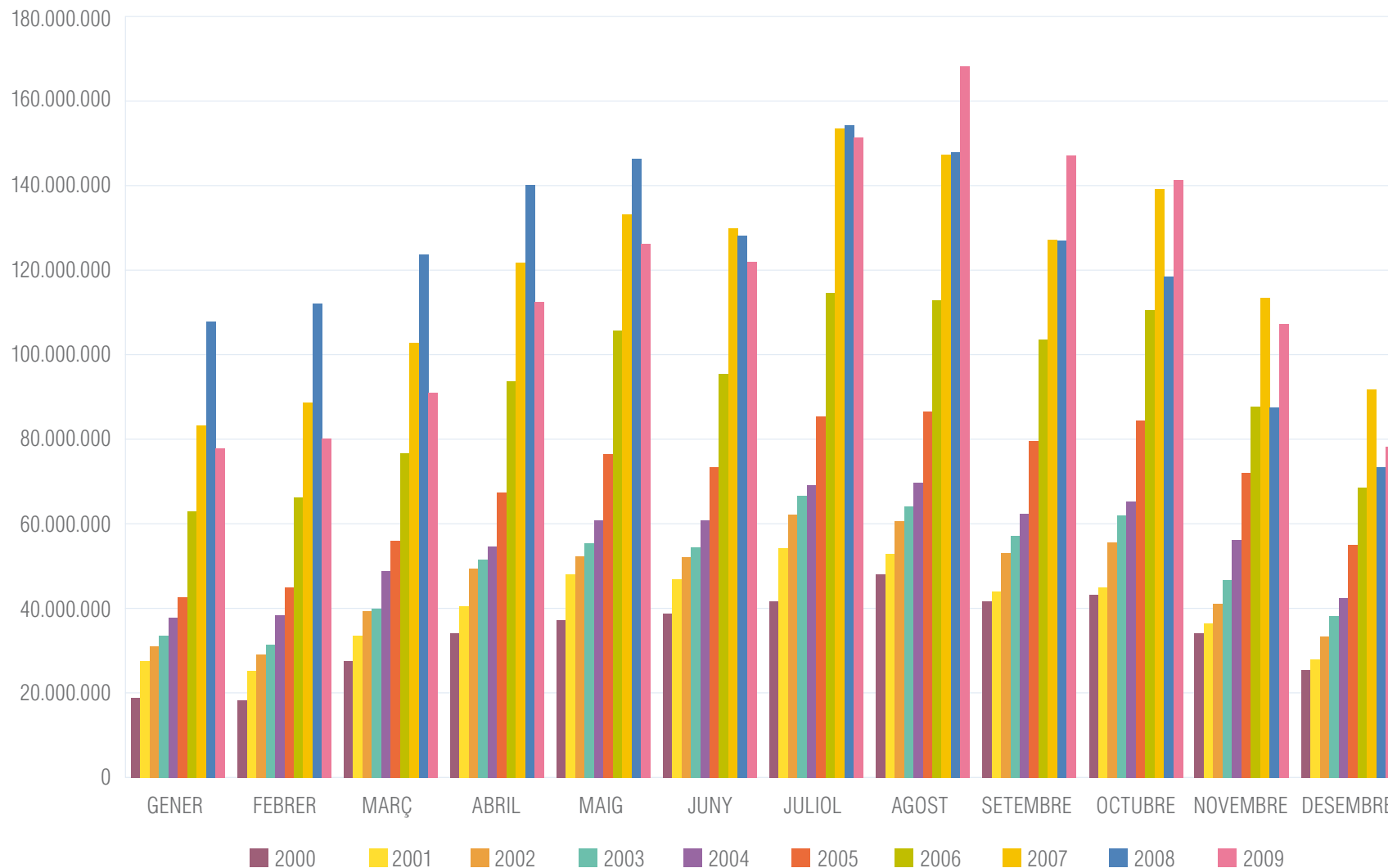
	1r Trim.	2n Trim.	3r Trim.	4t Trim.	Total 2009	Total 2008	% Ince. 09/08
Comerç	87.047.605	120.303.538	147.924.283	105.756.049	461.031.475	473.435.972	-2,62
Restauració	26.033.778	39.657.660	46.373.262	30.803.856	142.868.556	142.353.419	0,36
Hotels	64.686.534	96.653.476	112.550.714	71.072.985	344.963.709	385.297.135	-10,47
Transport/automoció	27.169.339	36.487.490	62.531.642	52.773.805	178.962.275	238.056.416	-24,82
Oci/cultura	10.151.166	13.861.913	17.174.980	11.864.866	53.052.925	73.242.856	-27,57
Serveis	28.967.020	47.774.292	73.919.649	49.980.975	200.641.936	132.891.482	50,98
Altres	4.321.150	4.966.651	5.442.326	4.086.457	18.816.584	18.550.413	1,43
Total 2009	248.376.592	359.705.019	465.916.855	326.338.993	1.400.337.459	-	-
Total 2008	342.804.184	413.768.402	428.533.707	278.721.399	-	1.463.827.693	-4,34
Ince. 09/08 (%)	-27,55	-13,07	8,72	17,08	-4,34		
Participació s/ total 09 (%)	17,74	25,69	33,27	23,30	100,00		

	1r Semestre	2n Semestre	Total 2009
Comerç	207.351.142	253.680.332	461.031.475
Restauració	65.691.438	77.177.118	142.868.556
Hotels	161.340.010	183.623.699	344.963.709
Transport/automoció	63.656.829	115.305.447	178.962.275
Oci/cultura	24.013.079	29.039.846	53.052.925
Serveis	76.741.312	123.900.624	200.641.936
Altres	9.287.801	9.528.783	18.816.584
Total 2009	608.081.611	792.255.848	1.400.337.459
Total 2008	756.572.586	707.255.107	1.463.827.693
Ince. 09/08 (%)	-19,63	12,02	
Participació s/total 09 (%)	43,42	56,58	100,00

Amb relació a la despesa per trimestres dels diferents sectors, cal analitzar les variacions que s'observen. En primer lloc, cal dir que el tercer trimestre s'emporta el lideratge, com ja es recurrent, però amb relació a la lluita envers l'estacionalitat, hem fet un pas enrere, com a conseqüència de l'etapa recessiva del primer semestre de l'any. El quart trimestre és el que ha experimentat un creixement més alt, és a dir, un 17,08% i el primer trimestre és el que el descens ha estat més alt, és a dir, un 27,55%.

Dins dels sectors, el comerç, amb un decrement del 2,62%, és el que ha aguantat millor la nova situació.

Despeses de turistes internacionals amb targeta de crèdit Visa i Mastercard)



Ningú posa en dubte la importància del shopping el mes de desembre, i des de Turisme de Barcelona es considera que el posicionament de Barcelona com a ciutat de shopping internacional es consolidarà quan s'aconsegueixi el desplaçament dels turistes internacionals, per fer shopping, durant la campanya de Nadal.

A finals d'any, com ja és habitual, es prepara i realitza la Campanya Christmas Shopping in Barcelona, amb l'objectiu que els turistes gaudeixin de la ciutat els mesos de l'any en que el comerç agafa el protagonisme, la novetat més important ha estat l'acord amb el Gremi d'Hotels de Barcelona, per a que els clients rebessin a l'hora de fer el check-in un sobre de la Campanya Christmas Shopping in Barcelona, el qual incorporava una carta de benvinguda signada pel President del Gremi i pel President del Barcelona Shopping Line, juntament amb el fulletó Shopping Map i una targeta Christmas Shopping Card, la qual permetia rebre un tracte especial a les botigues i grans magatzems o Shopping Centers membres del BSL. Cal dir que es varen lliurar 50.000 sobres i que, com a conseqüència, els clients que varen allotjar-se en els hotels de 4 i 5 estrelles de la ciutat van realitzar compres a la ciutat. La durada de la campanya va ser des del 25 de novembre de 2009, fins el 5 de gener de 2010.

També, dins de la campanya, es va posar en marxa la devolució de l'IVA a la ciutat a través de les oficines de Turisme de Barcelona; es tracta del reemborsament en efectiu dels xecs Tax Free emesos per l'entitat Global Refund, als que tenen dret els turistes extracomunitaris. És la primera vegada que es fa a l'Estat espanyol i també és novetat que es faci a les oficines d'un ens d'informació turística.

En aquestes dues accions, hem comptat amb la col·laboració, com ja és habitual, de la Direcció General de Comerç a través del COPCA.

En definitiva, 2009 ha estat un any prou bo per al turisme de Shopping.

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 i maquetació:

Equip de Producció



Ajuntament de Barcelona
Promoció Econòmica