

El Comerç a Barcelona

2010



Ajuntament
de Barcelona

Síntesi	7
El sector terciari a Barcelona	10
El comerç a Barcelona	16
1. Ocupació al comerç 2010	17
Anàlisi per branques	20
2. Facturació i PIB	23
3. Centres de cotització del comerç 2010	26
Anàlisi per branques	30
Dimensió empresarial del sector comercial	33
4. El sector de l'hostaleria	36
Ocupació	36
Centres de cotització	41
5. Valoració qualitativa del comerç	47
5.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal	47
Hàbits de compra segons la tipologia del producte	49
Zones comercials	52
Valoració de diferents aspectes comercials	56
L'atenció segons el tipus de comerç	60
Grau d'importància de diferents aspectes comercials	61
Compra per internet	62
5.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona	64
Les característiques	64
Associacionisme	65
El local	67
Els serveis	68
Sistema de venda	68

Els horaris i les vendes	71
El personal	72
Opinió sobre la conjuntura en el sector comercial	77
Perspectives de futur	77
Intenció d'obrir en diumenge	81
5.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració	82
Característiques dels establiments	82
Associacionisme	82
El local	85
Informatització	85
Els horaris i les vendes	86
Els serveis	86
El personal	88
Opinió sobre la marxa del sector de la restauració	89
Factors influents en el negoci	90
Evolució del negoci en el futur	90
Canvis en el negoci	93
6. Promoció del comerç	95
6.1. Premi "Barcelona, la millor botiga del món"	95
Premi a "la millor iniciativa empresarial comercial de l'any"	96
Premi a "la millor iniciativa agrupada per a la dinamització de la ciutat"	97
Premi a "tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat"	98
Premi a "l'establiment de l'any"	100
6.2. La campanya de promoció del comerç	101
6.3. El comerç a les escoles. Curs 2009-2010	102

6.4. Els eixos comercials de Barcelona	106
Eixos comercials al Districte de Ciutat Vella	107
Eixos comercials al Districte de l'Eixample	108
Eixos comercials als Districtes de Sants-Montjuïc i Les Corts	109
Eixos comercials al Districte de Sarrià-Sant Gervasi	110
Eixos comercials al Districte de Gràcia	111
Eixos comercials als Districtes Horta-Guinardó, Nou Barris i Sant Andreu	112
Eixos comercials al Districte de Sant Martí	113
6.5. El web	115
6.6. Guia de restaurants	116
7. Els mercats municipals	117
Renovat impuls als mercats de la ciutat	117
Projectes més destacats	118
Afluència de públic als mercats	122
Rejoeniment d'operadors	124
Promoció, participació i comunicació	125
Lideratge europeu i assessorament	127
Ubicació dels mercats municipals a Barcelona	128
8. El comerç electrònic	129
Espanya	132
Catalunya	137
La compra per Internet a les llars	142
Barcelona	147
9. Barcelona ciutat de compres internacionals	150



Xavier Trias
Alcalde de Barcelona

Barcelona està fent una aposta global per consolidar-se com una de les àrees més dinàmiques del sud d'Europa i de la Mediterrània. En aquest sentit, el comerç juga un paper decisiu. Es tracta de la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i ocupa més de 150.000 persones, tal i com recull el present informe.

Però més enllà del seu vessant econòmic, el nostre model comercial, ric i divers, projecta Barcelona com a marca de prestigi a tot el món. Segons dades d'aquest estudi, la despesa realitzada a la ciutat per part de turistes i visitants estrangers continua sent molt superior a la d'altres ciutats de l'Estat, refermant el seu atractiu turístic com a destinació de compres.

Les principals dades d'activitat vinculada a aquest sector constaten també una realitat a partir de la qual hem de construir solucions: la situació econòmica del país és la gran preocupació del comerç. L'Ajuntament de Barcelona ha iniciat una etapa de canvi amb un govern clarament orientat a donar una resposta efectiva a la crisi i generar nova activitat econòmica. Una de les apostes del consistori és simplificar i facilitar al màxim el desenvolupament de l'activitat comercial i empresarial a la ciutat, amb iniciatives com la reducció dels terminis en la resolució de llicències, tant d'obres com d'activitat.

Amb l'objectiu d'avançar en aquest camí de promoció del comerç, cercarem aliances amb el teixit comercial i amb les institucions i organitzacions lligades a aquest col·lectiu. Com a Alcalde de Barcelona, encaro un nou mandat amb el compromís ferm que el comerç compti amb tot el suport municipal, per seguir sent una marca de referència mundial i un potent motor de desenvolupament econòmic.



Raimond Blasi
Regidor de Comerç, Consum
i Mercats

El present informe, que recull les principals dades d'activitat comercial a Barcelona, revela la importància d'aquest sector per a la ciutat: genera negoci i ocupació (a Barcelona representa un pes superior al 15% dels llocs de treball), permet enfortir el model de convivència i integració als barris i és un element de projecció internacional de la ciutat.

Els Mercats Municipals de Barcelona, que conformen la xarxa més gran d'Europa, contribueixen a reforçar aquest paper dinamitzador de l'economia, alhora que desenvolupen una funció social com a eixos vertebradors del territori. En aquest sentit destaquem la decidida aposta municipal per la remodelació d'aquests espais, que els fa més competitius, amb noves infraestructures, logística i serveis.

Per altra banda, l'estudi permet reflexionar sobre els grans canvis que està experimentant el comerç, uns canvis que han implicat definir noves tècniques de venda, introduir el comerç electrònic a gran i petita escala i identificar noves necessitats i hàbits de consum, aspectes que trobareu desenvolupats en les properes pàgines.

Des de la Regidoria de Comerç, Consum i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona volem acompanyar als comerciants en aquest procés d'adaptació a un entorn incert i difícil, donant respostes a la realitat que es troben en el dia a dia. Agraïm la seva confiança i la de tots els professionals, persones i entitats que fan possible un model de comerç de prestigi internacional. Per últim, assumim el compromís de canalitzar tots els esforços públics i privats i impulsar iniciatives al servei d'un comerç de proximitat de qualitat, que enriqueixi la vida de les persones que visiten, viuen i treballen a la nostra ciutat.



Síntesi

SÍNTESI

- L'any 2010 s'ha aturat el procés de destrucció neta d'ocupació assalariada en el conjunt dels serveis que es va experimentar els anys 2008 i 2009, després de més d'una dècada d'expansió.
- Durant aquest any el nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social al terciari s'ha situat en 759.334 persones i ha registrat un augment de 5.111 ocupats (+0,7%) respecte al 2009.
- El 2010 el comerç ha ocupat 150.808 persones a la ciutat de Barcelona, de les quals 93.030 treballen al sector detallista (el 61,7% del total) i 57.778 (38,3%) al majorista.
- El sector continua 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, a causa de la major diversificació de l'activitat terciària a la ciutat.
- La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha incrementat un 1,7% l'any 2010 i ha assolit un volum de negoci de 37.476 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals ha experimentat un lleuger decrement de l'1,1% respecte a l'any anterior.
- Barcelona compta a finals de l'any 2010 amb 16.429 centres de cotització en el sector del comerç, dels quals 10.748 (65,4%) pertanyen al comerç al detall i 5.681 (34,1%) al comerç a l'engròs.
- 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 (22,8%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (17,5%) i l'hostaleria (9,5%).
- L'hostaleria és el sector de Barcelona on més creix l'ocupació entre el quart trimestre de 2009 i el de 2010, amb un increment del 4,7% que resulta de l'evolució positiva tant dels assalariats (5,1%) com dels autònoms (2,1%).
- Els compradors barcelonins es mostren satisfets amb l'oferta comercial de Barcelona, amb una nota mitjana de 7,8, dues dècimes més que a les consultes de l'any 2009.
- En relació amb el grau de satisfacció amb els horaris comercials, la nota mitjana és de 7,8, mentre que els barcelonins valoren l'atenció personal per part dels comerciants amb una nota mitjana de 7,0.

- Els barcelonins consideren que és a les botigues de barri o especialitzades on millor els atenen (47,8%), força per davant dels mercats municipals (27,1%), els supermercats (12,2%), els centres comercials (4,0%), els grans magatzems (1,3%) i els hipermercats (0,9%).
- El que més es valora de les zones comercials on es va a comprar és la varietat (42,9%), seguit de la proximitat (22,9%), la concentració de botigues (10,0%), l'espai (8,0%), el tipus de botigues (5,8%) i el tipus de productes (5,2%).
- Durant l'any 2010 la situació econòmica del país és la gran preocupació en el sector comercial. La meitat dels responsables dels comerços es decanta per les opcions «satisfet» o «regular» en relació amb la marxa del seu negoci, i l'altra meitat, per la d'«insatisfet».
- Segons els responsables dels establiments entrevistats, els factors que poden afavorir la bona marxa del negoci són les millores econòmiques generals i l'estabilitat econòmica (factor que el 2007 destacava el 6% dels responsables i el 2010 el 21,5%), i la millora del poder adquisitiu (15,7%).
- El 20,8% dels responsables dels establiments de restauració es mostren satisfets de la marxa del seu negoci. La nota de satisfacció obtinguda seria 2,6.
- L'any 2010 s'han reformat 19 mercats i 9 més estan en procés de remodelació, xifra que representa el 65% del total de la xarxa de la ciutat. S'ha aconseguit crear un nou mix comercial i dotar els mercats de noves infraestructures, logística i nous serveis, com ara el transport a domicili, les noves tecnologies o el pagament amb targeta de client, i l'ampliació horària, entre altres coses.
- Segons dades de l'Òmnibus Municipal de desembre de 2010, el 41,4% dels barcelonins ha adquirit productes per Internet, xifra que representa un augment de 5,3 punts respecte a l'any anterior i el màxim en un mes de desembre des de l'inici de la sèrie, l'any 2000, després d'una etapa de tendència ascendent només frenada el 2009 per la recessió.
- La despesa de turistes i visitants estrangers a Barcelona, calculada amb l'indicador de la targeta de crèdit, continua doblant la de la capital de l'Estat. El 2010 ha augmentat un 14,47% respecte l'any anterior i s'ha superat la xifra dels 1.600 milions d'euros.

El Sector Terciari a Barcelona

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

L'any 2010 s'ha aturat el procés de destrucció neta d'ocupació assalariada en el conjunt dels serveis que es va experimentar els anys 2008 i 2009, després de més d'una dècada d'expansió. Efectivament, durant el 2010 el nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social en el sector terciari se situa en 759.334 persones i registra un augment de 5.111 afiliats (un +0,7%) respecte al 2009. En canvi, la indústria (-6,2%) i la construcció (-12,9%) continuen destruint llocs de treball —tot i que més moderadament que l'any anterior—, de manera que el 2010 el conjunt dels assalariats de la ciutat es manté estancat (-0,6%).

L'anàlisi de l'augment global de l'ocupació assalariada en els serveis el 2010 permet constatar evolucions clarament diferenciades per branques. L'activitat que més creix gràcies a la bona marxa del turisme és l'hostaleria (+5,1%), seguida de l'ensenyament (+3,7%), els serveis a les empreses i immobiliaris (+1,8%), i les activitats sanitàries i socials (+1,5%). En canvi, les finances (-3,6%) i l'Administració pública (-2,9%) són les branques més afectades per la pèrdua d'afiliats. En el cas de l'Administració, es tracta del primer any en què cau l'ocupació a causa de l'ajust dels pressupostos públics, després d'haver estat dels pocs sectors que va crear llocs de treball els dos primers anys de crisi, juntament amb l'ensenyament i la sanitat.

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

	2009	2010	Variació 2009/2010	
			Nombre	%
Comerç i reparacions	132.862	132.169	-693	-0,5
Hostaleria	55.394	58.243	2.849	5,1
Transport i comunicacions	40.332	40.340	8	0,0
Intermediació financera	41.546	40.051	-1.495	-3,6
Servei a les emp. i immob.	214.284	218.039	3.755	1,8
Administració pública	79.447	77.134	-2.313	-2,9
Ensenyament	58.415	60.602	2.187	3,7
Activ. sanitàries, serv. soc.	80.965	82.199	1.234	1,5
Serv. pers. i domèstics	50.978	50.557	-421	-0,8
Total serveis	754.223	759.334	5.111	0,7

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

És especialment remarcable l'evolució positiva dels serveis a les empreses i immobiliaris (+1,8%), que després de perdre més de 10.000 llocs de treball l'any 2009 en recuperen 3.755 i generen gairebé tres quartes parts de la nova ocupació terciària. En particular, els serveis a les empreses amb alt contingut tecnològic han continuat guanyant assalariats, amb increments percentuals del 6,5 i el 6,2% en la informàtica i l'R+D respectivament. En canvi, altres branques acusen l'atonía del mercat immobiliari, com és el cas dels serveis d'arquitectura i enginyeria (-9,7%).

En el cas del comerç i reparacions, el 2010 representa l'estabilització de l'ocupació (-0,5%) després de la pèrdua significativa de llocs de treball que havia experimentat l'any 2009 (-6,5%). Per branques, el comerç al detall mostra un lleuger augment d'assalariats, mentre que el comerç a l'engròs

continua perdent ocupació en el context del canvi estructural en què està immers des de fa uns anys. Tot i això, el comerç manté un paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat i, juntament amb les reparacions, concentra més del 15% dels llocs de treball localitzats a Barcelona.

L'hostaleria experimenta el major creixement d'assalariats en les branques dels serveis (5,1%) l'any 2010, després d'una llarga trajectòria ascendent només interrompuda el 2009. De fet, es tracta d'una de les tres branques del terciari —juntament amb els serveis sanitaris i l'ensenyament— que han creat ocupació a la ciutat en el període 2008-2010. L'evolució ferma i sostinguda dels indicadors d'activitat turística durant el 2010, així com la privilegiada posició de Barcelona en l'àmbit de l'organització de congressos internacionals i, més recentment, l'oportunitat que representa la difícil situació política de destinacions competidores del món àrab, han propiciat que l'hostaleria i el turisme en general continuïn sent factors de fortlesa de l'economia i importants dinamitzadors del mercat de treball de la ciutat.

Participació de cada sector (en %)

	2009	2010	Variació 2009/2010
Comerç i reparacions	17,6	17,4	-0,2
Hostaleria	7,3	7,7	0,3
Transport i comunicacions	5,3	5,3	-0,0
Intermediació financera	5,5	5,3	-0,2
Servei a les emp. i immob.	28,4	28,7	0,3
Administració pública	10,5	10,2	-0,4
Ensenyament	7,7	8,0	0,2
Activ. sanitàries, serv. soc.	10,7	10,8	0,1
Serv. pers. i domèstics	6,8	6,7	-0,1
Total serveis	100	100	0,0

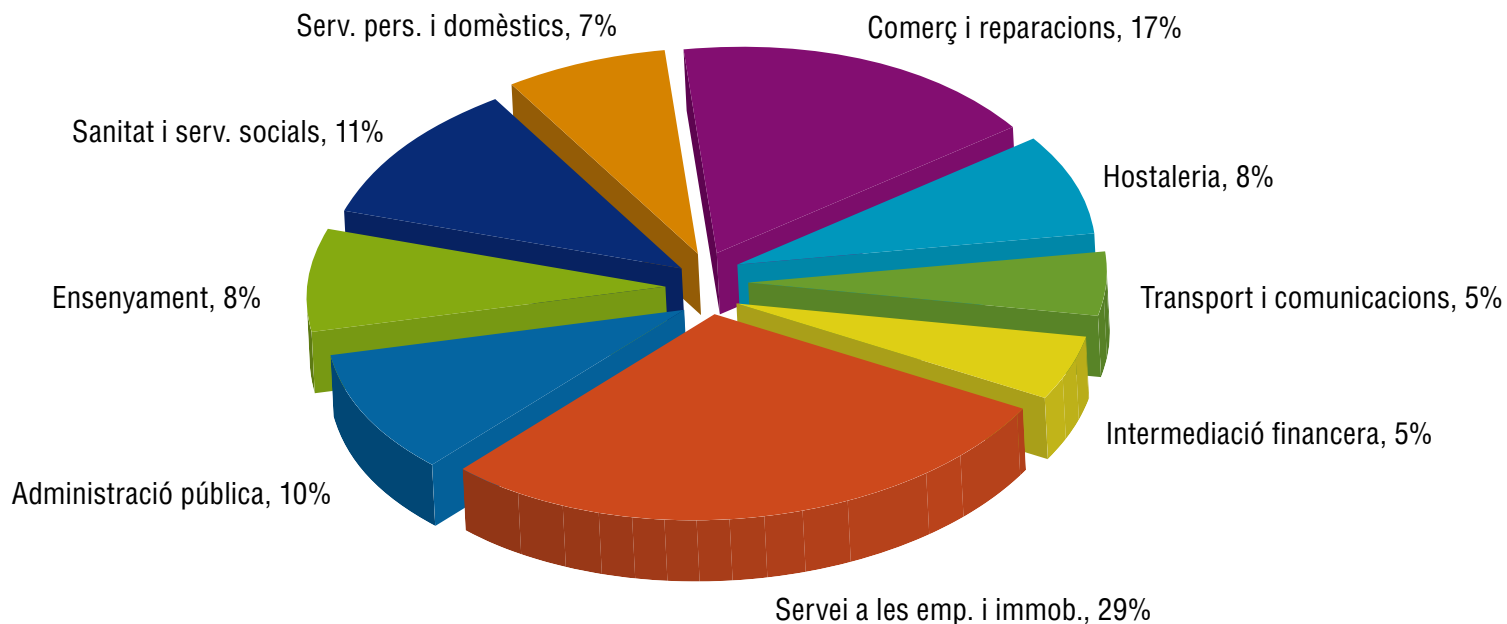
Font: elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya

A finals de 2010, el sector terciari incrementa el seu pes dins l'estructura ocupacional de la ciutat fins a assolir el 86,8% dels assalariats de Barcelona, xifra que supera en 1,1 punts la de l'any anterior. El fet que només el sector serveis hagi finalitzat l'any 2010 amb un augment de l'ocupació —davant de les pèrdues de la indústria i la construcció— accentua la tendència estructural a la terciarització que l'economia barcelonina està experimentant des de fa dècades.

Els serveis a les empreses i immobiliaris i el comerç i reparacions són les branques dels serveis amb més llocs de treball a Barcelona, i apleguen conjuntament un total de 350.000 afiliats que representen més del 46% dels assalariats del sector. La branca de l'hostaleria és, juntament amb el servei a les empreses, la que mostra un major augment de pes relatiu (+0,3 punts) i ja se situa en el 7,7% de l'ocupació de la ciutat.

Assalariats al Terciari de Barcelona per branques (%)

2010



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

Pel que fa als serveis vinculats a l'estat del benestar —ensenyament, sanitat i Administració pública—, mantenen el seu pes relatiu i concentren el 29% de l'ocupació en els serveis, tot i la lleugera pèrdua d'ocupació a l'Administració pública. Altres branques del terciari, com ara el transport o els serveis personals, mantenen pràcticament estable la seva participació relativa dins del sector.



El Comerç

1. OCUPACIÓ AL COMERÇ 2010

El 2010 el comerç ocupa 150.808 persones a la ciutat de Barcelona, de les quals 93.030 treballen al sector detallista (61,7% del total) i 57.778 (38,3%) al majorista.

L'evolució de l'any 2010 ha estat més favorable que la de l'any 2009 —el més dur de la recessió— i, en un context d'atonía del consum intern, el nombre total d'afiliats al comerç de Barcelona ha experimentat una reducció del -0,6% respecte a l'any anterior, lleugerament més suau que la del conjunt de l'economia (-0,7%) i 5,3 punts percentuals inferior a la caiguda de l'any 2009. Així, a finals del 2010 el pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat es manté en un 15,2% —que es distribueix entre un 9,4% del comerç detallista i un 5,8% del majorista—, xifra 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 2010

	Règim General 2010	Variació (%) 2010/2009	Autònoms 2010	Variació (%) 2010/2009	TOTAL 2010	Variació (%) 2010/2009	Pes del sector (%) 2009
Comerç minorista	75.748	0,38	17.282	-0,91	93.030	0,13	9,39%
Comerç majorista	48.580	-1,55	9.198	-2,88	57.778	-1,77	5,83%
Total comerç	124.328	-0,39	26.480	-1,61	150.808	-0,60	15,22%

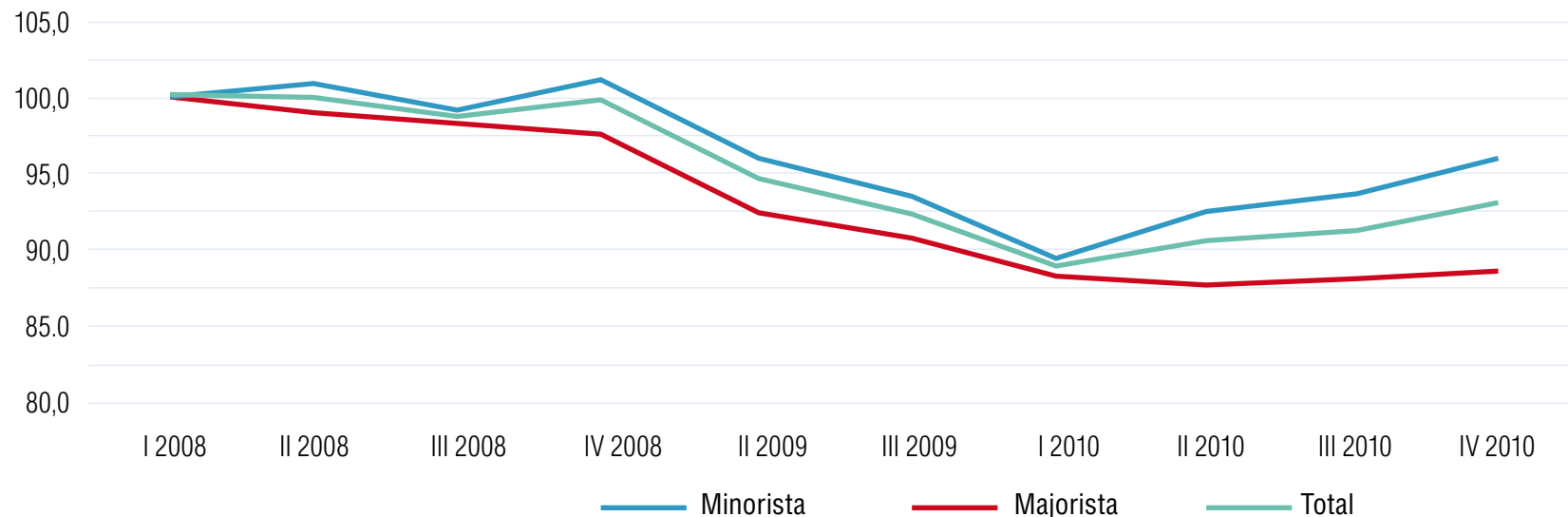
Font: elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

El nombre total d'afiliats del comerç al Règim General de la Seguretat Social se situa a finals de 2010 en 124.328 persones, fet que suposa una lleugera disminució de llocs de treball (-0,4%) respecte a l'any anterior. El comerç al detall ocupa 75.748 assalariats (un 60,9% del sector) i augmenta lleugerament els seus efectius (+0,4%) respecte al 2009. En canvi, el comerç a l'engròs continua amb el degoteig d'afiliats iniciat en anys anteriors i se situa en 48.580 ocupats per compte d'altre després de perdre més de 750 afiliats (-1,6%) i experimentar una reducció de l'ocupació un punt més intensa que la del conjunt d'assalariats de la ciutat (-0,6%).

Pel que fa als autònoms, el comerç detallista concentra prop de dues terceres parts dels adscrits al sector (17.282) i presenta una reducció d'ocupació (-0,9%) menys accentuada que la de l'any anterior i que la dels autònoms majoristes (-2,9%). Tot i aquesta evolució descendent, els autònoms del comerç representen prop de la quarta part (23,2%) del total de treballadors per compte propi de la ciutat i mantenen el seu pes relatiu respecte a l'any anterior.

Així doncs, el 2010 el comerç al detall ha mostrat un millor comportament en l'afiliació que el comerç a l'engròs i el conjunt de sectors de la ciutat —guanya afiliats i assalariats per primera vegada des de l'inici de la crisi i perd menys autònoms—, mentre que el comerç a l'engròs minva en afiliats i evoluciona més negativament que la mitjana barcelonina en tots dos règims.

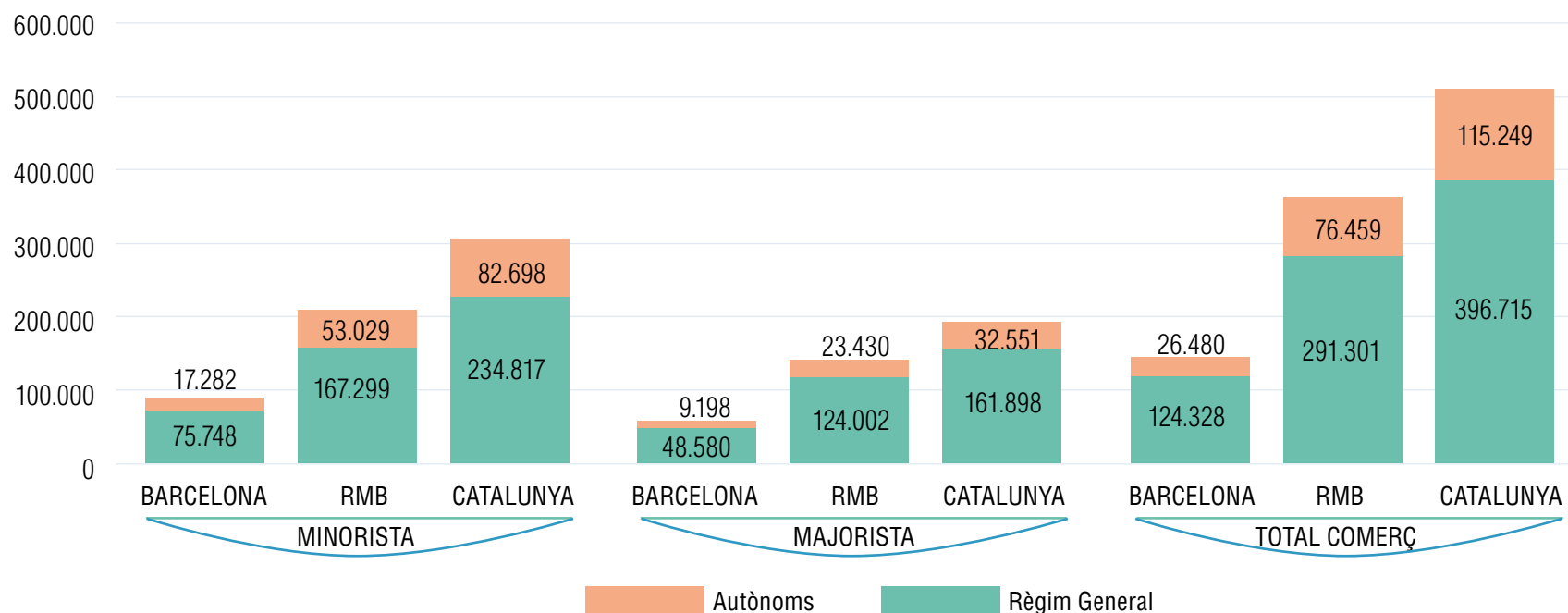
Assalariats al comerç de Barcelona
(índex 1r trimestre 2008 = 100)



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 període 2008-2010 permet detectar diferents pautes de resposta a la crisi per part d'aquestes dues branques quant a l'evolució dels assalariats. En el comerç al detall, després d'un fort ajust de cinc trimestres (4t trimestre de 2008 – 1r trimestre de 2010), es produeix una recuperació significativa i el sector tanca el 2010 superant l'índex de 2009, tot i haver perdut un 4% dels treballadors amb què comptava el març de 2008. En canvi, la reducció dels assalariats del comerç majorista ha estat un procés més gradual i sostingut que ha comportat una caiguda de més de l'11% entre el gener de 2008 i el desembre de 2010, i suposa la continuació d'una tendència de fons ja constatada en els exercicis precedents.

Afiliats del comerç a la Seguretat Social 4t. trimestre 2010



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'evolució global de l'ocupació del comerç als territoris de la regió metropolitana de Barcelona (RMB) i de Catalunya ha estat més favorable que a Barcelona, ja que ambdós territoris assoleixen un lleuger creixement d'aquest indicador (+0,6 i +0,7% respectivament). Efectivament, el comerç al detall guanya més assalariats a la RMB i a Catalunya (al voltant de l'1%) que a la ciutat, i el majorista es manté estabilitzat en els dos àmbits territorials, mentre que a Barcelona perd ocupació. Quant al Règim d'Autònoms del comerç, guanya afiliats tant a la RMB com a Catalunya (+0,4 i +0,2% respectivament), en contrast amb el descens que registra a la ciutat. S'observa la mateixa pauta a la branca detallista, mentre que el comerç majorista experimenta una reducció del nombre d'autònoms a la RMB i Catalunya (-1,1 i -1%) més moderada que a Barcelona.

En definitiva, l'ocupació en el conjunt del comerç l'any 2010 presenta resultats propers a la mitjana de l'economia de Barcelona, amb millors resultats en la branca detallista i una evolució més favorable a la RMB i a Catalunya. Amb tot, el sector continua 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, atesa la major diversificació de l'activitat terciària a la ciutat.

Pes de la població ocupada en el comerç* 2010 (%) CCAE 2009

Unió Europea-27	Espanya	Catalunya	Barcelona
14,10%	17,40%	17,90%	15,10%

*inclou reparacions. Afiliació al Règim General i EPA.
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 més d'un terç (34,7%) del total d'assalariats, seguida de les de productes alimentaris i altre comerç a l'engròs especialitzat, amb aproximadament el 16% i el 13%, respectivament, de l'afiliació majorista al Règim General de la Seguretat Social.

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social per branques d'activitat del comerç a l'engròs i al detall, 2010

	Barcelona			RMB			Catalunya		
	4/2010	% s/sector	variació 09-10 (%)	4/2010	% s/sector	variació 09-10 (%)	4/2010	% s/sector	variació 09-10 (%)
Comerç a l'engròs									
Intermediaris comerç	4.502	9,27	3,1	7.887	6,36	1,9	9.794	6,05	0,9
Comerç a l'engròs matèries primeres agràries	428	0,88	-54,7	1.603	1,29	-24,1	3.096	1,91	-12,3
Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac	7.740	15,93	6,9	29.178	16,27	3,3	35.118	21,69	3,0
Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic	16.836	34,66	3,5	33.827	27,28	3,9	38.262	23,63	3,7
Comerç a l'engròs d'equips TIC	2.782	5,73	-2,5	6.598	5,32	2,7	7.226	4,46	0,0
Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin.	4.078	8,39	-10,2	17.492	14,11	-1,4	20.564	12,70	-1,4
Altre comerç a l'engròs especialitzat	6.224	12,81	-8,2	21.708	17,51	-3,8	30.937	19,11	-2,8
Comerç a l'engròs no especialitzat	5.990	12,33	-5,7	14.709	11,86	-3,6	16.901	10,44	-3,5
Total comerç a l'engròs	48.580	100,00	-1,6	124.002	100,00	0,1	161.898	100,00	0,2
Comerç al detall									
Comerç al detall en establ. no especialitzats	28.200	37,23	1,6	57.083	34,12	-0,3	80.546	34,30	0,9
Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac	10.927	14,43	-0,3	26.064	15,58	1,4	36.610	15,59	1,4
Comerç al detall de combustibles	1.500	1,98	1,7	3.625	2,17	-1,0	6.806	2,90	-0,4
Comerç al detall d'equips TIC	1.617	2,13	2,5	4.360	2,61	-1,3	6.414	2,73	-1,8
Comerç al detall d'articles d'ús domèstic	5.176	6,83	-3,0	15.973	9,55	1,1	23.271	9,91	0,0
Comerç al detall d'articles culturals i recreatius	3.323	4,39	-7,1	9.069	5,42	1,1	11.668	4,97	2,2
Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit.	23.746	31,35	2,6	48.106	28,75	3,5	65.848	28,04	2,7
Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants	428	0,57	-50,9	916	0,55	-36,1	1.288	0,55	-26,4
Altra comerç al detall en establ. fora de parades i mercats	831	1,10	9,1	2.103	1,26	3,7	2.366	1,01	2,1
Total comerç al detall	75.748	100,00	0,4	167.299	100,00	0,9	234.817	100,00	1,1
Total	124.328		-0,39	291.301		0,56	396.715		0,73

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.

Les branques que mostren més concentració d'afiliats a Barcelona són la d'intermediaris (en què la ciutat representa el 57,1% dels assalariats de la RMB i el 46% dels de Catalunya) i la d'articles de consum domèstic (en què aquests percentatges assoleixen el 49,8% i el 44% respectivament).

A diferència del 2009, l'any 2010 algunes de les principals branques de comerç a l'engròs —articles d'ús domèstic, productes alimentaris i intermediaris del comerç— guanyen afiliats tant a Barcelona (amb creixements interanuals del 3,5, el 6,9 i el 3,1%, respectivament) com a la RMB i a Catalunya. La resta d'activitats majoristes perden assalariats a la ciutat —amb caigudes de dos dígitos d'assalariats a les branques de matèries primeres agràries i d'altra maquinària, equips i subministraments—, mentre a la RMB i a Catalunya registren caigudes més moderades i, en el cas dels equips TIC, evolucionen més favorablement.

Les principals branques del comerç al detall en nombre d'assalariats a Barcelona són la d'establiments no especialitzats, la d'establiments especialitzats i la de productes alimentaris, begudes i tabac —que representen el 37,2, el 31,3 i el 14,4% del total, respectivament. Pel que fa a la seva distribució territorial, destaca la concentració a Barcelona dels assalariats d'establiments especialitzats (que representen el 49,4% dels de la RMB i el 36,1% dels de Catalunya) i no especialitzats (49,4 i 35%, respectivament).

La majoria de les branques del comerç al detall de Barcelona creen llocs de treball el 2010, amb increments que oscil·len entre el 9,1% del comerç fora de parades i mercat i l'1,6% del comerç detallista en establiments no especialitzats. En canvi, perden afiliats les branques del comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants (-50,9%) i en menor mesura la branca d'articles culturals i recreatius (-7,1%), articles d'ús domèstic (-3%) i productes alimentaris. En la comparació de les principals branques detallistes amb els àmbits territorials de referència, destaca el fet que Barcelona mostra resultats més favorables pel que fa a establiments no especialitzats, mentre la RMB i Catalunya —a diferència de la ciutat— registren augments d'assalariats en el comerç al detall de productes alimentaris i articles culturals i recreatius i d'ús domèstic.

2. FACTURACIÓ i PIB

Després de la intensa contracció de l'activitat l'any 2009 —en què es va assolir la major caiguda del PIB en dècades— l'any 2010 ha representat la sortida de la recessió per a Catalunya, Espanya i els principals països de l'OCDE. Efectivament, en el conjunt de l'exercici el PIB català s'estabilitza (+0,1%), com també ho fa el de l'economia espanyola, i mostra una tendència ascendent durant l'any, tot i mantenir-se clarament per sota del ritme de creixement de la Unió Europea (+1,8%).

Un dels indicadors que reflecteix aquesta inflexió és el consum de les llars —motor impulsor de l'etapa expansiva anterior—, que després de la forta contracció del 2009 (-4,2%) es recupera a Catalunya fins a assolir un increment de l'1,7% en termes reals. La moderació de la destrucció neta de llocs de treball respecte al 2009 i les mesures de suport directe a la renda i incentius a la despesa adoptades pel sector públic estan entre els principals factors que expliquen aquesta evolució.

De tota manera, l'impacte d'aquests estímuls transitoris es va concentrar en la primera meitat de l'any, fet que, juntament amb l'increment del tipus de l'IVA el mes de juliol, va portar les llars a avançar moltes decisions de consum durador. Per aquest motiu, en la segona part del 2010 determinats components del consum privat experimenten una inflexió a la baixa, i l'evolució alcista dels preus —en particular dels costos energètics— ha contribuït també a moderar-ne la recuperació. Segons l'enquesta de clima comercial urbà a Catalunya, la major dificultat en la marxa dels negocis el segon semestre de l'any ha estat generalitzada en tots els sectors del comerç al detall, en què els millors resultats han estat els de l'alimentari quotidià i els menys favorables els de l'equipament de la llar.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha incrementat un 1,7% l'any 2010 i ha assolit un volum de negoci de 37.476 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un lleuger decrement de l'1,1% respecte a l'any anterior.

Facturació del comerç 2010 Milions d'euros

	Barcelona	Catalunya
Comerç detallista	12.499	40.045
Comerç majorista	24.977	76.743
Total comerç	37.476	116.788

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'INE, l'Idescat i l'INSS.

El comerç al detall ha assolit el 2010 un volum de negoci de 12.499 milions d'euros a Barcelona, fet que suposa el primer increment nominal (+3%) en tres anys i el manteniment del nivell de facturació en termes reals (+0,1%). Es tracta d'uns indicadors que suggereixen que aquesta branca ha superat la fase més dura de l'ajust gràcies a l'evolució positiva del consum de les llars i també a la demanda addicional generada pel turisme, que a la ciutat assoleix resultats excel·lents amb creixements de dos dígits de variables com el nombre de visitants o la despesa dels turistes amb targeta de crèdit.

Facturació del comerç a Barcelona 2010 (Milions d'euros)

	Milions d'euros	Variació 2010/2009 (en %)
Comerç detallista	12.499	3,0
Comerç majorista	24.977	1,1
Total comerç	37.476	1,7

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'INE, l'Idescat i l'INSS.

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona s'ha situat en 24.977 milions d'euros l'any 2010, després d'experimentar un lleuger augment de l'1,1% respecte a l'any anterior que, un cop descomptada la variació de preus, representa una caiguda de l'1,8%. Continua, per tant, el procés de canvi estructural i optimització de costos que des de fa uns anys porta aquesta branca a localitzar una part creixent de la seva activitat fora de la ciutat, tot i que amb menor intensitat que el 2009.

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 va aportar l'11,5% del producte interior brut de la ciutat l'any 2006. ⁽¹⁾ El comerç té un pes rellevant a Barcelona i ha mostrat una gran estabilitat al llarg dels anys d'expansió de la primera dècada d'aquest segle. Val a dir que l'any 2010 el PIB dels serveis ha registrat una evolució lleugerament positiva a Catalunya (+0,4%) i, en particular, a l'àrea de Barcelona, on el terciari de mercat té un paper determinant dins l'estructura productiva.

⁽¹⁾ Darrera dada oficial disponible

3. CENTRES DE COTITZACIÓ DEL COMERÇ 2010

En aquest capítol s'estudien el nombre i l'evolució dels centres de cotització de la Seguretat Social inscrits a les branques de comerç a l'engròs i intermediaris i comerç al detall ⁽¹⁾ de la ciutat de Barcelona. No s'hi inclouen els dedicats a la venda, el manteniment i la 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 no pas municipal, ja que aquests centres agrupen treballadors que pertanyen a una mateixa empresa i duen a terme l'activitat en 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 de seu social provoca probablement una certa sobrevaloració d'aquest indicador. ⁽²⁾ D'altra banda, aquesta anàlisi es complementa 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 obtenir una aproximació dels locals empresarials en actiu a la ciutat. Aquest tribut ha perdut, des que es va reformar l'any 2002, bona part de l'efecte censal que tenia anteriorment.

Barcelona disposa, a finals de l'any 2010, de 16.429 centres de cotització al comerç, dels quals 10.748 (65,4%) pertanyen al comerç detallista i 5.681 (34,6%) al majorista.

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona

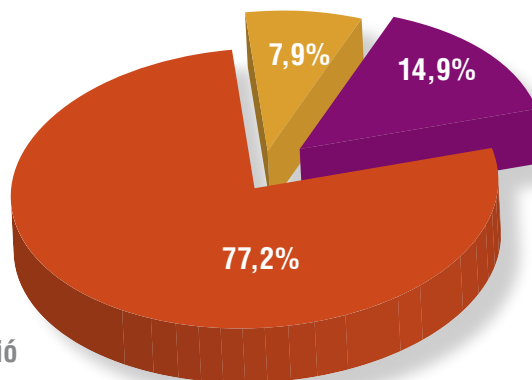
	2010	2009	Pes s/sector 2010 (%)
Comerç a l'engròs	5.681	5.829	34,6%
Comerç al detall	10.748	10.781	65,4%
Total comerç	16.429	16.650	100,0%

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.

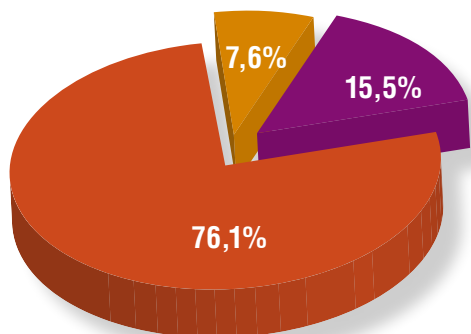
El sector comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part (22,8%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (17,5%) i l'hostaleria (9,5%).

El pes del comerç dins el conjunt dels centres de cotització de Barcelona (22,8%) és lleugerament inferior al de la regió metropolitana (23,9%) i al de Catalunya (23,1%). Als tres àmbits territorials esmentats, 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.

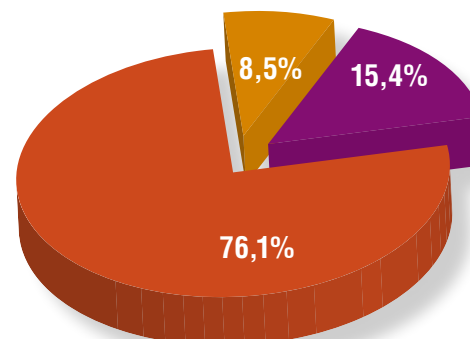
Pes del comerç a l'economia de la ciutat segons centres de cotització (% s/total) 2010



Pes del comerç segons centres de cotització (%) Catalunya 2010



Pes del comerç segons centres de cotització (%) RMB 2010



■ Engròs
■ Detall
■ Resta sectors

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.

Cal assenyalar 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, després del conjunt heterogeni d'activitats que representen els serveis a les empreses. Tot i que es tracta 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, especialment la del comerç detallista, que per si mateix representa gairebé el 15% dels centres de cotització i el 8,7% dels assalariats de la ciutat.

Pes del comerç sobre el conjunt de l'economia 2009-2010 (% s/total)

	2009	2010
Centres de cotització		
Comerç a l'engròs	8,0%	7,9%
Comerç al detall	14,7%	14,9%
Total comerç	22,6%	22,8%
Afiliats règim General Seguretat Social		
Comerç a l'engròs	5,6%	5,6%
Comerç al detall	8,6%	8,7%
Total comerç	14,2%	14,2%

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.

Així doncs, malgrat la difícil conjuntura marcada per l'atonía de la demanda interna, el 2010 el pes del comerç sobre l'economia barcelonina es manté força estable i fins i tot augmenta molt lleugerament pel que fa als centres de cotització, ja que el seu nombre ha disminuït menys en el comerç (-1,3%) que en el conjunt de la ciutat (-1,9%). D'altra banda, els assalariats del comerç evolucionen pràcticament com el total barceloní (-0,4% per -0,6% de mitjana) i mantenen el seu pes relatiu en un 14,2%, mentre que el comerç al detall l'incrementa lleugerament i assoleix el 8,7%.

Anàlisi per branques

L'any 2010, dels 5.681 centres de cotització del comerç a l'engròs a Barcelona, prop d'una tercera part (30%) distribueix articles d'ús domèstic, mentre que les branques d'intermediaris, productes alimentaris, comerç a l'engròs no especialitzat i altre comerç especialitzat assoleixen pesos relatius d'entre el 13 i el 15% del total.

Barcelona absorbeix el 55,1% dels centres de cotització d'intermediaris de la RMB i el 42,1% dels de Catalunya. Les branques del comerç a l'engròs d'equips TIC i d'articles d'ús domèstic (on Barcelona representa per si mateixa al voltant del 47 i el 40% del total de la RMB i Catalunya, respectivament) també mostren una forta concentració a la ciutat.

L'any 2010 totes les branques majoristes han perdut centres de cotització a la ciutat, mentre que a la RMB i a Catalunya augmenten al voltant del 2% els dedicats al comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic i s'estabilitzen els de matèries primeres agràries. A la resta d'activitats majoristes el nombre de centres de cotització es redueix, amb variacions que a Barcelona se situen entre l'estabilitat dels d'articles d'ús domèstic (-0,1%) i el -7,9% del comerç especialitzat, i a la RMB i Catalunya oscil·len a l'entorn d'una mitjana del -1,5 i el -1,2 % respectivament.

Centres de cotització de la Seguretat Social per branques de comerç, 2010

	4/2010	var (%) 2009/2010	4/2010	var (%) 2009/2010	4/2010	var (%) 2009/2010
	Barcelona		RMB		Catalunya	
Comerç a l'engròs						
Intermediaris comerç	866	-2,4	1.573	-1,7	2.058	-1,6
Comerç a l'engròs matèries primeres agràries	69	-1,4	278	-0,4	610	0,3
Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac	749	-4,0	1.882	-1,2	3.363	-0,8
Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic	1.705	-0,1	3.635	2,1	4.453	1,8
Comerç a l'engròs d'equips TIC	221	-3,9	465	-0,2	550	-1,4
Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin.	555	-5,6	1.733	-3,6	2.187	-3,2
Altres comerç a l'engròs especialitzat	747	-7,9	2.592	-4,7	3.821	-3,2
Comerç a l'engròs no especialitzat	769	-3,4	1.773	-2,4	2.122	-2,2
TOTAL COMERÇ A L'ENGRÒS	5.681	-3,2	13.931	-1,5	19.164	-1,2
Comerç al detall						
Comerç al detall en establ. no especialitzats	1.959	-1,7	4.492	-2,6	6.713	-2,6
Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac	2.716	2,1	6.810	0,9	10.027	1,2
Comerç al detall de combustibles	57	-5,0	234	-0,8	568	0,2
Comerç al detall d'equips TIC	284	-0,7	686	-3,5	1.101	-3,1
Comerç al detall d'articles d'ús domèstic	1.229	-4,1	3.167	-4,4	5.002	-3,6
Comerç al detall d'articles culturals i recreatius	489	-4,1	1.111	-0,4	1.734	-0,5
Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit.	3.890	0,2	8.293	0,7	12.983	0,8
Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants	80	21,2	325	34,9	523	29,5
Altres comerç al detall en establ. fora de parades i mercats	44	4,8	122	18,4	184	18,7
TOTAL COMERÇ AL DETALL	10.748	-0,3	25.240	-0,3	38.835	-0,1

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.

Pel que fa a les branques del comerç al detall, a Barcelona destaca el pes relatiu dels establiments especialitzats —que representen el 36,2% dels centres de cotització—, seguits dels que venen productes alimentaris, begudes i tabac (25,3%) i els d'establiments no especialitzats (18,2%).

Les branques més concentrades a la ciutat en termes relatius són la d'establiments especialitzats —en què Barcelona compta amb el 46,9% dels centres de la RMB i el 30% de Catalunya—, la branca d'articles culturals (44 i 28,2% respectivament) i la d'establiments no especialitzats (43,6 i 29,2% respectivament).

En l'evolució de les principals branques detallistes destaca el creixement durant el 2010 dels centres de productes alimentaris, begudes i tabac (+2,1, +0,9 i +1,2% a Barcelona, la RMB i Catalunya, respectivament), així com l'estabilització dels establiments especialitzats. Les reduccions més remarcables es concentren en la branca d'articles d'ús domèstic (que experimenta una caiguda propera al 4% en els tres àmbits territorials), articles culturals i, en menor mesura, establiments no especialitzats.

Dimensió empresarial del sector comercial

L'any 2010 el comerç a Barcelona reprèn la tendència a l'increment de la dimensió empresarial mitjana que durant l'última dècada han experimentat tant l'activitat a l'engròs com al detall, procés que s'havia estroncat l'any 2009 per la intensa disminució dels afiliats en la fase més intensa de la recessió. Efectivament, la dimensió mitjana del comerç majorista (8,5) retorna al valor de 2008, i tant la del detallista (7,05) com la del conjunt del comerç (7,57) s'incrementen lleugerament respecte a l'any anterior.

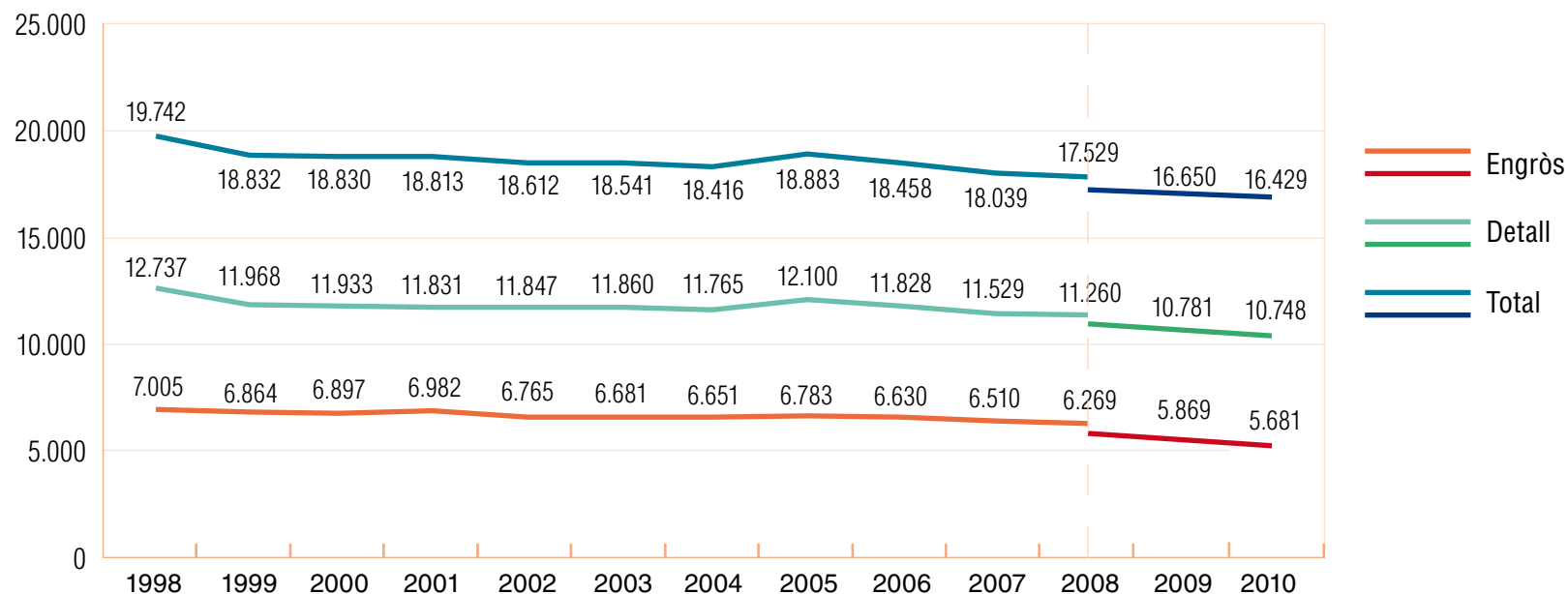
Nombre mitjà d'afiliats per centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona

	2009	2010
Comerç a l'engròs	8,41	8,55
Comerç al detall	7,00	7,05
Total comerç	7,50	7,57

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'evolució dels centres de cotització del comerç entre 1998 i 2010 mostra una tendència descendent provocada fonamentalment pel procés de racionalització i redimensionament empresarial i de formats comercials. Després de la reducció particularment intensa de l'any anterior, el 2010 el nombre de centres de cotització al detall s'estabilitza (-0,3%) i el de centres de cotització a l'engròs modera la seva caiguda (-3,2%). Amb tot, el descens del majorista és superior a la mitjana de la ciutat (-1,9%) en 1,3 punts percentuals, mentre que el comerç al detall registra un decrement inferior a la mitjana barcelonina.

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

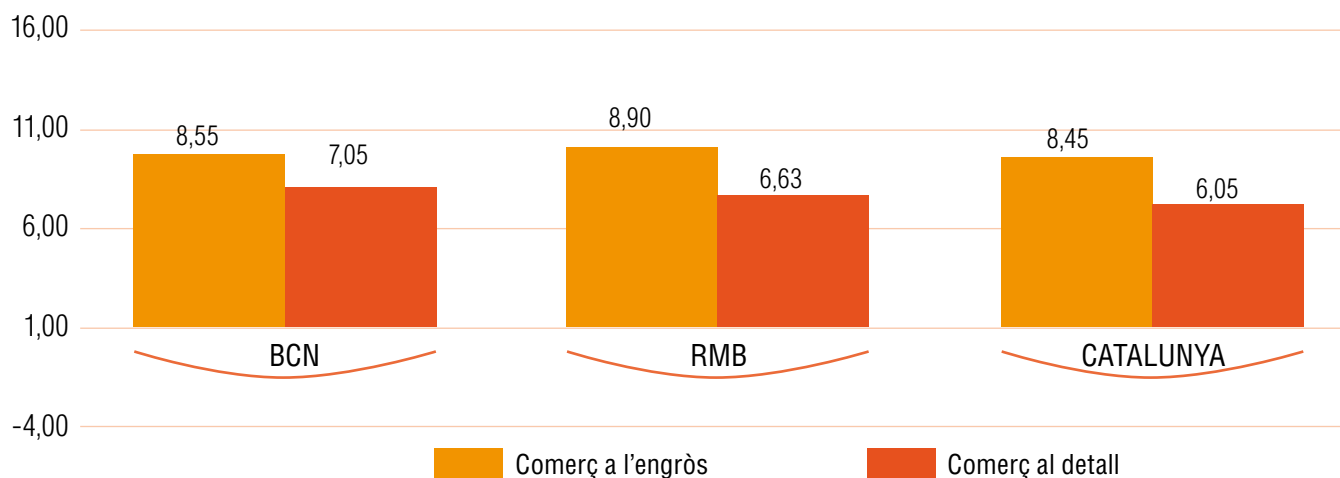


* A partir del 2008 s'utilitza la nova classificació de sectors CCAE-2009.

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 dimensió empresarial del comerç detallista és més elevada a Barcelona que a la RMB i a Catalunya (amb valors de 7,1, 6,6 i 6, respectivament), mentre que la mitjana de treballadors per centre de cotització del comerç a l'engròs a la ciutat (8,6) és lleugerament inferior a la de la regió metropolitana (8,9), tot i superar la del Principat (8,4).

Assalariats per centre de cotització del comerç 2010



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 2010 l'hostaleria a Barcelona compta amb 68.518 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 58.243 són assalariats i 10.275 autònoms (85% i 15% respectivament). El sector concentra el 6,9% de l'afiliació total de la ciutat.

Afiliats a la Seguretat Social a l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2010

	Règim General	Variació (%) 2009/2010	Autònoms	Variació (%) 2009/2010	Total	Variació (%) 2009/2010	Pes del sector (%) 2010
Hostaleria	58.243	5,14%	10.275	2,12%	68.518	4,68%	6,9%

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.

L'hostaleria és el sector de Barcelona on més creix l'ocupació entre el quart trimestre de 2009 i el de 2010, amb un increment del 4,7% que resulta de l'evolució positiva tant dels assalariats (5,1%) com dels autònoms (2,1%). Val a dir que, entre els assalariats, l'augment de llocs de treball ha estat més acusat en els serveis de menjar i beure (5,8%) que en els serveis d'allotjament (3,1%).

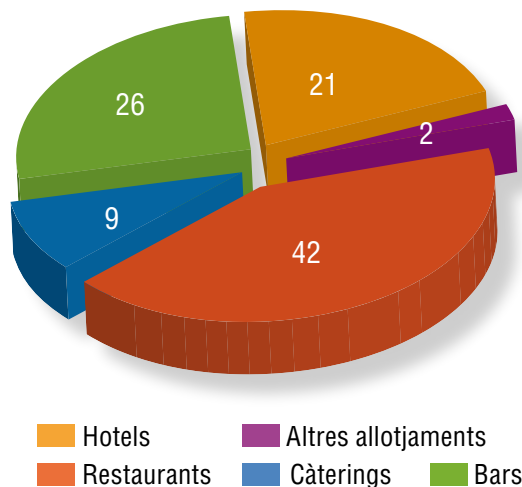
Afiliats al règim general de la Seguretat Social en l'hostaleria a Barcelona/ 4t trimestre 2010

	2009	2010	Variació 2009/2010	Pes sobre sector hostaleria	Pes s/total ciutat 2010
Serveis d'allotjament	13.059	13.466	3,12%	23,1%	1,5%
Serveis de menjar i begudes	42.335	44.777	5,77%	76,9%	5,1%
Total	55.394	58.243	5,14%	100,0%	6,7%

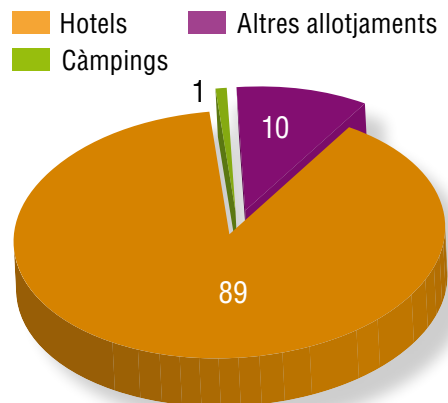
Font: elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Per subsectors, al Règim General de la Seguretat Social es compten 44.777 assalariats de la restauració (el 76,9% del sector de l'hostaleria), més de la meitat dels quals (54,1%) treballen en restaurants. D'altra banda, els serveis d'allotjament, on destaquen els hotels com a branca majoritària (el 88,9% del subsector), absorbeixen 13.466 afiliats (el 23,1% del sector). La restauració i l'allotjament representen el 5,1% i l'1,5%, respectivament, del total d'assalariats de la ciutat, i les dues branques de l'hostaleria apleguen el 6,7% dels assalariats de la ciutat.

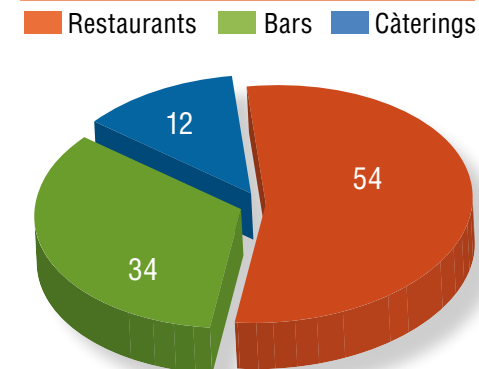
Afiliats al Règim General de l'Hostaleria per branques d'activitat 2010 (% s/total)



Afiliats en les branques del subsector de serveis d'allotjament 2010 (% s/total)



Afiliats en les branques del subsector de serveis de menjar i begudes 2010 (% s/total)



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 102.202 afiliats al Règim General del sector de l'hostaleria de la regió metropolitana de Barcelona i quatre de cada deu dels 149.172 de Catalunya s'ubiquen a la ciutat central (57% i 39% 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 (73,4%) es localitzin a Barcelona.

⁽¹⁾ Cal tenir en compte que a les ciutats que exerceixen la funció de capitalitat, com ara Barcelona, l'efecte de 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 de l'entorn.

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2010

	Barcelona	RMB	Catalunya	Pes Bcn/RMB (%)	Pes Bcn/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	13.466	18.335	30.233	73,4	44,5
Serveis de menjar i beguda	44.777	83.867	118.939	53,4	37,6
Total	58.243	102.202	149.172	57,0	39,0

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 2010

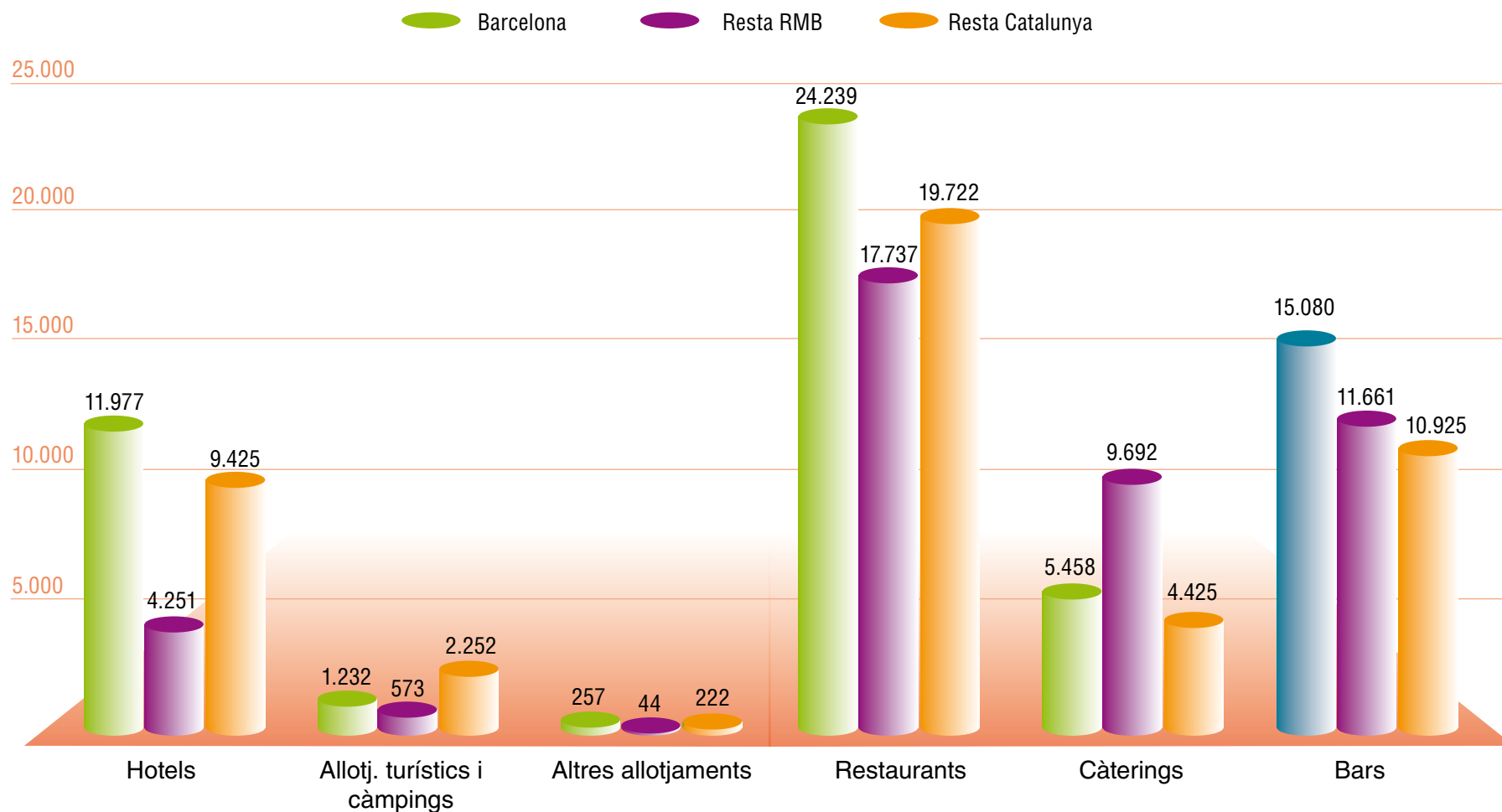
Variació interanual 2009-2010 (%)

	Barcelona	RMB	Catalunya
Serveis d'allotjament	3,12%	3,41%	1,77%
Serveis de menjar i begudes	5,77%	3,02%	2,34%
Total	5,14%	3,09%	2,22%

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, l'augment de l'afiliació al Règim General de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria l'any 2010 ha estat més pronunciat a Barcelona (+5,1%) que a Catalunya i la RMB (+3,1 i +2,2% respectivament). Aquest fet es deu a l'augment que la ciutat presenta en la branca de serveis de menjar i beure (+5,8%, davant -3 i +2,3% a Catalunya i la RMB, respectivament), mentre que l'augment en els serveis d'allotjament és més moderat a Catalunya i la ciutat (+1,8% i +3,1%, respectivament) que a la RMB (+3,4%).

Nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2010



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 disposa l'any 2010 de 6.947 centres de cotització de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria.⁽¹⁾ El pes d'aquesta activitat en relació amb el conjunt de centres de cotització de la ciutat és del 9,6%, i se situa com el tercer sector en aquest indicador, només per darrere del comerç i reparacions i els serveis a les empreses.

Centres de cotització a la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona 2010

	IV 2009	IV 2010	Variació 2009/2010	
			En nombre	En %
Total	6.882	6.947	65	0,94

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 disposa de 6.360 centres registrats com a serveis de restauració i de 587 com a serveis d'allotjament, la qual cosa representa el 8,8% i el 0,8% del total de Barcelona. Així doncs, els serveis de restauració són predominants i representen el 91,6% del teixit empresarial de l'hostaleria, i els més nombrosos són els bars i restaurants (51 i 46% 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 no pas en termes d'ocupació, a causa de la seva reduïda dimensió empresarial.

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

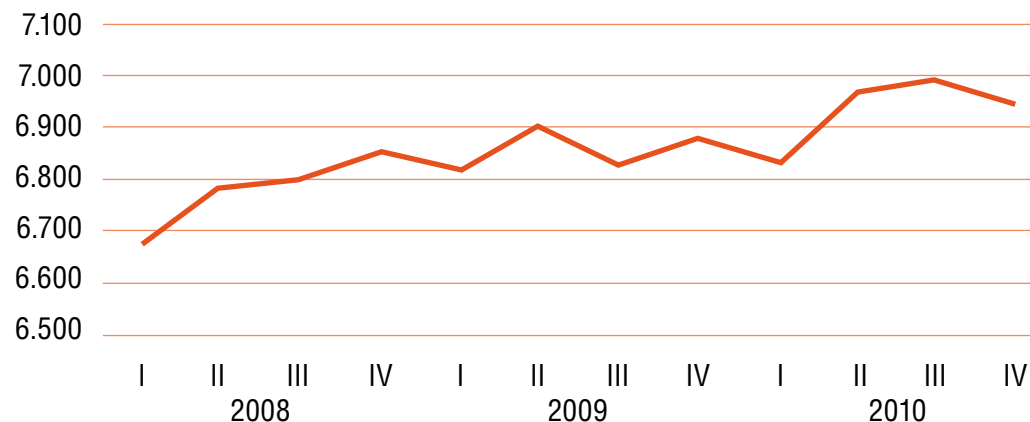
Centres de cotització de la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona/ 4t trimestre 2010

	2009	2010	Variació 2009-2010	Pes sobre sector hostaleria	Pes s/total ciutat
Serveis d'allotjament	582	587	0,86%	8,4%	0,8%
Serveis de menjar i begudes	6.300	6.360	0,95%	91,6%	8,8%
Total	6.882	6.947	0,94%	100,0%	9,6%

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.

Pel que fa a la dinàmica de creació de centres de cotització, l'any 2010 a Barcelona es compten 65 centres més que el 2009, xifra que representa un increment del +0,9% i un comportament positiu en relació amb la caiguda que registra el conjunt de l'economia barcelonina (-1,9%). Els centres de serveis d'allotjament han crescut un +0,9% i els de menjar i begudes, un +1%.

Centres de cotització de la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona entre I trimestre 2008 i IV trimestre 2010



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

El sector de l'hostaleria mostra una tendència ascendent al llarg del període 2008-2010, en què ha crescut en 265 centres de cotització i un 4% en termes relatius. Es tracta, per tant, del sector amb major dinamisme durant la crisi gràcies al comportament de la demanda turística, que es recupera abans i evoluciona molt més favorablement que el consum intern.

Nombre de centres de cotització de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2010

	Barcelona	RMB	Catalunya	Pes Bcn/RMB (%)	Pes Bcn/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	587	975	2.389	60,2	24,6
Serveis de menjar i beguda	6.360	14.471	23.180	43,9	27,4
Total	6.947	15.446	25.569	45,0	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.

Per àmbits territorials, Barcelona concentra el 45% dels 15.446 centres de cotització de l'hostaleria de la RMB i el 27,2% dels 25.569 establerts a Catalunya. En els serveis d'allotjament, 6 de cada 10 centres de cotització de la regió metropolitana es localitzen a la ciutat (60,2%), fet que evidencia la forta polaritat turística i de negocis de Barcelona, mentre que amb 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 del total (24,6%). La restauració de la ciutat representa el 43,9% dels centres de cotització d'aquesta branca a l'àmbit metropolità, mentre que en relació amb Catalunya assoleix el 27,4%.

A les dues branques de l'hostaleria, la concentració a Barcelona és més accentuada en termes de llocs de treball que no pas de centres de cotització, la qual cosa posa de manifest que la ciutat tendeix a disposar d'unitats empresarials de major dimensió mitjana.

Centres de cotització en el sector de l'hostaleria

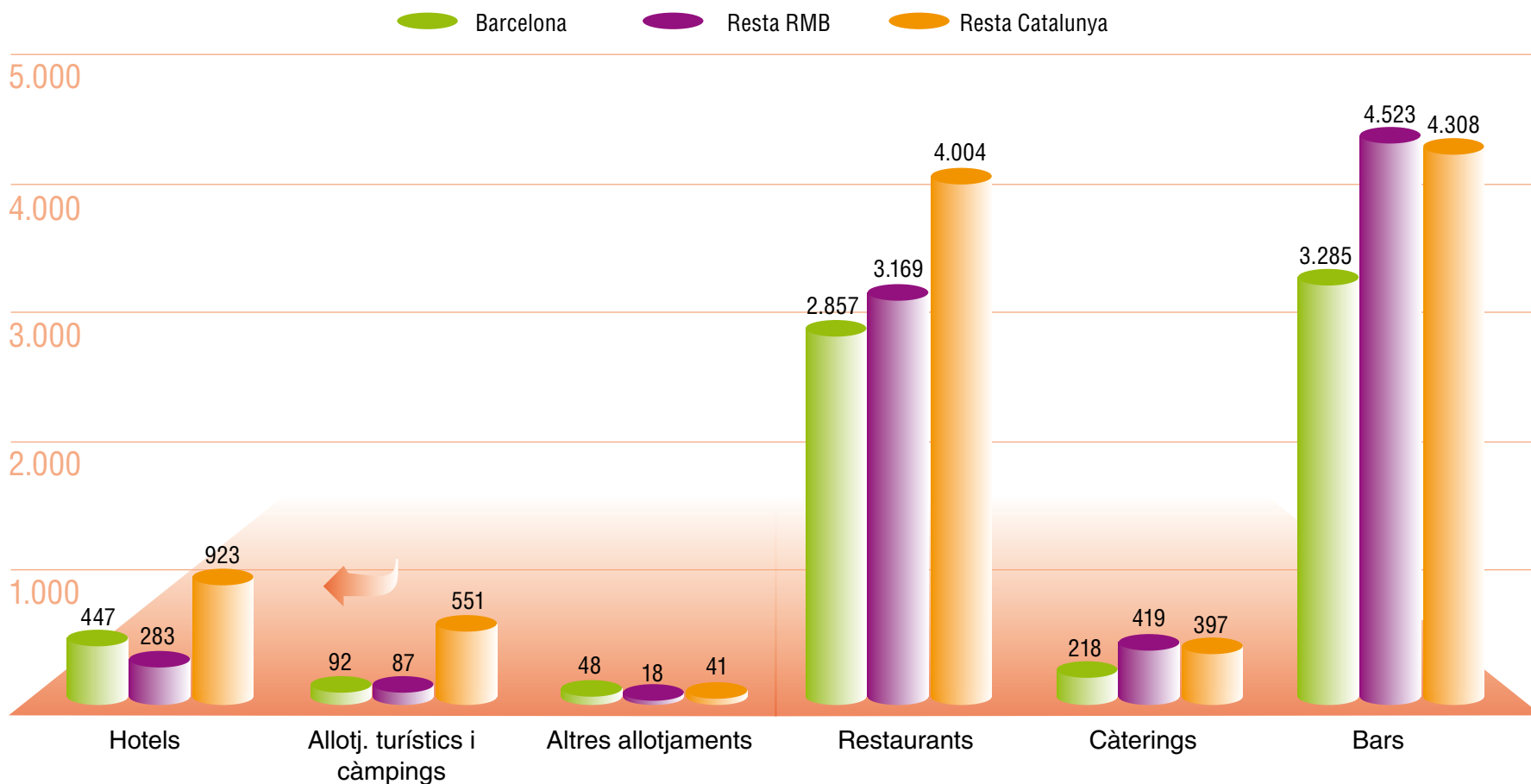
Variació Interanual 2009-2010 (%)

	Barcelona	RMB	Catalunya
Serveis d'allotjament	0,86%	1,04%	0,80%
Serveis de menjar i beguda	0,95%	2,08%	1,28%
Total	0,94%	2,01%	1,23%

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'evolució del nombre de centres de cotització de l'hostaleria durant el 2010 ha estat més favorable a la RMB i a Catalunya que a Barcelona, amb variacions interanuals del +2, el +1,2 i el +0,9%, respectivament. Aquest petit diferencial s'explica fonamentalment per la restauració, ja que en el cas dels serveis d'allotjament els tres àmbits territorials assoleixen un increment de l'indicador similar.

Nombre de centres de cotització al sector de l'hostaleria 2010



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 2010 s'han efectuat 1.016 entrevistes en cada una de les quatre fases de març, juny, setembre i desembre, entre la població de Barcelona més gran de setze anys amb llar amb telèfon.

La meitat dels entrevistats diuen ser les persones que s'encarreguen sempre de fer les compres de casa, especialment entre les dones i les persones de més edat, en concret, un 52,2%.

Quant a la compra de productes quotidians, els resultats de l'enquesta al llarg de l'any constaten que més del 90% dels consultats fa la compra de casa seva en alguna ocasió, el 53,4% la fa sempre, el 20,3% la fa sovint, el 13,0% a vegades i el 5,3% ocasionalment.

El percentatge de dones que afirma fer sempre les compres és del 70,4% i, en el cas dels homes, del 31,6%. Els joves són els que menys es fan càrrec de les compres de casa seva; només un terç va a comprar sovint o sempre.

Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva?

	TOTAL (n=1000)	SEXE		EDAT						NIVELL SOCIOECONÒMIC		
		Home (n=469)	Dona (n=531)	16-24 (n=89)	25-34 (n=185)	35-44 (n=187)	45-54 (n=157)	55-64 (n=132)	+64 (n=250)	Alt (n=131)	Mitjà (n=665)	Baix (n=204)
Sempre	52,2	31,6	70,4	12,4	41,1	52,4	54,1	62,1	68,0	49,6	50,2	60,3
Sovint	22,0	30,5	14,5	19,1	21,1	29,4	29,9	18,9	14,9	25,2	23,6	14,7
Algunes vegades	13,0	18,1	8,5	25,8	22,7	11,2	8,3	12,1	6,0	6,9	13,8	14,2
Poques vegades	5,2	7,5	3,2	19,1	9,7	3,7	1,9	2,3	1,6	8,4	4,8	4,4
Mai o gairebé mai	7,6	12,4	3,4	23,6	5,4	3,2	5,7	4,5	9,6	9,9	7,5	6,4

Hàbits de compra segons la tipologia del producte

La majoria dels barcelonins opta per comprar els aliments (excepte els frescos) i els altres productes d'ús quotidià al supermercat (el 67,6% dels entrevistats i el 72,3% respectivament).

D'altra banda, els aliments frescos s'adquireixen majoritàriament als mercats municipals (42,4%), encara que també al supermercat (26,6%) i a les botigues de barri (26,5%).

Respecte a la roba i el calçat, el parament de la llar i els productes d'oci i cultura es compren majoritàriament a les botigues de barri o especialitzades.

La majoria opta per desplaçar-se a peu, sobretot per anar a fer les compres d'alimentació i els altres productes d'ús quotidià, tot i que ha anat creixent significativament el nombre dels que es desplacen amb transport, públic o privat, per anar a fer les compres de parament de la llar.

El pagament en efectiu és majoritari en les compres d'alimentació (67,2%) i altres productes d'ús quotidià (75,5%), mentre que predominen els que paguen amb targeta de dèbit o crèdit en el cas de les compres de roba i calçat i parament de la llar.

Taula resum comparativa 2010

	On va a comprar?	Com hi va?	Com paga?			
Alimentació	Al supermercat	67,6	A peu	83,5	Efectiu	67,2
	Al mercat municipal	13,2	Transport públic	2,7	Targeta dèbit/crèdit	30,6
	A la botiga del barri / especialitzada	12,3	Transport privat	12,0		
	Al hipermercat	3,0	Altres	1,3		
	Al centre comercial	1,5				
	Altres	2,2				
Alimentació fresca	Al mercat municipal	42,4	A peu	88,1		
	Al supermercat	26,6	Transport públic	2,8		
	A la botiga del barri / especialitzada	26,4	Transport privat	7,7		
	Al hipermercat	1,7	Altres	0,7		
	Altres	1,0				
	Altres productes quotidians	Al supermercat	72,3	A peu	84,5	Efectiu
A la botiga del barri / especialitzada		17,3	Transport públic	1,2	Targeta dèbit/crèdit	22,4
Al hipermercat		3,5	Transport privat	12,3		
Al mercat municipal		2,0	Altres	1,0		
Als grans magatzems		1,5				
Als centres comercials		1,5				

Taula resum comparativa (continuació)

	On va a comprar?	Com hi va?	Com paga?			
Roba i calçat	A la botiga del barri / especialitzada	50,1	A peu	42,9	Targeta dèbit/crèdit	64,0
	Als centres comercials	28,4	Transport públic	38,3	Efectiu	33,8
	Als grans magatzems	13,1	Transport privat	17,0		
	Al mercat municipal	1,8	Altres	0,3		
	Altres	1,4				
Parament de la llar	A la botiga del barri / especialitzada	45,0	A peu	51,0	Targeta dèbit/crèdit	58,6
	Als grans magatzems	20,3	Transport públic	22,9	Efectiu	35,0
	Als centres comercials	16,8	Transport privat	23,3		
	Al supermercat	8,7	Altres	0,4		
	Al hipermercat	2,8				
	Altres	0,9				
Oci i cultura	A la botiga del barri / especialitzada	48,8	A peu	46,5	Efectiu	48,2
	Als centres comercials	22,8	Transport públic	32,8	Targeta dèbit/crèdit	44,9
	Als grans magatzems	18,0	Transport privat	18,9		
	Al hipermercat	1,5	Altres	0,6		
	Al supermercat	0,8				
	Altres	1,1				

Zones comercials

El que més es valora de les zones comercials on es va a comprar és la varietat (42,9%), en segon lloc la proximitat (22,9%), seguit de la concentració de botigues (10,0%), l'espai (8,0%), el tipus de botigues (5,8%) i el tipus de productes (5,2%).

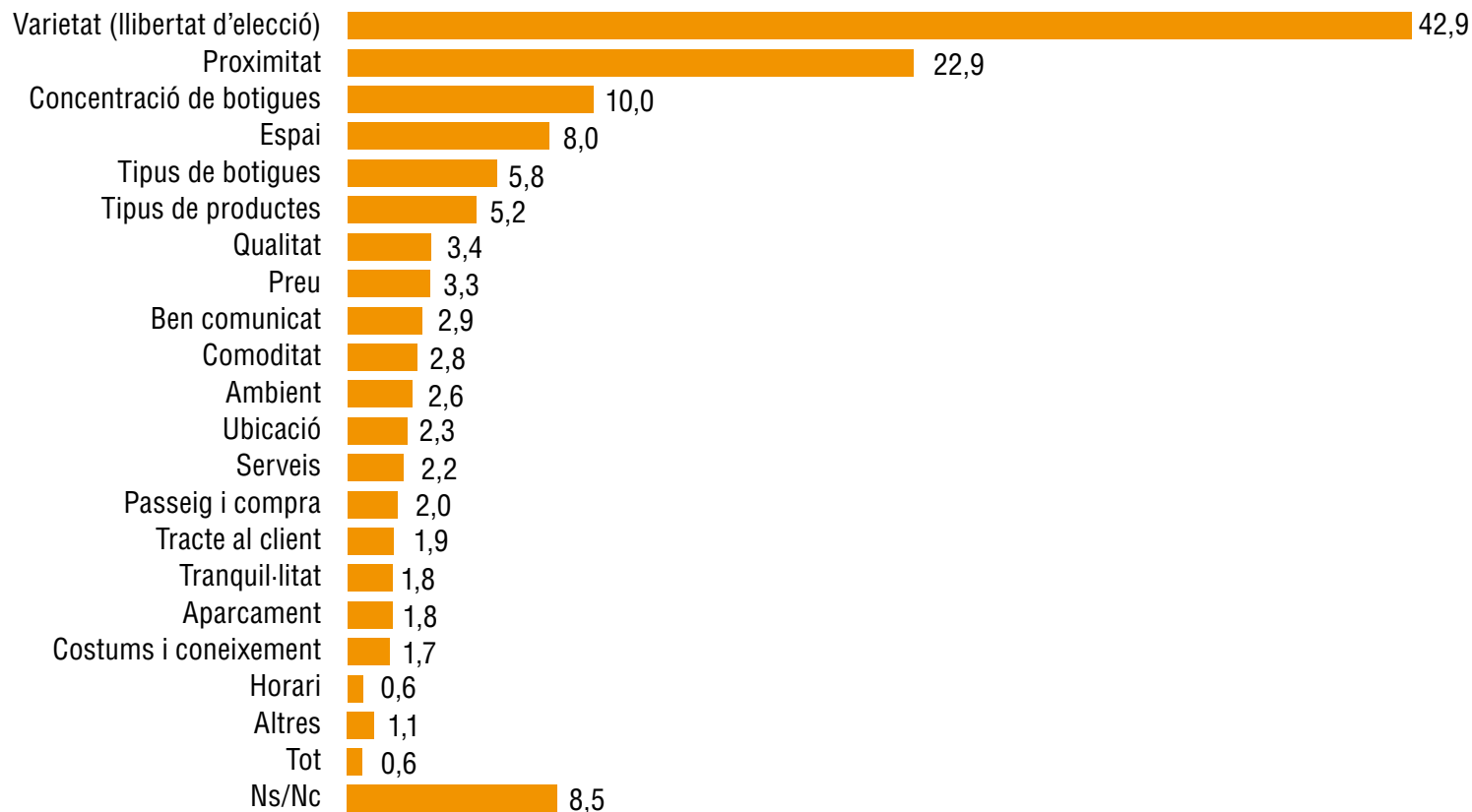
Respecte a la zona comercial del centre, els compradors en destaquen sobretot la varietat de botigues i productes (47,3%), seguit de la concentració de botigues (12,2%).

Pel que fa a les altres zones comercials més freqüentades de la ciutat —L'illa Diagonal, La Maquinista, Glòries i Diagonal Mar—, la majoria dels barcelonins en destaca la varietat i la proximitat.

Per segments de població, la varietat és una característica més valorada pels joves i les persones de menor estatus socioeconòmic, mentre que la proximitat de la zona la valoren especialment les persones de mitjana edat i aquells amb un estatus més alt.

Què és el que més valora de les zones comercials on va a comprar?

(suma de dues respostes) (base: acostumen a comprar en alguna zona comercial de Barcelona)



Vostè acostuma a comprar en alguna zona comercial de Barcelona? I a quina zona comercial acostuma a comprar?

(suma de dues respostes)

%	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10	Des. 10
PASSEIG DE GRÀCIA	12,2	10,1	11,0	10,4	11,9	11,3	14,6	11,6	8,9	5,7	6,9	7,3	6,8	5,7
RAMBLA CATALUNYA	14,2	14,5	13,8	13,1	17,1	17,7	16,0	14,0	11,5	11,1	11,4	8,0	12,7	6,8
BARNACENTRE	14,8	14,9	17,3	14,4	8,6	10,6	9,7	11,7	14,3	16,0	15,8	13,3	14,4	1,9
DIAGONAL-ILLA	8,3	9,3	10,5	10,3	10,9	9,8	10,5	9,9	8,5	12,4	10,8	11,4	10,7	16,9
LES RAMBLES	4,0	2,9	3,1	4,4	4,6	3,2	2,7	3,7	2,1	4,1	2,6	4,1	3,4	2,5
L'EIX DE SANT ANDREU	4,0	4,1	3,3	5,3	4,1	4,1	4,9	3,3	3,9	5,4	4,3	4,0	2,6	3,3
SANTS-CREU COBERTA	5,6	5,7	7,4	6,9	7,4	3,5	3,5	4,7	5,5	5,3	4,4	3,2	2,7	2,4
GRAN DE GRÀCIA	3,9	3,6	3,0	4,2	3,9	3,3	3,7	4,0	3,8	4,1	3,4	3,1	3,1	2,1
BULEVARDS DE NOU BARRIS	2,3	2,0	1,6	2,9	2,0	1,7	1,4	1,4	1,6	3,7	1,6	2,5	2,0	1,2
POBLENOU	1,7	0,9	1,5	1,0	1,8	1,4	0,6	1,2	1,4	2,6	0,6	1,9	1,3	0,4
EIX SANTS-LES CORTS	-	-	-	-	-	-	1,6	0,3	0,6	2,7	1,4	1,9	1,2	1,8
DRETA DE L'EIXAMPLE	2,7	2,1	3,0	1,3	1,1	1,3	1,4	1,9	1,4	1,9	1,1	1,7	1,6	1,7
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	2,8	1,0	2,0	3,7	2,1	1,6	3,2	1,9	1,9	2,4	1,9	1,7	1,4	0,9
L'EIX COR HORTA	1,7	2,2	3,0	1,4	0,8	0,7	1,2	1,3	1,1	2,3	1,4	1,4	1,7	1,1
GRACINOVA	1,4	1,2	0,8	0,8	0,3	0,5	1,2	0,6	1,2	0,3	0,2	1,0	0,6	0,8
SARRIÀ	0,5	1,1	0,8	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	1,5	0,7	0,9	0,6	0,6
BARNAVASI-GALVANY	0,2	0,4	0,2	0,3	0,1	1,3	0,3	0,1	0,3	0,3	0,5	0,5	0,6	0,3
L'EIX MARAGALL	0,5	1,0	1,1	0,6	0,3	0,3	0,9	0,9	0,5	1,0	1,4	0,5	0,3	0,3
VERNEDA EIX COMERCIAL	-	-	-	-	-	-	1,5	0,3	0,2	0,4	0,6	0,5	0,7	1,1
NOU DRASSANES	0,3	0,3	0,2	-	-	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	1,1	0,1		0,1

(Continua en pag. següent)

Vostè acostuma a comprar en alguna zona comercial de Barcelona? I a quina zona comercial acostuma a comprar?

(suma de dues respostes)

(Viene de pag. anterior)

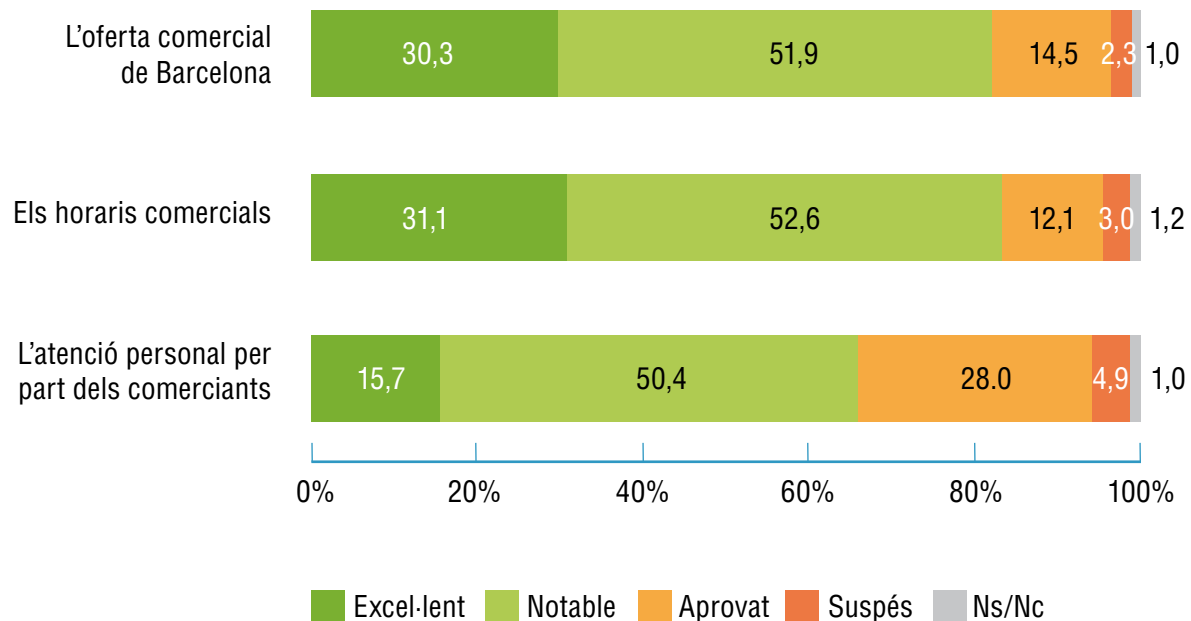
	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10	Des. 10	
SAGRADA FAMÍLIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	
BORN														0,6	0,2
EIX DEL CLOT														0,3	
GLÒRIES														7,5	8,7
LA MAQUINISTA														6,8	10,3
DIAGONAL MAR														6,7	7,7
HERON CITY														0,5	1,8
EL CENTRE (PL. CATALUNYA, PORTAL DE L'ÀNGEL, PORTA FERRISSA)															18,2
MAREMÀGNUM														0,1	
HIPERCOR MERIDIANA														0,2	
RAVAL															0,6
BORN															0,2
GÒTIC / VIA LAIETANA / PL DEL PI															0,7
ALTRES ZONES COMERCIALS															
PRÒXIMES A BARCELONA															3,3
ALTRES	-	-	-	-	-	1,7	0,1	0,4	-	-	2,7	-	2,8	6,1	
NO ACOSTUMO ANAR-HI	37,9	44,0	41,0	40,4	41,4	44,2	42,4	46,0	47,0	36,8	43,0	45,1	32,9	26,7	
NO SAP / NO CONTESTA	-	0,4	-	-	0,5	-	0,4	0,4	1,9	1,3	1,3	1,5	1,1	1,2	
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

Valoració de diferents aspectes comercials

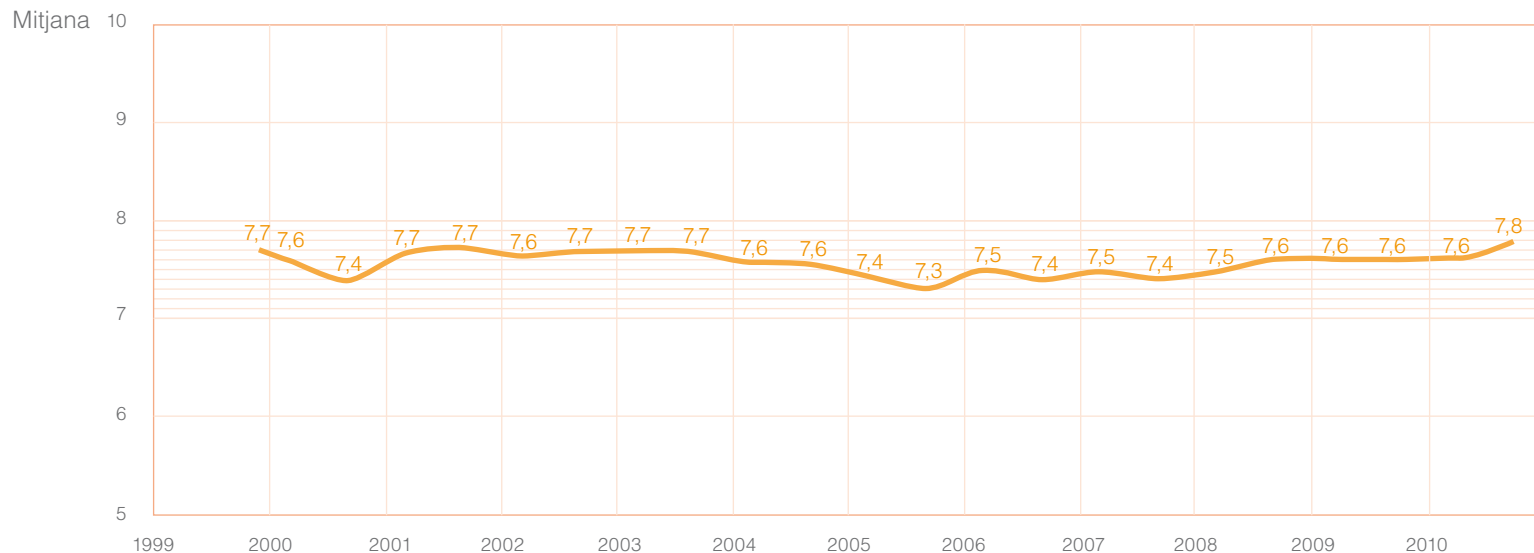
Els compradors barcelonins es mostren satisfets amb l'oferta comercial de Barcelona i la valoren amb una nota mitjana de 7,8, dues dècimes més que a les consultes de l'any 2009.

El 51,9% dels compradors valora l'atenció comercial de la ciutat amb un notable (7-8), el 30,3% la valora amb un excel·lent (9-10), el 14,5% li assigna un aprovat (5-6) i tan sols el 2,3% la suspèn (0-4).

Valoració sobre l'oferta comercial de Barcelona

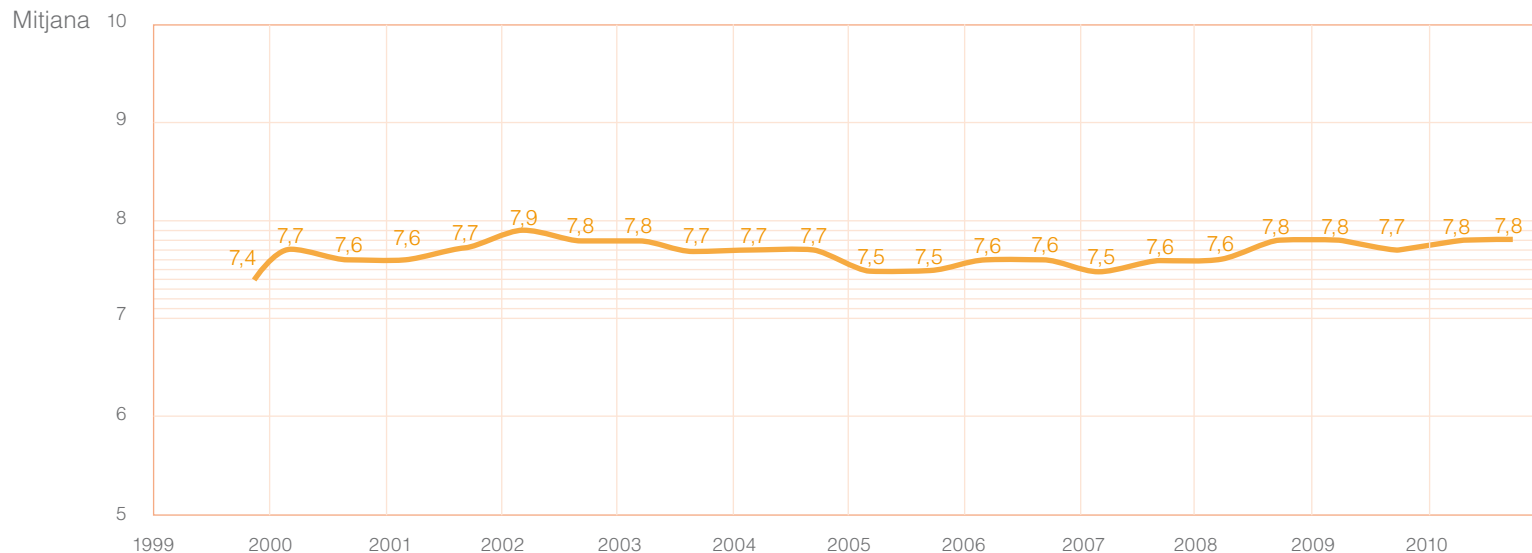


Evolució del grau de satisfacció amb l'oferta comercial de Barcelona



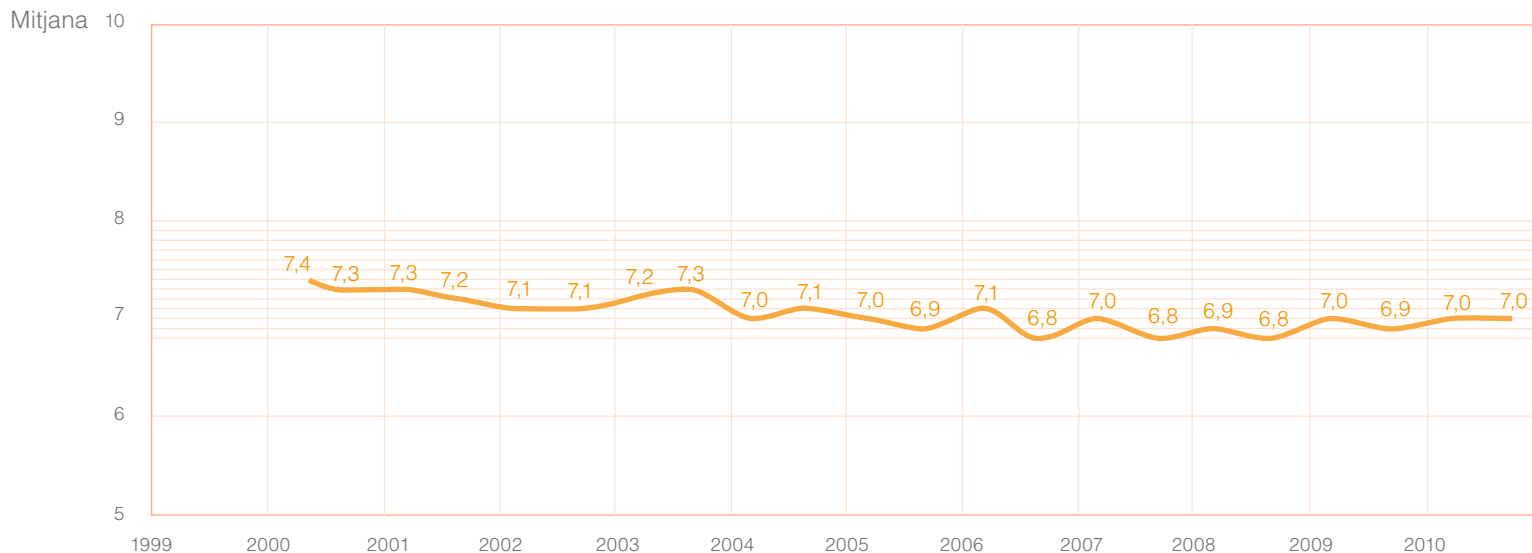
Amb relació al grau de satisfacció amb els horaris comercials, la nota mitjana és de 7,8. Exactament, el 52,6% li assigna un notable, el 31,1% un excel·lent i el 12,1%, un aprovat.

Evolució del grau de satisfacció amb els horaris comercials de Barcelona



Respecte a l'atenció personal per part dels comerciants, els barcelonins la valoren amb una nota mitjana de 7,0. Concretament, el 50,4% la valora amb un notable, el 28,0% amb un aprovat i el 15,7% amb un excel·lent.

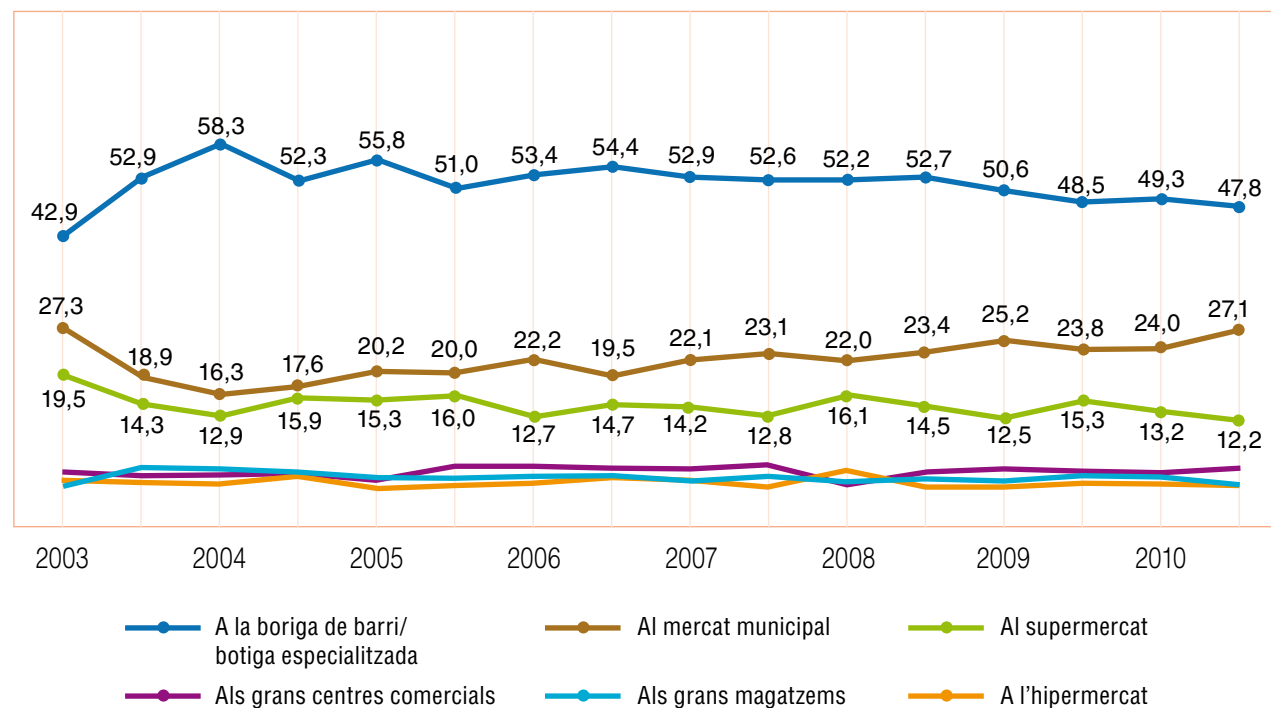
Evolució del grau de satisfacció respecte a l'atenció personal per part dels comerciants de Barcelona



L'atenció segons el tipus de comerç

Els barcelonins consideren que és a les botigues de barri o especialitzades on millor els atenen (47,8%), força per davant dels mercats municipals (27,1%), els supermercats (12,2%), els centres comercials (4,0%), els grans magatzems (1,3%) i els hipermercats (0,9%).

Evolució del grau d'atenció segons el tipus de comerç



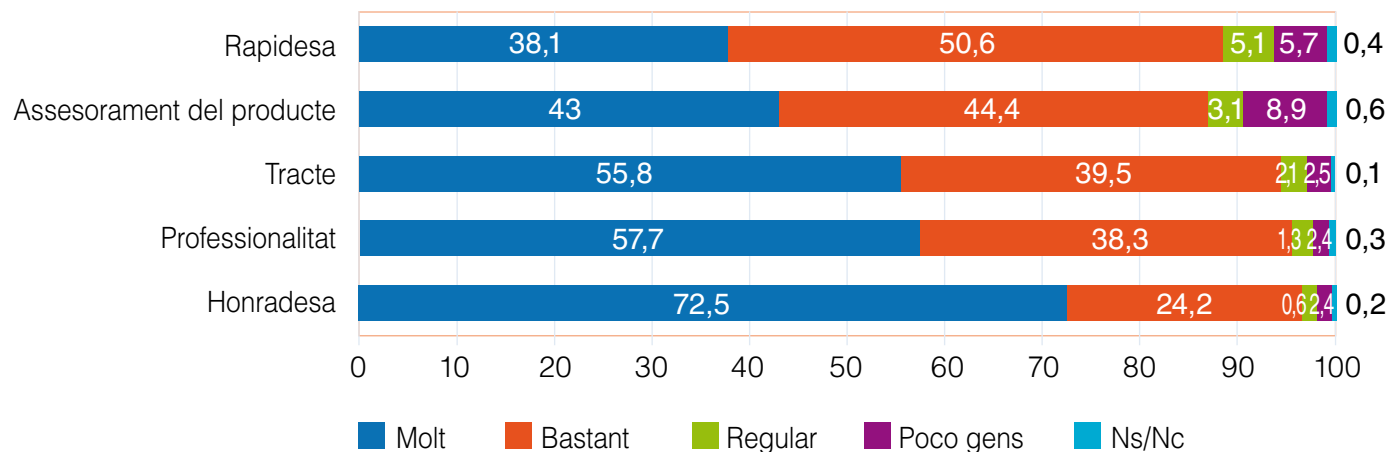
Grau d'importància de diferents aspectes comercials

Més del 85% dels entrevistats considera que tots els aspectes suggerits són molt o bastant importants quan van a comprar, tot i que s'aprecien algunes diferències.

El 96,8% valora molt o bastant l'honradesa del que l'atén quan va a comprar, el 96,0% valora molt o bastant la professionalitat de la persona que l'atén en un comerç, i el 95,3% considera molt o bastant important el tracte rebut.

Es queden per sota del 90% els que valoren molt o bastant l'assessorament del producte (87,3%) i la rapidesa en l'atenció (88,7%).

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

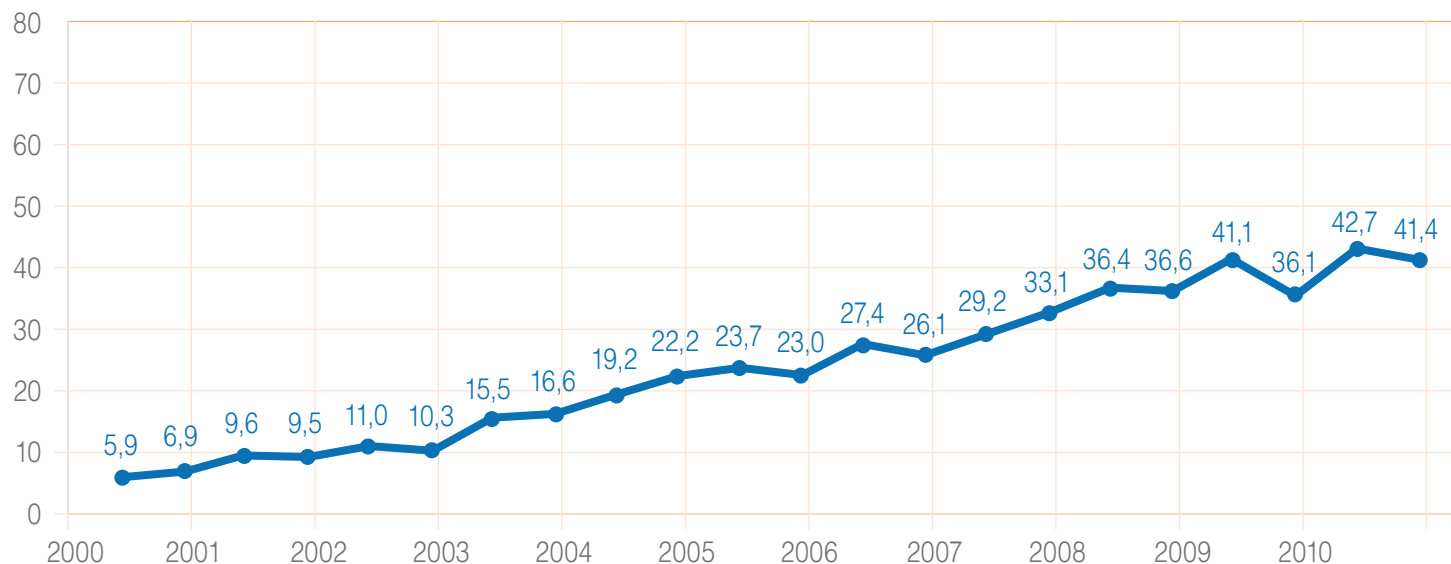


Compra per Internet

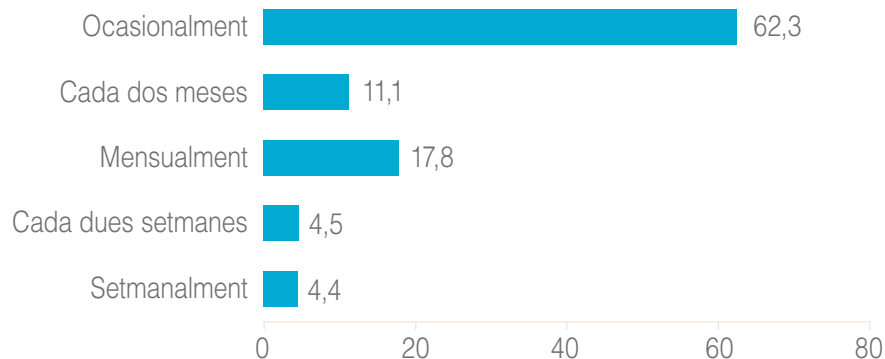
El 41,4% dels entrevistats afirma haver comprat alguna vegada per Internet. L'evolució d'aquesta sèrie és a l'alça. Cal destacar que aquests compradors són principalment homes, persones amb un nivell socioeconòmic mitjà i alt i amb una edat compresa entre els 25 i els 44 anys.

La gran majoria dels que han comprat alguna vegada per Internet ho fan d'una manera ocasional (62,3%) i hi compren principalment tot allò relacionat amb els viatges (34,0%), els productes informàtics, els de telefonia o fotografia (27,0%), roba i calçat (19,8%), aliments (12,8%), llibres (12,6%) i entrades de cinema o espectacles (11,4%).

Ha comprat alguna vegada per Internet?

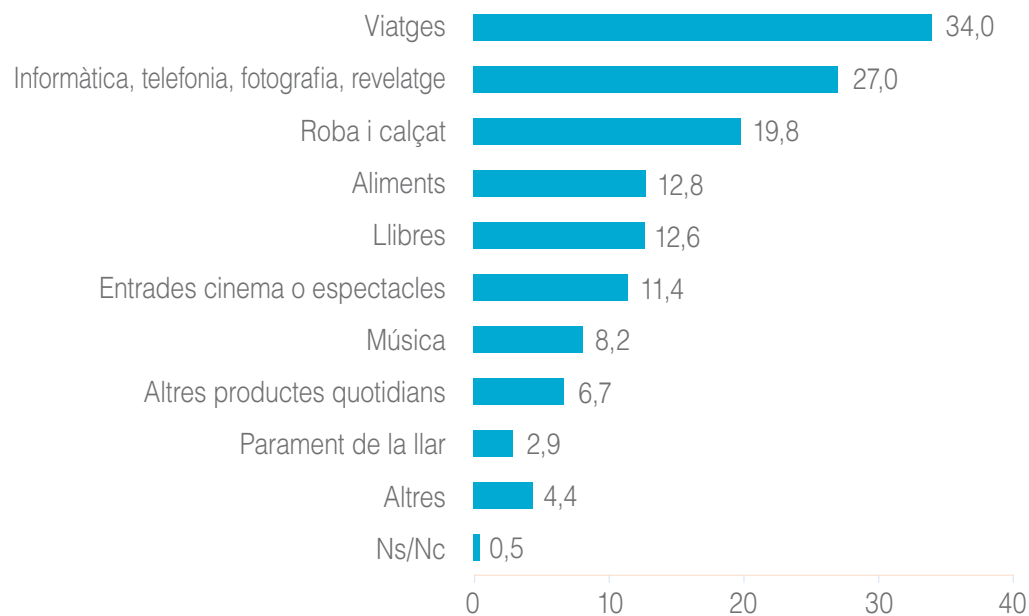


Amb quina freqüència acostuma a comprar per Internet? (n=240)



Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi? (n=400)

(Espontània. Suma de les dues respostes)



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

Aquest informe presenta els resultats de tot l'any 2010, així com l'evolució experimentada 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 entrevistes a 2.400 establiments, 360 dels quals són de titularitat no espanyola, repartides en tres fases, des del 4 de maig fins a l'11 de novembre de 2010.

Les característiques

Els tipus d'establiments analitzats són: el 28,8% d'alimentació, el 29,2% d'equipament personal, el 22,6% de decoració i llar, el 9,3% són farmàcies, drogueries i perfumeries, i el 10,1%, d'oci i cultura. El 91,2% són de titularitat espanyola i el 8,8%, estrangera.

El 41,1% dels establiments ha iniciat el negoci entre 2000 i 2010; el 40,4% ho ha fet en l'últim quart del segle xx, i el 15,2%, abans. Els establiments més recents són els d'equipament personal (16,7) i els de titularitat espanyola (4 anys). La mitjana d'antiguitat dels establiments de titularitat espanyola és de 21 anys.

La franquícia està poc representada, només el 3,3% dels establiments són una franquícia. Respecte a les centrals de compres, els negocis que en tenen una són el 5,9%. Els sectors que més utilitzen aquest sistema són el de farmàcia, drogueria i perfumeria (13,7%) i els de decoració i llar (12,2%). Cal destacar que la majoria de centrals de compra són de Catalunya (80,1%).

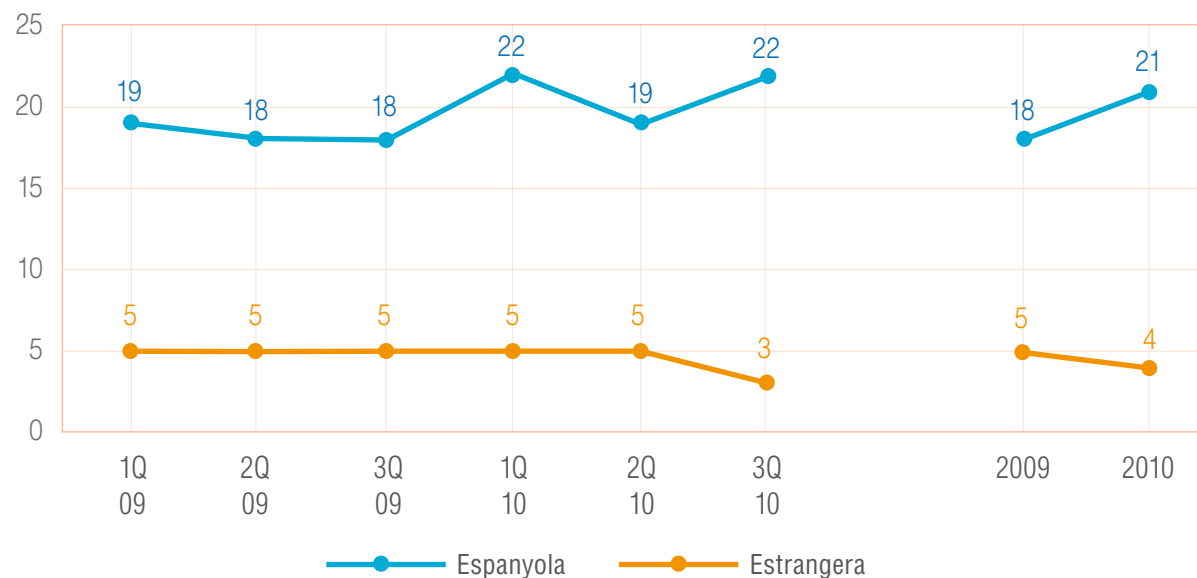
Associacionisme

El 39,4% dels establiments comercials està associat, i les associacions són de tipus gremial o de comerciants d'un mateix carrer, centre o eix comercial.

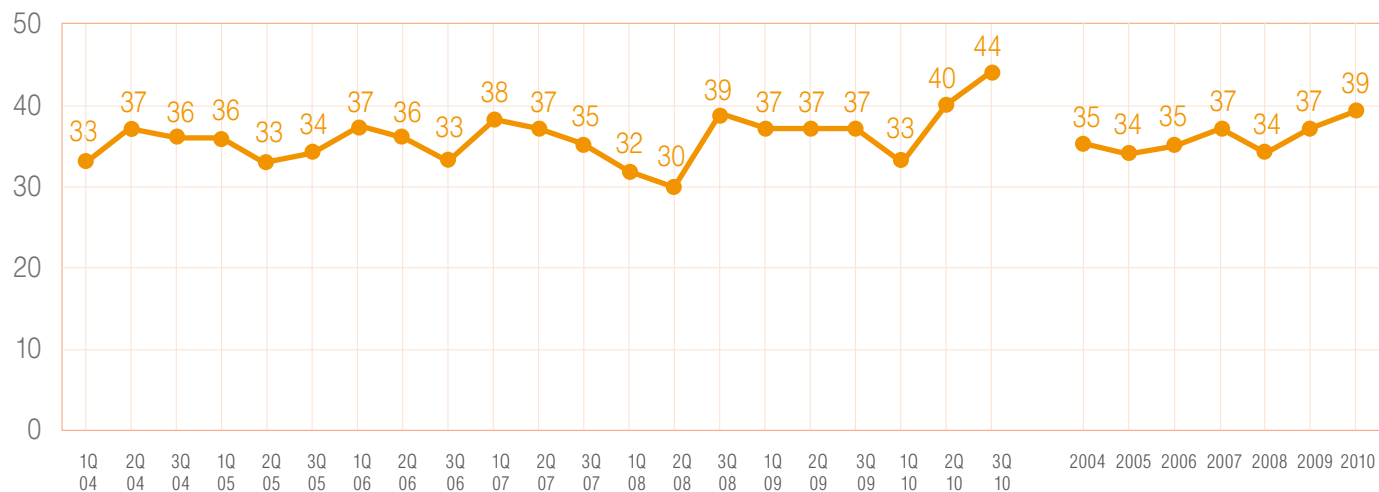
Els establiments amb un índex més alt d'associacionisme són els d'alimentació de mercat i, en l'àmbit territorial, els comerços d'Horta-Guinardó (47,9%) i de Sant Andreu (46,6%). Respecte als establiments de titularitat estrangera, l'índex d'associacionisme és del 9,3%.

Les actuacions efectuades per aquestes associacions són principalment d'assessorament, tràmits i informació (34,4%), promocions (16,7%), vendes i fires al carrer (16,1%), publicitat (12,2%), decoracions nadalenques (11,0%) i festes de barri (7,3%).

Any d'obertura de l'establiment per nacionalitat



Pertinença a associacions o entitats



El local

Superfície - La superfície mitjana de la sala de vendes dels establiments comercials és de 88,8 m². Les sales més grans es troben en el sector de la decoració i llar (141,6 m²) i de l'alimentació (99,8 m²). Els establiments de titularitat xinesa són més grans (127,2 m²) que la mitjana general.

Accessibilitat - Aspectes com els graons per accedir a l'establiment o l'obertura de l'entrada ens indiquen el grau d'accessibilitat dels comerços de la ciutat. Un terç dels establiments visitats no presenta desnivell, en el 46,0% dels casos hi ha un graó baix, en el 12,7% un graó mitjà, en el 2,4% un graó de més de 20 cm i en el 5,5% dels comerços hi ha més d'un graó o una escala. Els establiments que acostumen a no tenir graons són els d'alimentació de mercat (91,6%), que alhora disposen de major obertures a l'entrada de l'establiment.

Retolació - El 65,8% dels rètols dels establiments estan escrits en català, el 24,1% en castellà, el 5,4% en anglès i el 2,5% en altres llengües. En el cas d'establiments de titularitat no espanyola, també hi ha més rètols en català (46,9%) que en castellà (31,3%) i altres llengües (20,3%).

Règim de tinença de local - Existeix una gran proporció de locals de lloguer, el 63,4%, dels quals només el 15,5% té un contracte anterior al 9 de maig del 1985. Respecte al percentatge de locals de propietat, és del 20,6%, mentre que l'11,8% són parades del mercat en règim de concessió municipal.

Els serveis

Sistema de venda

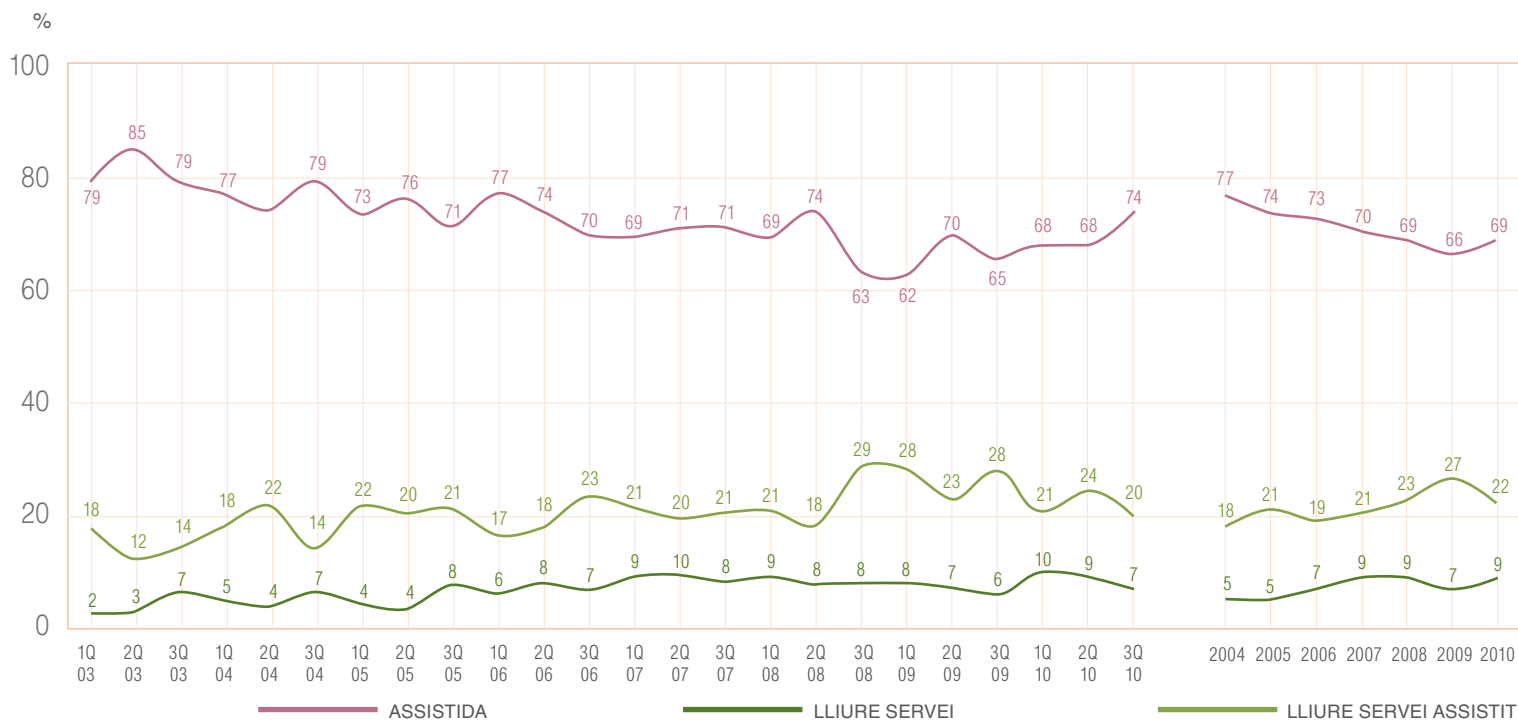
El 69,4% dels comerços té un sistema de venda assistida, que s'utilitza majoritàriament en els establiments d'alimentació de mercats (91,2%), de decoració i llar (77,1%) i d'equipament personal (77,8%). L'altre sistema més utilitzat és el de lliure servei assistit, sobretot en el cas d'oci i cultura (47,2%) i en el cas dels establiments de titularitat no espanyola (40,1%) o de lliure servei (33,8%).

Diversos serveis - Augmenten els comerços que disposen de servei de cobrament amb targeta, un total del 79,2%, principalment en el sector de farmàcies, drogueries i perfumeries (97,1%) i el sector d'equipament personal (94,7%). El 59,4% dels establiments de titularitat no espanyola disposa d'aquest servei de pagament.

El 37,3% dels establiments té servei de comandes per telèfon. Els sectors que més ofereixen aquest servei són l'alimentació en els mercats (71,2%) i l'alimentació general (52,0%).

El 33,3% dels negocis ofereix el servei de lliurament a domicili, més habitual en els sectors de decoració i llar (64,5%) i d'alimentació (44,3%)

Quin sistema de venda utilitzen?

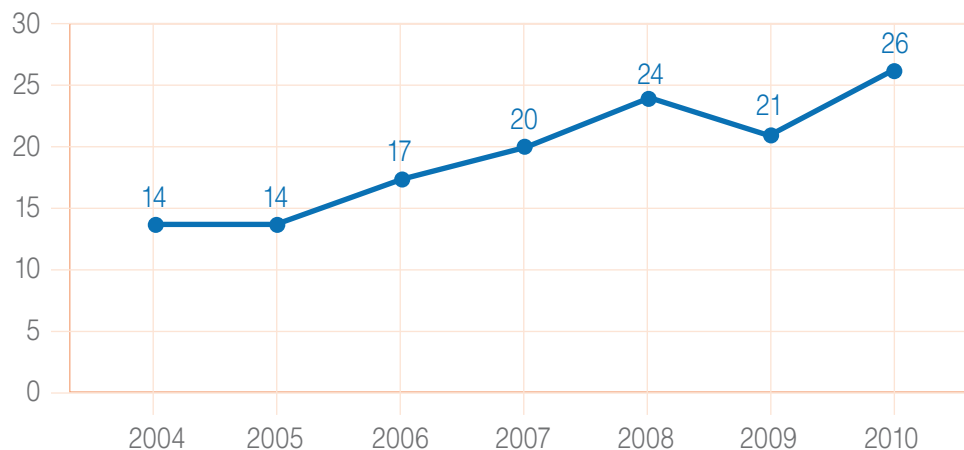


El 58,1% dels comerços té la gestió informatitzada; en el cas d'establiments que pertanyen a un eix comercial arriba al 63,7%.

I, finalment, el 2010 el 26,2% dels establiments disposa d'una pàgina web activa, amb contingut informatiu, i 3 de cada 10 ofereixen la possibilitat de compra. Quan l'establiment pertany a un eix comercial, el percentatge arriba al 31,0%.

Pel que fa als establiments de titularitat no espanyola, el 15,3% disposa de web, tret dels comerços de titularitat europea, en què el percentatge arriba al 48,6%.

El seu establiment disposa de pàgina web?

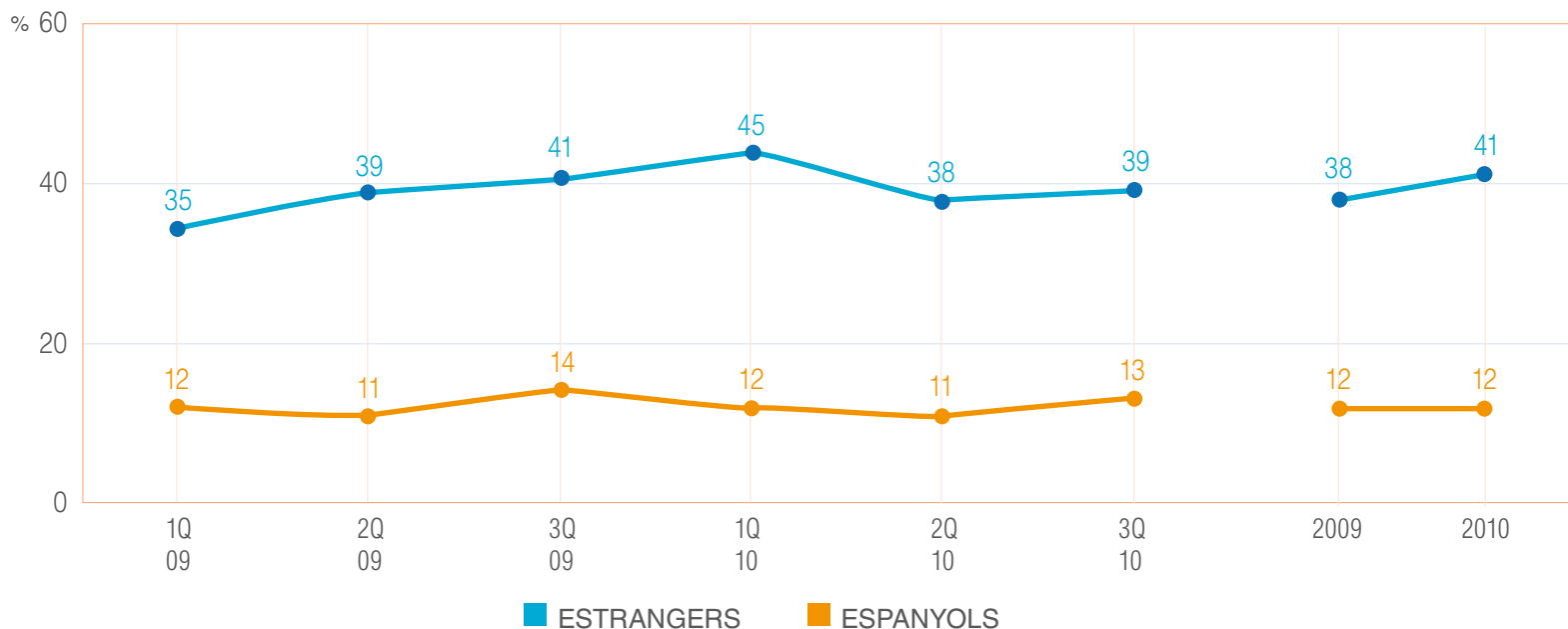


Els horaris i les vendes

El 2010 el 76,0% dels establiments obren de dilluns a dissabte i el 14,1%, tots els dies de la setmana. Els comerços que obren en diumenge són els 14,1%. En aquest cas, els comerços de titularitat no espanyola representen el 40,9% del total i, concretament, els pakistanesos el 83,2%, ja que solen treballar els set dies de la setmana, matí i tarda de forma contínua, i amb un horari més ampli que l'habitual.

En general, el desembre és el mes de més venda (56,0%), tot i que també són bons gener (18,6%), juliol (18,3%), sobretot per a roba, calçat i perfumeria, i novembre, per a alimentació. El mes de febrer és el mes de menys venda (37,1%).

Establiments que obren en diumenge per nacionalitat



El personal

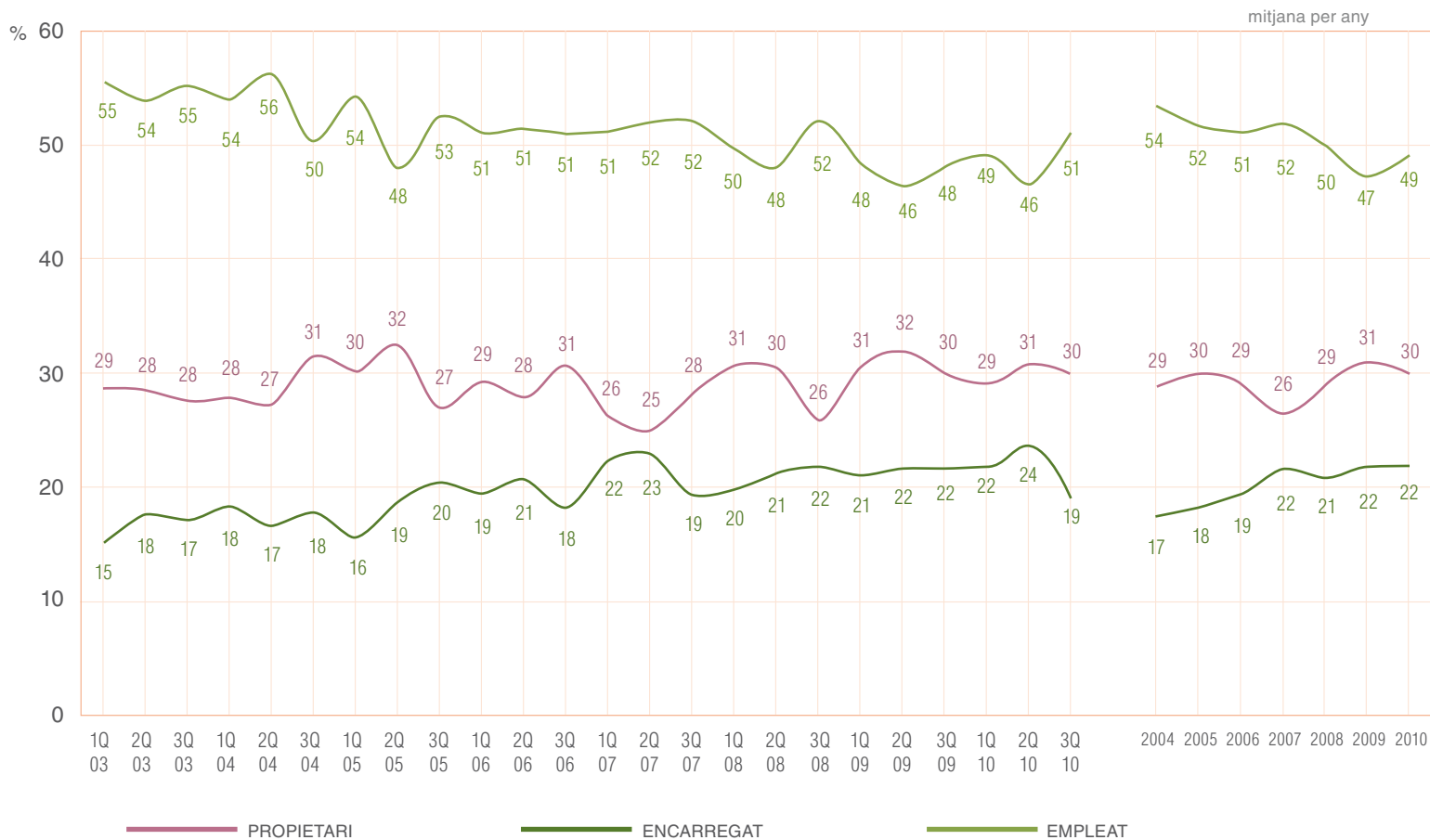
El nombre de persones que treballen en un establiment comercial ha continuat disminuint en aquests últims anys —el 2010 la mitjana és de 2,5, mentre que el 2009 era de 2,9, el 2008 de 3,4 i el 2007 de 3,7. En el cas dels establiments de titularitat estrangera, la mitjana és de 2,1. En concret, en els establiments de titularitat xinesa la mitjana és de 2,1, en els de titularitat pakistanesa d'1,8, i en els de titularitat europea, de 3,0.

Quant al tipus de personal, el 48,7% dels treballadors són empleats, el 29,7% propietaris del negoci i el 21,6%, encarregats.

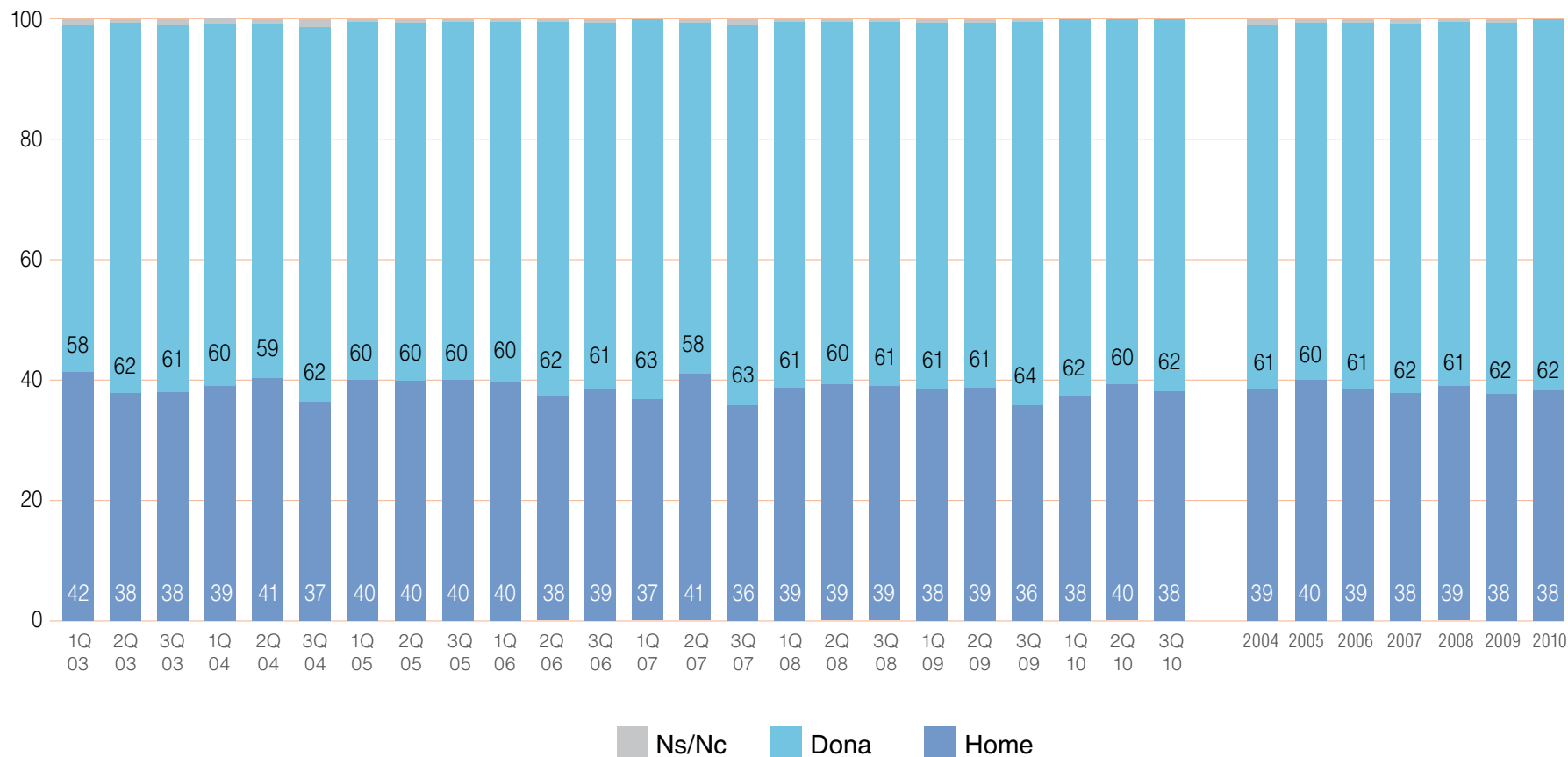
El perfil dels treballadors d'aquest sector és el següent:

- La majoria són dones (61,6%), davant el 38,4% d'homes, tot i que en el cas d'establiments de titularitat no espanyola el percentatge d'homes és superior (49,6%), sobretot en els de titularitat pakistanesa (90,1%).
- L'edat mitjana està compresa entre els 25 i els 54 anys. En el cas d'establiments de titularitat no espanyola l'edat se situa entre els 16 i els 44 anys.
- Pel que fa als estudis, en la majoria dels casos els treballadors tenen estudis primaris i secundaris (59,4%). I respecte als cursos formatius, el 36,1% d'establiments fins a 11 treballadors assegura que el seu personal ha fet algun curs en els darrers dos anys.

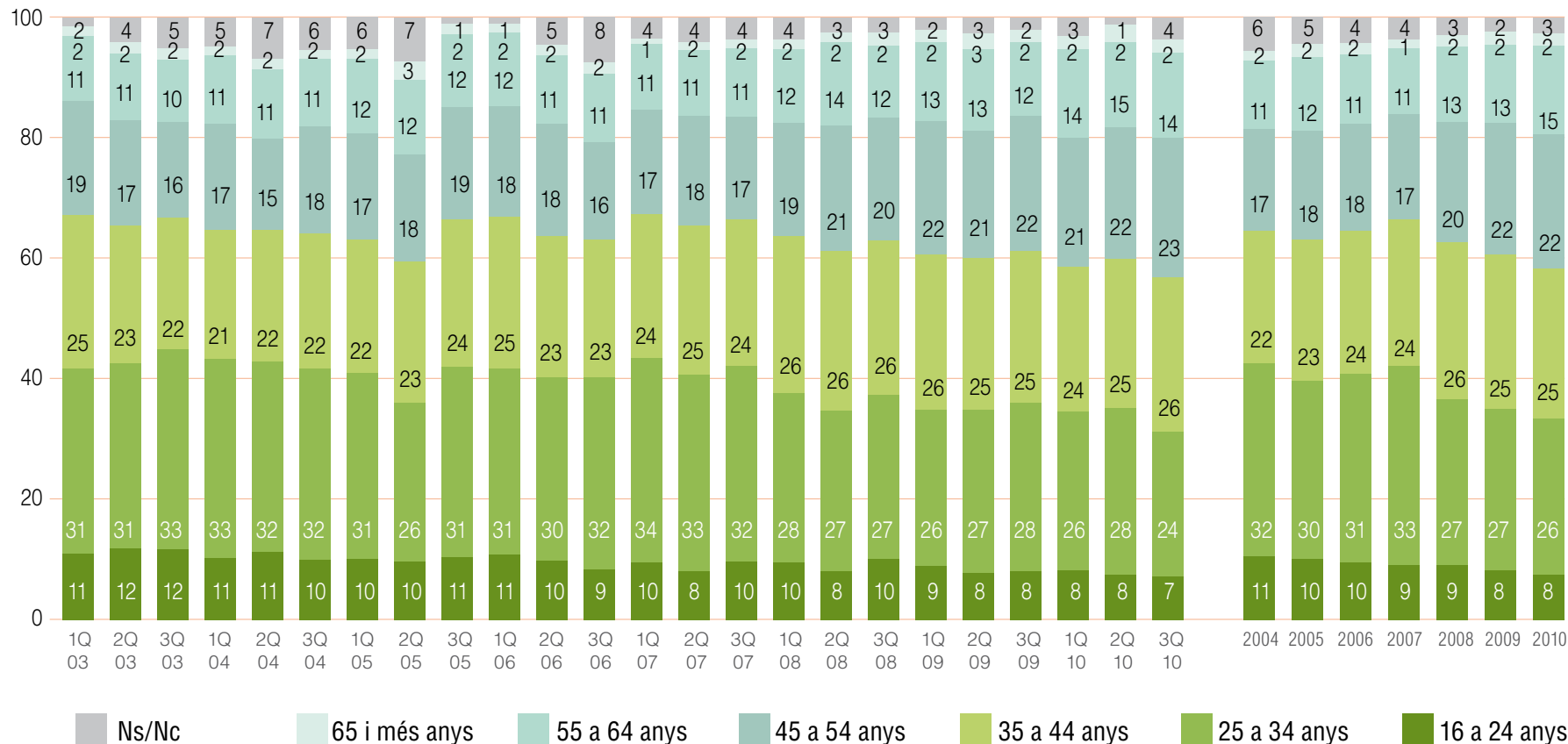
Perfil de les persones que treballen al sector comercial



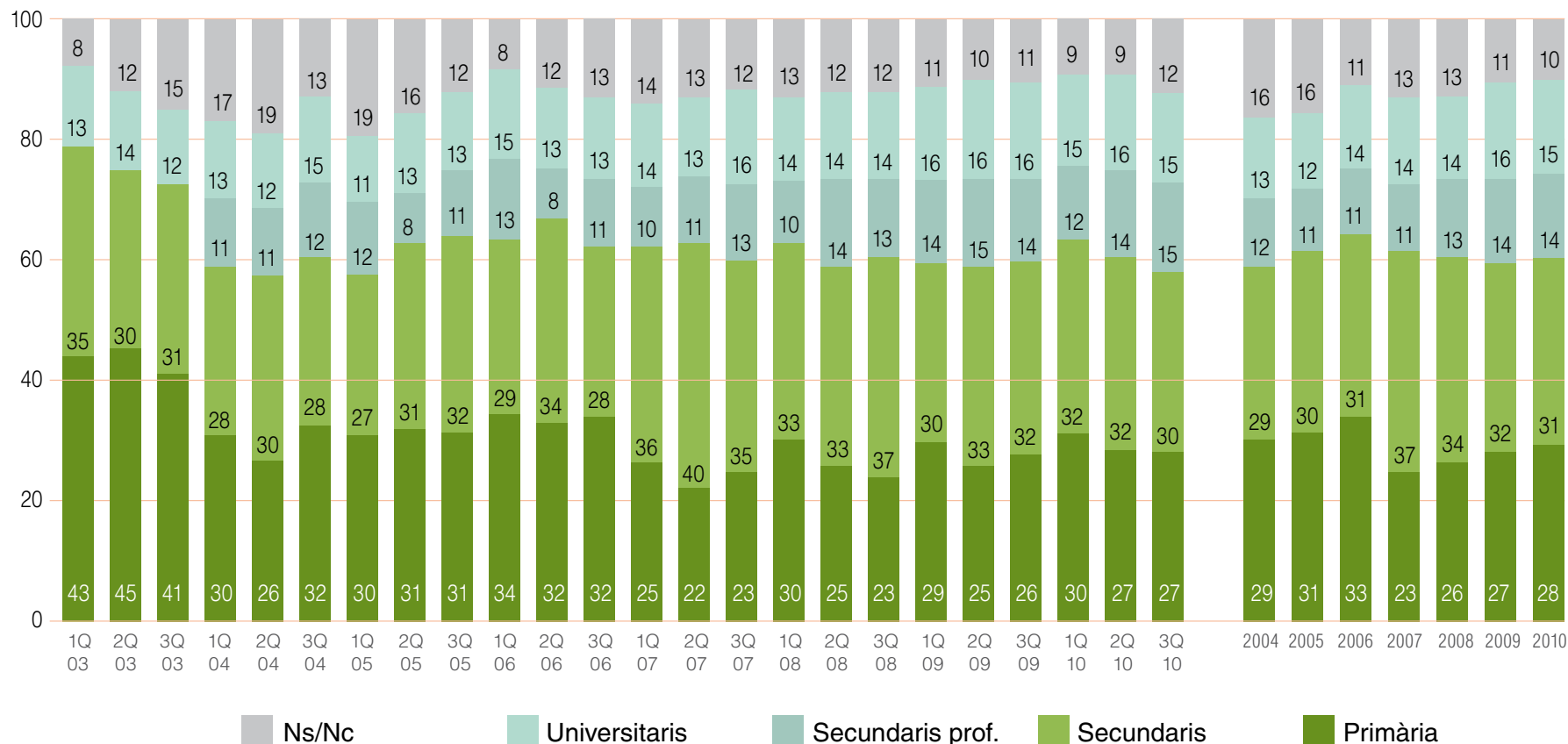
Sexe de les persones que treballen al sector comercial



Edat de les persones que treballen al sector comercial



Estudis de les persones que treballen al sector comercial



Opinió sobre la conjuntura del sector comercial

Durant l'any 2010 la situació econòmica del país és la gran preocupació en el sector comercial. La meitat dels responsables dels comerços es decanta per les opcions «satisfet» o «regular» en relació amb la marxa del seu negoci, i l'altra meitat, per la d'«insatisfet».

El 2010, el 7,3% dels responsables afirma que el seu negoci s'ha incrementat, el 19,0% que s'ha mantingut i el 71,6% que ha disminuït. En aquest darrer cas, l'any 2009 el percentatge era del 60,8%. Els comerços en què més ha disminuït el negoci són els d'equipament personal (75,6%) i els comerços de Ciutat Vella (76,7%), Horta-Guinardó (77,6%) i Sant Martí (77,0%).

Perspectives de futur

Segons els responsables dels establiments entrevistats, els factors que poden afavorir la bona marxa del negoci són les millores econòmiques generals i l'estabilitat econòmica (factor que el 2007 destacava el 6% dels responsables i el 2010 el 21,5%), i la millora del poder adquisitiu (15,7%). Els comerços de titularitat xinesa també opinen que hi ajudaria la llibertat horària.

Altres aspectes favorables són:

- Millora barri/zona/obres públiques (6,1%)
- Abaixar preus (5,5%)
- Bona atenció client/professionalitat (4,9%)
- Millor tractament fiscal/impostos (4,8%)

Respecte als principals factors que poden contribuir desfavorablement en el futur de la marxa del negoci, destaca la recessió econòmica. Si el 2007 aquest fet preocupava el 8,3% dels comerços, el 2010 augmenta fins al 38,3% i creix la preocupació per l'empitjorament del poder adquisitiu (15,9%).

Altres aspectes desfavorables:

- Més comerços/increment comerços zona/més competència (10,6%)
- Tractament fiscal/impostos (5,9%)
- Augment grans superfícies/centres comercials/grans magatzems (5,6%)
- Reforma barri/degradació zona (5,3%)

Quant a les perspectives de negoci, el 22,7% opina que augmentarà en els propers dos anys, el 39,3% que es mantindrà igual i el 27,8% que disminuirà. En l'àmbit territorial, el districte més optimista és el de les Corts (30,1%).

Respecte al nombre d'empleats, la gran majoria assegura que aquest nombre es mantindrà (85,9%), només el 5,3% preveu un augment i el 6,6%, una disminució.

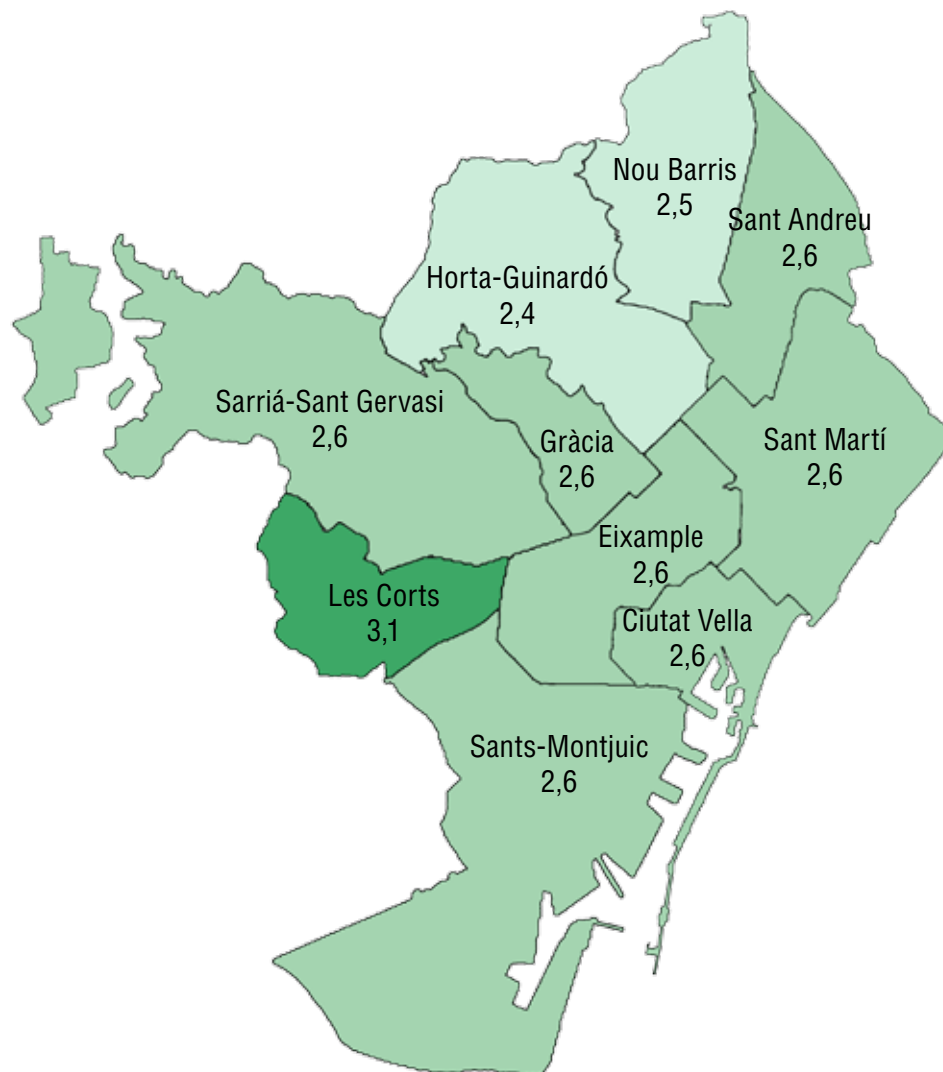
El 21,5% dels responsables opina que els preus de venda al públic augmentaran els propers dos anys; el 60,7% que es mantindran i l'11,7%, que baixaran.

Pel que fa als canvis que s'han dut a terme en els darrers dos anys (51,2%), els establiments que més s'han renovat són els de decoració i llar, i farmàcia, drogueria i perfumeria.

D'altra banda, el 32,7% dels establiments s'ha plantejat algun canvi per a l'any 2011:

- Novetats en l'assortiment de productes (7,8%)
- Renovar la decoració (5,5%)
- Modernització del negoci (5,4%)
- Crear una pàgina web (3,5%)
- Tancar el negoci (3,9%)

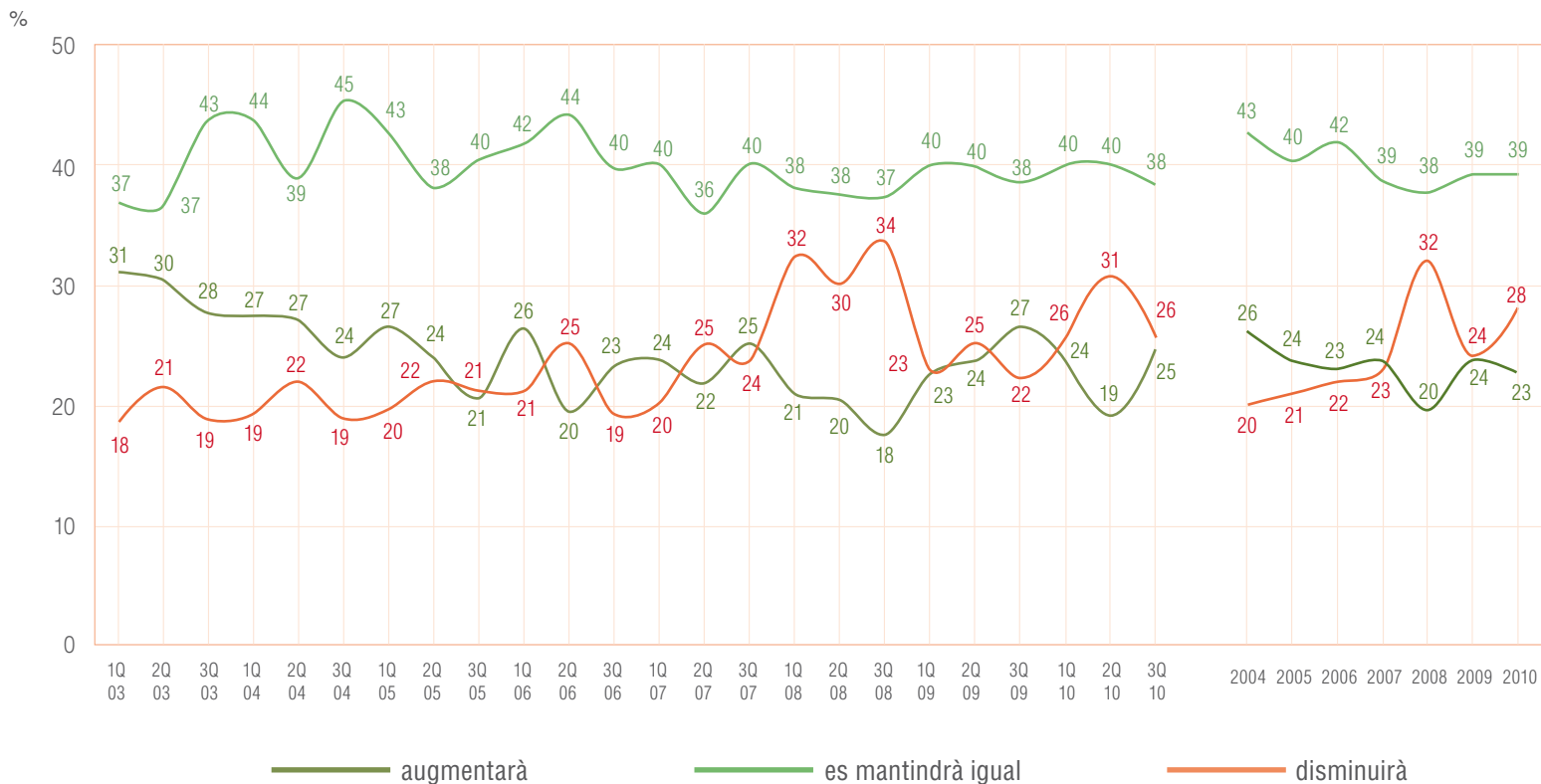
Grau de satisfacció respecte a la marxa del negoci per districte



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

1= Gens satisfet
5= Molt satisfet

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

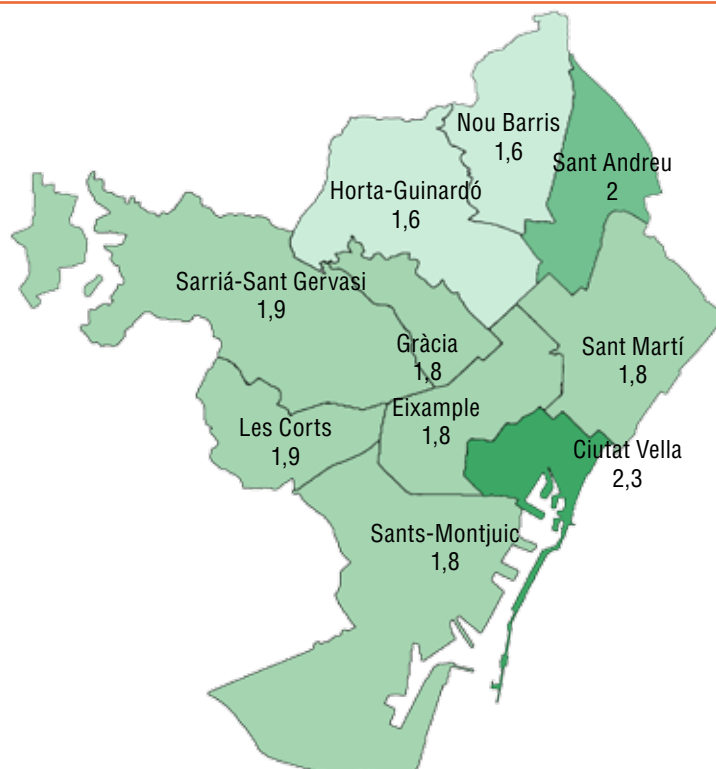


Intenció d'obrir en diumenge

El 2010, el 62,4% dels responsables comercials està en total desacord a obrir el diumenge i el 9,1%, poc d'acord. Per contra, el 6,3% hi està molt d'acord i el 7,3%, bastant d'acord. Els establiments de titularitat no espanyola estan més a favor d'obrir en diumenge (51,6%) que els de titularitat espanyola (9,9%), sobretot els de titularitat pakistanesa (17,8%).

Alhora, es manté l'opinió majoritària que s'hauria de prohibir la possibilitat d'obrir en diumenge (44,6%), seguida de l'opinió contrària, amb el 26,5%, i del 16,0% que està d'acord amb l'organització actual.

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: 1,9

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

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 dels seus responsables respecte a l'activitat del sector.

L'informe recull els resultats de les consultes realitzades el 2010 en 3 fases, amb un total 1.000 entrevistes. La primera fase es va dur a terme del 4 d'abril al 27 de maig, la segona fase de l'1 de juny al 9 de juliol, i la tercera, del 18 d'octubre a l'11 de novembre.

Característiques dels establiments

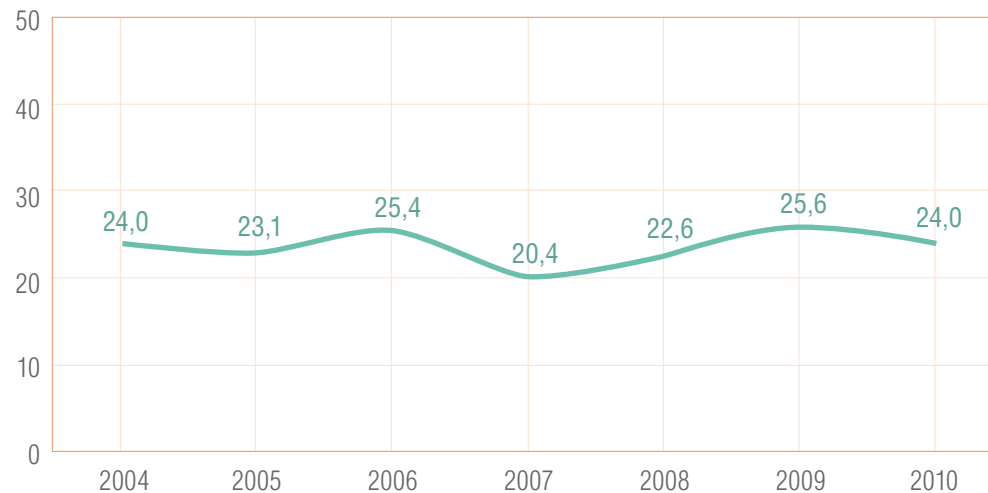
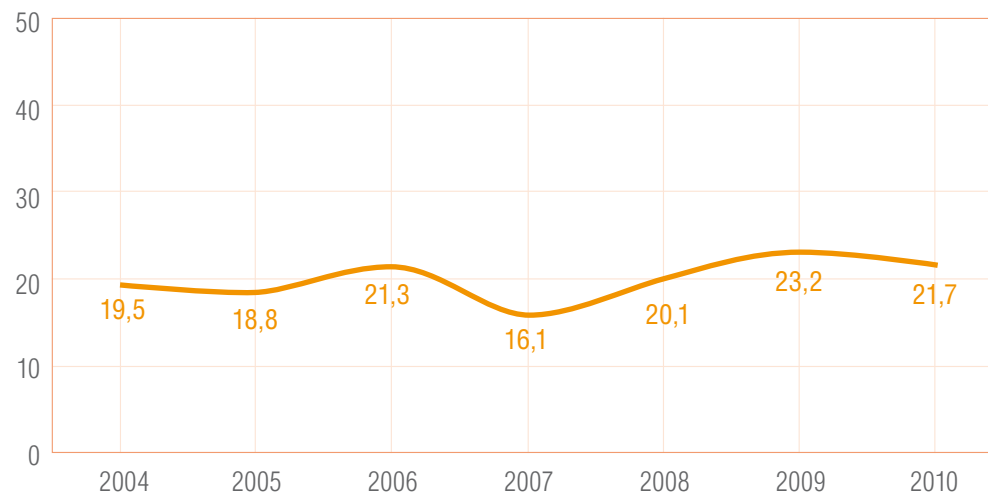
A continuació es detallen algunes de les dades obtingudes en l'enquesta de 2010, en què es confirmen les característiques ja observades en anteriors anys.

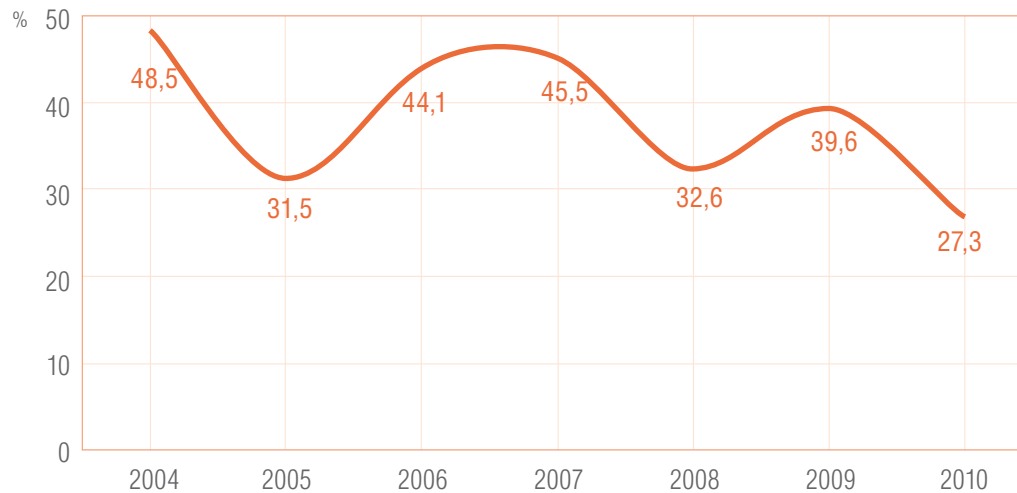
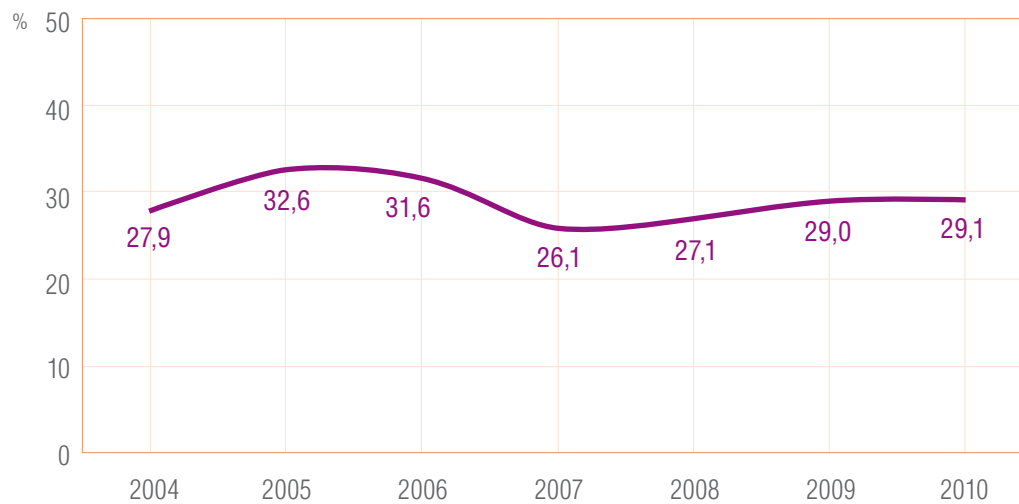
La mitjana d'antiguitat dels negocis, sense canvi d'activitat ni de propietari, és del voltant d'uns 13 anys.

El sector de la restauració continua amb una baixa representació de franquícies, només el 2,0%. Principalment són cafeteries de procedència catalana (en el 75% dels casos), com ara Bracafé i el club del Cafè Novell.

Associacionisme

El 24,0% dels establiments del sector de la restauració està associat: restaurants, 27,3%; bars restaurant, 29,1%, i bars, 21,7%, i la majoria pertany al Gremi de Restauració de Barcelona (62,9% dels associats).

Establiments associats del sector de la restauració**Bars associats**

Restaurants associats**Restaurants bars associats**

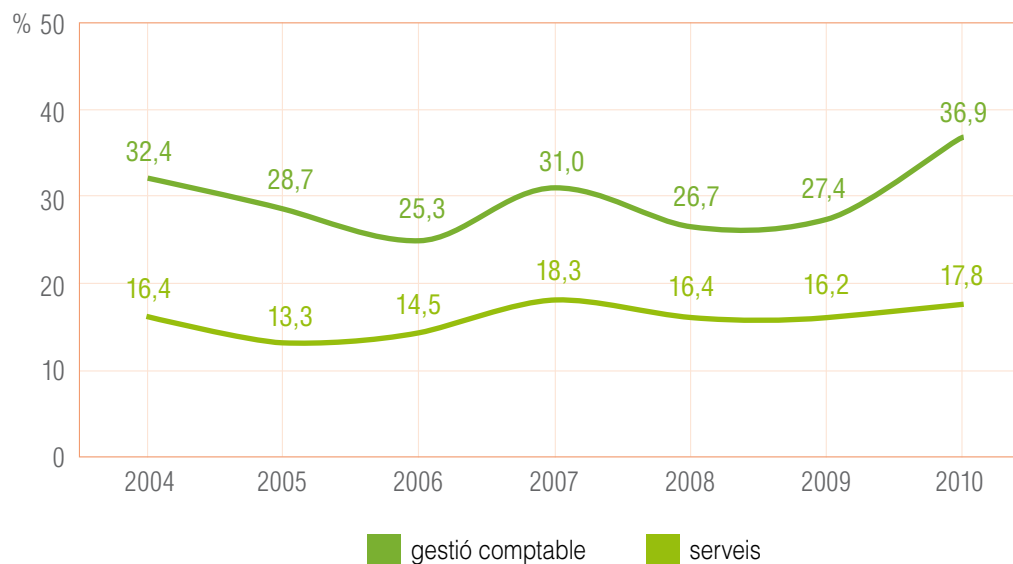
El local

La superfície mitjana de la sala dels establiments de restauració és de 63,8 m². En el cas dels restaurants, la superfície mitjana és de 120,0 m², en els bars restaurant, de 79,1 m², i en el cas dels bars, de 53,4 m².

Informatització

El darrer any la informatització del sector ha avançat fins arribar al 36,9% de la gestió comptable i al 17,8% dels serveis. Els restaurants són els establiments més informatitzats (52,7% pel que fa a la gestió comptable i 32,7% respecte als serveis).

Està informatitzada la gestió?



Els horaris i les vendes

Volum d'activitat

Els mesos d'estiu, sobretot el juliol, i el desembre són els mesos de més feina, i els mesos de febrer i gener els de menys activitat. Quant als dies més concorreguts, continuen sent els divendres (36,6%) i els dissabtes (36,9%), mentre que a l'altre extrem se situen els dimarts (35,5%) i els dilluns (32,3%).

Obertura dels establiments

La gran majoria dels establiments obren de dimarts a divendres. Pel que fa a la resta de dies, els dilluns obren el 96,0% dels establiments, el dissabte el 89,9% i el diumenge només la meitat (52,1%). Els establiments que obren tots els dies de la setmana són el 42,8%. En els darrers anys ha augmentat el nombre d'establiments de restauració que treballen el cap de setmana.

Els serveis

Pagament amb targeta

L'any 2010 en el 36,0% dels establiments es pot pagar amb targeta. L'any 2009 la xifra era del 31,2% i, per tant, hi ha un lleuger augment d'aquest servei als establiments de la ciutat.

Evolució de preus

Respecte a l'evolució dels preus de diferents productes, hi ha un encariment evolutiu. El preu d'un cafè o d'altres begudes, com ara la cervesa i els refrescos, s'incrementa any rere any, de manera gradual, en el període 2004-2010. El menú ha estat més estable, tot i que també ha manifestat un lleuger augment.

Taula d'evolució de preus
(Mitjana)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Un cafè	0,84 €	0,88 €	0,94 €	0,99 €	1,00 €	1,05 €	1,07 €
Una cervesa	1,27 €	1,28 €	1,38 €	1,44 €	1,50 €	1,58 €	1,60 €
Un refresc	1,26 €	1,29 €	1,36 €	1,44 €	1,50 €	1,55 €	1,59 €
Un menú, en cas de tenir-ne	8,34 €	8,06 €	8,95 €	8,86 €	9,50 €	9,44 €	9,45 €

Vals restaurant

El 25,1% dels establiments visitats disposa de xecs restaurant, sobretot els restaurants (72,1%) i els bars restaurant (54,1%). Els més comuns són el Tiquet Restaurant (90,8%), el Cheque Gourmet (70,5%) i Sodexho (61,8%).

AGEDI, SGAE

El 30,7% dels establiments paga una comissió en concepte de drets d'autor, percentatge que ha anat augmentat en els últims dos anys.

El personal

La mitjana de treballadors per establiment és de 3,3 persones, tot i que en el cas dels restaurants la plantilla és més nombrosa, amb una mitjana de 6,5. En el cas dels bars restaurant la mitjana és de 4,2 i en el cas dels bars, de 2,7.

El perfil dels treballadors d'aquest sector és el següent:

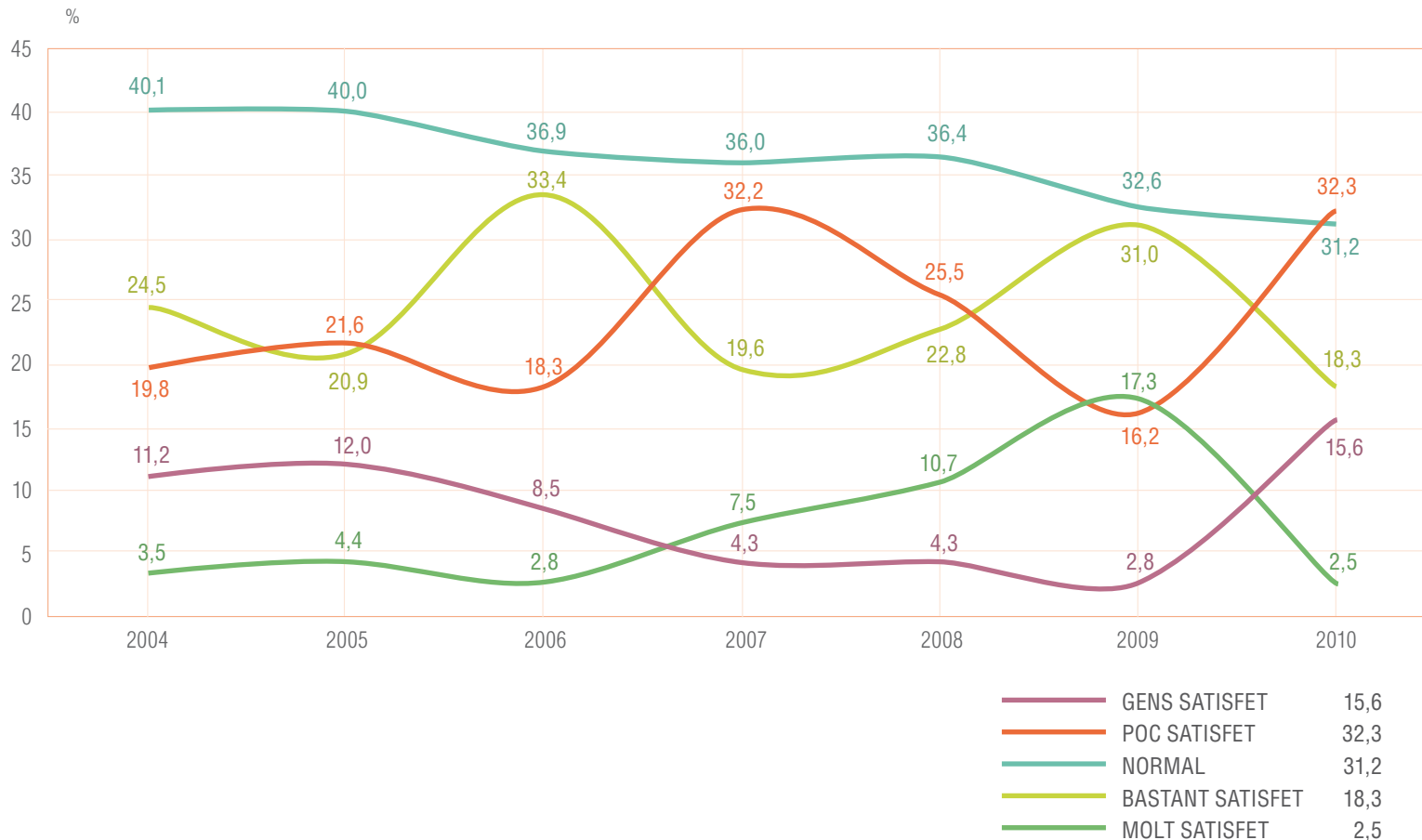
Els homes hi continuen sent majoritaris (el 56,9% respecte a les dones, amb el 43,1%). La majoria del personal té entre 25 i 44 anys (56,1%), i el nivell d'estudis és més aviat baix (el 38,1% té formació primària i el 29,0%, secundària). El 85,7% del personal treballa a temps complet i el 34,3% dels treballadors ha fet algun tipus de formació durant els últims dos anys.

La gran majoria dels propietaris són espanyols (77,4%), seguits dels de nacionalitat xinesa (9%), italiana (1,4%) i pakistanesa (1,3%).

Opinió sobre la marxa del sector de la restauració

El 2010, el 20,8% dels responsables dels establiments de restauració es mostren satisfets de la marxa del seu negoci. La nota de satisfacció obtinguda és de 2,6.

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



Sobre l'opinió respecte a la marxa del negoci en els últims dos anys, el 2010 el 71,7% pensa que el seu negoci ha disminuït, només el 18,9% diu que el volum del negoci es manté, i una minoria del 6,5% considera que s'ha incrementat.

Factors influents en el negoci

Actualment, l'únic factor en què confien els responsables del sector de la restauració i que creuen que pot influir positivament en la bona marxa del negoci és la millora de les condicions econòmiques, polítiques i socials del país (30,9%). I consideren que els factors que podrien activar el sector són el turisme i la creació de noves àrees d'oci.

Evolució del negoci en el futur

El 32,1% opina que es mantindrà igual, el 27,5% que serà de signe negatiu i el 27,2% considera que serà de signe positiu. D'altra banda, els factors com l'economia (39,9%), la fidelitat de la clientela (24,6%), la professionalitat del servei (12,8%) i l'estabilitat del mateix negoci (10,9%) són considerats la garantia que el negoci es mantindrà en condicions similars a les actuals.

En el futur quins factors creu que poden influir positivament en el seu establiment/negoci?

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Servei, bona atenció client, professionalitat	14,1	17,7	19,6	18,2	18,5	10,9	10,1
Ampliacions, nous serveis, reformes	6,0	6,9	9,5	8,5	10,1	7,5	7,7
Menys competència	3,1	3,8	1,2	2,0	1,6	1,7	1,3
Millora poder adquisitiu	7,0	6,1	6,3	7,1	10,5	6,0	5,1
Més clients	8,4	7,6	8,6	6,7	6,8	5,1	3,5
Més turisme	5,2	5,4	4,8	8,9	5,3	4,7	4,7
Bona situació negoci	6,0	2,6	3,4	4,8	4,2	1,2	1,9
Obertura nous comerços, hotels	8,7	7,7	8,6	7,1	6,6	4,7	5,7
Millora barri, obres públiques	4,5	3,7	2,5	2,2	1,3	2,7	3,0
Millora comunicacions	0,8	0,4	1,7	0,8	0,4	0,4	0,1
Demanda a l'Ajuntament d'intervencions	9,4	9,7	11,2	10,8	5,0	6,7	7,9
Millora condicions econòmiques, socials i polítiques	8,0	8,5	6,4	7,2	13,7	27,1	30,9
Millora tractament fiscal, impostos	5,9	9,1	5,9	5,7	7,5	8,7	10,6
Factor climàtic	1,9	2,1	0,9	2,6	0,5	1,2	1,9
La construcció	0,9	0,6	0,3	0,5	1,0	0,8	0,2
Llei antitabac							0,6
Altres	3,0	2,4	1,4	0,9	2,4	1,6	4,4
Res	12,0	9,3	12,7	7,1	6,9	8,9	11,2
Ns-Nc	14,2	14,9	11,4	16,1	14,5	19,1	12,8
N	(999)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)

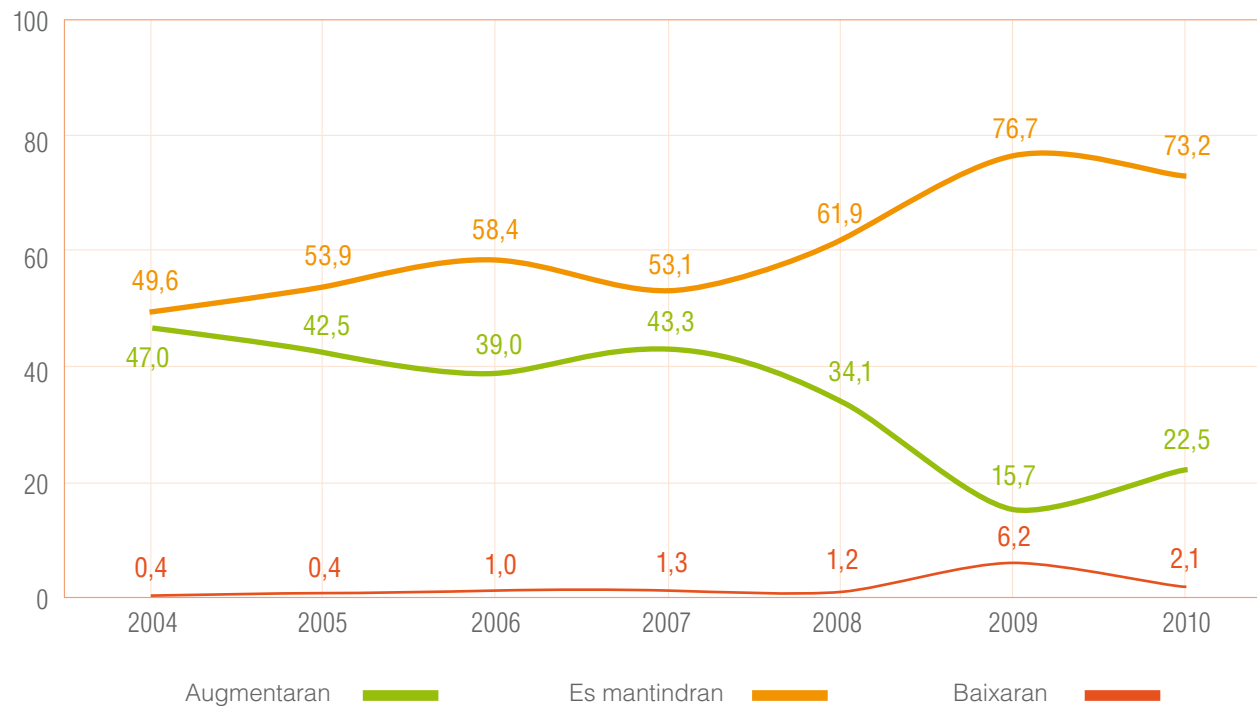
En el futur quins factors creu que poden influir negativament en el seu establiment/negoci?

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Mala atenció, servei al client	4,2	4,8	4,2	2,5	2,2	1,6	1,0
Problemes propis negoci	7,9	8,6	11,7	8,5	5,6	3,1	4,5
Manca de clients	6,4	6,7	4,6	5,8	4,2	2,2	2,8
Increment competència	14,0	16,0	11,4	13,1	8,8	6,4	6,8
Tendència econòmiques, polítiques i social	10,4	10,4	8,5	7,4	37,5	49,2	45,5
Pèrdua poder adquisitiu	6,1	6,9	5,0	6,2	5,9	4,5	5,4
Impostos, tractament fiscal	8,5	11,3	9,5	7,7	9,1	6,7	7,6
Preus	7,7	5,7	2,6	5,3	1,9	1,6	2,6
Problemes zona	14,3	20,1	22,1	22,0	14,6	14,7	13,4
Manca de negocis a la zona	4,5	5,2	4,1	4,3	3,8	3,1	2,1
Factor climàtic	1,9	1,3	1,4	2,0	1,1	1,4	1,3
Festes, vacances	0,4	0,2	0,9	0,5	0,2	-	0,2
Llei antitabac							2,9
Altres	2,1	1,4	0,9	0,3	2,3	2,1	4,6
Cap	9,7	7,4	13,1	11,2	6,9	4,9	6,5
Ns-Nc	17,8	13,6	13,5	17,3	13,5	15,6	12,5
N	(999)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)

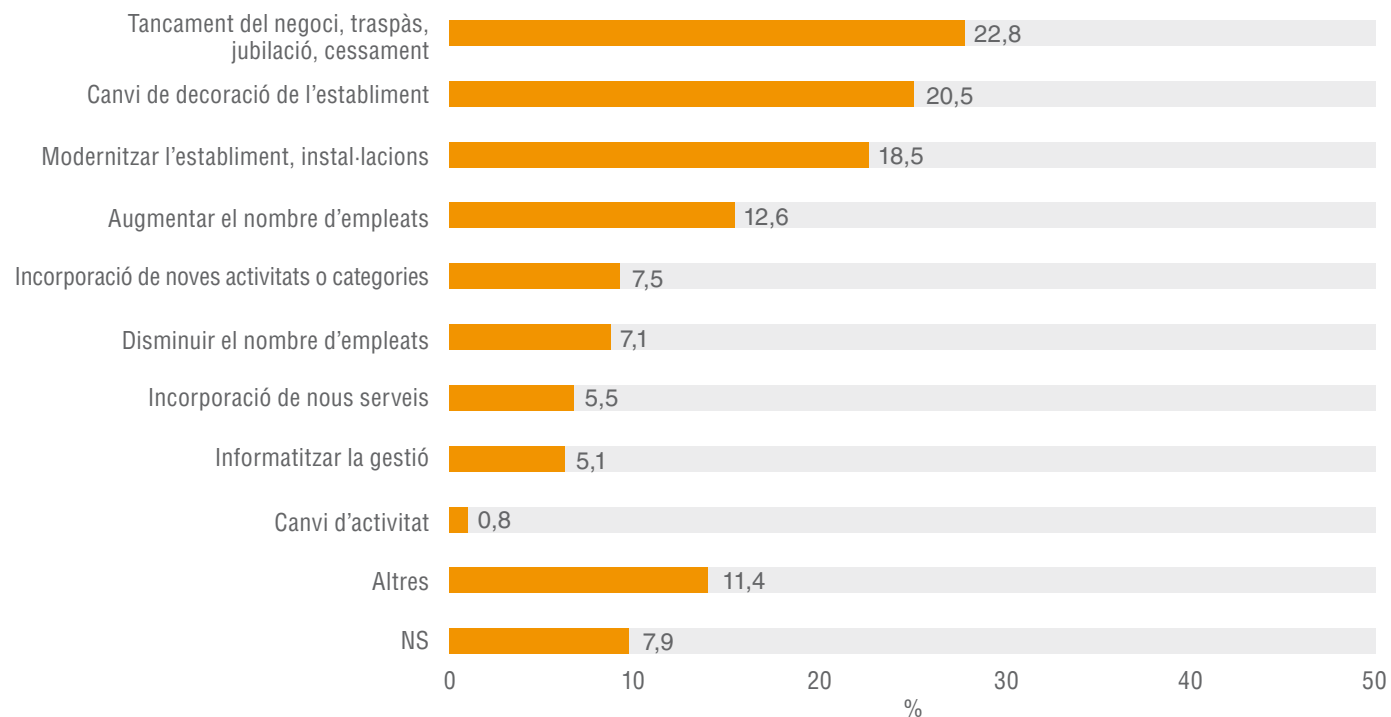
Canvis en el negoci

Finalment, el 42,5% dels negocis ha dut a terme algun canvi els darrers dos anys, com ara modernitzar o decorar de nou l'establiment. En el futur, el 23,4% dels negocis preveu canvis i el 5,8% preveu el tancament. Per acabar, respecte a la previsió de preus en el futur, continua sent rellevant l'opinió que es mantindran (73,2%).

Com pensa que evolucionaran els preus al públic en un futur?



Per al pròxim 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”

El 2010 s’ha celebrat el 13è aniversari del premi “Barcelona, la millor botiga del món”, un guardó que vol reconèixer la tasca dels comerciants de Barcelona i, especialment, les iniciatives empresarials implantades a la ciutat, les dinamitzacions comercials que s’estan duent a terme i 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.



En moments d’incertesa econòmica com els que estem vivint, el comerç de la nostra ciutat ha donat mostres importants d’innovació, ha aportat missatges clars d’una voluntat inversora en nous negocis i ha rehabilitat establiments històrics, alhora que animava iniciatives col·lectives amb empena i optimisme i projectava dins i fora el nom i els valors de Barcelona.

Als premiats, a la resta de candidatures i al conjunt del sector, el jurat vol retre’ls reconeixement i animar-los a seguir endavant. Innovar, mantenir alts els nivells d’autoexigència i transmetre voluntat de futur són eines imprescindibles davant la melangia que la incertesa econòmica pot comportar. **Barcelona és la millor botiga del món, i les botigues, els comerços, són la millor eina de Barcelona per fugir de melangies i incerteses.**

Un cop fetes les deliberacions sobre les diferents candidatures al premi, el jurat **ACORDA** el següent:

Premi a la millor iniciativa empresarial comercial de l'any

El jurat ha atorgat el **PREMI** a **Nani Marquina**, al carrer Rosselló/Diagonal, al Cor Eixample.

Nani Marquina ha vist reconeguda la seva trajectòria com a dissenyadora, especialment de catifes, amb nombrosos guardons. Del disseny a la producció i, des de l'any passat, al retail, Nani Marquina assoleix una completa cadena de creació de valor.

L'establiment aconsegueix, en un espai diàfan, reconvertir un fosc i antic garatge soterrani en un magnífic aparador total, on les catifes es converteixen en autèntiques obres d'art que fan volar els nostres somnis sobre com gaudir-les plenament.



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

El jurat ha atorgat el premi a les **passarel·les de moda al carrer**, organitzades per diferents eixos comercials.

Les *passarel·les*, en les seves edicions de tardor/hivern i primavera/estiu, han comptat amb un conjunt d'elements comuns (imatge, música, instal·lacions, models), que els confereixen aquest caràcter col·lectiu que el premi vol ressaltar.

Les passarel·les acosten la moda de l'any al carrer, la moda que les botigues de cada eix, de cada barri, posen a l'abast dels compradors. I ho fan amb un alt nivell de professionalitat i, com correspon, de glamur.



Els eixos són els següents:

- **BCN de Palau a Palau**
- **Cor Eixample**
- **Nou Barris Centre Comerç**
- **Sant Antoni Comerç**
- **L'Eix de Sant Andreu**
- **Cor d'Horta i Mercat**
- **Sants Establiments Units**
- **Barnavasi**
- **Barnacentre**
- **Sarrià Eix Comercial**
- **Sant Martí Eix Comercial**

Recull el premi, en representació dels eixos, el Sr. Manel Arias, precursor de les passarel·les i president de l'eix comercial Cor d'Horta, on es va celebrar la primera passarel·la de moda al carrer l'any 2002.

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

El jurat ha volgut atorgar **dues mencions especials**. Darrere de cada gran institució, associació o iniciativa, sovint hi ha algú que, des de l'anonimat, fa possible els èxits col·lectius. Es tracta de persones que, amb el seu treball i dedicació, han estat els autèntics motors i responsables de l'èxit de les seves juntes i dels seus presidents. En aquest cas ens referim a dues dones, **M. Dolors Álvarez i M. Lluïsa Coll**, responsables d'**Amics de les Rambles i Barnacentre** respectivament, les quals, després de 25 i 37 anys de servei a les seves institucions, han decidit iniciar un nou camí de pau i felicitat en companyia de les seves famílies i dels seus amics.



El jurat ha atorgat el **premi a Joan Mateu i Martínez**.

El jurat ha volgut guardonar amb el premi a *Joan Mateu* la seva capacitat per sumar voluntats i, conseqüentment, liderar-les, a través de múltiples iniciatives col·lectives.

Joan Mateu va ser l'ànima del primer pla de dinamització comercial que es va fer arreu de Catalunya i que va convertir l'Eix Comercial de Sant Andreu, els seus comerços i els seus associats en un referent.

Barcelona endins, el guardonat ha estat l'animador del col·lectiu d'entitats que constitueixen la Fundació Barcelona Comerç.

Barcelona enfora, liderant les actuacions i trobades de Vitrienes d'Europa, ha projectat arreu el nom de la nostra ciutat, que, a més a més i per l'impuls del nostre premiat, avui n'acull la seu del secretariat permanent.

El jurat també ha volgut guardonar amb una **MENCIÓ** especial, per la seva dedicació, implicació i suport durant més de 15 anys al comerç de Barcelona, la persona responsable del suport tècnic de la Direcció de Comerç i Consum, sector de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona, **M. Amèlia García Fernández**.

Nascuda a Barcelona —amb arrels càntabres—, alegre, optimista, carismàtica i treballadora, orienta la seva trajectòria professional cap al dret. Forma part de les primeres generacions de dones llicenciades en Dret i supera les oposicions de Tècnic Superior en Dret a l'Ajuntament de Barcelona. Durant el seu recorregut professional, ha conegut diferents àrees de l'Ajuntament —Urbanisme, Educació i Comerç—, i ha adquirit una experiència i un saber fer que els seus companys han pogut gaudir. A més, el sector del comerç ha trobat en la seva figura suport i proximitat, eines imprescindibles per a una bona gestió de la feina.

Ara arriba el final de la seva trajectòria laboral i professional. I aquesta merescuda **MENCIÓ especial** vol ser un reconeixement de tot el sector comercial a la seva tasca. Alhora, tots els seus companys i companyes, amb paraules senzilles i properes, volen agrair-li els bons moments compartits, el fet d'haver deixat una empremta a les seves vides, felicitar-la per la feina ben feta i desitjar-li els màxims èxits en la nova feina que iniciarà ben aviat: la de gaudir plenament del seu temps.



Premi a l'establiment comercial

El jurat ha atorgat el premi a **SERVEI ESTACIÓ**.

Qui de nosaltres no ha comprat mai al *Servei Estació*?

Podríem dir que l'emblemàtic establiment del carrer d'Aragó va inventar el bricolatge *avant la lettre*, i ha servit de materials generació rere generació.

L'establiment s'ha renovat plenament i s'ha dotat de les mesures adequades de seguretat, alhora que els seus aparadors han esdevingut un mostrari d'allò que necessitem, per molt inimaginable que sigui. Avui, un conjunt de grans especialistes en cada una de les seccions aconsella el millor article per obtenir la millor solució en cada cas.

En temps de crisi, un bon adob allarga la vida de totes i cada una de les instal·lacions de la nostra llar, i al *Servei Estació*, segur, hi trobarem el material i el consell necessari.



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 2010 s'han mantingut les campanyes publicitàries: espots publicitaris a les principals cadenes de televisió i emissores de ràdio, i anuncis en premsa i revistes especialitzades (informatiu *El comerç*, *Temps de viure* i *Cap Catalogne*), i insercions a les revistes de l' APPEC i monogràfic «Regals de Nadal».

D'altra banda, es continua amb la campanya de diferents productes de distribució a associacions i eixos comercials: 400.000 entrades al parc zoològic i 600.000 punts de llibre amb motiu de la Diada de Sant Jordi.

6.3. EL COMERÇ A LES ESCOLES. CURS 2010-2011

“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 2006-2007 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.

La proposta s’adreça als centres educatius de Barcelona —educació infantil, primària i secundària obligatòria— 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 de l’entorn i els productes i serveis que ofereixen.**
- **Elaborar criteris per consumir de manera activa, crítica i responsable.**

Per a l’assoliment d’aquests objectius es posen a l’abast dels centres escolars de la ciutat recursos com ara dades sobre el comerç i el consum a la nostra ciutat, persones de referència o webs interessants, així com propostes d’activitats per treballar el comerç des d’àrees i matèries concretes com la plàstica, les ciències del medi i socials, les llengües, les matemàtiques, etc.

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

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

En aquest curs hi han participat 20 centres docents i se'ls ha proposat:

- La confecció de punts de llibre en què el tema central sigui el comerç de barri explicat a través del llenguatge plàstic.
- La realització del llibre d'artista, que permet documentar i recollir les vivències sorgides de la comunicació entre el comerç i les escoles.



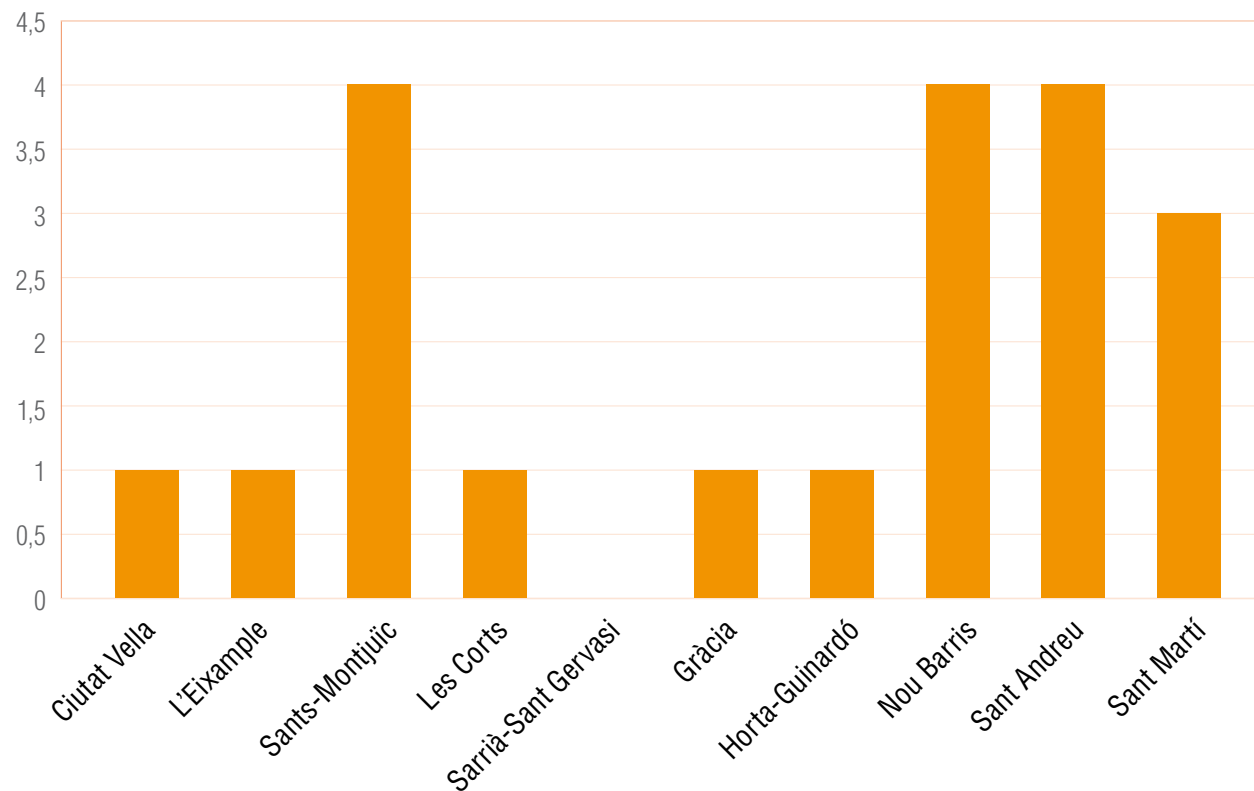
Respecte a l'edició del punt de llibre, han estat 19 punts de llibre diferents, un per cada escola, amb una tria dels dibuixos elaborats pels alumnes participants. El criteri d'elecció es va basar en la creativitat, la tècnica utilitzada i l'adequació al concepte del comerç i ciutat. Els punts de llibre es van distribuir als centres educatius participants i els comerços de tota la ciutat amb motiu de la Diada de Sant Jordi 2010.

Del 31 de març al 20 d'abril de 2011 va tenir lloc la 3a mostra de dibuixos "El comerç i les escoles 2011" a la Sala Àlex García de la Biblioteca de la Sagrada Família, amb l'assistència dels centres participants.

El nombre total d'alumnes participants en el projecte d'aquest curs ha estat de 1.494. Respecte a la participació d'alumnes en l'elaboració del punt de llibre, el nombre ha estat de 1.444, i han participat en l'activitat de llibre d'artista un total de 200 alumnes.

DISTRICTE	CENTRES PÚBLICS		CENTRES CONCERTATS		CENTRES PRIVATS		TOTAL ALUMNES
	Centre	Nre. alumnes	Centre	Nre. alumnes	Centre	Nre. alumnes	
Ciutat Vella	Escola Collaso i Gil	42					42
L'Eixample	Escola Joan Miró	50					50
Sants-Montjuïc	Escola Barrufet	42	Col·legi Anna Ravell	74			234
			Col·legi Montserrat	47			
			Col·legi Sant Medir	71			
Les Corts	Escola Barcelona	47					47
Sarrià-Sant Gervasi							0
Gràcia	Escola La Sedeta	25					25
Horta-Guinardó			Col·legi Virolai	75			75
Nou Barris	Escola Marinada	193					366
	Escola Splai	77					
	Escola Víctor Català						
	Llar d'Infants L'Airet	96					
Sant Andreu	Escola Bernat de Boïl	96	Col·legi l'Esperança	40			291
	Escola Pegaso	136					
	SES Cristòfol Colom	19					
Sant Martí	Escola Acàcies	216	Col·legi Voramar	48			364
	Escola Vila Olímpica	100					
TOTAL ALUMNES		1.139		355			1.494

Els centres següents, participants en el projecte, participen també en el projecte Pla de barris, dins del marc del Pla d'ocupació i desenvolupament local dels barris del Bon Pastor i Baró de Viver: Col·legi l'Esperança, Escola Bernat de Boïl i SES Cristòfol Colom.

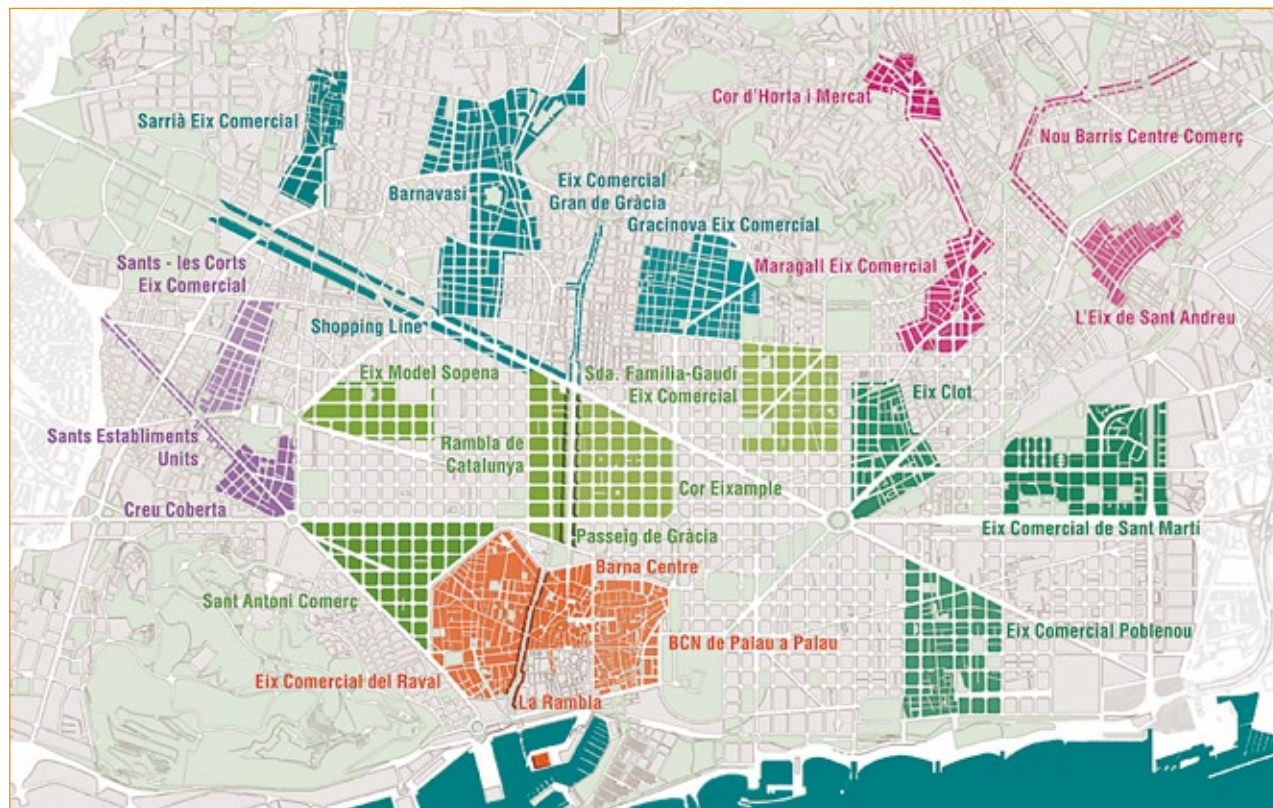
Nombre de centres docents per districtes

Com es pot apreciar a la taula, els districtes més representats han estat els de Sants-Montjuïc, Nou Barris i Sant Andreu. L'únic districte que no té representació és el de Sarrià-Sant Gervasi.

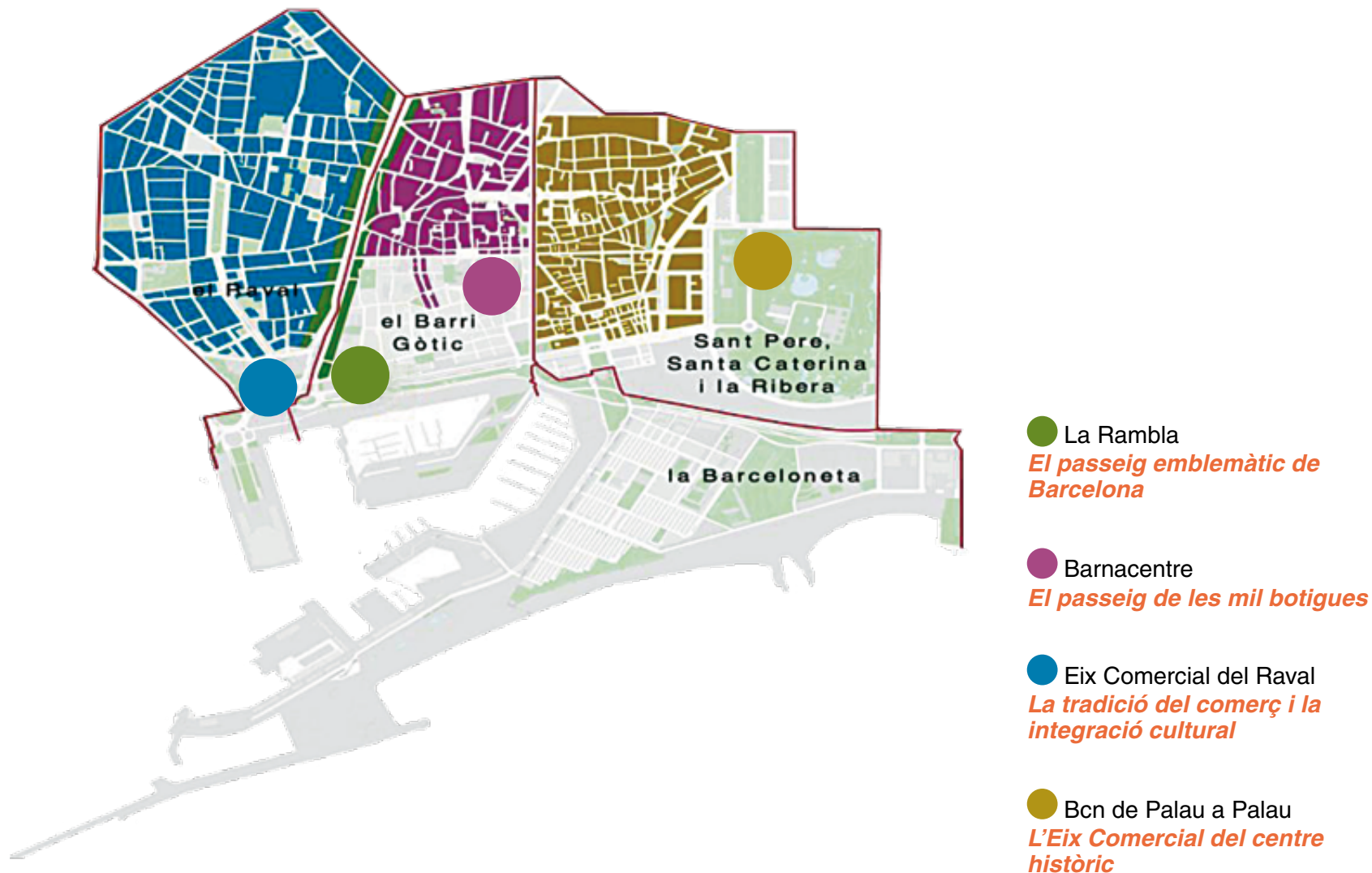
6.4. ELS EIXOS COMERCIALS DE BARCELONA

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

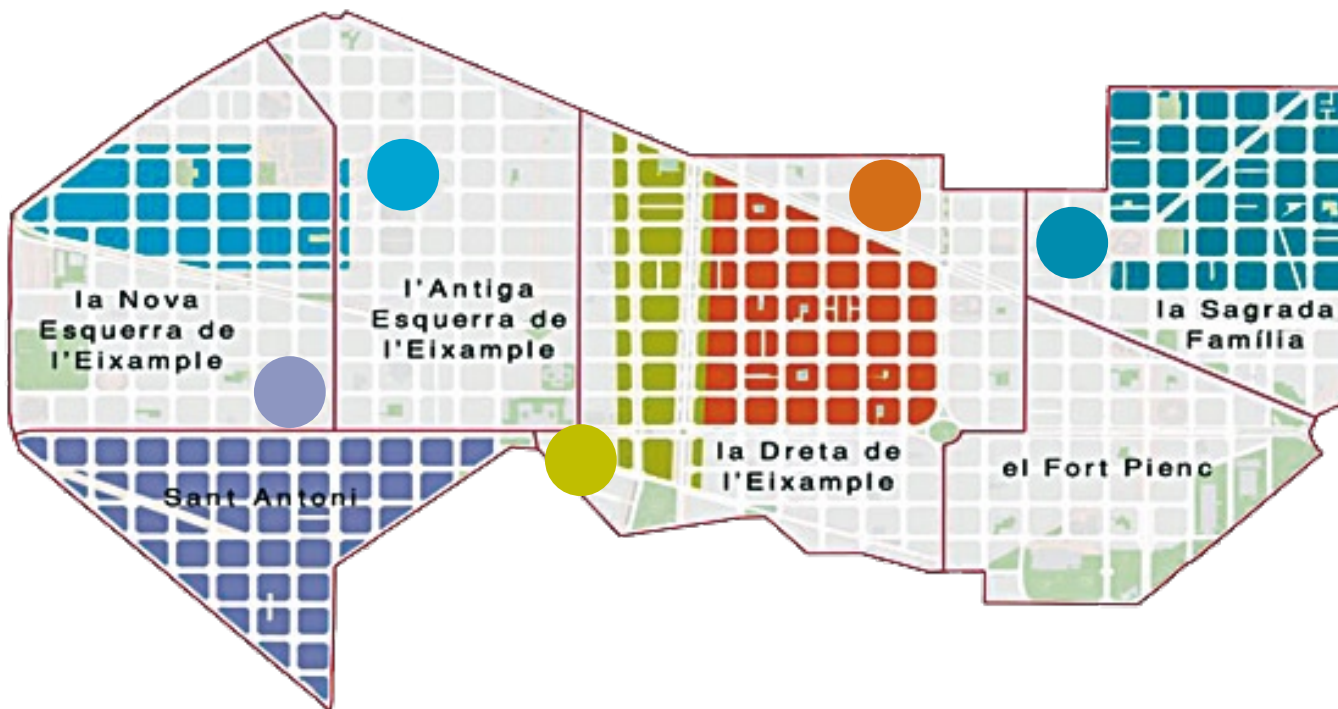
Els eixos estan repartits per tot el territori de la ciutat i són presents a tots els districtes i a una gran quantitat de barris.



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·lusionat a Sant Antoni

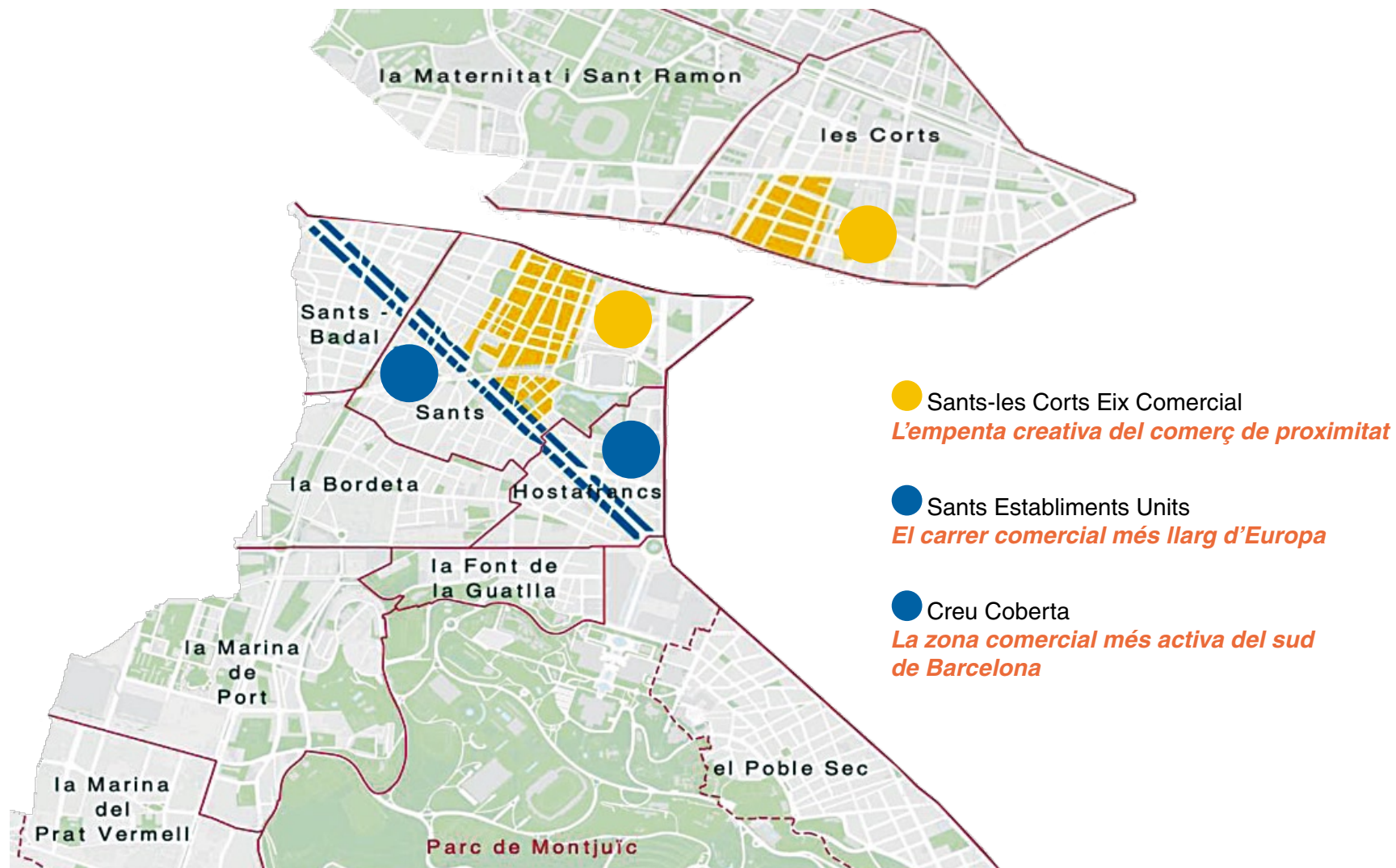
● Passeig de Gràcia
*L'Eix emblemàtic del comerç,
l'art i la cultura*

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

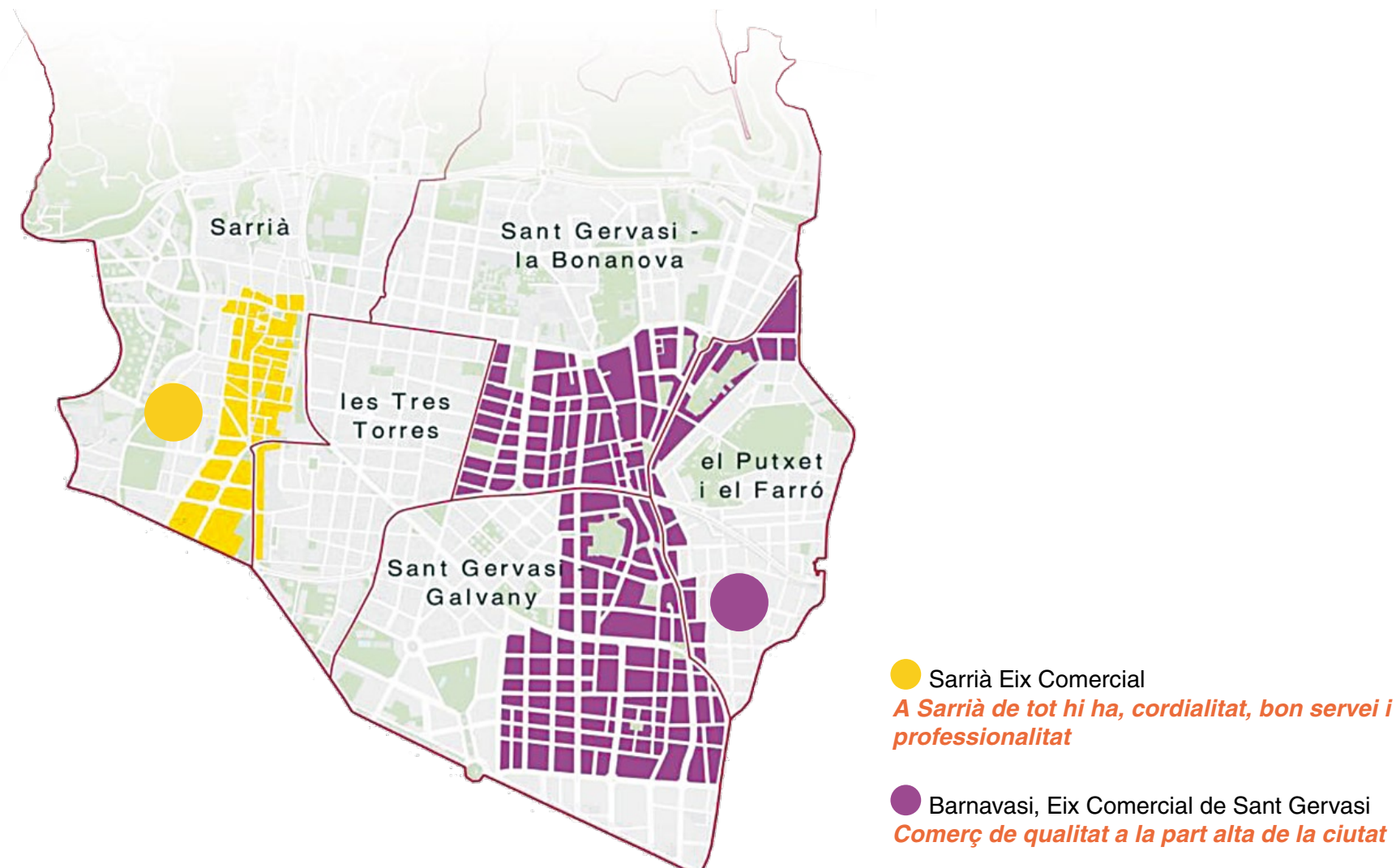
● Cor Eixample
*Més de dos-cents establiments
bateguen per a tu*

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

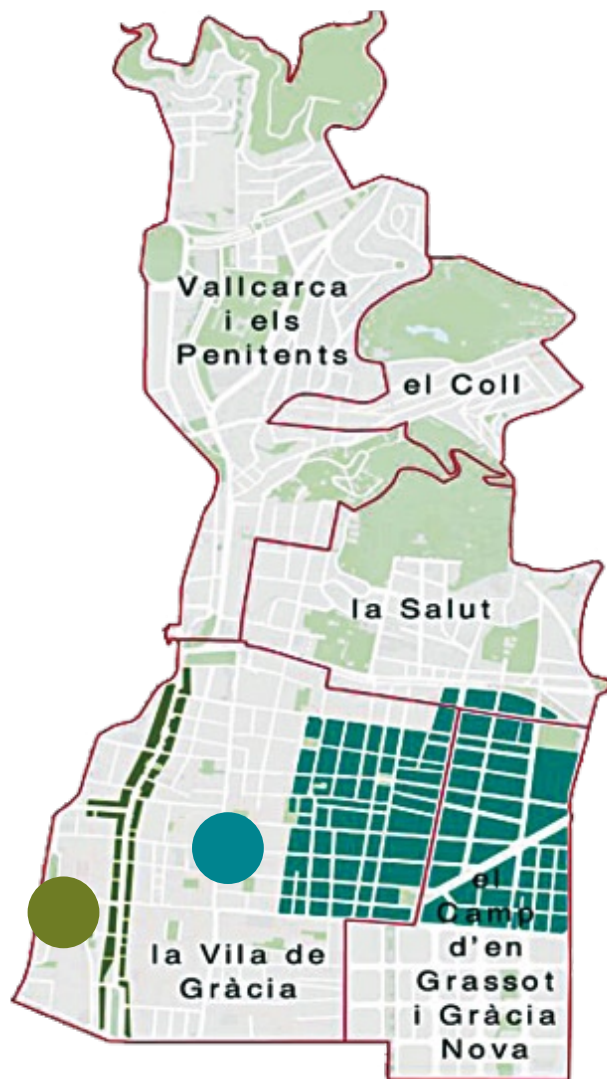
Eixos comercials als Districtes de Sants-Montjuïc i Les Corts



Eixos comercials al Districte de Sarrià- Sant Gervasi



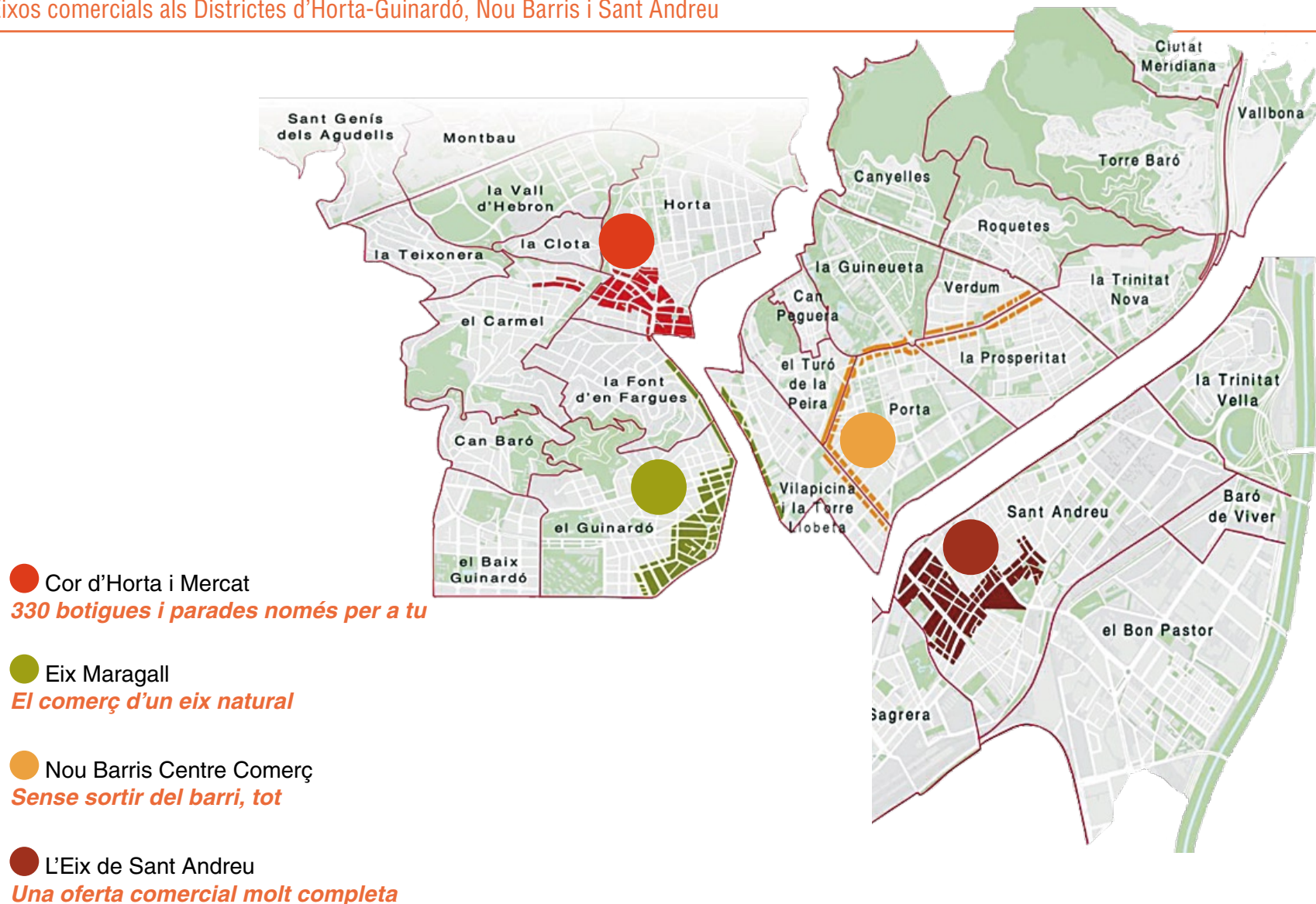
Eixos comercials al Districte de Gràcia



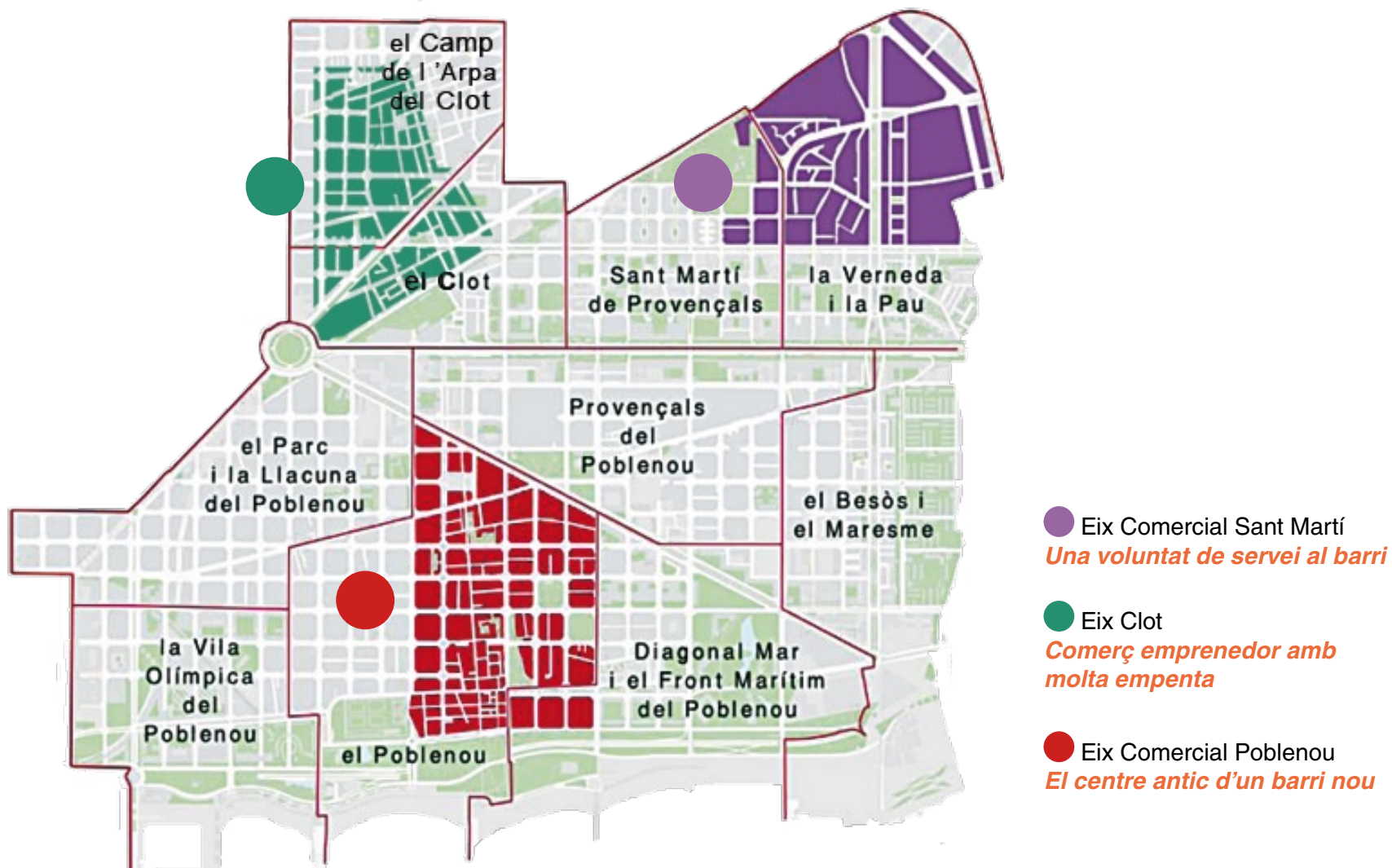
● Eix Comercial Gran de Gràcia
Botigues amigues

● Gracinova Eix Comercial
Les millors botigues més a prop teu

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



Eixos comercials al Districte de Sant Martí



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

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 als patges reials
- 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 esdeveniments

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

6.5. EI WEB

El comerç de la ciutat, les seves iniciatives, les notícies i els temes més demanats queden recollits en el web de Comerç, www.bcn.cat/comerc. Pel que fa a la proposta didàctica “El comerç i les escoles” es concreta en el web www.bcn.cat/escolescomerc/ca.

Aquests portals ofereixen serveis d'informació, interacció i participació electrònica. Aquest mitjà de comunicació apropa més l'Administració al ciutadà, en aquest cas al 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'hi han visualitzat 253.746 pàgines, amb una mitjana diària de 695, xifra important per a un web sectorial.

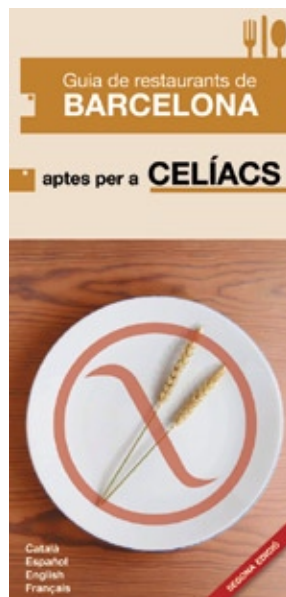
Evolució visites

Resum visites	2010	2011
Visites	85.984	98.646
Promig per dia	235	270

6.6. GUIES DE RESTAURANTS DE BARCELONA

En aquest capítol es vol ressaltar la iniciativa impulsada per la Regidoria de Comerç, Consum i Mercats, que té com a objectiu arribar a obtenir un compendi dinàmic i útil de guies de restaurants barcelonins sensibles a col·lectius específics. Aquesta primera entrega s'ha adreçat a restaurants aptes per a celíacs que ofereixen una cuina i productes culinaris adaptats. En properes edicions, aquesta guia anirà augmentant i actualitzant els establiments que ofereixen aquest servei.

D'altra banda, la guia representa la resposta d'una ciutat que aspira a l'excel·lència, entesa sota premisses de pluralitat i sensibilitat, ja que una capital mundial de la gastronomia demostra que ho és gràcies a la innovació i a la creativitat, però sense oblidar que n'ha de poder gaudir tothom, i això implica no oblidar que els impediments d'alguns han de suposar la superació de les fronteres de la creativitat a les nostres cuines.



7. ELS MERCATS MUNICIPALS

Impuls renovat als mercats de la ciutat

L'any 2010 s'han assolit en la seva pràctica totalitat els grans objectius i 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.

Després d'haver finalitzat les obres de remodelació dels mercats de les Corts (2008) i la Llibertat (2009), al llarg de l'any s'ha encarat la recta final d'un PAM molt ambiciós, que implica l'actuació en els mercats de Sant Antoni, Fira de Bellcaire, Sants, Guinardó i Ninot, amb l'inici de les obres dels esmentats mercats. Al mateix temps, es finalitza el projecte executiu del mercat de la Guineueta per iniciar les obres el 2011 i s'inicia el projecte del mercat de Provençals. Els mercats de Vall d'Hebron i Bon Pastor, després de les actuacions provisionals, estan a l'espera de desenvolupar els projectes definitius.

En finalitzar el 2010, s'hauran reformat 19 mercats i 9 més estaran en procés de remodelació, xifra que representa un 65% del total de la xarxa de la ciutat.

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

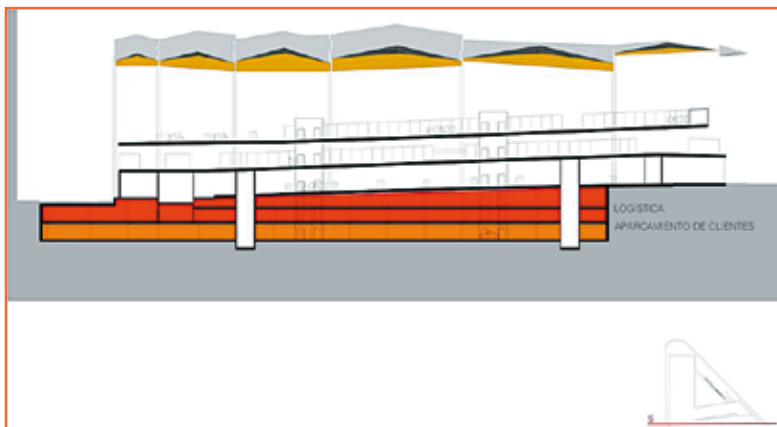
Projectes més destacats

**Mercat de Sants**

S'han executat les pantalles del nou mercat i l'excavació de les plantes soterrades (una de logística i una segona d'aparcament per a clients), la qual, per les característiques estructurals de l'edifici, ha requerit una complexa intervenció tècnica per tal de suportar els pilars de l'edifici, ja que, pel fet d'estar catalogat, cal preservar-ne el valor arquitectònic.

Mercat del Ninot

Com en el cas del mercat de Sants, la dinàmica del mercat del Ninot és similar, ja que també s'han executat les pantalles del nou mercat i l'excavació de les plantes soterrades. En aquest cas, però, a diferència del mercat Sants, la incorporació de l'autoservei es farà de manera semisoterrada a la part central del nou edifici, i la logística i l'aparcament per a clients se soterraran als dos laterals.

**Nou Mercat dels Encants (Fira de Bellcaire)**

Durant el 2010 s'han iniciat les obres del nou mercat, consistents en l'excavació de les plantes soterrades que encabiran la logística i l'aparcament de 300 places per a clients, el desviament d'un col·lector i la construcció de les pantalles. El singular mercat ocuparà un espai d'aproximadament 8.000 m² en una illa formada per la plaça de les Glòries, l'avinguda Meridiana, el carrer Castillejos i un carrer de nova creació, sota una espectacular coberta.

Secció del futur mercat dels Encants (Fira de Bellcaire)



Imatge virtual del futur mercat de Sant Antoni

Mercat de Sant Antoni

L'actuació de remodelació del mercat de Sant Antoni, per dimensió i complexitat, ha requerit aprofundir, al llarg de 2010, en tots els aspectes tècnics per tal d'enllestir-ne el projecte executiu definitiu, un cop el gruix dels comerciants (alimentació i encants) ja s'havia instal·lat als respectius mercats provisionals.

S'han efectuat enderrocs interiors i prospeccions arqueològiques per tal de preservar un dels baluards de l'antiga muralla de la ciutat, part de la qual es troba sota l'actual mercat. Al mateix temps, s'han dut a terme l'estudi i el projecte per tal d'encabir els comerciants del mercat dominical en un tram del carrer Urgell i, d'aquesta manera, poder continuar el 2011 les obres del mercat definitiu.

Mercat del Bon Pastor

El mercat provisional va ser ubicat al carrer de Sant Adrià, cantonada amb el carrer de Llinars del Vallès, en la proximitat de l'antic edifici del mercat (100 metres), que ha estat enderrocat durant el 2010. El solar alliberat s'ha urbanitzat, i n'ha resultat un espai públic per a gaudir del veïnat, fins que el 2011 es defineixi el projecte del nou mercat, que probablement encabirà habitatge social a la part superior de l'edifici.

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, es van dur a terme una sèrie d'actuacions de concentració d'establiments a la zona davant del mercat, actualment en actiu. Durant el 2011 es traurà a concurs la redacció del projecte per a la remodelació i el condicionament total de l'edifici.

Mercat de la Guineueta

El mercat de la Guineueta afronta els propers anys una remodelació parcial però de gran impacte per la importància de les actuacions, que inclouen la introducció d'un autoservei de format mitjà, el trasllat de la zona de magatzems del mercat, la renovació comercial de la sala de vendes del mercat i les botigues exteriors, que també es traslladen, i, finalment, una nova façana, que s'aproparà més al passeig de Valldaura i dotarà el mercat de major atracció.



Durant el 2010 se n'ha redactat el projecte executiu i el 2011 s'iniciaran les obres de remodelació, que suposaran el tancament a l'estiu durant 40 dies.

Nou mercat de la Guineueta

Mercat de Provençals

De manera similar al mercat anterior, el de Provençals afrontarà una important remodelació parcial, la principal característica de la qual serà l'ampliació de l'edifici, tant pel que fa a la planta de mercat com a la logística i l'aparcament (a la coberta). Això permetrà encabir un autoservei mitjà, que funcionarà com a motor econòmic, i al mateix temps s'actualitzaran totes les instal·lacions de l'equipament, els accessos i la façana.

Durant el 2010 s'ha estant redactant el projecte per tal que les obres es puguin iniciar el proper 2011.

Mercat del Guinardó

Després de passar dos anys en el mercat provisional, aquest 2010 s'han iniciat les obres de la nova illa d'equipaments del Guinardó, que inclourà el nou mercat. Alhora, en el complex interactuaran un centre d'assistència per a la gent gran i una escola bressol, entre altres equipaments, i s'urbanitzarà tot l'entorn, amb la creació d'una nova plaça oberta al veïnat.



Altres

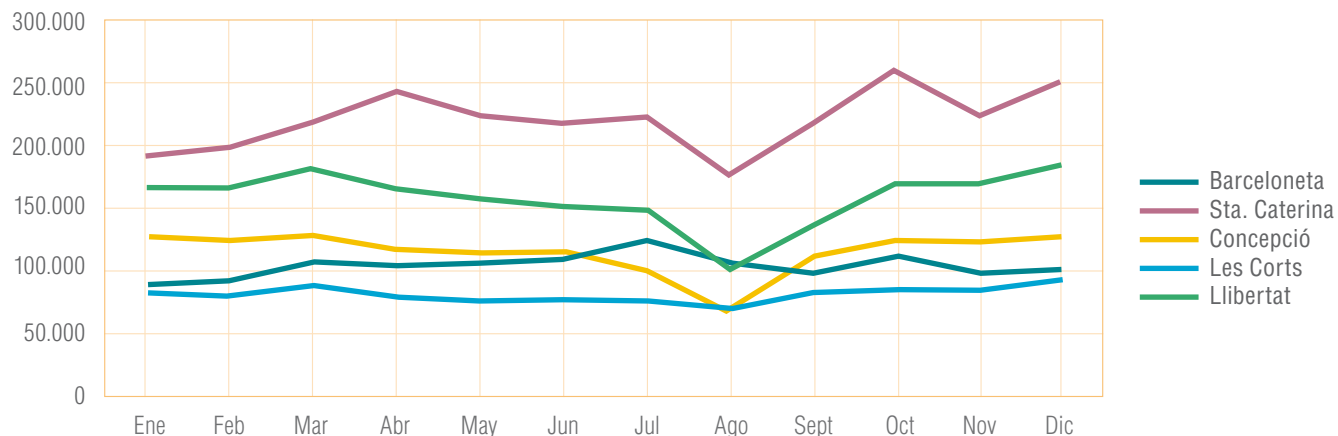
Durant aquest temps també s'han efectuat actuacions constants de manteniment i millora. Concretament, el 2010 s'han dut a terme fins a 61 actuacions singulars —sovint en instal·lacions internes o logístiques—, imprescindibles per oferir un bon servei, com ara cambres frigorífiques, muntacàrregues, etc., però també de millora del confort del ciutadà, com ara actuacions en l'aire condicionat o els accessos. El 2010 la inversió ha arribat als 520.000 €.

Afluència de públic als mercats

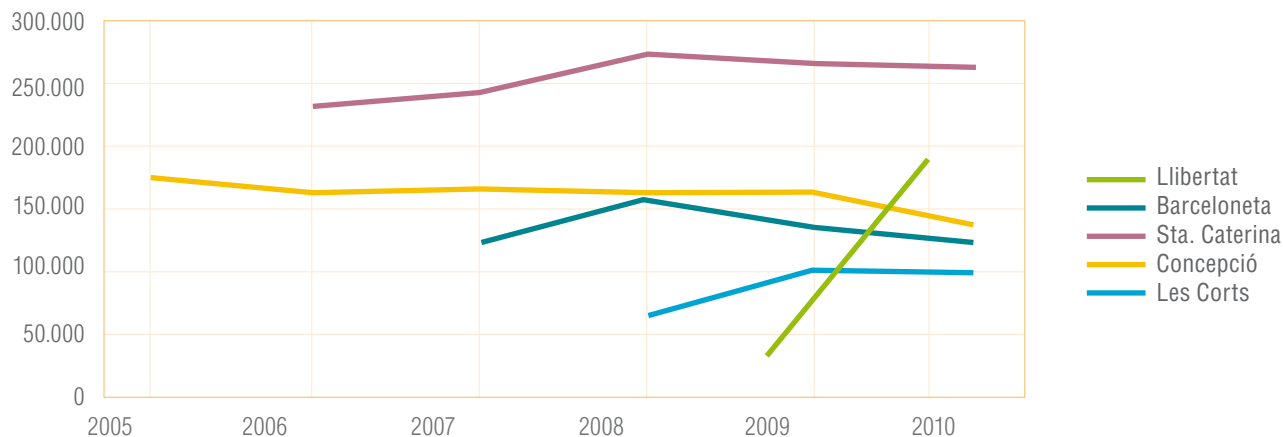
Amb l'objectiu de fer un seguiment del nombre de visitants dels nostres mercats i de la seva estacionalitat, l'IMMB du a terme un seguiment mensual en aquells mercats remodelats en què s'han instal·lat sistemes automàtics de comptatge de persones. Els resultats de 2010 es recullen en els quadres següents.

	Les Corts	Barceloneta	Sta. Caterina	Concepció	Llibertat
Gener	80.869	88.622	190.575	125.048	164.956
Febrer	79.550	91.312	198.195	122.274	164.725
Març	85.616	106.187	217.533	127.191	180.421
Abril	79.207	101.899	241.376	114.977	163.822
Maig	76.748	105.085	224.169	114.653	155.594
Juny	76.347	107.527	216.706	113.708	151.289
Juliol	74.116	124.246	222.850	100.554	148.564
Agost	68.547	107.256	173.760	66.012	99.769
Setembre	81.100	98.609	215.737	111.239	136.297
Octubre	84.021	108.554	258.594	124.018	169.955
Novembre	83.845	98.377	225.199	121.131	169.339
Desembre	92.216	100.097	248.144	127.834	183.805
Total	962.182	1.237.771	2.632.838	1.368.639	1.888.536
	-4,9%	-8,6%	-2,1%	-19,5%	7,0%

Comparatiu 2010



Evolució visitants 2005-2010



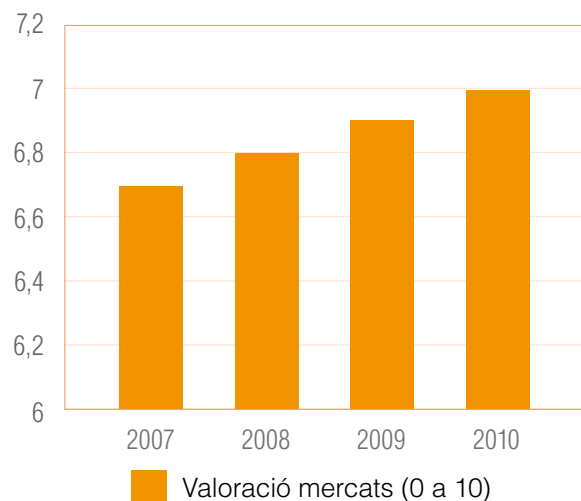
Cal destacar la variabilitat en el nombre de visitants en funció del mercat analitzat. En un context de crisi econòmica ja plenament instal·lada, mercats com Santa Caterina aguanten molt bé la davallada, i fins i tot el mercat de la Llibertat, inaugurat el 2009, aconsegueix un augment més que significatiu. En canvi, la resta de mercats acusen, de manera variable, l'impacte de la crisi.

Rejuveniment d'operadors

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

any 2010	traspessos intervius	cessions pares fills	cessions entre cònjuges	traspessos mortis causa
núm. expedients	194	26	13	47
edat mitja cedent	54,48	65,1	47,5	67,9
edat mitja cessionari	46,54	40,1	49,5	45,4
diferencial	-7,9	-25	-2	-22,5

Valoració dels mercats municipals



Els barcelonins avaluen amb una puntuació de 7 els mercats municipals, la nota més alta atorgada a un servei exclusivament municipal, només per darrere del metro i les biblioteques.

Promoció, participació i comunicació

L'Institut Municipal de Mercats s'ha dotat d'un pla de comunicació propi i d'unes línies estratègiques derivades del Pla d'actuació municipal, amb l'objectiu de vertebrar les accions de comunicació i promoció de la xarxa de mercats, tant de l'Ajuntament com dels mateixos comerciants, per tal de promoure un major coneixement i ús dels mercats entre els ciutadans, posant en valor els seus actius:

Promoció comercial i suport als comerciants

- **Suport a les campanyes comercials** de Sant Jordi, Nadal, etc., i a les celebracions de barri —Carnaval, Tradicionàrius, Tastets, Mostra de Mercats, Vaques Torrades...— en què participen els mercats.
- Creació de la **Ruta dels Mercats de Barcelona**.
- Participació a **Alimentària** i a **Barcelona Degusta**.

Pla de dinamització comercial 2010

- Campanya de proximitat.
- Nou web: www.mercatsbcn.cat
- Nous programes educatius: www.menjodemercat.cat
- 1a edició del Mercat de Mercats.

Civisme, solidaritat i cultura

- S'han portat a terme activitats relacionades amb el civisme, la cultura i la solidaritat —“Bossa solidària”, VIH, DJ contra la Fam, Banc dels Aliments...—, en què han participat la major part dels mercats municipals. Moltes d'aquestes activitats tenen un caràcter periòdic i regular.

Salut

- Activitats vinculades a la salut a tots els mercats: Jornades contra el Càncer, Dieta Mediterrània...
- 30 capítols del programa de TV *La salut al cistell*, amb la presentació dels 39 mercats d'alimentació, emès a TV3 entre 2009 i 2010.

Sostenibilitat

- Tots els mercats han participat en la nova campanya de gestió de residus. El resultat és que el 47% de la brossa que es recull és brossa orgànica degudament separada.
- 400.000 bosses reutilitzables repartides a tots els mercats de la ciutat.

Congressos i educació

- S'han organitzat fins a quatre jornades de mercats amb la participació dels agents implicats.
- S'ha creat el Centre de Recursos del Mercats Municipals (CRM) amb la Diputació de Barcelona.
- S'ha dut a terme el 1r Estudi d'impacte econòmic dels mercats de Barcelona, que reflecteix la salut dels mercats:
 - 1.000 m € de facturació/any
 - 8.000 treballadors directes
 - 65.000.000 visites/any
 - 69% dels ciutadans compra al mercat
- S'han renovat els programes educatius per a nens i joves de 6 a 16 anys, www.menjodemercat.cat per al curs 2010-2011.
 - Alumnes participants:
 - 2007-2008: 1.266
 - 2008-2009: 2.060
 - 2009-2010: 2.562

Lideratge europeu i assessorament

Reconeixement del model Barcelona

- Membre del World Union Wholesale Markets (WUWM) des de 2008.
- Cooperació, intercanvis comercials i agermanaments en el marc de la xarxa Emporion de mercats d'excel·lència: Borough Market, Leicester, Torí, Budapest.
- Assessorament internacional als mercats de Medellín, Gaza, Melbourne, Moçambic, Corea, Bergen...

Projecte Med Emporion

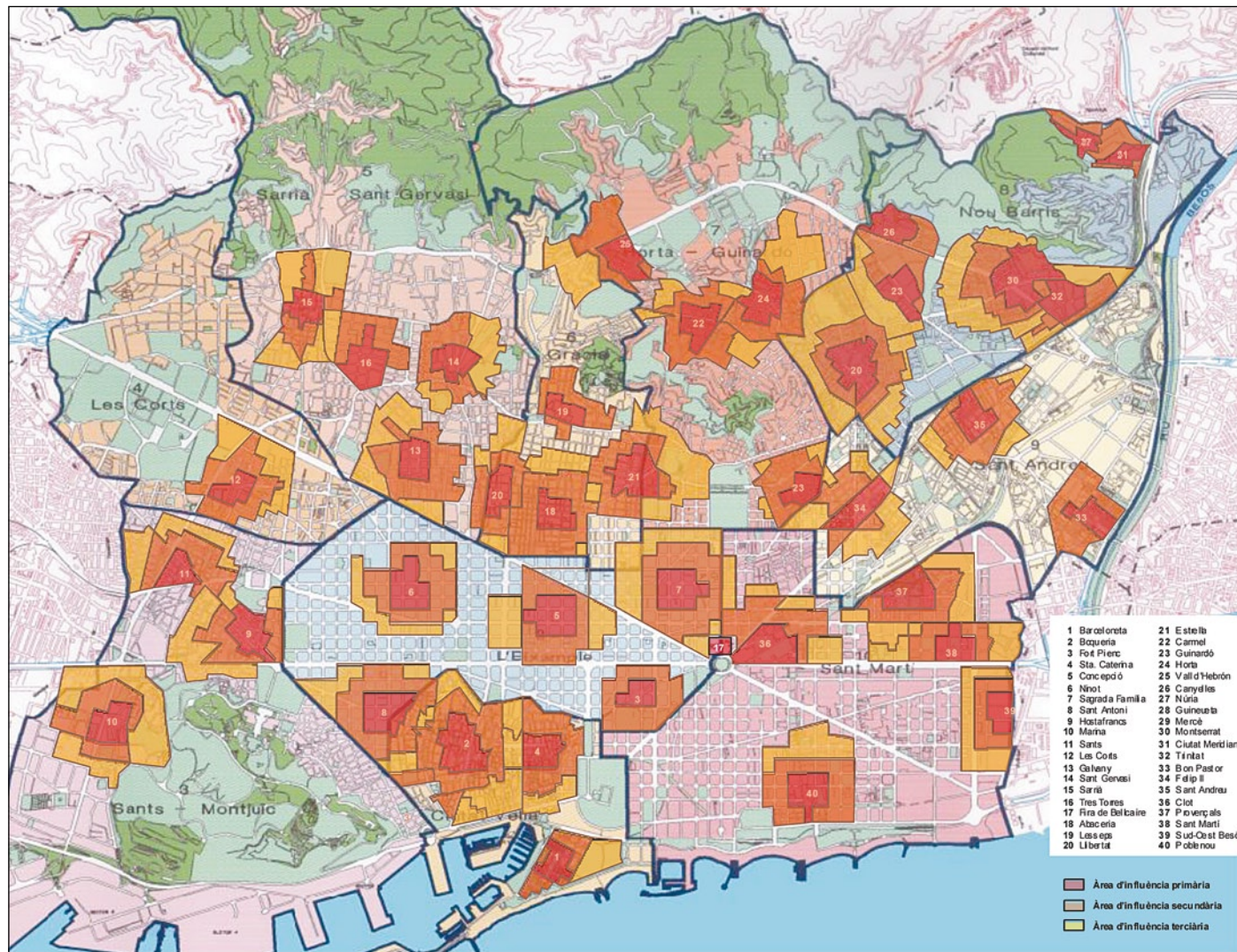
Lideratge de Barcelona en el projecte Med Emporion, finançat per la Unió Europea, amb Torí, Gènova i Marsella, per a la promoció dels mercats com a nuclis del desenvolupament econòmic, social i urbà, amb un pressupost d'1.652.000 €:

- Estudi dels mercats del Mediterrani
- Recull de bones pràctiques
- Projectes pilot
- Festival Mercat de Mercats

Actuacions exteriors i assessoraments

- Mercat de la plaça de Cuba de Mataró
- Mercats de Gavà
- Mercats de Viladecans
- Mercat de Manlleu
- Mercat Pere San (Sant Cugat del Vallès)
- Mercat d'Alcanar
- Mercat d'Olot
- Mercat d'Elx

Ubicació dels mercats municipals a Barcelona



8. EL COMERÇ ELECTRÒNIC

El comerç electrònic ha tornat a créixer l'any 2010, amb la millora de la situació econòmica global, després de la disminució que va experimentar l'any anterior com a conseqüència de la recessió de l'economia internacional, que va frenar la forta expansió que havia experimentat aquest canal comercial des de l'inici del mil·lenni. Així, als Estats Units —segons estadístiques del U.S. Census Bureau— el comerç electrònic al detall el 2010 va assolir un increment del 15,2% en el decurs de l'any, percentatge netament superior al de 2009 (1,4%), que va situar el B2C (*Business to Consumer*) en el 4,3% del valor total de les vendes al detall.

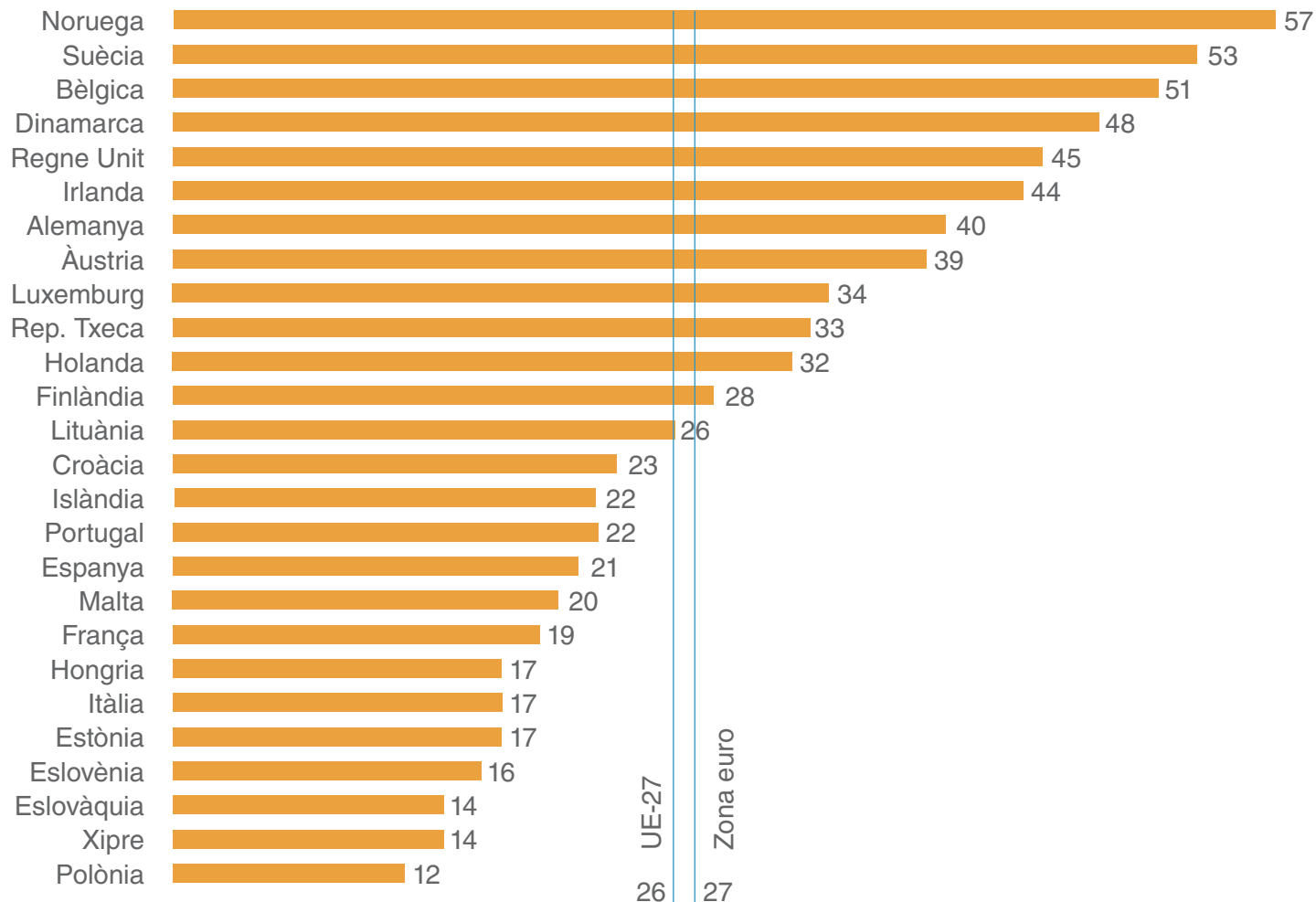
A la Unió Europea, el percentatge d'empreses que han comprat per Internet l'any 2010 (27%) augmenta tres punts percentuals respecte a l'assolit l'any 2009. Com és habitual, els països escandinaus i del centre d'Europa mostren percentatges d'ús de l'*e-commerce* clarament més elevats que la mitjana europea: Noruega ocupa la posició líder amb un 57% d'empreses que utilitzen aquest canal, seguida de Suècia (53%) i Bèlgica (51%), on també més de la meitat de les empreses compren per Internet. Els sis països que ocupen els primers llocs han augmentat els percentatges de compra entre 3 i 5 punts percentuals, i només Irlanda registra una caiguda de 5 punts.

D'altra banda, el 13% de les empreses de la Unió Europea va utilitzar canals electrònics per a la venda l'any 2010, registre un punt superior al de l'any anterior. Noruega torna a encapçalar la venda electrònica, amb més d'una tercera part d'empreses que venen per Internet (34%), seguida de Bèlgica i Dinamarca (26 i 25% respectivament). Aquests països mostren augments d'entre 5 i 6 punts percentuals respecte a l'any anterior en aquest indicador, mentre que els països que es troben propers a la mitjana europea creixen més moderadament.

En definitiva, el comerç electrònic a Europa l'any 2010 ha experimentat una recuperació moderada —amb un major creixement entre els països del nord, que continuen mostrant valors molt superiors a la mitjana de la UE-27—, si bé els percentatges d'ús mitjà d'aquesta eina per efectuar compres i vendes encara són inferiors —en 1 i 3 punts percentuals respectivament— als de 2008.

Pel que fa a Espanya, segons Eurostat l'any 2010 els percentatges d'empreses que compren i venen en línia queden per sota de les mitjanes respectives de la Unió Europea (en 6 i 1 punts percentuals respectivament) i de la zona euro (en 5 i 2 punts respectivament).

% d'empreses europees que han comprat per Internet al 2010

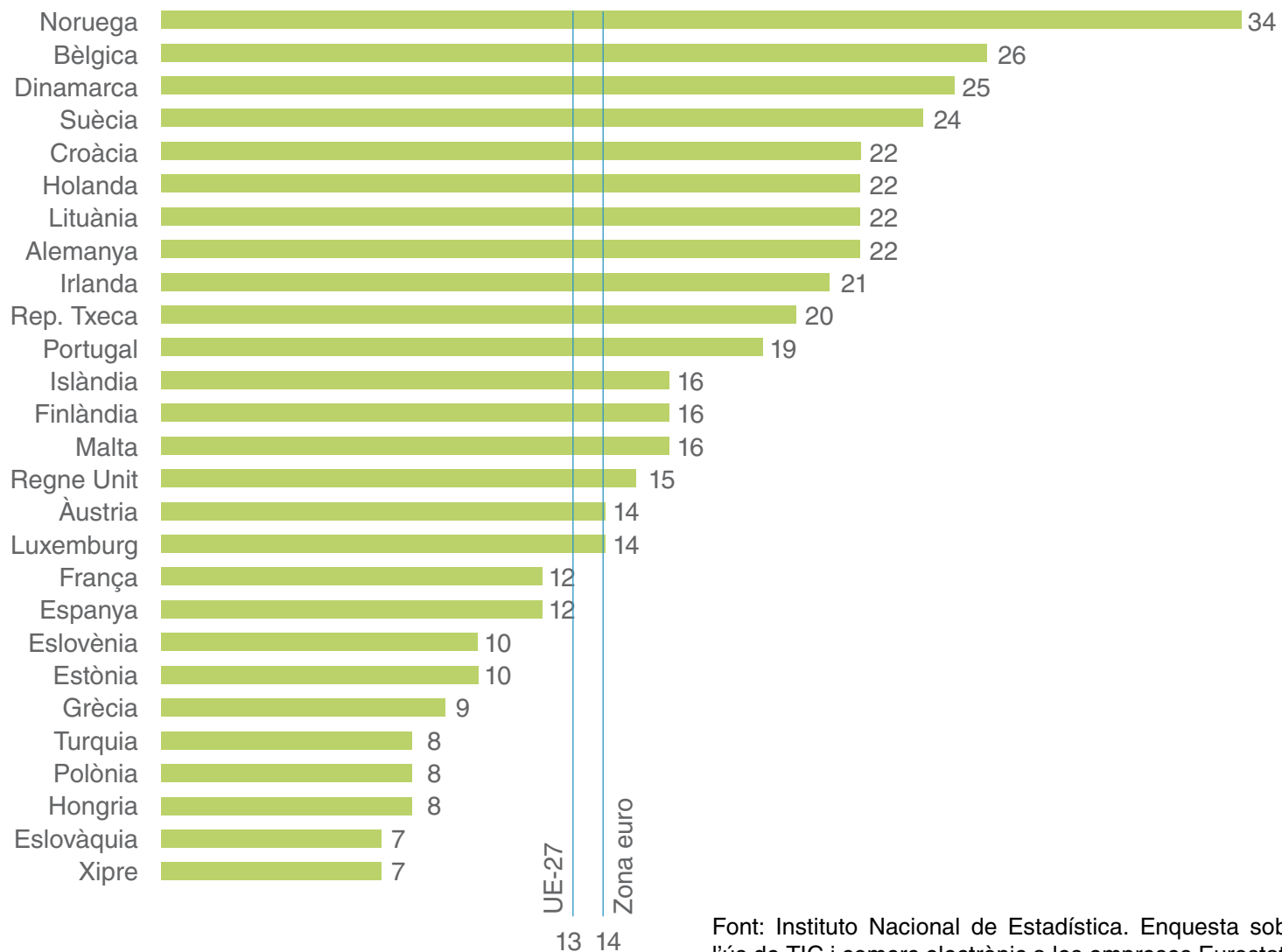


Totes les empreses, sense comptar el sector financer (10 persones ocupades o més).

Les empreses que han comprat en línia durant l'últim any (almenys 1%).

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

% d'empreses que venen per Internet i/o xarxes diferents d'internet. 2010



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

Espanya

Segons l'Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses de l'Institut Nacional d'Estadística, ⁽¹⁾ en el període 2010-2011 prop de la quarta part de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats (23,3%) han efectuat compres per comerç electrònic per un valor de 174.022,3 milions d'euros, el que representa un 15,6% de les compres totals i més de la tercera part (39,3%) 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* (27,4% del total, davant del 19,3% de la indústria i el 17,9% de la construcció) i registren també prop de tres cinquenes parts de la seva facturació (57,1%), mentre que la indústria en genera el 41,5% i la construcció, l'1,4%.

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 (53,5%) compren per Internet. A continuació destaquen les activitats professionals, científiques i tècniques, amb més de 3 de cada 10 empreses que utilitzen aquest canal de compra (34,2%), i el comerç a l'engròs i al detall i les activitats immobiliàries, amb més d'una quarta part de les empreses que fan adquisicions per via electrònica (27,7 i 26,5% respectivament). El sector del comerç és el que genera el major volum de compra —assoleix el 47,3% de la facturació— però, pel que fa al pes del comerç electrònic sobre el total de compres (17,8%), és superat pel d'informació i comunicacions (24,4%) i el sector TIC (26,1%), tots dos per sobre de la mitjana espanyola (15,6%). D'altra banda, en els sectors de comerç a l'engròs i al detall, activitats immobiliàries, altres activitats administratives i serveis auxiliars —entre els que es troben les agències de viatge—, i informació i comunicacions s'assoleixen els percentatges més alts de compres per aquest canal (49,3%, 35,7%, 32,9 i 31,1% respectivament) entre les empreses que en fan ús.

⁽¹⁾ Darrera dada oficial disponible

Pel que fa a les vendes, el 12,2% d'empreses utilitza el canal en línia, que a Espanya genera un volum de negoci de 167.936 milions d'euros i representa l'11,5% del total de vendes i prop de la tercera part de les vendes de les empreses que utilitzen el canal electrònic (32,4%), un pes inferior al que té sobre les compres (39,3%). Així, tant el nombre d'empreses que venen per comerç electrònic com el valor econòmic d'aquestes vendes és inferior al de les compres.

Per sectors econòmics, són de nou les empreses de serveis les que assoleixen un major percentatge d'ús d'aquest canal (16,2%), seguides de la indústria (11,6%) i la construcció (2,5%) però, en contrast amb el que succeeix en l'àmbit de les compres, la indústria concentra la major part (57%) de la facturació total de vendes en línia i registra un volum força superior al del sector terciari, que n'absorbeix el 42,4%. Com a resultat, el pes del comerç electrònic dins de les vendes del sector industrial (18%) gairebé duplica el del conjunt del terciari (9,5%).

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

Compres per comerç electrònic

Sector econòmic	% 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	19,3	72.131.898	19,2	37,5
Construcció	17,9	2.445.807	2,1	13,4
Serveis	27,4	99.444.613	15,9	42,8
Comerç a l'engròs, detall i reparació vehicles	27,7	82.370.601	17,8	49,3
Transport i emmagatzematge	18,7	2.864.328	5,0	18,4
Allotjament	20,4	167.780	3,1	12,0
Informació i comunicacions	53,5	9.719.801	24,4	31,1
Activitats immobiliàries	26,5	301.471	2,3	35,7
Activitats professionals, científiques i tècniques	34,2	1.090.816	4,5	14,1
Altres activitats administratives i serveis auxiliars	20,1	2.929.817	13,4	32,9
Total empreses	23,3	174.022.318	16,6	39,3

Vendes per comerç electrònic

Sector econòmic	% 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	11,6	95.790.534	18,0	39,8
Construcció	2,5	962.216	0,5	18,8
Serveis	16,2	71.183.222	9,5	26,1
Comerç a l'engròs, detall i reparació vehicles	14,4	45.897.028	10,1	27,9
Transport i emmagatzematge	10,0	9.440.340	10,4	31,9
Allotjament	76,6	3.395.533	24,5	28,0
Informació i comunicacions	18,9	4.535.926	6,2	10,7
Activitats immobiliàries	7,6	331.497	3,0	49,3
Activitats professionals, científiques i tècniques	10,2	963.162	1,9	20,3
Altres activ. admi. i serveis auxiliars (incl. agències viatges)	9,5	6.519.735	12,4	35,2
Total empreses	12,2	167.935.971	11,5	32,4

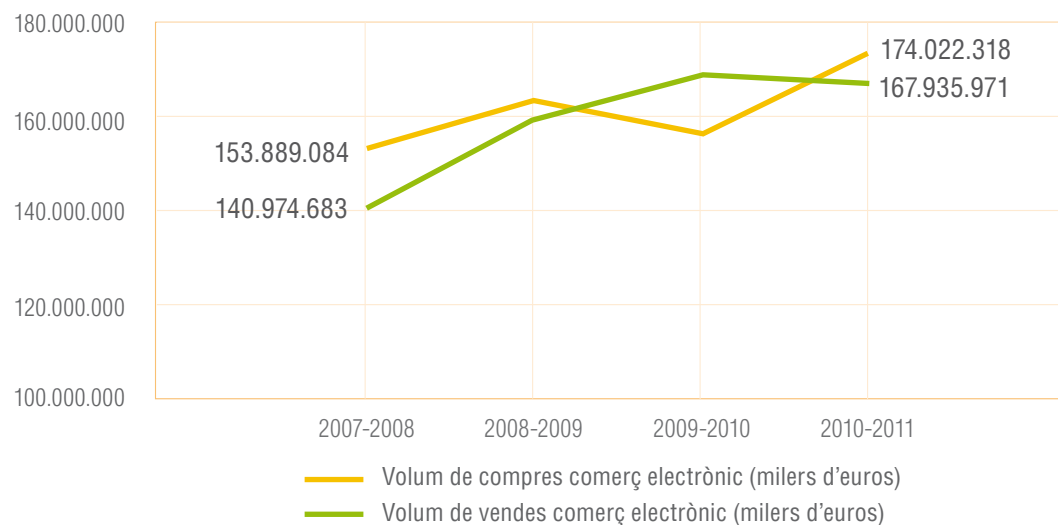
Font: Instituto Nacional de Estadística. Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses

* Empreses de més de 10 treballadors

En el sector serveis sobresurt amb claredat el percentatge d'empreses d'allotjament que venen per Internet (el 76,6%), que se situa molt per sobre de la mitjana del terciari (16,2%), i aquest mateix subsector efectua el 24,5% de les vendes per comerç electrònic, dada també força superior a la mitjana estatal (11,5%).

El comerç absorbeix prop de dues terceres parts (64,5%) de la facturació en línia dels serveis, tot i que el pes del comerç electrònic en les vendes (10,1%) es troba per sota de la mitjana de l'economia (11,5%). En canvi, les activitats immobiliàries i les altres activitats administratives i auxiliars —que inclouen les agències de viatges— són els únics sectors que superen el percentatge mitjà de vendes en línia sobre el total de les empreses que venen per comerç electrònic (amb un 49,3 i un 35,2% del total, respectivament).

Volum de compres i vendes de comerç electrònic a Espanya (milers d'euros)



Font: Instituto Nacional de Estadística. Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses
* Empreses de més de 10 treballadors

Així doncs, els resultats a Espanya l'any 2010 són menys favorables que a Europa, i es caracteritzen per l'estabilitat després de la clara progressió d'anys anteriors: es manté el pes del comerç electrònic sobre el total de compres i vendes, i també el percentatge d'empreses que compren per Internet, mentre que el de les que venen per Internet s'ha reduït moderadament (en 0,9 punts percentuals). Pel que fa al valor absolut de la facturació, l'import de les compres per aquest canal ha augmentat un 11,1%, però el de les vendes en línia disminueix lleugerament (-0,5%) l'any 2010, amb la qual cosa s'interromp el creixement continu experimentat des de 2007. Respecte a aquell any, les vendes a preus corrents han crescut un 19,1%, mentre que les compres ho han fet un 13,1%. Val a dir que el 2010 les compres tornen a ser superiors a la vendes, i es reprèn la pauta ja observada els anys 2007 i 2008.

Catalunya

Comerç electrònic de les empreses a Catalunya

El gener de 2010, més d'una quarta part (29,6%) de les empreses amb 10 o més assalariats de Catalunya compra per comerç electrònic, dada que supera en 5,5 punts percentuals la mitjana espanyola i en 2,6 punts el valor mitjà de la UE-27.⁽¹⁾

Comerç Electrònic a Catalunya 2009-2010

	Microempreses	Empreses amb 10 o més assalariats
Total empreses	449.050	29.366
Compres a través de comerç electrònic	12,9 %	29,6 %
Vendes a través de comerç electrònic	2,5 %	13,4 %

Font: Elaboració de l'Àrea d'Estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica a partir de FOBSIC i Idescat amb dades de l'INE

Per sectors d'activitat econòmica, la tercera part de les empreses de serveis (33%) i més d'una quarta part de les de la indústria i la construcció —el 25,9% i el 25,8%, respectivament— efectuen compres per comerç electrònic. També en les vendes electròniques el sector serveis presenta un percentatge d'empreses usuàries superior (un 16,3% del total), seguit de la indústria (13%) i —amb un registre molt més baix— la construcció (6%).

⁽¹⁾ Les dades de comerç electrònic a les empreses de Catalunya corresponen al període 2009-2010, ja que encara no han estat actualitzades amb la nova Enquesta sobre l'ús de TIC i comerç electrònic 2010-2011 publicada per l'INE.

Compres a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya 2009.
Segons el pes que representen les compres per comerç electrònic i sector d'activitat.

	Compres per comerç electrònic (milers d'euros)	Sobre les compres totals (%)	Sobre les compres d'empreses que han comprat per comerç electrònic (%)
Indústria	14.595.356	17,6	39,0
Construcció	1.706.221	6,9	15,1
Serveis	7.761.101	9,0	25,0
Total	24.062.678	12,4	30,1

Font: elaboració del Departament d'Estadística de l'Ajuntament a partir de dades de l'Idescat i FOBSIC.

La facturació total de les compres per Internet de les empreses de 10 o més assalariats de Catalunya ha estat de 24.062,7 milions d'euros el 2009, xifra que equival al 12,4% de les compres totals i al 30,1% de les compres de les empreses que fan adquisicions per aquest canal. La indústria concentra més de la meitat de les compres electròniques, amb 14.595,3 milions d'euros (el 60,7% del total), que representen el 17,6% de les compres totals del sector i més d'una tercera part (39%) de les compres de les empreses que fan compra electrònica, mentre que entre les empreses de serveis —amb 7.761 milions de compra per Internet— el valor d'aquests indicadors se situa en el 9 i el 25% respectivament. Finalment, la construcció presenta dades més moderades, amb 1.706,2 milions d'euros de compra electrònica, un 6,9% del total i un 15,1% entre les empreses que compren pel canal electrònic.

Vendes per comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya 2009.
Segons el pes que representen les compres per comerç electrònic i sector d'activitat.

	Vendes per comerç electrònic (milers d'euros)	Sobre les compres totals (%)	Sobre les compres d'empreses que han comprat per comerç electrònic (%)
Indústria	25.329.612	20,9	50,7
Construcció	2.722.946	7,0	19,8
Serveis	10.053.413	8,1	30,3
Total	38.105.971	13,4	39,3

Font: elaboració del Departament d'Estadística de l'Ajuntament a partir de dades de l'Idescat i FOBSIC.

Pel que fa a les vendes, la facturació supera la de les compres electròniques —tal com va succeir aquell mateix any a Espanya— i assoleix 38.107 milions d'euros. Per sectors, la indústria torna a liderar tant el volum de venda, amb 25.329,6 milions i un 66,5% del total facturat pels tres sectors, com el percentatge de vendes que s'efectuen per aquest canal (20,9%) i el pes que representen aquests tipus de vendes entre les de les empreses que venen per comerç electrònic (50,7%). Les empreses de serveis facturen 10.053,4 milions d'euros, xifra que representa el 8,1% de les vendes totals dels serveis i el 30,3% de les vendes de les empreses que utilitzen aquest canal. La construcció presenta novament els indicadors més discrets: ha venut 2.722,9 milions d'euros, quantitat que representa el 7% del total facturat pel sector i la cinquena part de les vendes d'empreses que venen per Internet (19,8%).

Comerç electrònic a Catalunya 2009-2010 Per sector d'activitat de l'empresa

	% empreses amb 10 o més assalariats		
	Sector d'activitat		
	Indústria	Construcció	Serveis
Compres per comerç electrònic	25,9	25,8	33,0
Vendes per comerç electrònic	13,0	6,0	16,3

Font: elaboració de l'Àrea d'estudis de la Direcció de Comunicació i Prospectiva Econòmica a partir FOBSIC i Idescat amb dades 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 treballadors, el percentatge d'ús d'aquest canal per comprar assoleix un remarcable 46,2%, dada que s'apropa al nivell d'ús de les empreses dels primers països del rànquing europeu. Més d'un terç de les empreses mitjanes de 50 a 249 treballadors (34,3%) i més de la quarta part de les de 10 a 49 treballadors (28,5%) fan també adquisicions per mitjans electrònics, mentre que entre les microempreses només un 12,9% utilitza la compra en línia.

El nombre d'empreses catalanes de 10 treballadors o més que venen per via electrònica —que assoleix el 13,4% del total— és força menor que el de les que compren, tal com succeeix a tots el territoris analitzats. El pes de les vendes en línia a Catalunya és 1,2 punts superior a la mitjana espanyola i 0,4 punts superior a les mitjanes de la UE-27, mentre que queda a 6 dècimes de la mitjana de la zona euro. També en el cas de la venda es fa palesa la correlació positiva entre la grandària de l'empresa i l'ús del comerç electrònic, i destaca el fet que més de la tercera part de les empreses amb més de 250 treballadors (36%) realitza vendes electròniques i assoleix nivells d'utilització similars als dels països europeus tecnològicament més evolucionats. Una cinquena part de les empreses de 50 a 249 treballadors (20,6%) i l'11,8% de les de 10 a 49 treballadors també fan ús d'aquest canal per vendre, mentre que entre les empreses de menys de 10 treballadors el percentatge es redueix al 2,5%.

Comerç electrònic a Catalunya 2008-2009

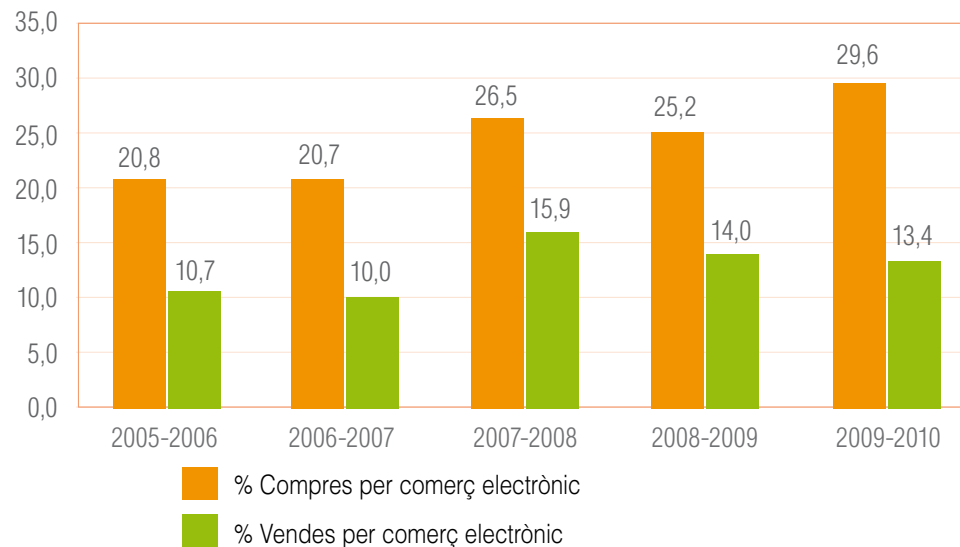
Per dimensió de l'empresa

	Dimensió de l'empresa				
	Microempreses	De 10 a 49 empleats	De 50 a 249 empleats	De 250 empleats o més	Empreses amb 10 o més assalariats
Total empreses	449.050	25.062	3.662	643	29.366
Compres per comerç electrònic (%)	12,9	28,5	34,3	46,2	29,6
Vendes per comerç electrònic (%)	2,5	11,8	20,6	36,0	13,4

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE.

Per al conjunt de les empreses, els percentatges de compra i venda per via electrònica disminueixen fins al 13,9 i el 3,3 % del total respectivament, a causa fonamentalment del fort pes de les microempreses a Catalunya que —com ha quedat palès— són les menys propenses a l'ús d'aquest canal.

Finalment, en l'evolució de l'ús del comerç electrònic per part de les empreses de més de 10 treballadors a Catalunya, es constata que el 2009-2010 representa un màxim històric en el percentatge d'empreses que compren per aquest canal, que resulta 8,8 punts percentuals superior al de l'any 2005. Per contra, el percentatge d'empreses que venen per Internet el 2010 és superat pels dels dos anys anteriors, tot i que des de l'any 2005 ha registrat un augment del 2,7%.

Compra i venda electrònica en empreses amb 10 assalariats o més a Catalunya

Font: FOBSIC i Idescat a partir de l'INE.

La compra per Internet a les llars

L'any 2010, 1.651.505 catalans —el 29,2% de la població de 16 a 74 anys— han comprat per Internet, la qual cosa representa un increment del 2,6% respecte a 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. 2010

		Persones que han comprat per Internet en els darrers 12 mesos	Pes s/ el total (en %)
Sexe	Home	883.863	53,5
	Dona	767.642	46,5
Edat	De 16 a 24	191.649	11,6
	De 25 a 44	1.037.207	62,8
	De 45 a 64	382.788	23,2
	De 65 a 74	39.861	2,4
Per nacionalitat	Espanyola	1.580.830	95,7
	Estrangera	70.675	4,3
Per nivell d'educació	Educació primària	101.419	6,1
	1a etapa d'educació secundària	268.303	16,2
	2a etapa d'educació secundària	339.889	20,6
	Formació professional superior	313.910	19,0
	Educació superior universitària	627.984	38,0
Per situació laboral	Ocupat/ada	1.248.671	75,6
	Treballador per compte aliè	1.081.832	65,5
	Treballador per compte propi	166.839	10,1
	No treballador	402.834	24,4
	Aturat/ada	177.891	10,8
	Estudiant	95.288	5,8
	Feines de la llar	41.143	2,5
	Pensionista	57.584	3,5
	Una altra situació laboral	30.928	1,9
CATALUNYA		1.651.505	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 continua encapçalant les compres per Internet (53,5%) i amplia la diferència amb el femení (46,5%) fins a 7 punts percentuals, fet que confirma —com ja va succeir el 2009— l'estroncament de la tendència a la reducció del diferencial entre sexes dels primers anys d'ús d'aquest canal. Per edats, la població entre 25 i 44 anys absorbeix el 62,8% de les compres. D'altra banda, els consumidors en línia són en gran majoria de nacionalitat espanyola (95,7%) i el percentatge d'estrangers (4,3%) ha disminuït 4,4 punts percentuals respecte a 2009.

Quant al nivell d'educació, la població amb estudis universitaris és la que més recorre a les compres en línia (38% del total). Les dades mostren també que més de tres quartes parts dels compradors tenen feina (75,6%), dels quals el 87% treballa per compte d'altri. Entre els no treballadors, el col·lectiu d'aturats guanya pes i passa a ser el que més compra per Internet (44,2% del total), seguit pels estudiants (23,7%). Els pensionistes o les persones que es dediquen a les feines de la llar assoleixen percentatges netament inferiors al seu pes poblacional.

Pel que fa al tipus de productes adquirits per Internet, els viatges i allotjaments de vacances són els més sol·licitats, amb un 55,2% dels compradors, seguits de les entrades per a espectacles (46,1%) i, en menor mesura, la roba i material esportiu i l'equipament electrònic (27,2 i 20,2% respectivament). Els productes amb menys requesta en línia són les accions, assegurances i altres serveis financers.

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos. Catalunya 2010

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	15,2	12,4	21,1	26,4	13,7	15,9	19,6
	Dona	18,3	7,7	15,7	28,1	6,6	6,7	6,1
Edat	De 16 a 24	8,8	8,3	22,0	32,7	21,7	10,3	18,4
	De 25 a 44	19,5	11,7	18,9	30,5	11,8	11,5	12,2
	De 45 a 64	12,9	8,1	18,2	16,7	0,9	4,7	5,6
	De 65 a 74	17,0	0,0	0,0	15,5	0,0	10,9	0,0
Per nivell d'educació	Educació primària	13,0	11,0	17,1	28,7	7,4	13,6	2,9
	1a etapa d'educació secundària	15,0	18,1	16,7	25,3	16,3	14,2	17,9
	2a etapa d'educació secundària	9,3	10,4	14,4	26,6	12,2	11,3	9,5
	Formació professional superior	22,1	1,4	7,3	32,8	4,8	8,3	18,8
	Educació superior universitària	19,2	11,0	27,6	25,3	10,4	12,0	12,4
Per situació laboral	Ocupat/ada	16,2	10,1	19,2	27,8	9,2	11,6	13,8
	T treballador per compte aliè	14,3	10,9	20,1	28,1	10,3	12,1	14,6
	No treballador	18,1	10,4	16,8	25,2	14,3	11,6	11,8
	A aturat/ada	18,3	2,4	15,0	26,0	9,6	6,5	14,9
	E estudiant	21,6	34,7	20,7	44,0	37,8	29,3	18,8
	F feines de la llar	5,8	10,9	33,4	5,8	10,9	0,0	0,0
	P pensionista	30,2	0,0	5,6	10,7	0,0	12,5	5,6
	A altra situació laboral	0,0	0,0	13,2	15,7	0,0	0,0	0,0
Catalunya		16,7	10,2	18,6	27,2	10,5	11,6	13,3

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	23,8	4,2	50,7	13,7	40,9	13,3
	Dona	16,1	4,7	60,3	17,2	52,0	13,3
Edat	De 16 a 24	8,8	2,1	53,2	2,1	39,0	9,0
	De 25 a 44	21,7	5,5	57,1	18,0	48,0	12,2
	De 45 a 64	8,2	1,2	20,2	6,0	17,6	18,3
	De 65 a 74	15,1	0,0	19,7	0,0	14,6	13,4
Per nivell d'educació	Educació primària	9,9	6,7	15,5	11,4	18,1	13,2
	1a etapa d'educació secundària	13,3	5,7	32,0	18,5	30,8	17,0
	2a etapa d'educació secundària	18,6	3,3	57,8	13,7	53,4	9,0
	Formació professional superior	26,1	5,0	59,3	14,5	40,6	12,9
	Educació superior universitària	22,7	3,8	68,0	15,8	55,8	14,1
Per situació laboral	Ocupat/ada	19,9	4,7	60,0	17,8	47,7	14,1
	T treballador per compte aliè	20,8	4,8	59,5	16,9	46,0	13,1
	No treballador	21,0	3,6	40,2	7,6	41,1	10,7
	A aturat/ada	29,7	2,2	38,7	14,4	53,6	12,1
	E estudiant	4,6	8,6	59,4	0,0	39,4	12,8
	F feines de la llar	30,3	0,0	51,9	0,0	50,7	10,5
	P pensionista	19,1	3,9	14,6	8,7	9,7	4,3
	A altra situació laboral	13,2	0,0	21,7	0,0	19,8	8,2
Catalunya		20,2	4,4	55,2	15,3	46,1	13,3

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.

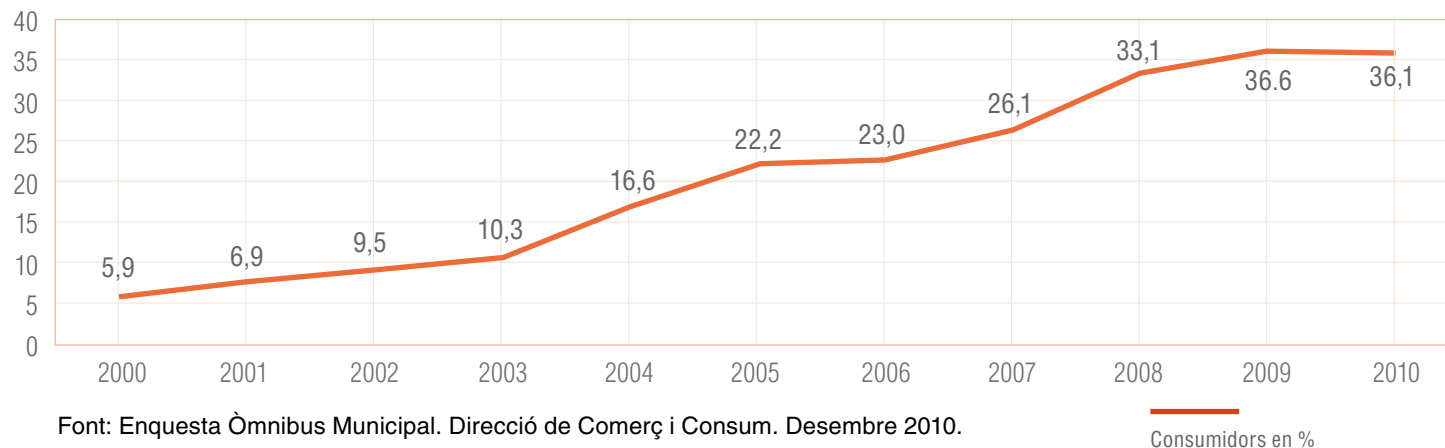
Respecte a 2009 destaca l'increment de compradors d'entrades d'espectacles —que augmenten en 10 punts percentuals—, així com de roba i material esportiu (+7%) mentre que, per contra, disminueixen la compra d'accions i valors (-2,4%) i més lleugerament els jocs i videojocs i el programari d'ordinador (-0,9%).

El percentatge d'adquirents masculí supera clarament el femení en material informàtic, equipament electrònic, programari d'ordinador, jocs d'ordinador i videoconsoles, llibres i revistes, i vídeos i música. En canvi, el col·lectiu femení supera amb escreix el masculí en l'adquisició de viatges i allotjament de vacances, compra d'entrades per a espectacles, compres de productes alimentaris i, més moderadament, en roba i material esportiu. Per situació laboral, en el sector dels ocupats predominen les compres de viatges i allotjaments (60%) i entrades d'espectacles (47,7%), i aquests són també els productes més demandats pels no treballadors, però en sentit invers —entrades d'espectacles, 41,1%, i viatges i allotjaments, 40,2%. D'altra banda, destaca l'alt percentatge d'estudiants que, a més dels viatges (59,4%), compra roba o material esportiu (44%), jocs d'ordinador (37,8%) i vídeos i música (34,7%). Les persones que es dediquen a les feines de la llar concentren també les seves compres electròniques en productes vinculats al lleure, com són els viatges i allotjament (51,9%) i les entrades a espectacles (50,7%), mentre que en el segment dels pensionistes els productes per a la llar són els més sol·licitats (amb un 30,2% d'usuaris).

Barcelona

Segons dades de l'Òmnibus Municipal de desembre de 2010, el 41,4% dels barcelonins ha adquirit productes per Internet, xifra que suposa un augment de 5,3 punts respecte a l'any anterior i el màxim en un mes de desembre des de l'inici de la sèrie l'any 2000, després d'una etapa de tendència ascendent només frenada el 2009 per la recessió. A diferència del que mostren les dades de Catalunya, a Barcelona la proporció d'homes i dones que usen aquest canal per comprar ja és pràcticament idèntica —els homes representen el 50,2%— i, tal com ja succeïa en anys anteriors, la franja de persones usuàries d'edats compreses entre els 25 i els 44 anys supera el 60% del total, mentre que la compra per Internet és especialment reduïda en el segment de persones de nivell socioeconòmic baix (14,7%).

Evolució de la compra per Internet a Barcelona, 2010



Tot i la notable dada de participació en el comerç electrònic, el seu ús és encara poc intens, ja que el 62,3% dels enquestats compra per Internet de manera ocasional, mentre que els que ho fan setmanalment només representen el 4,4% del total. Amb tot, entre 2005 i 2010 la compra ocasional ha disminuït un 11,6% en favor de freqüències més intensives.

Evolució de la freqüència de compra per internet a Barcelona (2005-2010)

(%)	2005	2010	Variación 05-10
Setmanalment	3,0	4,4	1,4
Cada dues setmanes	1,7	4,5	2,8
Mensualment	13,5	17,8	4,3
Cada dos mesos	7,4	11,1	3,7
Ocasionalment	73,9	62,3	-11,6

Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum (Ajuntament de Barcelona).

Per productes, els viatges continuen erigint-se un any més com el producte més sol·licitat, amb més de 3 de cada 10 compradors en línia (34%), si bé la informàtica i la telefonia (27%), la roba i el calçat (19,8%) i els aliments (12,8%) són altres productes àmpliament sol·licitats a la xarxa. Respecte a l'any 2005 destaca especialment el creixement experimentat en el percentatge d'usuaris que compren roba i calçat (+12,4%).

Productes o serveis adquirits per internet a Barcelona (2005-2010)

(%)	2005	2010	Variación 05-10
Aliments	13,0	12,8	-0,2
Altres productes quotidians	3,5	6,7	3,2
Roba, calçat	7,4	19,8	12,4
Parament de la llar	3,5	2,9	-0,6
Llibres	13,5	12,6	-0,9
Viatges	36,5	34,0	-2,5
Música	10,4	8,2	-2,2
Entrades espectacles	9,6	11,4	1,8
Altres lleure	9,6	-	-
Informàtica i telefonia	23,0	27,0	4,0
Altres	3,0	4,4	1,4

Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum (Ajuntament de Barcelona).

9. BARCELONA CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

L'any 2010 és l'any de la recuperació del *shopping* internacional i, per tant, el de la consolidació definitiva de Barcelona com a ciutat de *shopping*.

Com va passar el 2009, l'any presenta dues etapes prou diferenciades: en el primer semestre, el creixement ha estat moderat, però en el segon semestre, el del turisme vacacional, el creixement ha passat a ésser de dos dígit, amb el 2 a les desenes. A més del creixement, la participació dels turistes i visitants estrangers en el total de la despesa ha anat augmentant en el transcurs de l'any fins arribar a una mitjana del 33,85% (l'any anterior havia estat del 32,92%). El mes amb una participació més gran ha estat el desembre, amb un 38,42%, la qual cosa indica que el turisme de *shopping* és molt significatiu i que la campanya «Christmas Shopping» és efectiva. El mes amb un valor absolut més elevat ha estat el d'agost, en el qual, a més, s'ha aconseguit una participació del 34,90% i un creixement del 25,30%.

En definitiva, en el primer semestre, el creixement ha estat del 9,22%, i en el segon, del 24,64%. El resultat final de l'any ha suposat un creixement del 17,70% i una xifra de vendes, amb les targetes de crèdit internacionals com a indicador, de 542.651.403 euros. L'adaptació, en relació amb els preus de l'oferta i la demanda, així com l'entorn urbà són components que sedueixen els turistes i visitants estrangers a l'hora de fer *shopping* a la ciutat i, molt específicament, al Shopping Line de Barcelona, únic al món pel seu tot comercial i per la barreja positiva de cultura, arquitectura, comerç, gastronomia i serveis.

La despesa realitzada a Barcelona per part dels turistes i visitants estrangers, calculada amb l'indicador de la targeta de crèdit, continua doblant la de la capital de l'Estat, malgrat els esforços publicitaris i de tot tipus que fan per guanyar participació en el mercat. Sempre hem assenyalat la importància dels vols intercontinentals a l'hora d'atraure tant els turistes d'Amèrica com els dels altres continents, en una etapa en què Europa pateix una situació econòmica complexa, en la qual el deute sobirà creix per damunt del que es considera adient i, per tant, els seus ciutadans, que representen més del 70% dels nostres visitants, han de reconsiderar les seves destinacions turístiques.

Espanya - compres per província

Província	Import Oper.	% sobre total	% incre. any anterior	Nre. Oper.	% Sobre total	% incre. any anterior
Barcelona	1.602.959.206,83	24,32	14,47	23.852.753	29,23	14,81
Madrid	801.070.114,76	12,15	19,86	9.288.971	11,38	16,40
Girona	679.852.976,30	10,31	10,60	9.362.174	11,47	10,91
Illes Balears	600.246.176,70	9,11	5,26	5.233.197	6,41	2,98
Màlaga	494.964.531,90	7,51	3,08	4.699.770	5,76	10,94
Alacant	366.059.496,87	5,55	3,80	4.141.286	5,07	11,67
Gran Canària	246.595.642,01	3,74	21,36	2.364.897	2,90	21,75
Tenerife	237.429.893,51	3,60	13,06	2.149.760	2,63	13,23
Guipúscoa	165.423.907,62	2,51	8,10	2.177.497	2,67	4,33
Tarragona	150.255.448,39	2,28	15,87	1.920.511	2,35	17,34
València	139.532.722,91	2,12	19,45	1.717.094	2,10	18,71
Lleida	137.527.136,58	2,09	1,12	1.715.727	2,10	-4,41
Càdis	96.855.249,11	1,47	4,04	1.055.741	1,29	11,73
Sevilla	81.415.506,40	1,24	8,72	1.023.272	1,25	12,68
Múrcia	61.974.606,51	0,94	-9,16	737.582	0,90	3,18
Granada	55.232.937,54	0,84	12,63	713.494	0,87	13,76
Biscaia	41.599.588,26	0,63	1,46	472.242	0,58	-6,05
Castelló	39.805.658,61	0,60	10,78	545.677	0,67	9,56
Almeria	33.198.123,90	0,50	-9,05	400.591	0,49	0,78
Navarra	32.833.758,87	0,50	-0,46	532.080	0,65	-5,23
Total 20 primers	6.064.832.683,58	92,01	10,94	74.104.316	90,80	11,97
Total	6.591.828.939,35	100,00	11,98	81.609.626	100,00	12,04

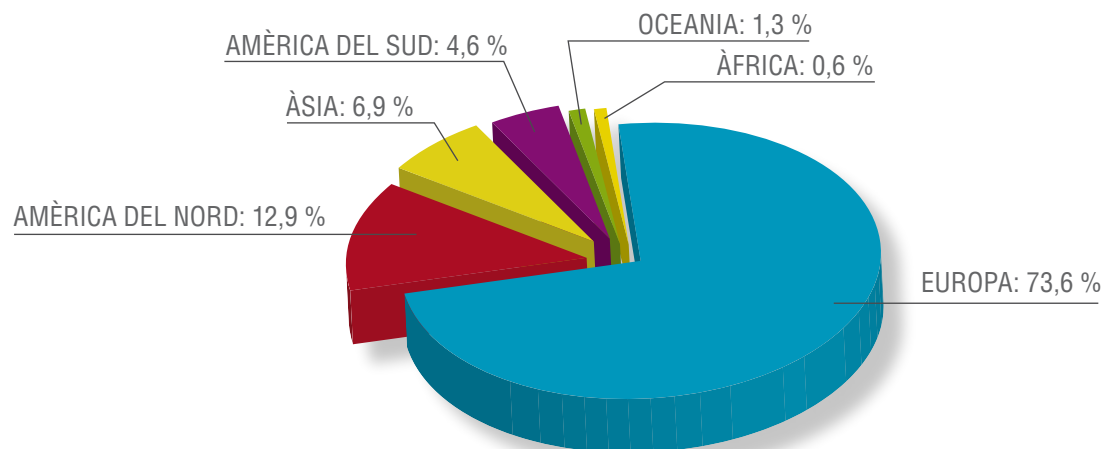
Font: totes les taules són d'elaboració pròpia a partir de dades de despesa internacional amb targetes de crèdit Visa i Mastercard facilitades per Caixa Catalunya. No inclou les targetes canalitzades a través del grup 4B.

Barcelona - compres per països

País	Import Oper.	% Sobre total	% incre. any anterior	Nre. Oper.	% Sobre total	% incre. any anterior
França	311.134.393,63	19,41	13,25	8.188.086	34,33	12,63
Estats Units	149.141.234,72	9,30	21,08	1.959.407	8,21	12,17
Itàlia	145.489.395,34	9,08	16,91	1.492.553	6,26	18,65
Regne Unit	126.369.390,51	7,88	-13,09	1.365.811	5,73	-4,14
Alemanya	96.183.176,47	6,00	-10,17	1.286.579	5,39	1,52
Holanda	70.866.013,44	4,42	29,45	1.051.297	4,41	15,45
Rússia	58.627.964,02	3,66	66,56	521.130	2,18	75,81
Suïssa	49.872.206,68	3,11	9,93	507.516	2,13	12,83
Bèlgica	45.187.145,54	2,82	20,08	700.613	2,94	12,17
Brasil	36.011.317,94	2,25	55,63	490.845	2,06	43,05
Portugal	32.752.411,47	2,04	-15,21	480.727	2,02	2,78
Suècia	32.504.567,05	2,03	38,00	498.856	2,09	50,88
Noruega	28.850.967,44	1,80	37,87	343.771	1,44	45,33
Andorra	28.608.267,90	1,78	2,62	476.772	2,00	3,14
Canadà	27.988.389,74	1,75	31,07	332.561	1,39	23,50
Dinamarca	26.633.816,29	1,66	24,38	411.051	1,72	33,41
Japó	22.643.891,77	1,41	24,67	213.370	0,89	22,98
Àustria	19.646.414,91	1,23	-3,99	194.839	0,82	12,46
Austràlia	18.816.094,57	1,17	40,15	202.775	0,85	40,41
Mèxic	18.242.864,93	1,14	18,76	278.792	1,17	11,94
Irlanda	15.198.554,24	0,95	-11,92	149.321	0,63	0,16
Finlàndia	13.642.856,30	0,85	6,20	214.744	0,90	26,70
Turquia	12.263.809,01	0,77	46,23	143.037	0,60	51,40
Israel	11.848.174,04	0,74	35,51	136.637	0,57	30,39
Xina	11.075.660,10	0,69	56,68	62.476	0,26	38,20
Polònia	10.156.378,47	0,63	5,14	144.993	0,61	23,17
Grècia	10.082.151,62	0,63	5,12	68.081	0,29	4,76
Argentina	9.515.747,24	0,59	46,73	150.538	0,63	32,60
Romania	8.971.797,15	0,56	15,29	102.177	0,43	9,55
Veneçuela	7.659.088,25	0,48	-16,15	148.540	0,62	-16,30
Total 30 primers	1.455.984.140,78	90,83	12,96	22.317.895	93,57	14,24
Total	1.602.959.206,83	100,00	14,47	23.852.753	100,00	14,81

En definitiva, l'Europa comunitària és important per a la destinació Barcelona, però també cal aconseguir —i aquest ha estat l'objectiu del 2010— que altres nacionalitats de diferents continents es desplacin i facin *shopping* en el territori català, i òbviament a la ciutat de Barcelona i en el seu Shopping Line, sense deixar de banda la importància dels barris, amb els corresponents eixos comercials, els quals identifiquen la nostra ciutat i la diferencien d'altres ciutats del món.

Despesa del turisme internacional. Barcelona 2010



Ho dèiem l'any 2009, però cal enfortir-ho en el 2010: per ésser competitiu, per tenir capacitat d'atracció de la demanda internacional, per seduir-la i fer que les seves rendes es canalitzin cap a les botigues, cal introduir cada vegada més una millor prestació de serveis en els diferents camps d'actuació, és a dir, tant en la informació com en la promoció i, òbviament, en la mateixa prestació de serveis. La informació és prou important, tant a la ciutat mateixa com a la xarxa; la promoció es fa imprescindible en un mercat tan competitiu com és l'actual, en què les grans capitals del món competeixen per atraure rendes que ajudin a rendibilitzar l'oferta terciària de la ciutat i, en definitiva, els preus competitiu són claus per aconseguir el posicionament. Alhora, cal que els serveis que s'ofereixen ens permetin diferenciar-nos dels competidors.

Distribució de les compres per mesos i tipus de comerç

	Comerç especialitzat			Grans operadors			Total comerç			Total Barcelona	Incre.
	Import Oper.	%	Incre.	Import Oper.	%	Incre.	Import Oper.	%	Incre.		
Gener	22.310.824,67	76,28	1,68	6.938.883,10	23,72	-6,65	29.249.707,77	35,30	-0,43	82.870542,85	6,74
Febrer	21.518.216,43	75,71	9,85	6.904.185,33	24,29	0,22	28.422.401,76	29,73	7,35	95.609.465,67	19,53
Març	25.736.357,28	75,40	9,82	8.394.770,81	24,60	8,20	34.131.128,09	30,91	9,41	110.418.245,65	21,67
Abril	31.742.606,66	76,94	10,03	9.511.729,37	23,06	2,21	41.254.336,03	31,16	8,12	132.406.473,34	17,94
Maig	37.578.235,46	77,15	14,30	11.126.803,87	22,85	8,38	48.705.039,33	33,21	12,90	146.673.127,29	16,56
Juny	34.107.179,18	76,31	16,51	10.589.477,28	23,69	8,80	44.696.656,46	31,56	14,59	141.622.597,74	16,46
Juliol	45.582.781,98	74,44	20,32	15.654.875,27	25,56	12,30	61.237.657,25	33,25	18,17	184.162.953,02	21,94
Agost	48.395.519,68	74,11	28,19	16.905.709,88	25,89	17,70	65.301.229,56	34,90	25,30	187.098.482,84	11,39
Setembre	41.086.754,40	75,98	21,51	12.987.579,65	24,02	20,51	54.074.334,05	35,30	22,94	153.178.590,55	4,26
Octubre	41.626.830,78	76,59	26,75	12.720.603,37	23,41	33,52	54.347.434,15	36,51	29,83	148.857.372,14	5,44
Novembre	33.518.413,40	75,49	25,35	10.883.419,89	24,51	32,92	44.401.833,29	35,75	27,12	124.197.132,12	15,98
Desembre	26.953.620,77	73,18	25,55	9.876.024,13	26,82	31,68	36.829.644,90	38,42	27,14	95.864.223,62	22,79
Totals	410.157.340,69	75,58	18,77	132.494.061,95	24,42	15,33	542.651.402,64	33,85	17,70	1.602.959.206,83	14,47

Despesa per part de turistes internacionals amb targeta Visa i Mastercard Global 2010

	1r Trim.	2n Trim.	3r Trim.	4t Trim.	Total 2010	Total 2009	% Ince. 10/09
Comerç	91.803.238	134.656.032	180.613.221	135.578.912	542.651.403	461.031.475	17,70
Restauració	28.934.245	44.168.932	54.241.876	38.142.385	165.487.438	142.868.556	15,83
Hotels	70.041.172	114.050.212	139.346.804	92.035.913	415.474.102	344.963.709	20,44
Transport/automoció	57.017.548	80.439.852	99.787.833	63.740.911	300.986.143	178.962.275	68,18
Oci/cultura	13.324.293	17.481.645	20.424.154	16.034.450	67.264.542	53.052.925	26,79
Serveis	17.911.970	25.039.106	24.651.987	18.614.881	85.817.943	200.641.936	-57,23
Altres	9.865.789	4.866.419	5.374.152	5.171.276	25.277.635	18.816.584	34,34
Total 2010	288.898.254	420.702.198	524.440.026	368.918.728	1.602.959.207	-	-
Total 2009	248.376.592	359.705.019	465.916.855	326.338.993	-	1.400.337.459	14,47
Ince. 10/09 (%)	16,31	16,96	12,56	13,05	14,47		
Participació s/ total 10 (%)	18,02	26,25	32,72	23,01	100,00		

	1r Semestre	2n Semestre	Total 2010
Comerç	226.459.269	316.192.133	542.651.403
Restauració	73.103.177	92.384.261	165.487.438
Hotels	184.091.385	231.382.717	415.474.102
Transport/automoció	137.457.400	163.528.743	300.986.143
Oci/cultura	30.805.938	36.458.604	67.264.542
Serveis	42.951.076	42.866.868	85.817.943
Altres	14.732.208	10.545.427	25.277.635
Total 2010	709.600.453	893.358.754	1.602.959.207
Total 2009	608.081.611	792.255.848	1.400.337.459
Ince. 10/09 (%)	16,69	12,76	14,47
Participació s/total 10 (%)	44,27	55,73	100,00

El 2010 hem introduït canvis prou significatius en el web i hem optat per produir i realitzar un web propi del Barcelona Shopping Line (BSL) amb dues finalitats: per un cantó, potenciar la marca Barcelona Shopping Line, d'aquí el *minisite* propi dins del web de Turisme de Barcelona, amb la qual cosa enfortim la notorietat de l'apartat compres explicitant les característiques diferenciadores de Barcelona com a ciutat de *shopping* internacional i, per altre, potenciar al mateix temps el conjunt de botigues, centres comercials i eixos comercials que formen part del col·lectiu del Barcelona Shopping Line. L'any passat vàrem introduir el cercador de marques i, aquesta

vegada, el cercador forma part del nou web, el qual tenim intenció de fer actiu. Així, volem notificar i informar sobre les activitats promocionals de les botigues i altres operadors comercials, com també posicionar el web a la xarxa, a escala europea i en la resta de continents —amb especial atenció als països emergents—, on els països BRIC tenen un paper destacat. Cal dir que el nou web s'ha confeccionat en vuit idiomes per tal d'aconseguir l'objectiu abans explicitat. També, amb el fi d'aconseguir que els barris captin demanda de *shopping*, s'ha confeccionat el vídeo dels eixos comercials de Barcelona, el qual s'ha inserit al nou web, i esperem que gràcies a aquest instrument es potenciïn els eixos comercials que caracteritzen la nostra ciutat.

En relació amb la informació que cal transmetre com a novetat, l'hem realitzada a través d'anuncis en revistes de companyies aèries, a través del magazine de Vueling, però també amb l'edició de fullets informatius amb relació als guanyadors del Concurs TOP 10, durant els darrers vuit anys. L'objectiu és donar a conèixer aquells instruments que ens diferencien: Barcelona és una ciutat de botigues, on el tot comercial hi té un paper clau i en què els aparadors donen llum i color i, a més, decoren la ciutat. Per tant, cal que els turistes coneguin noves rutes per visitar les botigues que destaquen pels aparadors i ens ajudin a la seva projecció internacional.

Els creueristes continuen sent la joia de la corona quant a *shopping* i, per tant, el fullet del BSL s'ha fet arribar a les terminals de creuers. Se n'han preparat edicions especials en diferents idiomes per tal que els creueristes de diferents continents tinguin un coneixement en destinació de l'oferta comercial de la ciutat. El fet de disposar d'un equip de persones que informin i distribueixin el material informatiu es fa imprescindible, però a la vegada suposa un cost important que assumeix Turisme de Barcelona.

En relació amb la campanya «Christmas Shopping in Barcelona», hem optat per repetir la campanya del darrer any amb la col·laboració i participació del Gremi d'Hotels de Barcelona. Les dates escollides han estat del 20 de novembre al 20 de desembre, és a dir, un mes de promoció en l'etapa vall de recepció de turisme internacional.

La campanya ha consistit a lliurar als clients dels hotels de cinc, quatre i tres estrelles un sobre amb una carta de benvinguda i el fullet del BSL amb la targeta Christmas Shopping Card, que permet gaudir d'un tracte especial a les botigues i centres comercials membres del Barcelona Shopping Line. Com a novetat, s'hi ha inclòs un llistat amb els tractes especials que les botigues i centres comercials ofereixen a qui presenta la targeta.

A més, per estimular el desplaçament a la nostra ciutat, durant l'etapa del 20 de novembre al 20 de desembre s'ha col·locat al web de Turisme de Barcelona un baner que ofereix com a estímul el fet de poder aconseguir un 2x1. L'objectiu és motivar el desplaçament i la reserva hotelera, i venir acompanyat per gaudir de l'oferta de la campanya «Christmas Shopping»: rebre un tracte especial a les botigues i, a més, la possibilitat d'adquirir diferents productes comercialitzats per Turisme de Barcelona en què es regala la segona unitat (Bus Turístic, Walking Tours, etc.). En relació amb la campanya 2x1 per promoure que a Barcelona es vingui acompanyat, pensem que és un bon instrument per captar demanda en temporades baixes, però sobretot en moments en què cal estimular el *shopping* internacional.

El 2010, el nombre de membres i establiments, malgrat la crisi de la demanda interna, s'ha mantingut. Cal tenir en compte que, a més de les 167 botigues integrades i ubicades en l'eix de 5 km, és a dir, el Shopping Line de Barcelona, formen part de l'oficina del Barcelona Shopping Line cinc grans magatzems, vuit centres comercials i quinze eixos comercials integrats en la Fundació Barcelona Comerç. El nostre objectiu és posicionar la marca Barcelona Shopping Line en tots aquells col·lectius comercials amb capacitat d'atracció de demanda turística. En definitiva, la participació del Barcelona Shopping Line per captar la demanda de *shopping* s'ha mantingut a l'entorn del 84%.

Les eines de comunicació per arribar als turistes que gaudeixen de la ciutat, en l'apartat del *shopping*, han estat els fullets informatius, les revistes guia, a les quals s'ha afegit el Shopping Map retractilat, i els *packs* contenidors que incorporen el fullet del BSL, juntament amb altres informacions de centres comercials i grans magatzems integrats en el BSL.

Dels primers elements, se n'han repartit prop de 900.000 exemplars en diferents edicions en català, castellà, anglès i francès i, posteriorment, en alemany, italià, rus i neerlandès. Quant als *packs* contenidors, que preferentment han anat destinats a les cabines ubicades al moll de Barcelona amb l'objectiu de fer-los arribar als creueristes, aquest any 2010 se n'han repartit prop de 35.000 exemplars.

Amb l'objectiu de millorar la prestació de serveis als turistes i visitants extracomunitaris, a finals de l'any 2009 es va signar amb l'empresa Global Refund, avui Global Blue, un conveni de col·laboració per tal d'efectuar el reemborsament de xecs *tax free* a les nostres oficines de la plaça de Catalunya. Aquest servei era la primera vegada que s'utilitzava a l'Estat espanyol, i també el primer cop que es feia servir a Europa en una oficina d'informació turística. Els resultats han estat molt positius, i el nombre de turistes estrangers que ha gaudit d'aquest servei ha estat de 1.159, provinents de 59 estats diferents. El nombre de xecs bescanviats ha estat de 2.135 i hi han participat un total de 136 botigues. En relació amb les compres realitzades, han arribat a un import de 844.389,61 euros i s'han retornat un total de 86.888,71 euros.

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**