

2011

El Comerç a Barcelona



Síntesi	9
El sector terciari a Barcelona	11
El comerç a Barcelona	16
1. Ocupació al comerç 2011	17
Anàlisi per branques	20
2. Facturació i PIB	23
3. Centres de cotització del comerç 2011	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
Grau de satisfacció	48
L'atenció segons el tipus de comerç	50
Valoració de diferents aspectes comercials	51
Obertura de comerços en diumenge	52
Hàbits de compra	53
Zones comercials	60
Compra per internet	65
5.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial de Barcelona	68
Les característiques	68
Associacionisme	70
El local	72

Els serveis	74
Els horaris i les vendes	77
El personal	79
Opinió sobre la conjuntura	85
Perspectives de futur	86
5.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració	89
Característiques dels establiments	90
Associacionisme	92
El local	93
Informatització	94
El volum d'activitat i els horaris	95
Els serveis	96
El personal	97
Opinió sobre la marxa del negoci i la conjuntura	99
6. Promoció del comerç	103
6.1. Premi "Barcelona, la millor botiga del món"	103
Premi a "la millor iniciativa empresarial comercial de l'any"	104
Premi a "la millor iniciativa agrupada per a la dinamització de la ciutat"	105
Premi a "tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat"	106
Premi a "l'establiment de l'any"	107
Premi especial del Jurat	109
Premi "Barcelona, el millor mercat del món"	110
6.2. La campanya de promoció del comerç	112
6.3. El comerç a les escoles. Curs 2011-2012	113
6.4. Els eixos comercials de Barcelona	118

Eixos comercials al Districte de Ciutat Vella	119
Eixos comercials al Districte de l'Eixample	120
Eixos comercials als Districtes de Sants-Montjuïc i Les Corts	121
Eixos comercials al Districte de Sarrià-Sant Gervasi	122
Eixos comercials al Districte de Gràcia	123
Eixos comercials als Districtes Horta-Guinardó, Nou Barris i Sant Andreu	124
Eixos comercials al Districte de Sant Martí	125
6.5. El web	127
6.6. Guia de restaurants	128
7. Els mercats municipals	129
Barcelona, ciutat de mercats	129
Projectes més destacats	130
Afluència de públic als mercats	135
Rejuveniment d'operadors	137
Projectes internacionals	138
Accions de promoció i responsabilitat social	141
Comunicació	141
Ubicació dels mercats municipals a Barcelona	143
8. El comerç electrònic	144
Espanya	147
Catalunya	150
Barcelona	160
9. Barcelona, ciutat de compres internacional	163
9.1. Barcelona Shopping Line	163
9.2. La despesa del turisme internacional a Barcelona	165



Xavier Trias

Alcalde de Barcelona

Barcelona gaudeix d'un teixit comercial de referència mundial, que ofereix serveis de primer nivell i que és un motor per la reactivació econòmica de la nostra ciutat. Un model comercial propi basat en el comerç urbà de proximitat, que ajuda a desenvolupar els nostres barris, actua com a reclam turístic i és un element essencial de la nostra marca com a ciutat.

El comerç és un dels eixos vertebradors i un dels sectors claus en la creació d'ocupació a Barcelona. Concentra gairebé el 23% de cotitzacions a la Seguretat Social i el 14% dels assalariats a la nostra ciutat.

Un sector, però, que com molts d'altres travessa dificultats i pateix els efectes de la crisi econòmica, que omple de por i incerteses el dia a dia darrera del taulell. Així també ho posa de manifest el present informe, segons el qual la situació econòmica del país continua sent la principal preocupació del sector comercial.

En aquesta difícil conjuntura, l'Ajuntament de Barcelona vol ser al costat dels comerciants, escoltant-los i cercant, tots plegats, des del consens, mesures de suport. Perquè en moments de dificultat econòmica com els que estem vivint, el comerç esdevé més que mai un sector fonamental per encarar el creixement econòmic.

A través del diàleg i el treball conjunt, volem convertir els reptes en oportunitats per millorar i créixer. Només així podrem vetllar per aquest comerç humà, proper i tan característic de la nostra ciutat. Un comerç que és sinònim de qualitat i excel·lència, gràcies a la tenacitat i l'esforç de professionals que, amb el seu exemple d'implicació i compromís, han permès tirar endavant projectes i iniciatives vitals pel sector.

Per acabar vull fer una crida a la innovació i a la creativitat com a eines decisives per encarar la crisi. El sector ja ha donat mostres d'aquesta aposta, però cal seguir treballant en aquest sentit. Per això l'Ajuntament avala tots els projectes empresarials que vagin en aquesta direcció i continuarà donant suport a les accions de dinamització i promoció que sorgeixen dels eixos comercials, gremis i associacions. Ara més que mai cal sumar esforços, treballar pel país i fer-ho amb la complicitat de tots.

Barcelona és i ha de seguir sent una ciutat de comerç. Un comerç divers, un comerç que innova, que inventa, proper i implicat amb la ciutat i amb els barcelonins i barcelonines. Un comerç que projecta la marca Barcelona arreu del món.



Raimond Blasi

Regidor de Comerç, Consum
i Mercats

L'estudi que tot seguit us presentem és, una vegada més, un reflex de la realitat comercial de la nostra ciutat. Una realitat que passa per un comerç de proximitat, apreciat pels barcelonins i barcelonines, com ho demostra el fet que gairebé la meitat de la població considera que és a les botigues de barri o especialitzades on millor els atenen. Així mateix, l'oferta comercial, els horaris i l'atenció personal són factors que també obtenen bones qualificacions.

L'informe mostra també la rellevància dels mercats, que obtenen una puntuació de 7, la més alta atorgada a un servei municipal. Des de la Regidoria de Comerç, Consum i Mercats de l'Ajuntament de Barcelona seguirem impulsant tota la política de remodelació d'aquests equipaments, que articulen al seu entorn àmplies àrees comercials de proximitat i són decisius a l'hora d'estructurar i dinamitzar la vida social als barris.

El turisme comercial és un altre dels actius que ofereix la capital catalana. I així ho avala aquest informe, segons el qual la despesa de turistes i visitants estrangers a Barcelona, calculada amb l'indicador de la targeta de crèdit, ha experimentat un increment del 23,48% respecte l'any anterior i la participació en el global ha passat a ser del 35,24%. Des de l'Ajuntament de Barcelona volem reforçar aquest posicionament, donant suport a totes aquelles iniciatives que ens arriben del sector comercial que tenen com a finalitat la promoció exterior de la ciutat.

Creix també el nombre de barcelonins i barcelonines que fan compres on line (segons dades de l'Òmnibus Municipal, un 45,6% han comprat per Internet l'any 2011, dada que representa un augment de 4,2 punts respecte l'any anterior). El nostre comerç ha de fer un esforç per adaptar-se a aquestes tendències de consum, incorporant les noves tècniques de venda i el comerç electrònic. I nosaltres, com Administració, hem de facilitar les eines i els recursos perquè això sigui possible.

Estic convençut que entre tots plegats sabrem trobar les fórmules adequades per seguir avançant en aquest model de ciutat comercial. Per aconseguir-ho, apostem per sumar esforços, donar el màxim suport a la iniciativa privada i a l'activitat dels gremis, els eixos comercials i les associacions. Només així, junts i amb objectius clars i estratègics, podrem respondre a les expectatives d'un sector que viu un present difícil però que mira esperançant cap a un futur ple d'oportunitats.



Albert González

Ara fa uns mesos ens va deixar l'Albert González i Orduna. Ell va ser qui va estructurar i dirigir la Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona des de la seva incorporació, l'any 1996, i ell va ser també qui va idear i impulsar estudis tant necessaris per a la comprensió del comerç barceloní, com els d'hàbits de consum, d'activitat comercial o el que acompanya a aquest escrit, l'Informe de Comerç.

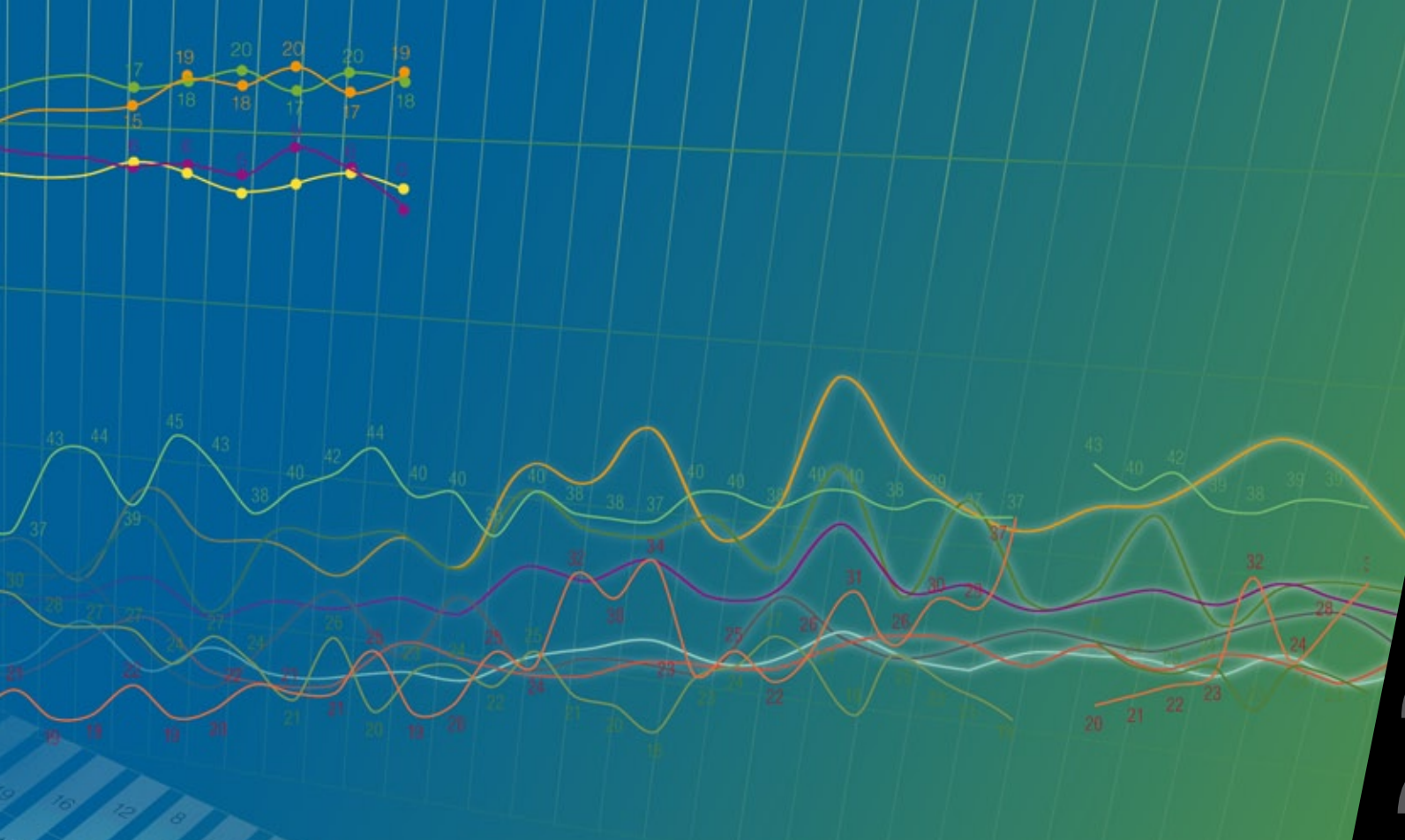
D'Albert González es poden fer moltes lloances: la seva integritat, la seva indiscutible empatia, i per sobre de tot, el seu amor pel comerç urbà barceloní. Els seus coneixements sobre el comerç de la nostra ciutat, les seves possibilitats de desenvolupament, el que el comerç representa per al conjunt de la ciutat i no només per al seu comerç, sinó també, per al seu posicionament i arrelament com a una ciutat amb un model propi de desenvolupament comercial.

No és gens fàcil disposar de la capacitat de saber el què, com, quan i el per què i avançar sense dubtar-ho l'efecte que es produirà sobre el comerç de la ciutat i això va ser capaç de fer-ho "el nostre Director" l'Albert González i Orduna. En el seu record, aquesta edició de l'Informe de Comerç, la darrera que va començar.

SÍNTESI

- Després de la lleugera recuperació del 2010, l'any 2011 el sector serveis reprèn el procés de destrucció neta d'ocupació assalariada que havia iniciat els anys 2008 i 2009.
- Durant l'any 2011 el nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social al terciari se situa en 747.943 persones i registra un descens de 11.391 ocupats (un -1,5%) respecte al 2010.
- El 2011 el comerç ocupa 146.676 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 90.873 treballen al sector minorista (el 62% del total) i 55.803 (el 38%) al majorista.
- El pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat es manté a finals del 2011 en un 15,0% -que es distribueix entre un 9,4% del comerç minorista i un 5,8% del majorista- el que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.
- La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha reduït en un -1,4% l'any 2011 i ha assolit un volum de negoci de 33.551 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un decrement del -3,8% respecte a l'any anterior.
- Barcelona compta a finals de l'any 2011 amb 16.379 centres de cotització en el comerç, dels quals 10.849 (el 66,2%) pertanyen al comerç minorista i 5.530 (el 33,8%) al majorista.
- 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 (el 22,7%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (17,7%) i l'hostaleria (9,8%).
- L'hostaleria és el sector de Barcelona on més creix l'ocupació entre el quart trimestre de 2010 i el mateix trimestre de 2011, amb un increment del 3,2% que resulta de l'evolució positiva tant dels assalariats (3,7%) com dels autònoms (+0,8%).
- Els compradors barcelonins es mostren satisfets amb l'oferta comercial, amb una nota mitjana de 7,9.
- El grau de satisfacció amb els horaris comercials arriba a la nota mitjana de 7,8, i la valoració de l'atenció personal dels comerciants, per part dels barcelonins, arriba al 7,1.

- Els barcelonins consideren que és a les botigues de barri o especialitzades on millor els atenen (48,3%), seguit a força distància dels mercats municipals (23,4%) i els supermercats (15,8%).
- Els aspectes que més es valoren de les zones comercials són la varietat (35,3%), la proximitat (23,0%), concentració de botigues (13,4%), l'espai (10,2%) i el tipus de comerços (7,5%).
- La situació econòmica del país continua essent la principal preocupació en el sector comercial. La meitat dels responsables dels comerços es mostra poc o gens satisfet de la marxa del seu negoci. El 72,6% dels entrevistats afirmen que el seu negoci ha disminuït en els darrers dos anys.
- Segons els responsables dels establiments entrevistats, allò que pot afavorir la bona marxa del seu negoci són les millores econòmiques generals (22,5%) i la millora del poder adquisitiu (15,3%).
- El 41,3% dels responsables dels establiments de restauració es mostren satisfets amb la marxa del seu negoci. La nota de satisfacció obtinguda seria 2,4. Els restaurants són els que es mostren més satisfets, només mostren insatisfacció el 38,1%.
- En finalitzar el 2011, s'hauran reformat 19 mercats i 9 més estaran en procés de remodelació. Els barcelonins avaluen amb una puntuació de 7 els mercats municipal, la nota més alta atorgada a un servei exclusivament.
- El 45,6% dels barcelonins ha adquirit productes per Internet l'any 2011, segons dades de l'Òmnibus Municipal. Aquesta xifra suposa un augment de 4,2 punts respecte l'any anterior. La majoria compra ocasionalment per Internet i el producte més demandat, amb més de 3 de cada 10 compradors on-line, són els viatges.
- La despesa de turistes i visitants estrangers a Barcelona, calculada amb l'indicador de la targeta de crèdit, ha experimentat un increment del 23,48% respecte l'any anterior i la participació en el global ha passat a ser del 35,24%.



2011

El Sector Terciari a Barcelona



EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

Després de la lleugera recuperació del 2010, l'any 2011 el sector serveis reprèn el procés de destrucció neta d'ocupació assalariada que havia iniciat els anys 2008 i 2009. Efectivament, durant el 2011 el nombre d'afiliats al Règim General de la Seguretat Social al terciari se situa en 747.943 persones i registra un descens de 11.391 ocupats (un -1,5%) respecte a 2010. Aquests resultats continuen, però, sent més moderats que la caiguda del nombre d'assalariats a la indústria (-4,4%) i especialment la construcció (-18,8%) -que perden més de 3.400 i vora 7.000 afiliats, respectivament-, i suposen també una reducció més suau que la del conjunt dels assalariats de la ciutat (-2,5%).

L'anàlisi de l'ocupació assalariada als serveis el 2011 permet constatar evolucions diferenciades per branques. Com l'any anterior -però de manera més moderada-, l'activitat que més creix gràcies a la bona marxa del turisme és l'hostaleria (+3,7%), seguida de l'ensenyament (+1,6%) i l'administració pública (+0,7%). En canvi, els serveis personals i domèstics -on s'inclouen les activitats artístiques i recreatives- (-3,9%), el comerç i reparacions (-3,2%), la informació i comunicacions (-3,2%) i les activitats sanitàries i de serveis socials (-3%) són les branques més afectades per la pèrdua d'afiliats, que també experimenten els serveis a les empreses (-2,6%), el transport i emmagatzematge (-1,8%) i la intermediació financera (-0,5%).

En el cas del comerç i reparacions, el 2011 suposa una nova caiguda de l'ocupació (-3,2%) després de la relativa estabilització de l'any 2010 (-0,5%), tot i que la pèrdua de llocs de treball és més suau que la que el sector havia experimentat el 2009 (-6,5%). Per branques, tant el comerç al detall com l'engròs mostren descensos en el nombre d'assalariats (-2,9 i -3,6%, respectivament) per la caiguda del consum en el cas del primer i pel context de canvi estructural en què està immers des de fa uns anys el segon. Amb tot, el comerç manté un paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat i -juntament amb les reparacions- concentra més del 17% dels assalariats del terciari a Barcelona.

Afiliats al règim general de la Seguretat Social a Barcelona en el Sector Terciari 2010-2011

	2011	2010	Variació	11/10
			Nombre	%
Total serveis	743.026	754.428	-11.402	-1,5
Comerç i reparacions	127.884	132.169	-4.285	-3,2
Transports i emmagatzematge	39.622	40.340	-718	-1,8
Hostaleria	60.372	58.243	2.129	3,7
Informació i comunicacions	44.357	45.844	-1.487	-3,2
Activ. financeres i d'assegurances	39.836	40.051	-215	-0,5
Activitats immobiliàries	9.483	9.429	54	0,6
Serveis a les empreses	158.481	162.766	-4.285	-2,6
Administració pública	77.682	77.134	548	0,7
Educació	61.572	60.602	970	1,6
Activ. sanitàries i serveis socials	79.725	82.199	-2.474	-3,0
Activitats artístiques, recreatives	19.259	20.039	-780	-3,9
Altres serveis	24.753	25.612	-859	-3,4

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

L'hoteleria experimenta el major creixement d'assalariats entre les branques dels serveis (3,7%) el 2011, com ja havia succeït l'any anterior. De fet, es tracta d'una de les tres activitats terciàries –juntament amb l'ensenyament i els serveis sanitaris– que han creat ocupació a la ciutat en el període 2008-2011. L'evolució ferma i sostinguda dels indicadors d'activitat turística durant el 2011 –amb màxims històrics de visitants, pernoctacions, creueristes i despesa de compra amb tarja de crèdit–, així com la privilegiada posició de Barcelona en l'àmbit de l'organització de congressos internacionals, han propiciat que l'hoteleria i el turisme en general segueixin sent factors de fortlesa de l'economia en temps de crisi i importants dinamitzadors del mercat de treball de la ciutat.

Participació de cada sector (en %)

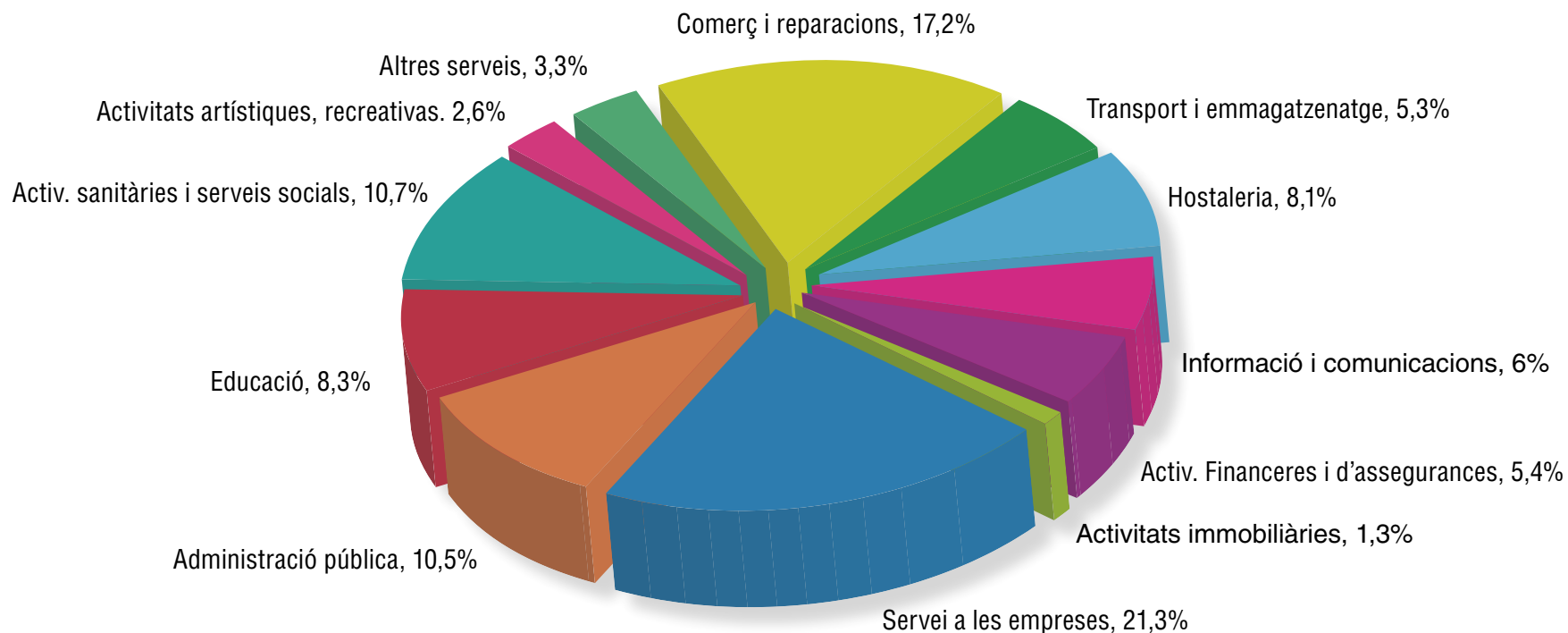
	2011	Variació 2010/2011
Total serveis	100	0,0
Comerç i reparacions	17,2	-0,3
Transports i emmagatzematge	5,3	0,0
Hostaleria	8,1	0,4
Informació i comunicacions	6,0	-0,1
Activ. financeres i d'assegurances	5,4	0,1
Activitats immobiliàries	1,3	0,0
Serveis a les empreses	21,3	-0,2
Administració pública	10,5	0,2
Educació	8,3	0,3
Activ. sanitàries i serveis socials	10,7	-0,2
Activitats artístiques, recreatives	2,6	-0,1
Altres serveis	3,3	-0,1

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

A final del 2011, el sector terciari incrementa el seu pes dins l'estructura ocupacional de la ciutat fins assolir el 87,7% dels assalariats de Barcelona, xifra que supera en 0,9 punts la de l'any anterior. El fet que les pèrdues d'ocupació a la indústria i la construcció siguin força més pronunciades accentua la tendència estructural a la terciarització que l'economia barcelonina està experimentant des de fa dècades.

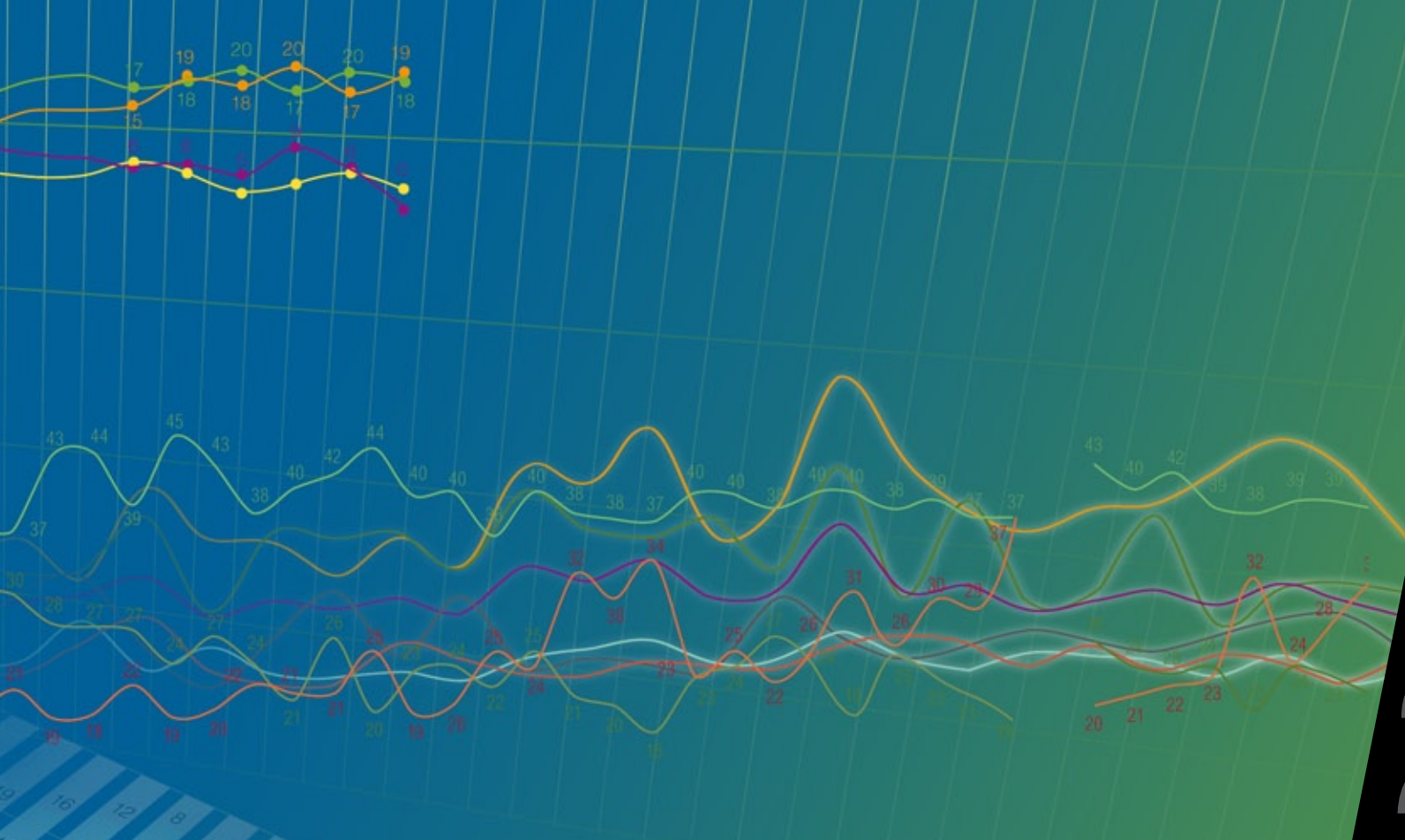
Els serveis a les empreses i immobiliaris i el comerç i reparacions són les branques dels serveis amb més llocs de treball a Barcelona, i assoleixen conjuntament més de 340.200 afiliats que representen el 45,5% dels assalariats del sector. La branca d'hostaleria és la que mostra un major augment de pes relatiu (+0,4 punts) i ja supera el 8% de l'ocupació terciària de la ciutat.

Assalariats al Terciari de Barcelona per branques (%)



Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa 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 prop del 30% de l'ocupació al terciari, tot i la pèrdua d'ocupació aquest any a les activitats sanitàries i socials. Altres branques dels serveis -com el transport, la informació i comunicacions o la intermediació financera- mantenen pràcticament estable la seva participació relativa dins del sector.



2011

El Comerç



1. OCUPACIÓ AL COMERÇ 2011

El 2011 el comerç ocupa 146.676 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 90.873 treballen al sector minorista (el 62% del total) i 55.803 (el 38%) al majorista.

L'evolució de l'any 2011 ha estat menys favorable que la de 2010 i, en un context d'atonía del consum intern, el nombre total d'afiliats al comerç de Barcelona ha experimentat una reducció del -2,7% respecte a l'any anterior, lleugerament més acusada que la del conjunt de l'economia (-2,4%) però 3,2 punts percentuals inferior a la registrada l'any 2009 -el més dur de la recessió-. Així, el pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat es manté a finals del 2011 en un 15,0% -que es distribueix entre un 9,4% del comerç minorista i un 5,8% del majorista- el que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.

Afiliats a la Seguretat Social en el comerç a Barcelona / 4t trimestre 2010 2011

	Règim General 2011	Variació (%) 2011/2010	Autònoms 2011	Variació (%) 2011/2010	TOTAL 2011	Variació (%) 2011/2010	Pes del sector (%) 2011
Comerç minorista	73.532	-2,9	17.341	0,3	90.873	-2,3	9,41%
Comerç majorista	46.809	-3,6	8.994	-2,2	55.803	-3,4	5,78%
Total comerç	120.341	-3,2	26.335	-0,5	146.676	-2,7	15,19%

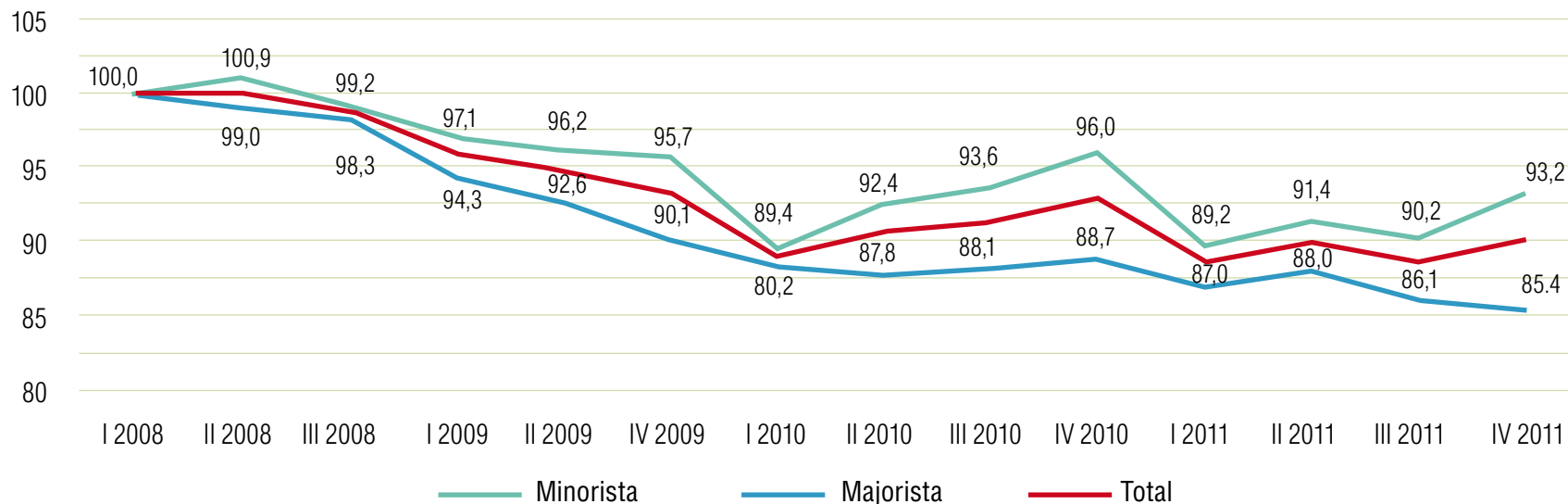
Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El nombre total d'afiliats del comerç al Règim General de la Seguretat Social se situa a finals de 2011 en 120.341 persones, el que suposa una disminució de llocs de treball del -3,2% respecte a l'any anterior. El comerç minorista compta amb 73.532 assalariats (un 61,1% del sector) i decreix en més de 2.200 efectius (un -2,9%) respecte al 2010. Així mateix el comerç a l'engròs continua amb el degoteig d'afiliats iniciat en anys anteriors a la crisi i se situa en 46.809 ocupats per compte aliè després de perdre més de 1.770 afiliats (-3,6%). El 2011, les dues branques del comerç experimenten una reducció de l'ocupació més intensa que la del conjunt d'assalariats de la ciutat (-2,5%).

Pel que fa als autònoms, el comerç minorista concentra prop de dues terceres parts dels adscrits al sector (17.341) i assoleix un lleuger increment de l'afiliació (+0,3%), a diferència de l'any anterior i del que succeeix amb els autònoms majoristes, que experimenten un descens (-2,2%). Així mateix, la lleugera reducció dels autònoms del comerç (-0,5%) és inferior a la que experimenta el conjunt de l'economia barcelonina (- 1,3%), de manera que el pes relatiu dels treballadors per compte propi del sector augmenta fins a representar prop de la quarta part (23,4%) del total de la ciutat.

Així doncs, el 2011 el comerç al detall torna a mostrar un millor comportament de l'afiliació que el comerç a l'engròs -perd menys assalariats en termes relatius i incrementa lleugerament el nombre d'autònoms- i -en aquest darrer règim- que el conjunt de la ciutat, mentre que l'engròs minva en afiliats i evoluciona més negativament que la mitjana barcelonina a tots dos règims.

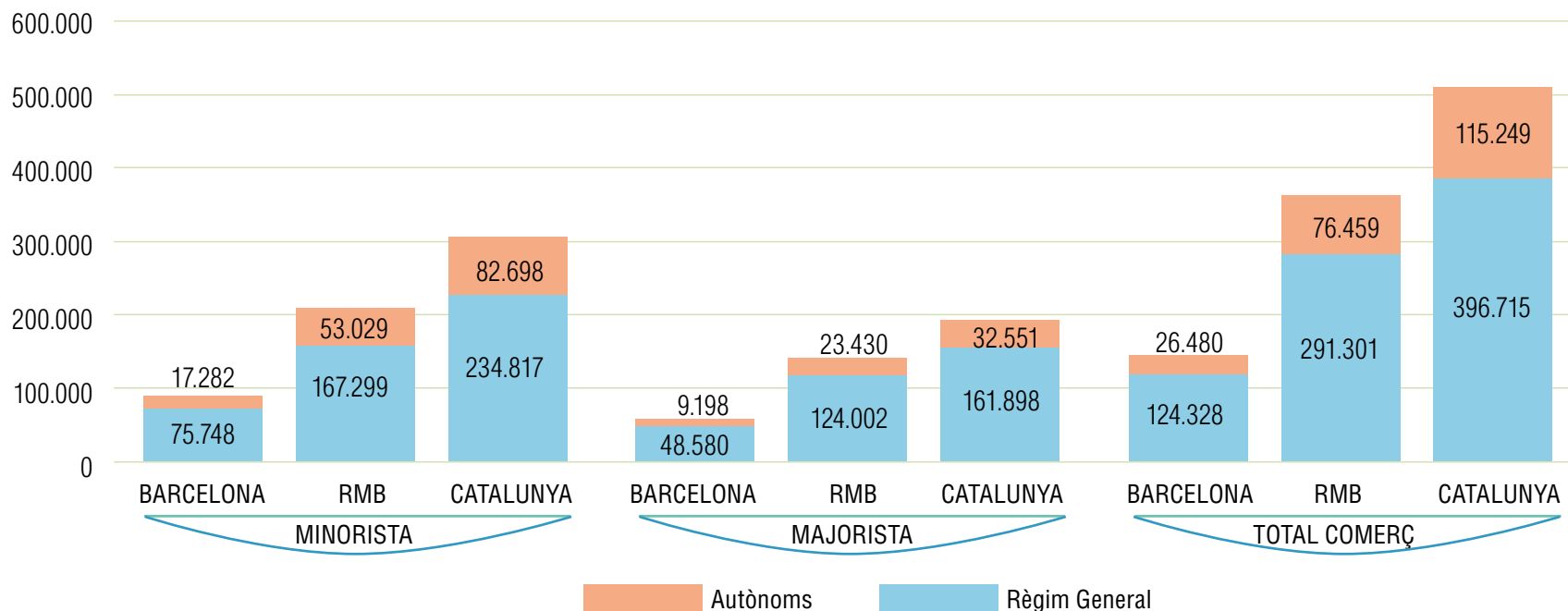
Assalariats al comerç de Barcelon (índex 1r trimestre 2008 = 100)



Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'anàlisi del període 2008-11 permet detectar diferents pautes de resposta a la crisi quant a l'evolució dels assalariats per part d'aquestes dues branques. El comportament del comerç al detall reflecteix les oscil·lacions del consum intern, i després d'un fort ajust de cinc trimestres (IV trimestre de 2008- I trimestre de 2010) i de la recuperació significativa de la resta del 2010, el 2011 torna a regular i tanca l'any amb una pèrdua del 6,8% dels ocupats que 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 acumulada de prop del 15% entre gener de 2008 i desembre de 2011 i suposa la continuació d'una tendència de fons ja constatada en els exercicis precedents.

Afiliats del comerç a la Seguretat Social 4t. trimestre 2011



Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'evolució global de l'ocupació del comerç als territoris de la RMB i Catalunya ha estat més favorable que a Barcelona, ja que ambdós territoris assoleixen descensos menys acusats d'aquest indicador (-0,8 i -0,9%, respectivament). Efectivament, tant el minorista com el majorista perden menys assalariats a la RMB i Catalunya (al voltant de l'1%) que a la ciutat, i l'afiliació al règim d'autònoms es manté estabilitzada als dos àmbits territorials (amb variacions del +0,3 i 0%, respectivament), mentre que a Barcelona es redueix (-0,5%). Cal remarcar, però, que mentre el nombre d'autònoms a la branca minorista augmenta als tres territoris -amb un millor registre per la RMB (+0,7%) que a la ciutat i Catalunya (+0,3%)-, al majorista decreix en els tres àmbits analitzats, amb una reducció percentual més moderada a la RMB i Catalunya (-0,6%) que a Barcelona (-2,2%).

En definitiva, l'ocupació al comerç l'any 2011 -afectada per la contracció del consum derivada de la situació econòmica incerta i l'atonía del mercat de treball- presenta resultats globals lleugerament inferiors a la mitjana de l'economia de Barcelona, amb millors indicadors en la branca minorista i una evolució més favorable a la RMB i a Catalunya. Amb tot, el sector segueix mantenint a Barcelona un pes del 15% dels llocs de treball, més elevat que la mitjana europea i inferior als percentatges de Catalunya i Espanya, degut a la major diversificació de l'activitat terciària a la ciutat.

Pes de la població ocupada en el comerç* 2011 (%)

Unió Europea-27	Espanya	Catalunya	Barcelona
14,05%	17,59%	18,20%	15,00%

*inclou reparacions. Afiliació al règim general i EPA.

Font: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona, INNS i Eurostat

Anàlisi per branques

En el comerç a l'engròs a Barcelona, la branca d'articles d'ús domèstic representa més d'un terç (35,1%) del total d'assalariats, seguida de les de productes alimentaris i altre comerç a l'engròs especialitzat, amb el 16,5% i el 12,8% -respectivament- de l'afiliació majorista al règim general de la Seguretat Social.

Les branques que mostren més concentració d'afiliats a Barcelona són la d'intermediaris (en que la ciutat suposa el 52,3% dels assalariats de la RMB i el 42,4% dels de Catalunya), la d'articles de consum domèstic (en que aquests percentatges assoleixen el 47,5% i el 42,1%, respectivament) i d'equips TIC (amb un pes de Barcelona sobre la RMB i Catalunya de 43,1% i 39,3%).

L'any 2011 la major part de branques del comerç a l'engròs perden afiliats a Barcelona, RMB i Catalunya, essent les més afectades a Barcelona les d'altra maquinària, equips i subministraments i la d'intermediaris del comerç (amb variacions respecte a l'any anterior del -11,3 i -8,9%, respectivament), mentre que la branca de productes alimentaris manté l'ocupació als tres àmbits territorials (amb variacions interanuals pròximes a 0). Pel que fa als articles d'ús domèstic, l'ocupació assalariada a la ciutat disminueix un -2,5%, mentre que a la RMB i Catalunya augmenta un 2,2 i un 1,8%, respectivament.

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 un 35,7, 31,9 i 15,1% del total, respectivament-. Pel que fa a la seva distribució territorial, destaca la concentració a Barcelona dels assalariats d'establiments especialitzats (que representen el 49,5% dels de la RMB i el 36,2% dels de Catalunya) i no especialitzats (46,6 i 32,8%, respectivament).

La majoria de les branques del comerç al detall de Barcelona que creen llocs de treball el 2011 són la d'equips TIC, combustibles i productes alimentaris (que mostren augments del +2,3, 2,2 i 1,9%, respectivament). D'altra banda, les dues principals branques minoristes de la ciutat experimenten una pèrdua de llocs de treball més acusada als establiments no especialitzats (-7%) que especialitzats (-1,2%). En la comparació territorial cal destacar que la de productes alimentaris és l'única branca minorista que guanya assalariats als tres àmbits de referència (pels volts del +2%), mentre que la branca d'articles d'ús domèstic pateix una caiguda força més acusada a la RMB i Catalunya (-6,9 i -7,9%, respectivament) que a Barcelona (-2,4%).

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social per branques d'activitat del comerç a l'engròs i al detall, 2011

	Barcelona			RMB			Catalunya		
	4/2011	% s/sector	variació 09-10 (%)	4/2010	% s/sector	variació 10-11 (%)	4/2011	% s/sector	variació 10-11 (%)
Comerç a l'engròs									
Intermediaris comerç	4.102	8,76	-8,9	7.841	6,36	-0,6	9.675	6,05	-1,2
Comerç a l'engròs matèries primeres agràries	434	0,93	1,4	1.623	1,32	1,2	3.085	1,93	-0,4
Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac	7.727	16,51	-0,2	20.224	16,41	0,2	35.115	21,94	0,0
Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic	16.414	35,07	-2,5	34.572	28,05	2,2	38.949	24,34	1,8
Comerç a l'engròs d'equips TIC	2.767	5,91	-0,5	6.419	5,21	-2,7	7.045	4,40	-2,5
Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin.	3.618	7,73	-11,3	17.089	13,86	-2,3	29.847	12,34	-4,0
Altre comerç a l'engròs especialitzat	5.977	12,77	-4,0	21.091	17,11	-2,8	16.567	18,65	-3,5
Comerç a l'engròs no especialitzat	5.770	12,33	-3,7	14.408	11,69	-2,0	16.567	10,35	-2,0
Total comerç a l'engròs	46.809	100,00	-3,6	123.267	100,00	0,6	160.024	100,00	-1,2
Comerç al detall									
Comerç al detall en establ. no especialitzats	26.231	35,67	-7,0	56.300	34,16	-1,4	79.992	34,46	-0,8
Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac	11.136	15,14	1,9	26.696	16,20	2,4	37.466	16,15	2,3
Comerç al detall de combustibles	1.533	2,08	2,2	3.613	2,19	-0,3	6.752	2,91	-0,8
Comerç al detall d'equips TIC	1.654	2,25	2,3	4.306	2,61	-1,2	6.264	2,70	-2,3
Comerç al detall d'articles d'ús domèstic	5.050	6,87	-2,4	14.871	9,02	-6,9	21.444	9,25	-7,9
Comerç al detall d'articles culturals i recreatius	3.284	4,47	-1,2	8.696	5,28	-4,1	11.400	4,92	-2,3
Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit.	23.457	31,90	-1,2	47.415	28,77	-1,4	64.881	27,98	-1,5
Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants	256	0,35	-40,2	776	0,47	-15,3	1.367	0,59	6,1
Altra comerç al detall en establ. fora de parades i mercats	931	1,27	12,0	2.121	1,29	0,9	2.421	1,04	2,3
Total comerç al detall	73.532	100,00	-2,9	164.794	100,00	-1,5	231.917	100,00	-1,2
Total	120.341		-3,21	288.061		-1,11	391.941		-1,20

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

2. FACTURACIÓ i PIB

Després de l'inici de recuperació del 2010, l'economia catalana va començar el 2011 amb unes expectatives favorables que l'evolució macroeconòmica de la segona part de l'any -marcada per la crisi del deute sobirà, els problemes de solvència específics que planteja als països del sud d'Europa, els processos d'ajust fiscal i l'alentiment general de l'activitat- ha vingut a estroncar. Efectivament, tot i que en el conjunt de l'exercici el PIB català augmenta lleugerament (+0,7%) -com també ho fa el de l'economia espanyola- el seu ritme de creixement es manté clarament per sota de la Unió Europea (+1,5%) i la tendència descendent de la darrera part de l'any situa l'economia a les portes d'una nova recessió.

Un dels indicadors que reflecteix aquesta inflexió és el consum de les llars -motor impulsor de l'etapa expansiva anterior- que després de recuperar-se el 2010 (+1,2% en termes reals) durant el 2011 es va afeblir fins a tancar l'any amb un lleu retrocés (-0,2%) i situar la seva aportació a l'evolució del PIB català en el -3,1% el quart trimestre. La destrucció neta de llocs de treball, el descens de la remuneració dels assalariats, la crisi de confiança a l'eurozona i la caiguda de la riquesa de les llars estan entre els principals factors que expliquen aquesta evolució, que el gran dinamisme del sector exterior -un dels motors de la demanda comercial a l'àrea de Barcelona- no és capaç de compensar.

Com a resultat, i segons l'enquesta de clima comercial urbà a Catalunya, la dificultat en la marxa dels negocis el segon semestre de l'any ha estat generalitzada en tots els sectors del comerç minorista, essent els millors resultats els de l'alimentari quotidià i els menys favorables els de l'equipament de la persona. D'altra banda, un indicador de consum rellevant com és la matriculació de vehicles -molt lligat a les expectatives de les famílies- cau un -23% respecte al 2010 i assoleix a la ciutat el volum més baix del darrer quinquenni.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha reduït en un -1,4% l'any 2011 i ha assolit un volum de negoci de 33.551 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un decrement del -3,8% respecte a l'any anterior i reprèn la tendència descendent després de la lleugera recuperació de 2010.

Facturació del comerç 2011 (Milions d'euros)

	Barcelona	Catalunya
Comerç minorista	11.153	37.839
Comerç majorista	22.398	77.258
Total comerç	33.351	115.097

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS.

El comerç al detall assoleix el 2011 un volum de negoci de 11.153 milions d'euros a Barcelona, que suposa una reducció del -2,3% en termes nominals i una caiguda del -4,6% en termes reals. Així doncs, la demanda addicional generada pel turisme -que el 2011 assoleix a la ciutat creixements de dos dígits de variables com el nombre de pernoctacions, els creueristes o la despesa dels turistes amb tarja de crèdit- no és suficient per a compensar la contracció de la demanda interna motivada per l'atonia del consum privat i el procés d'ajust fiscal en curs al sector públic.

Facturació del comerç a Barcelona 2011 (Milions d'euros)

	Facturació 2011	Variació 2011/2010 (en %)
Comerç minorista	11.153	-2,3
Comerç majorista	22.398	-1,0
Total comerç	33.551	-1,4

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona se situa en 22.398 milions d'euros l'any 2011 després d'experimentar un lleuger decrement del -1% respecte a l'any anterior, que un cop descomptada la variació de preus suposa una caiguda del -3,3%. Continua, per tant, el procés gradual de canvi estructural i optimització de costos que des de fa uns anys està portant aquesta branca a localitzar una part creixent de la seva activitat fora de la ciutat.

Cal remarcar que el comerç és un dels sectors que més riquesa generen a Barcelona. Efectivament, segons l'estadística oficial facilitada per l'Idescat, l'activitat comercial aporta el 10,9% del Producte Interior Brut de la ciutat l'any 2008, ⁽¹⁾ un pes rellevant que ha mostrat una notable estabilitat al llarg dels anys d'expansió de la passada dècada. Val a dir que l'any 2011 el PIB dels serveis ha registrat una evolució globalment positiva a Catalunya (+1,3%) 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 2011

En aquest capítol s'estudia el nombre i l'evolució dels centres de cotització de la Seguretat Social inscrits a les branques de comerç a l'engròs i intermediaris i comerç al detall ⁽¹⁾ de la ciutat de Barcelona. No s'hi inclouen els dedicats a la venda, manteniment i reparació de vehicles de motor, com tampoc els de la restauració.

L'anàlisi dels centres de cotització proporciona una bona aproximació a la dinàmica empresarial del sector comerç, tot i que es tracta d'un indicador més adequat a nivell provincial que municipal ja que aquests centres agrupen treballadors que pertanyen a una mateixa empresa i desenvolupen l'activitat a una mateixa província -sense especificar si s'ubiquen en diferents poblacions-. Cal tenir en compte, per tant, que el nombre de centres de cotització no és exactament assimilable al nombre d'empreses, i que en el cas de Barcelona -pel seu paper de capital- l'efecte seu social provoca probablement una certa sobrevaloració d'aquest indicador. ⁽²⁾ D'altra banda, es complementa aquesta anàlisi amb la del nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, sense considerar el règim especial d'autònoms ja que les dades de centres de cotització només es refereixen a empreses que ocupen treballadors per compte de tercers.

Barcelona compta a finals de l'any 2011 amb 16.379 centres de cotització al comerç, dels quals 10.849 (el 66,2%) pertanyen al comerç minorista i 5.530 (el 33,8%) al majorista.

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

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

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona 2011

	2010	2011	Variació (%) 2011/2010	Pes s/sector 2011 (%)
Comerç a l'engròs	5.681	5.530	-2,7	33,8%
Comerç al detall	10.748	10.849	0,9	66,2%
Total comerç	16.429	16.379	-0,3	100,0%

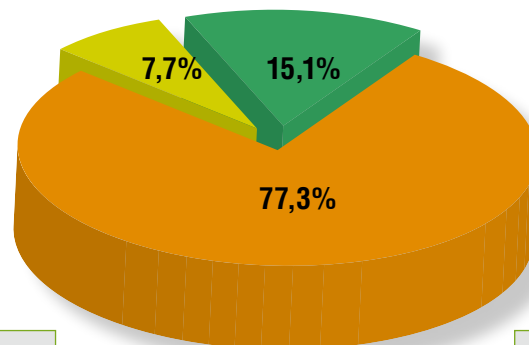
Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona disminueix lleugerament respecte a 2010 (-0,3%), com a resultat d'un descens a la branca majorista (-2,7%) que l'augment dels minoristes (+0,9%) no arriba a compensar, en un context de gran estabilitat d'aquest indicador al conjunt de l'economia de la ciutat (-0,1%).

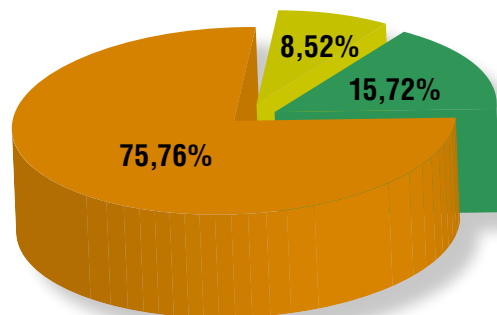
El sector comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part (el 22,7%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (17,7%) i l'hostaleria (9,8%).

El pes del comerç dins el conjunt dels centres de cotització de Barcelona (22,7%) és lleugerament inferior al de la regió metropolitana (23,5%) i al de Catalunya (24,2%). Als tres àmbits territorials, el pes relatiu del comerç a l'engròs se situa al voltant del 8%, mentre que el detall absorbeix aproximadament el 15% dels centres de cotització.

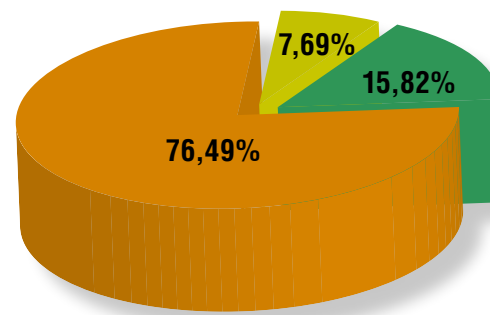
Pes del comerç a l'economia de la ciutat segons centres de cotització (% s/total) 2011



Pes del comerç segons centres de cotització (%) RMB 2011



Pes del comerç segons centres de cotització (%) Catalunya 2011



■ 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 esmentar que per nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, el comerç és la primera activitat de la ciutat amb un 14,1% del total, després del conjunt heterogeni d'activitats que representen els serveis a les empreses. Tot i tractar-se d'un pes inferior al dels centres de cotització, certament aquestes dades posen de manifest la importància cabdal del sector per l'economia de Barcelona i especialment la del comerç minorista, que per si sol representa més del 15% dels centres de cotització i el 8,6% dels assalariats de la ciutat.

Pes del comerç sobre el conjunt de l'economia 2010-2011 (% s/total)

	2010	2011
Centres de cotització		
Comerç a l'engròs	7,9%	7,7%
Comerç al detall	14,9%	15,1%
Total comerç	22,8%	22,7%
Afiliats règim General Seguretat Social		
Comerç a l'engròs	5,6%	5,5%
Comerç al detall	8,7%	8,6%
Total comerç	14,2%	14,1%

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a 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 2011 el pes del comerç sobre l'economia barcelonina es manté força estable tant pel que fa als centres de cotització com quant als assalariats, amb una molt lleugera reducció (de 0,1 punts percentuals en ambdós casos) respecte al 2010. Cal destacar, d'altra banda, que el comerç al detall augmenta el seu pes relatiu dins el nombre de centres de cotització de la ciutat en 0,2 p.p. i el situa per sobre del 15% del total.

Anàlisi per branques

L'any 2011, dels 5.530 centres de cotització del comerç a l'engròs a Barcelona prop una tercera part (el 30%) distribueixen articles d'ús domèstic, mentre que les branques d'intermediaris, productes alimentaris, comerç al major no especialitzat i altre comerç especialitzat assoleixen pesos relatius d'entre el 13 i el 15,5% del total.

Barcelona absorbeix el 54,2% dels centres de cotització d'intermediaris de la RMB i el 41,5 % dels de Catalunya. Les branques del comerç a l'engròs d'equips TIC i d'articles d'ús domèstic (on Barcelona representa prop del 50 i el 40% del total de la RMB i Catalunya, respectivament) també mostren una forta concentració a la ciutat.

L'any 2011 les branques majoristes d'equips TIC i de productes alimentaris, begudes i tabac són les úniques que guanyen centres de cotització a Barcelona (amb augments del +3,6 i +1,7%, respectivament), mentre que la resta experimenta una pèrdua de teixit empresarial als tres àmbits territorials de referència. En totes aquestes activitats majoristes el nombre de centres de cotització es redueix amb més força a Barcelona que a la RMB i Catalunya, especialment en els casos de maquinària i del comerç a l'engròs no especialitzat (amb valors de -9, -2,5 i -2,9% i de -6,1, -2,8 i -1,7% a la ciutat, RMB i Catalunya, respectivament)

Centres de cotització de la Seguretat Social per branques de comerç, 2011

	4/2011	var (%) 2010/2011	4/2011	var (%) 2010/2011	4/2011	var (%) 2010/2011
	Barcelona		RMB		Catalunya	
Comerç a l'engròs						
Intermediaris comerç	851	-1,7	1.571	-0,1	2.053	-0,2
Comerç a l'engròs matèries primeres agràries	66	-4,3	281	1,1	616	1,0
Comerç a l'engròs prod. alimentaris, begudes i tabac	762	1,7	1.931	1,6	3.388	0,7
Comerç a l'engròs d'articles d'ús domèstic	1.662	-2,5	3.613	-0,6	4.439	-0,3
Comerç a l'engròs d'equips TIC	229	3,6	486	4,5	574	4,4
Comerç a l'engròs d'altra maquinària, equips i submin.	505	-9,0	1.689	-2,5	2.123	-2,9
Altre comerç a l'engròs especialitzat	733	-1,9	2.552	-1,5	3.760	-1,6
Comerç a l'engròs no especialitzat	722	-6,1	1.723	-2,8	2.086	-1,7
TOTAL COMERÇ A L'ENGRÒS	5.530	-2,7	13.828	-0,7	19.039	-0,7
Comerç al detall						
Comerç al detall en establ. no especialitzats	1.977	0,9	4.507	0,3	6.731	0,3
Comerç al detall de prod. alimentaris, begudes i tabac	2.827	4,1	7.088	4,1	10.376	3,5
Comerç al detall de combustibles	58	1,8	240	2,6	565	-0,5
Comerç al detall d'equips TIC	286	0,7	679	-1,0	1.078	-2,1
Comerç al detall d'articles d'ús domèstic	1.223	-0,5	3.111	-1,8	4.840	-3,2
Comerç al detall d'articles culturals i recreatius	480	-1,8	1.081	-2,7	1.708	-1,5
Comerç al detall d'altres articles en estab. especialit.	3.843	-1,2	8.244	-0,6	12.900	-0,6
Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants	86	7,5	386	18,8	710	35,8
Altre comerç al detall en establ. fora de parades i mercats	69	56,8	164	34,4	243	32,1
TOTAL COMERÇ AL DETALL	10.849	0,9	25.500	1,0	39.151	0,8

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa a les branques del comerç al detall, a Barcelona destaca el pes relatiu dels establiments especialitzats -que representen el 35,4% dels centres de cotització-, seguits dels que venen productes alimentaris, begudes i tabac (26,1%) i els d'establiments no especialitzats (18,2%).

Les branques més concentrades en termes relatius a la ciutat són la d'establiments especialitzats -en que Barcelona compta amb el 46,6% dels centres de la RMB i el 29,8% de Catalunya-, els articles culturals (44,4 i 28,1% respectivament) i els establiments no especialitzats (43,9 i 29,4%).

En l'evolució de les principals branques minoristes destaca el creixement durant el 2011 del nombre de centres de productes alimentaris, begudes i tabac (+4,1% a Barcelona i la RMB i +3,5% a Catalunya), del comerç al detall no especialitzat (+0,9 a Barcelona i +0,3 a RMB i el Principat). Les reduccions d'aquest indicador afecten les branques d'ús domèstic, articles culturals i establiments especialitzats, amb menor intensitat -en els dos primers casos- a Barcelona que a la RMB i Catalunya.

Dimensió empresarial del sector comercial

L'any 2011 el comerç a Barcelona experimenta una molt lleugera reducció de la dimensió empresarial mitjana que -com ja va succeir l'any 2009- estronca la tendència dominant a l'última dècada tant l'activitat a l'engròs com el detall. Efectivament, la dimensió mitjana del comerç majorista es manté (8,5), i tant la del minorista (6,8) com la del conjunt del comerç (7,3) disminueixen lleugerament respecte a l'any anterior.

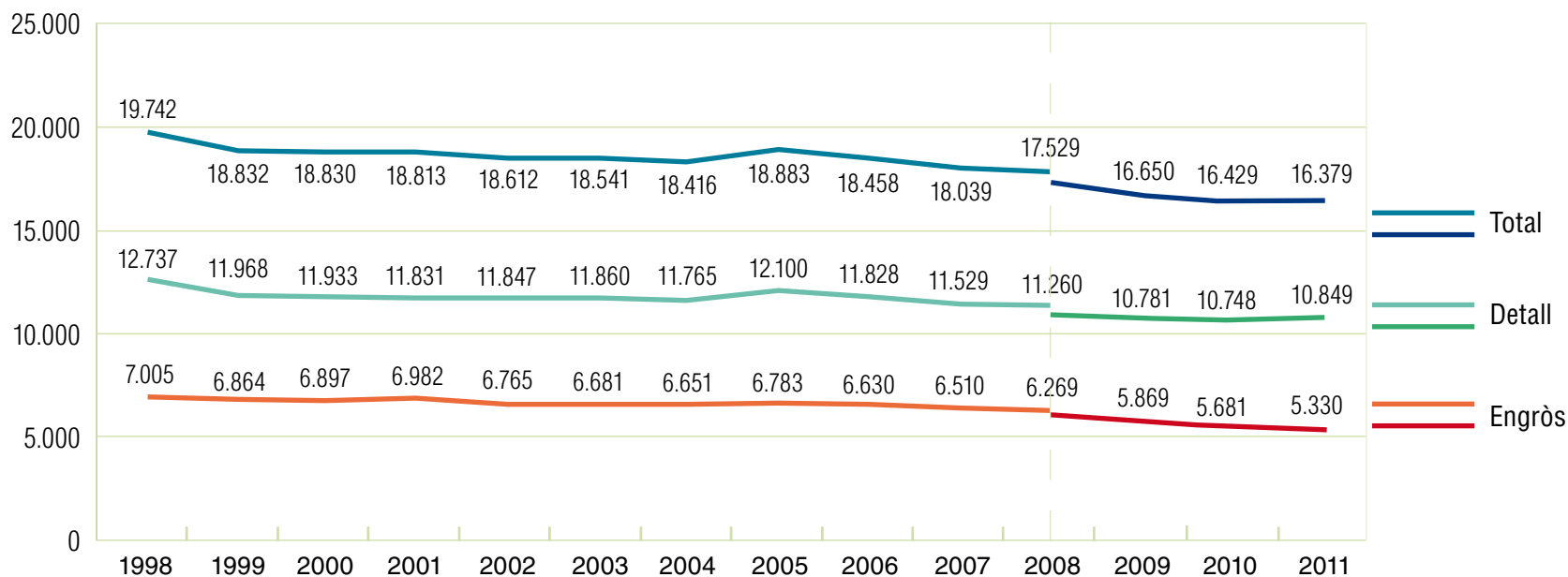
Nombre mitjà d'afiliats per centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona

	2010	2011
Comerç a l'engròs	8,55	8,46
Comerç al detall	7,05	6,78
Total comerç	7,57	7,35

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'evolució dels centres de cotització del comerç a Barcelona entre 1998 i 2011 mostra una tendència general descendent provocada fonamentalment pel procés de racionalització i redimensionament empresarial i de formats comercials. L'evolució de 2011 ve a suavitzar aquest comportament, ja que el comerç minorista assoleix el primer augment del nombre de centres de cotització (+101 i un +0,9%) des de 2008 i el descens dels majoristes (-2,7%) és el més moderat dels darrers tres anys.

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç a Barcelona 1998-2011

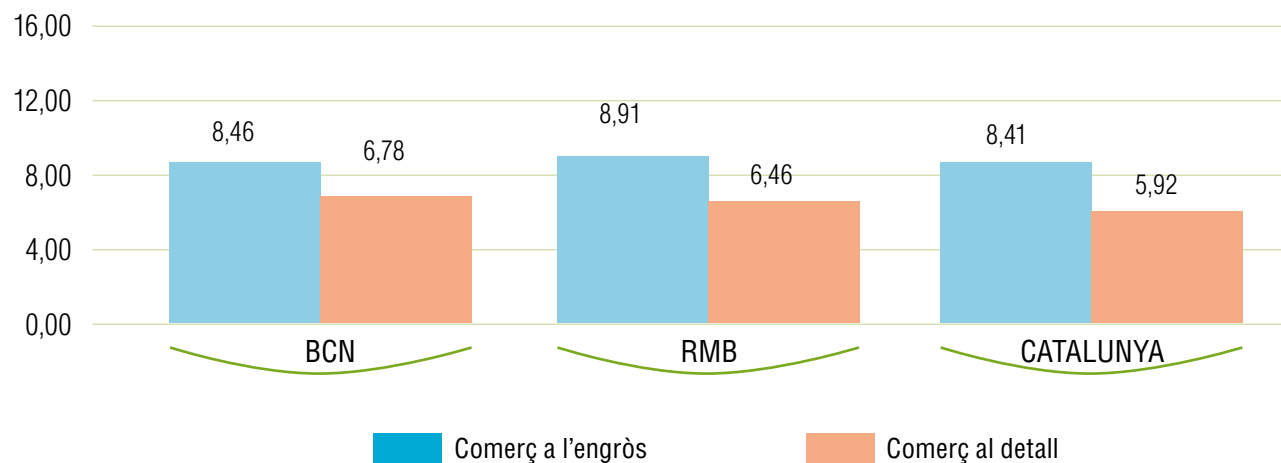


* A partir del 2008 s'utilitza la nova classificació de sectors CCAE-2009.

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a 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 6,8, 6,5 i 5,9, respectivament), mentre que la mitjana de treballadors per centre de cotització del comerç a l'engròs a la ciutat (8,5) és inferior a la de la regió metropolitana (8,9), si bé supera lleugerament la del Principat (8,4).

Assalariats per centre de cotització del comerç 2011



Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a 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⁾

L'afiliació a la Seguretat Social en l'hostaleria

L'any 2011 l'hostaleria a Barcelona compta amb 70.726 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 60.372 són assalariats i 10.354 autònoms (el 85% i el 15% del total, respectivament). El sector concentra el 7,3% del total de l'afiliació al règim general i autònoms de la Seguretat Social a la ciutat.

Afiliats a la Seguretat Social a l'hostaleria a Barcelona / 4t trimestre 2011

	Règim General	Variació (%) 2010/2011	Autònoms	Variació (%) 2010/2011	Total	Variació (%) 2010/2011	Pes del sector (%) 2011
Hostaleria	60.372	3,66%	10.354	0,77%	70.726	3,22%	7,3%

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a 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 els quarts trimestres de 2010 i 2011, amb un increment del 3,2% que resulta de l'evolució positiva tant dels assalariats (3,7%) com dels autònoms (+0,8%). Val a dir que, entre els assalariats, l'augment de llocs de treball ha estat lleugerament més acusat en els serveis d'allotjament (+4,0%) que en els serveis de menjar i beure (3,6%).

Afiliats al règim general de la Seguretat Social en l'hostaleria a Barcelona/ 4t trimestre 2011

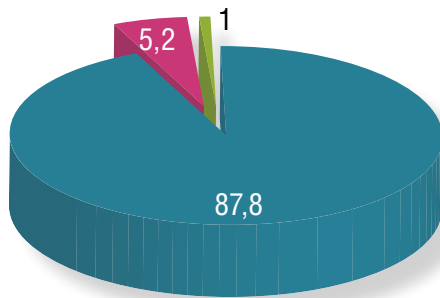
	2010	2011	Variació 2010/2011	Pes sobre sector hostaleria	Pes s/total ciutat 2011
Serveis d'allotjament	13.466	13.998	4,0%	23,2%	1,6%
Serveis de menjar i begudes	44.777	46.374	3,6%	76,8%	5,4%
Total	58.243	60.372	3,7%	100,0%	7,1%

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

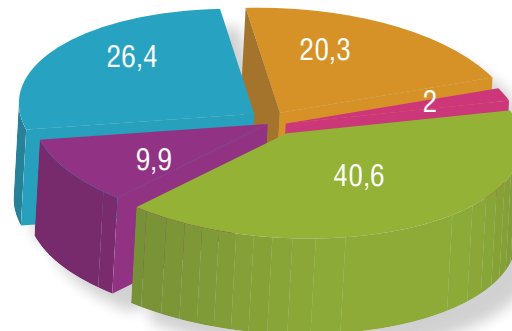
Per subsectors, al règim general de la Seguretat Social es compten 46.374 assalariats de la restauració (el 76,8% del sector de l'hostaleria), més de la meitat dels quals (el 52,8%) treballa en restaurants. D'altra banda, els serveis d'allotjament absorbeixen 13.998 afiliats (el 23,2% del sector), on destaquen els hotels com a branca majoritària (87,8% del subsector). La restauració i l'allotjament representen el 5,4% i l'1,6%, respectivament, del total d'assalariats de la ciutat i les dues branques de l'hostaleria apleguen plegades el 7,1% dels de Barcelona.

Afiliats al Règim General de l'Hostaleria per branques d'activitat 2011 (% s/total)

Afiliats en les branques del subsector de serveis d'allotjament 2011 (% s/total)

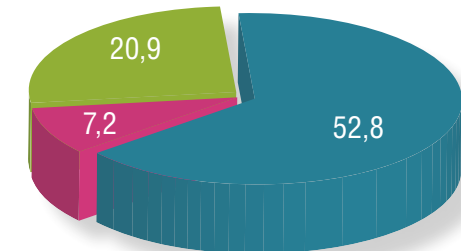


Hotels Altres allotjaments
Càmpings



Hotels Altres allotjaments
Restaurants Càterings Bars

Afiliats en les branques del subsector de serveis de menjar i begudes 2011 (% s/total)



Restaurants Bars Càterings

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

La distribució territorial mostra que més de la meitat dels 104.540 afiliats al règim general del sector de l'hostaleria de la Regió Metropolitana de Barcelona i quatre de cada deu dels 150.802 de Catalunya s'ubiquen a la ciutat central (el 57,8% i 40% 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 vacacional-, i destaca en especial el fet que gairebé tres quarts parts dels llocs de treball d'allotjament de la RMB (74,8%) es localitzen a Barcelona.

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

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2011

	Barcelona	RMB	Catalunya	Pes Bcn/RMB (%)	Pes Bcn/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	13.998	18.703	29.897	74,8	46,8
Serveis de menjar i beguda	46.374	85.837	120.905	54,0	38,4
Total	60.372	104.540	150.802	57,8	40,0

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

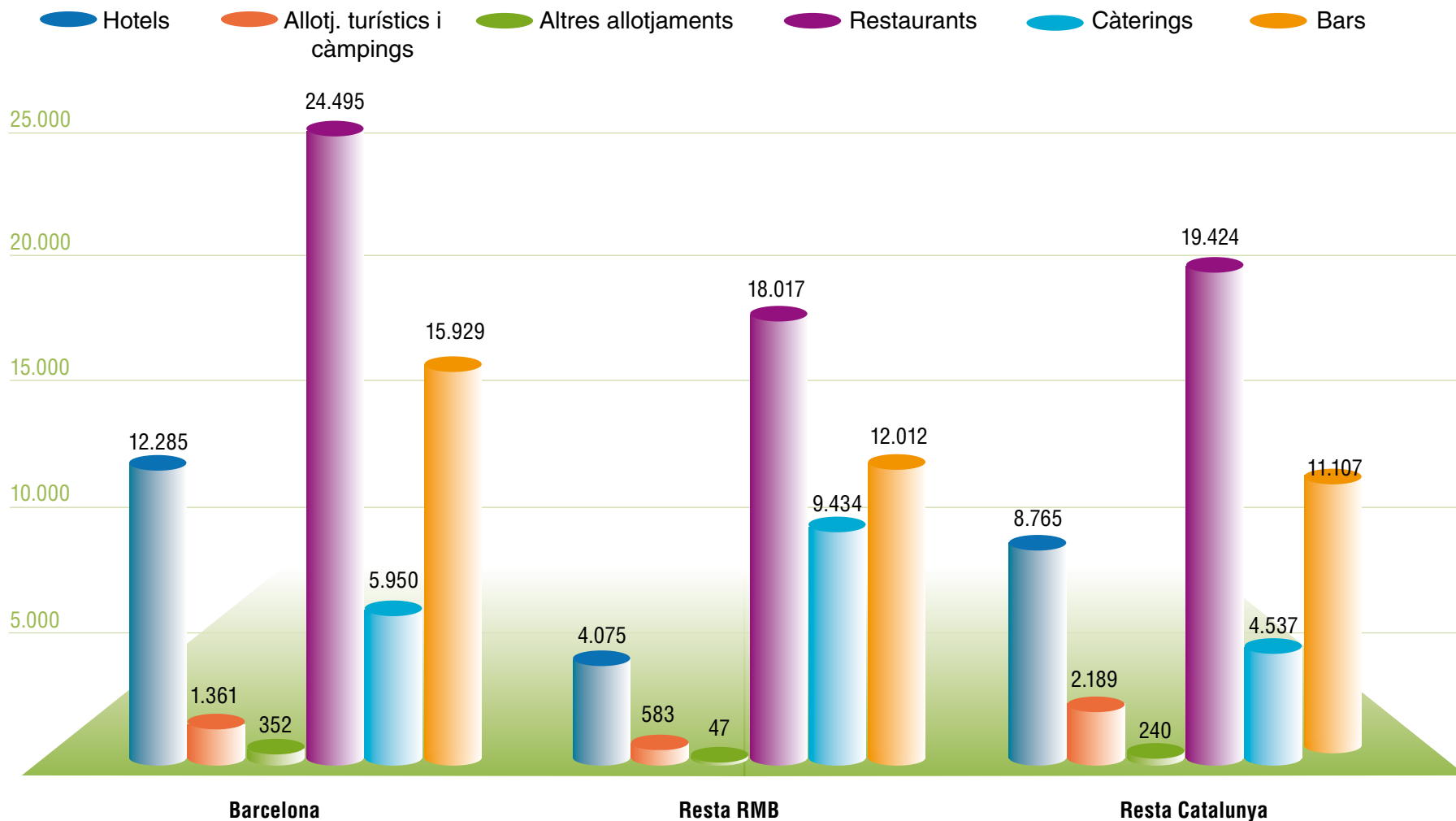
Quant a l'evolució del 2011, l'augment de l'afiliació al règim general de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria ha estat més pronunciat a Barcelona (+3,7%) que a la RMB i Catalunya (+2,3 i +1,1%, respectivament). La ciutat mostra una evolució més favorable tant en la branca de serveis de menjar i beure (+3,6% front a +2,3 i +1,7% a RMB i Catalunya, respectivament), com als serveis d'allotjament, que guanyen assalariats tant a Barcelona com a la RMB (+4 i +2%, respectivament) però en perden a Catalunya (-1,1%).

Nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social en el sector de l'hostaleria 2011
 Variació interanual 2010-2011 (%)

	Barcelona	RMB	Catalunya
Serveis d'allotjament	3,95%	2,01%	-1,11%
Serveis de menjar i begudes	3,57%	2,35%	1,65%
Total	3,66%	2,29%	1,09%

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a 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 2011



Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Centres de cotització

Barcelona compta l'any 2011 amb 7.062 centres de cotització de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria. ⁽¹⁾ El pes d'aquesta activitat en relació al conjunt de centres de cotització de la ciutat és del 9,8% i se situa com el tercer sector en aquest indicador, només per darrera del comerç i reparacions i els serveis a les empreses.

Centres de cotització a la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona 2011

	IV 2010	IV 2011	Variació 2010/2011	
			Nombre	%
Total	6.947	7.062	115	1,66

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

La ciutat compta amb 6.402 centres registrats com a serveis de restauració i 660 com a serveis d'allotjament, el que representa el 8,9% i el 0,9% del total de Barcelona, respectivament. Així doncs, els serveis de restauració són predominants i representen el 90,7% del teixit empresarial de l'hostaleria essent els més nombrosos els bars i restaurants -que representen el 46,6 i el 40,7% de tot el sector, respectivament-. D'altra banda, es constata que el pes percentual dels bars dins d'aquest conjunt és molt superior en termes de centres de cotització que d'ocupació, degut a la seva reduïda dimensió empresarial.

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

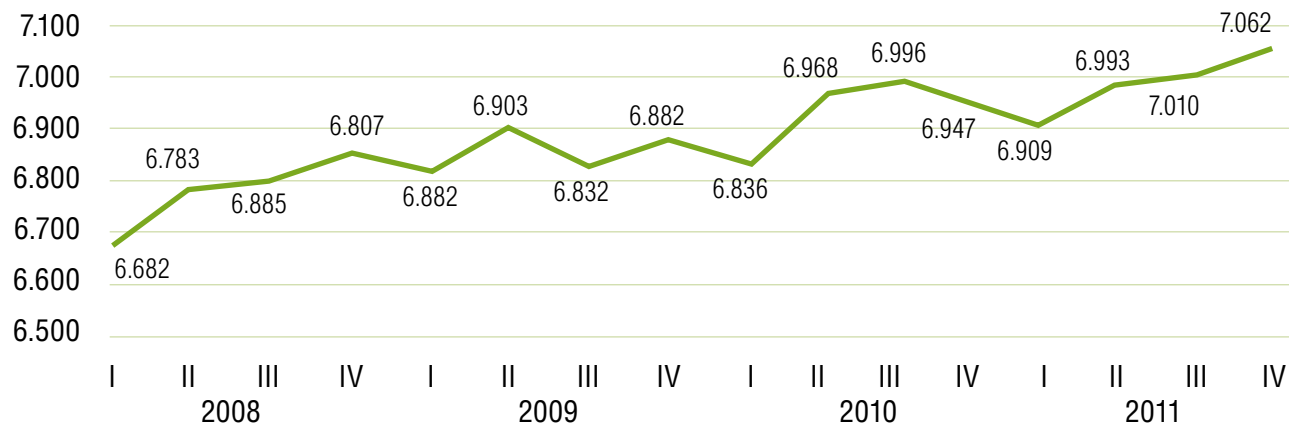
Centres de cotització de la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona/ 4t trimestre 2011

	2010	2011	Variació 2010-2011	Pes sobre sector hostaleria	Pes sobre total ciutat
Serveis d'allotjament	587	660	12,44%	9,35%	0,92%
Serveis de menjar i begudes	6.360	6.402	0,66%	90,65%	8,89%
Total	6.947	7.062	1,66%	100,00%	9,81%

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa a la dinàmica de creació d'empreses, l'any 2011 a l'hostaleria de Barcelona es compten 115 centres de cotització més que el 2010, el que suposa un increment del +1,7% i un comportament més positiu que el del conjunt de l'economia de la ciutat, caracteritzat per l'estabilitat (-0,1%). De tota manera cal assenyalar el contrast entre l'increment significatiu dels centres dels serveis d'allotjament (que incorporen 73 unitats, un +12,4%) i l'evolució moderada dels de menjar i begudes (42 més que l'any anterior, un +0,7%).

Centres de cotització de la Seguretat Social a l'hostaleria de Barcelona entre I trimestre 2008 i IV trimestre 2011



Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El sector de l'hostaleria mostra una tendència ascendent al llarg del període 2008-2011 que es tradueix en un increment acumulat de 380 centres de cotització i un 5,7% en termes relatius, essent doncs el 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 2011

	Barcelona	RMB	Catalunya	Pes (%) Bcn/RMB	Pes (%) Bcn/Catalunya
Serveis d'allotjament	660	1.050	2.468	62,9	26,7
Serveis de menjar i beguda	6.402	14.587	23.374	43,9	27,4
Total	7.062	15.637	25.842	45,2	27,2

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Per àmbits territorials, Barcelona concentra el 45,2% dels 15.637 centres de cotització de l'hostaleria de la RMB i el 27,3% dels 25.842 establerts a Catalunya. En els serveis d'allotjament 6 de cada 10 centres de cotització de la Regió Metropolitana es localitzen a la ciutat (el 62,9%) evidenciant la forta polaritat turística i de negocis de Barcelona, mentre que en relació a Catalunya aquest fet no és tan pronunciat ja que l'atracció d'altres marques turístiques importants provoca que el pes relatiu de la ciutat es redueixi a la quarta part del total (26,7%). La restauració de la ciutat representa el 43,9% dels centres de cotització d'aquesta branca a l'àmbit metropolità, mentre que en relació a 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 de centres de cotització, posant de manifest que la ciutat tendeix a comptar amb unitats empresarials de major dimensió mitjana.

Centres de cotització en el sector de l'hostaleria

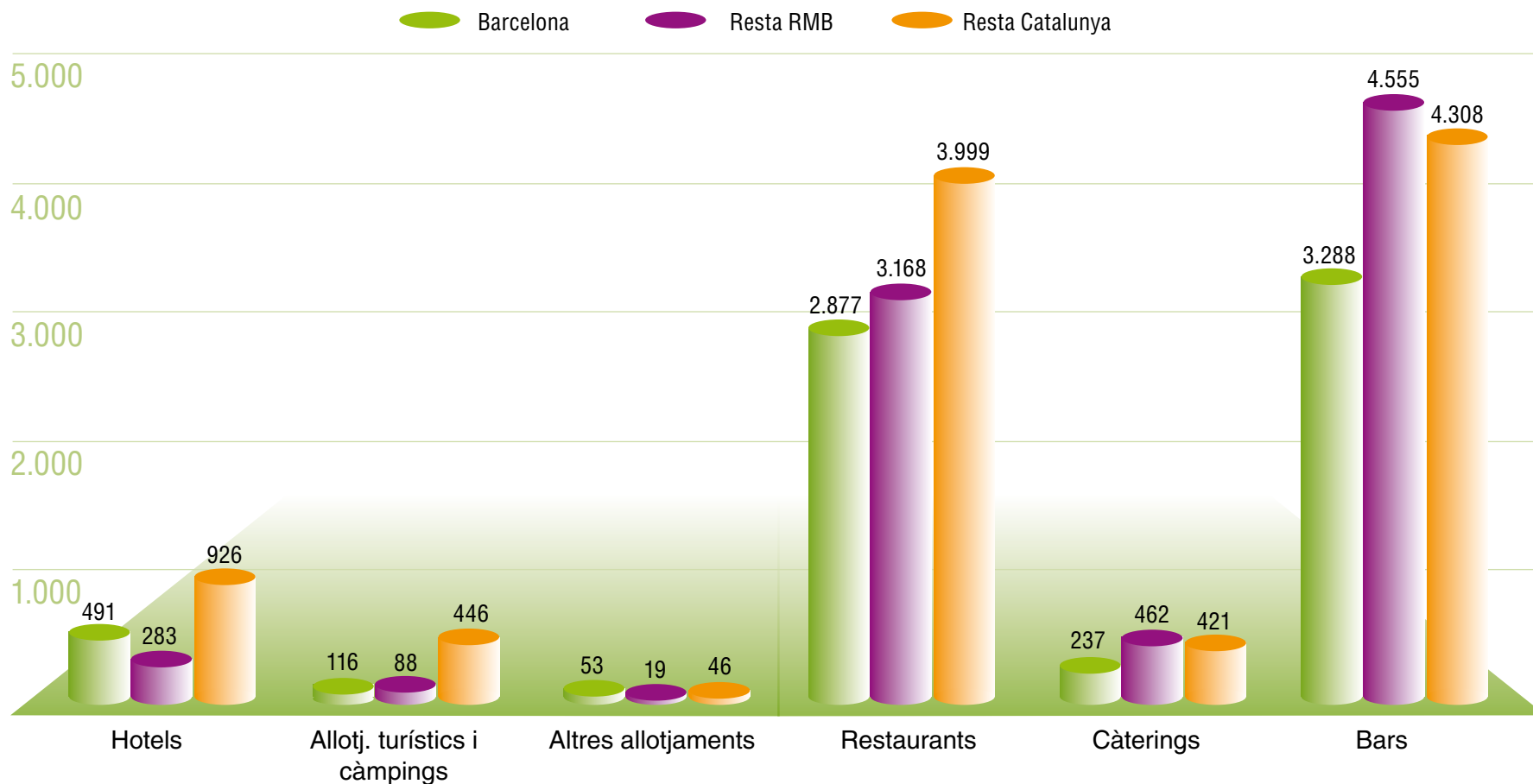
Variació Interanual 2010-2011 (%)

	Barcelona	RMB	Catalunya
Serveis d'allotjament	12,44%	7,69%	3,31%
Serveis de menjar i beguda	0,66%	0,80%	0,84%
Total	1,66%	1,24%	1,07%

Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

L'evolució del nombre de centres de cotització de l'hostaleria durant el 2011 ha estat més favorable a Barcelona que a la RMB i Catalunya, amb variacions interanuals del +1,7, +1,2 i +1,1%, respectivament. Cal esmentar que, mentre en el cas de la restauració els tres àmbits territorials assoleixen un increment similar de l'indicador (proper a l'1%), en els serveis d'allotjament el creixement assolit per Barcelona és clarament superior al de la RMB i Catalunya (12,4%, 7,7% i 3,3%, respectivament).

Nombre de centres de cotització al sector de l'hostaleria 2011



Font: estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona en base a 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 sobre la opinió dels ciutadans respecte al comerç de la ciutat i els seus hàbits de compra.

L'any 2011 s'han efectuat 1.000 entrevistes, a cada una de les quatre fases (març, juny, setembre i desembre) entre la població de Barcelona més gran de setze anys amb llar amb telèfon.

El 51,4 % dels barcelonins entrevistats afirma que acostuma a fer sempre les compres de casa seva. Especialment les dones i les persones de més edat són les que realitzen més les compres de la seva llar.

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

Grau de satisfacció

Els entrevistats que acostumen a realitzar les compres de casa seva valoren l'oferta comercial de Barcelona amb una nota mitjana de 7,9 en una escala de l'1 al 10.

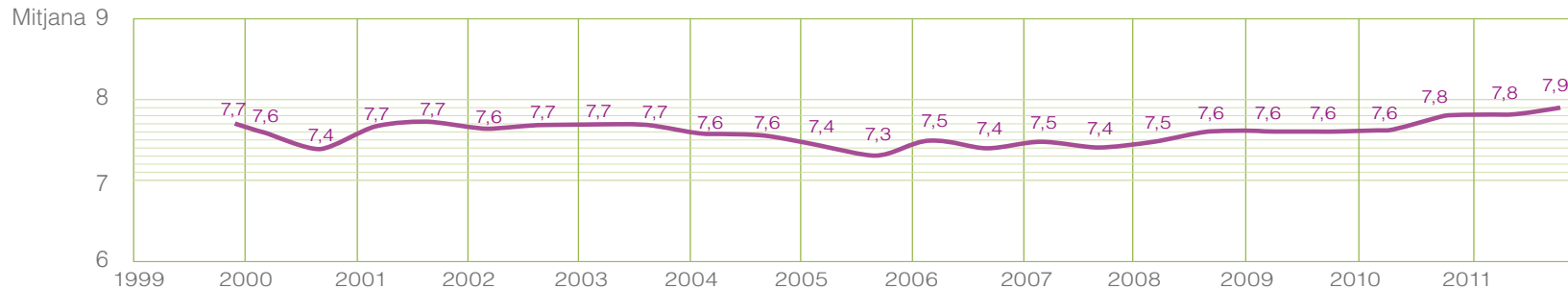
Es mostren més satisfets amb l'oferta comercial de la ciutat les persones de 25 a 44 anys i els veïns de Sarrià-Sant Gervasi i Sant Andreu.

Quan es demana pel grau de satisfacció amb els horaris comercials, els compradors els valoren amb una nota mitjana de 7,8, (Les dones, els més grans (55 anys i més) i els que viuen a Gràcia i Sant Andreu es mostren més satisfets amb els horaris comercials de Barcelona)

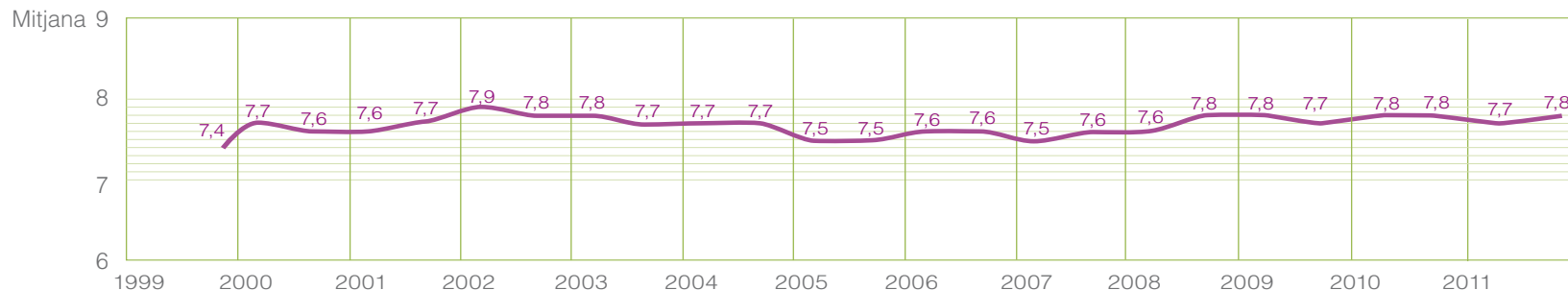
El 66,1% dels compradors es mostra molt o força satisfet amb l'atenció rebuda per part dels comerciants barcelonins. Els que es mostren més satisfets amb l'atenció personal per part dels comerciants són les persones de més de 64 anys i els veïns de Sant Andreu.

Evolució - La valoració que es fa de l'oferta comercial de Barcelona augmenta una dècima respecte a la passada consulta, assolint un nou valor més alt de la sèrie, la valoració de la satisfacció amb els horaris comercials es manté estable d'ençà tres anys enrere i la satisfacció amb l'atenció rebuda per part dels comerciants augmenta una dècima.

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



Evolució del grau de satisfacció amb els horaris comercials de Barcelona



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

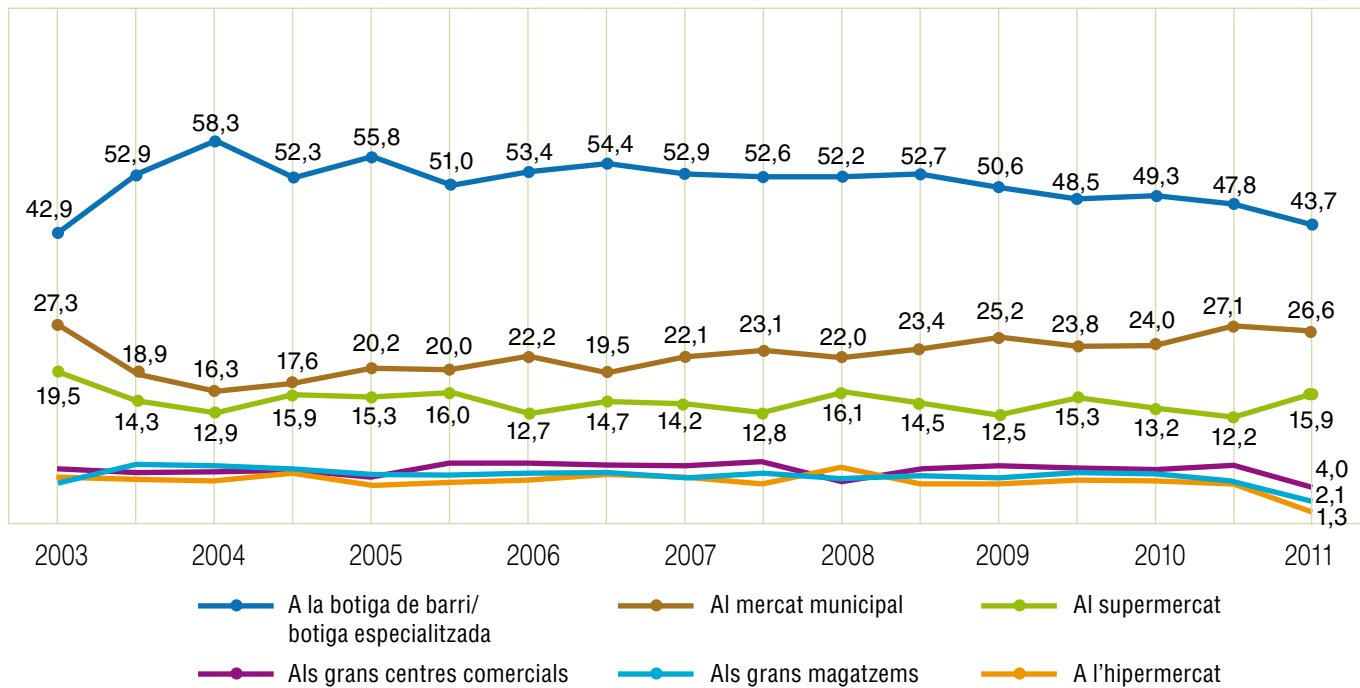


L'atenció rebuda segons el tipus de comerç

Per al 48,3% d'entrevistats que acostumen a realitzar les compres de casa seva, la botiga de barri o especialitzada és el tipus d'establiment on millor l'atenen. A continuació, els compradors se senten millor atesos al mercat municipal, sobre tot els de més edat (23,4%), seguit del supermercat (15,8%).

En menor mesura, es decanten per grans centres comercials (3,0%) i grans magatzems (2,7%). Aquests són els preferits per la població més jove, de 16 a 24 anys. Un 3,0% afirma que no troba diferències.

A quin tipus d'establiment l'atenen millor? (evolució)



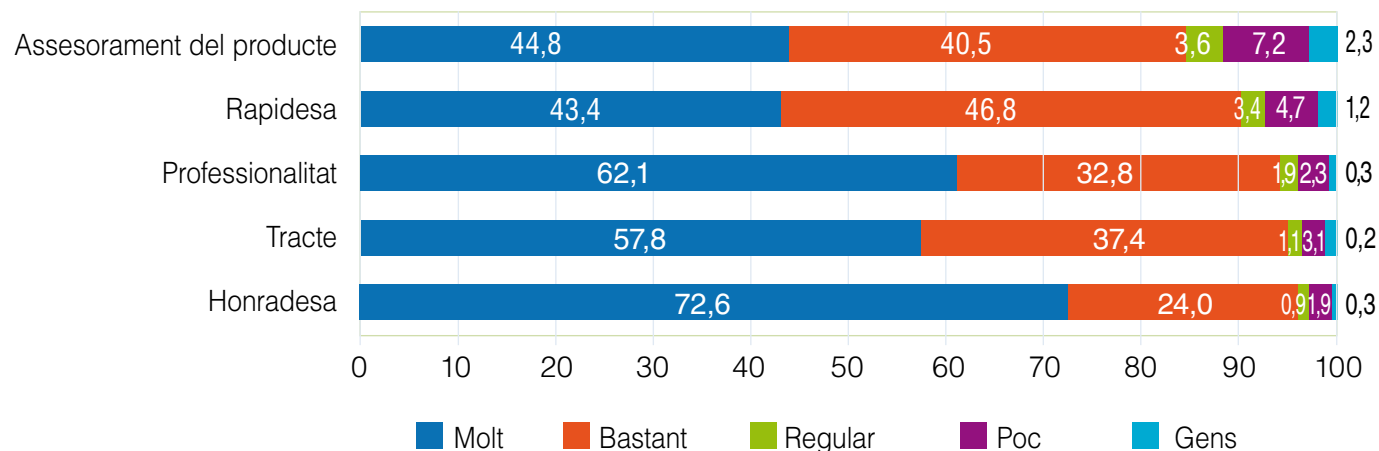
Valoració de diferents aspectes comercials

Quan se suggereixen als entrevistats un seguit d'aspectes que usualment es contempen a l'hora de comprar, tots ells són molt o bastant valorats.

Els més valorats són l'honradesa i el tracte rebut, considerats com a molt o bastant importants per a més del 95% dels compradors.

També s'atorga molta importància tant a la professionalitat (94,9%), com a la rapidesa (90,2%) o a l'assessorament del producte (85,3%).

Quan va a comprar, com valora els següents aspectes?



Obertura de comerços en diumenge

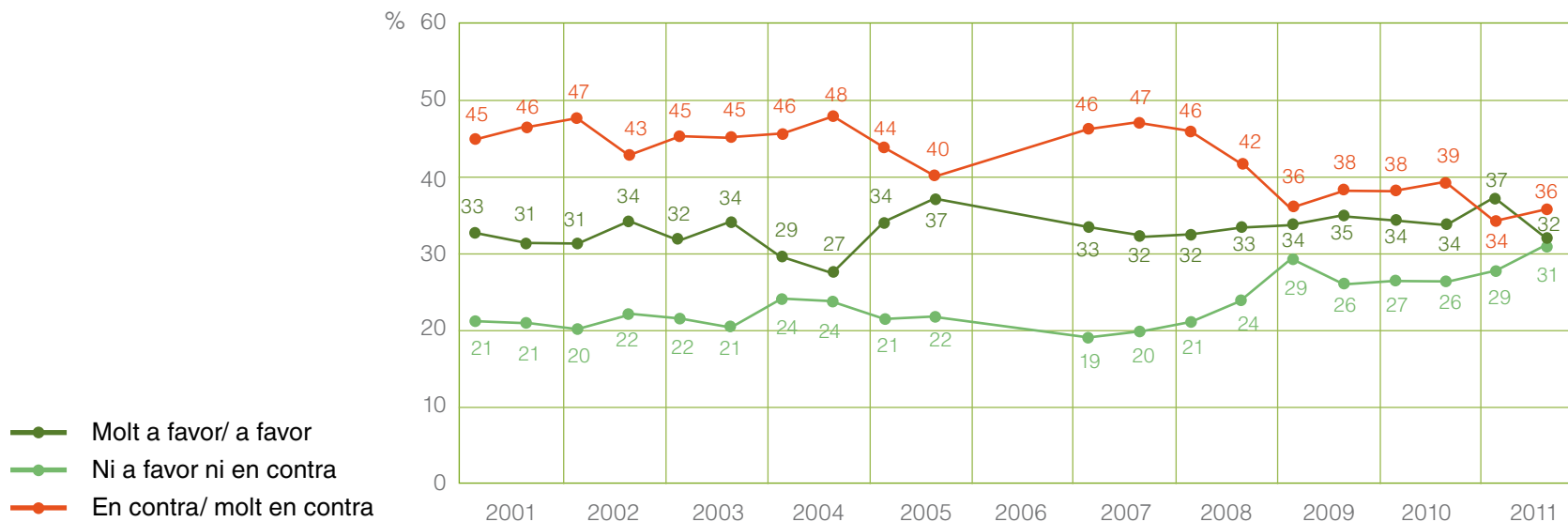
Aquesta qüestió continua presentant força divisió d'opinions, com ja passava anteriorment. Així doncs, el 35,7% dels barcelonins està en contra o molt en contra de que s'obrin els comerços els diumenges, el 31,9% que es mostra favorable a aquesta mesura i el 31,0% manté una postura neutral.

Es mostren més partidaris de que els comerços obrin en diumenge els homes, a mesura que minva l'edat de l'entrevistat, sobre tot al segment de 16 a 34 anys.

Els veïns de Ciutat Vella i Sarrà - Sant Gervasi són els més partidaris d'obrir les botigues els diumenges.

Evolució - En aquesta consulta disminueix el percentatge d'opinions favorables a favor de les neutrals i dels contraris a obrir els comerços els diumenges

En quina mesura està a favor o en contra de l'obertura dels comerços en diumenge?

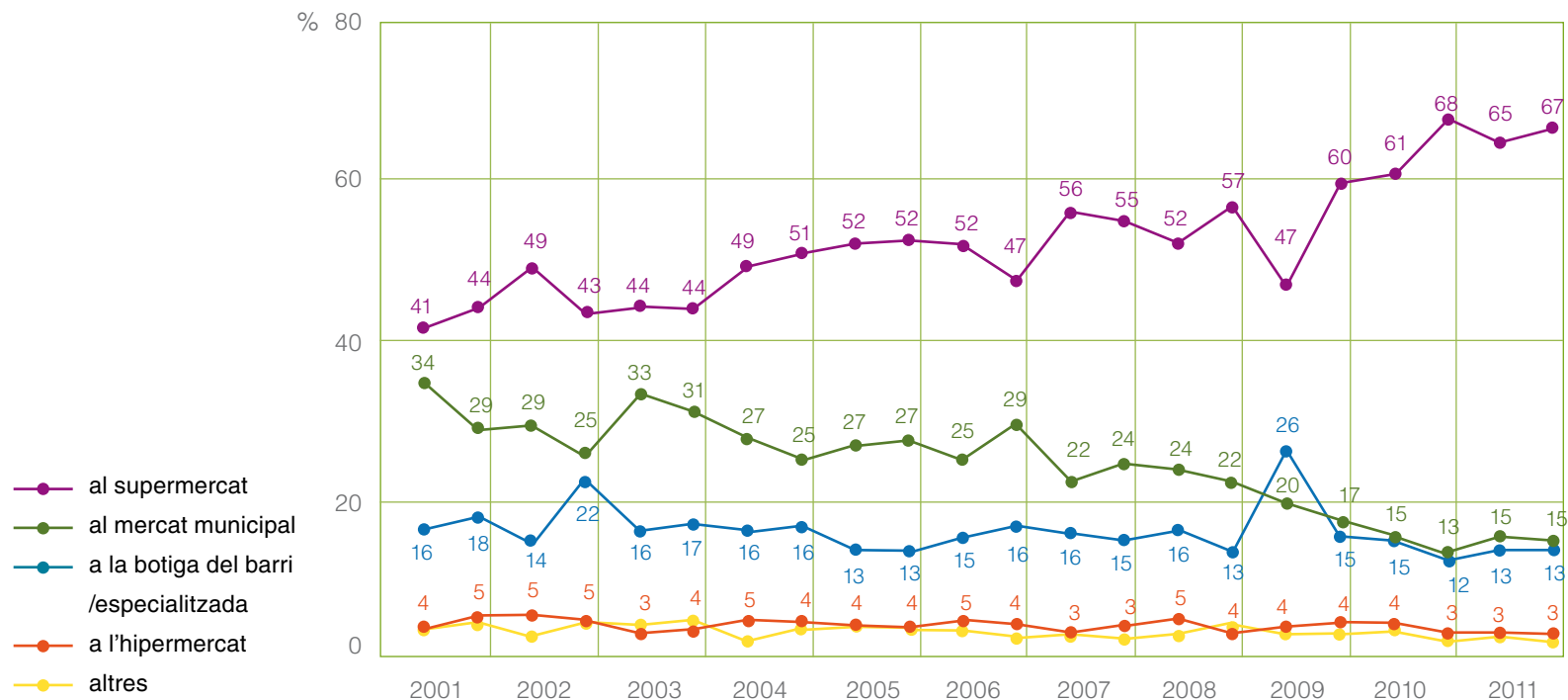


Hàbits de compra

Dos terços dels barcelonins entrevistats acostumen a comprar els aliments al supermercat i la resta ho fa a altres establiments: el 14,5% compra al mercat municipal i el 13,4% a botigues de barri o especialitzades. Pocs fan la compra d'aliments als hipermercats (2,8%), centres comercials (1,1%) i grans magatzems (0,6%).

Evolució - Respecte a l'edició anterior augmenta lleument els que diuen comprar els aliments al supermercat

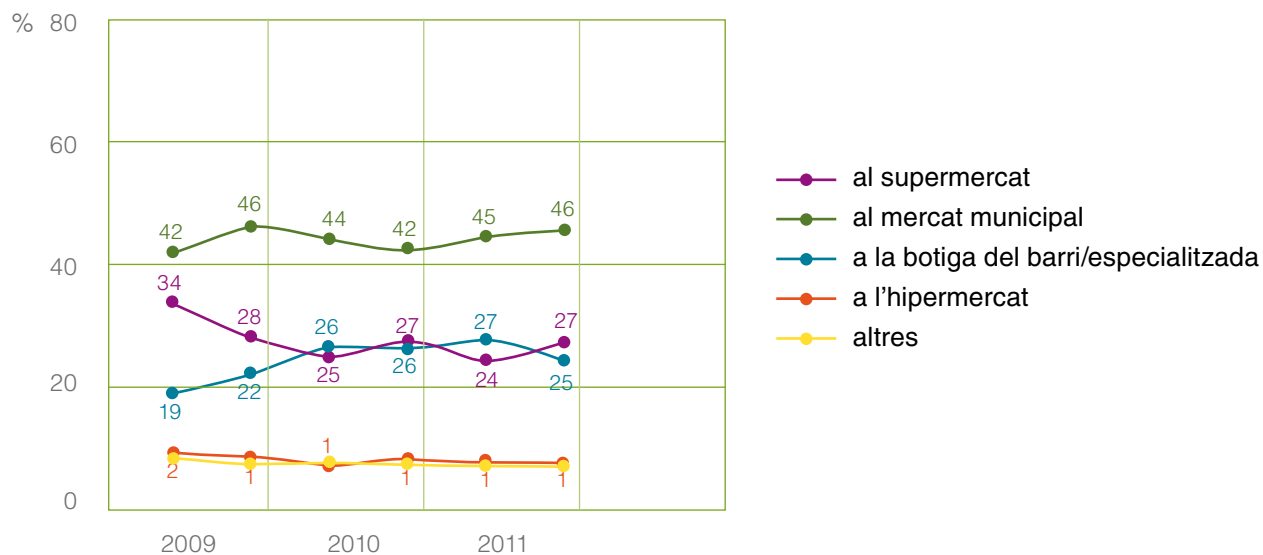
A quin establiment acostuma a comprar els aliments?



L'alimentació fresca

El 45,7% de les persones entrevistades diuen comprar l'alimentació fresca al mercat municipal, mentre que el 27,3% ho fa al supermercat i el 24,5% en botigues de barri o especialitzades. Són pocs els que compren productes frescos a l'hipermercat.

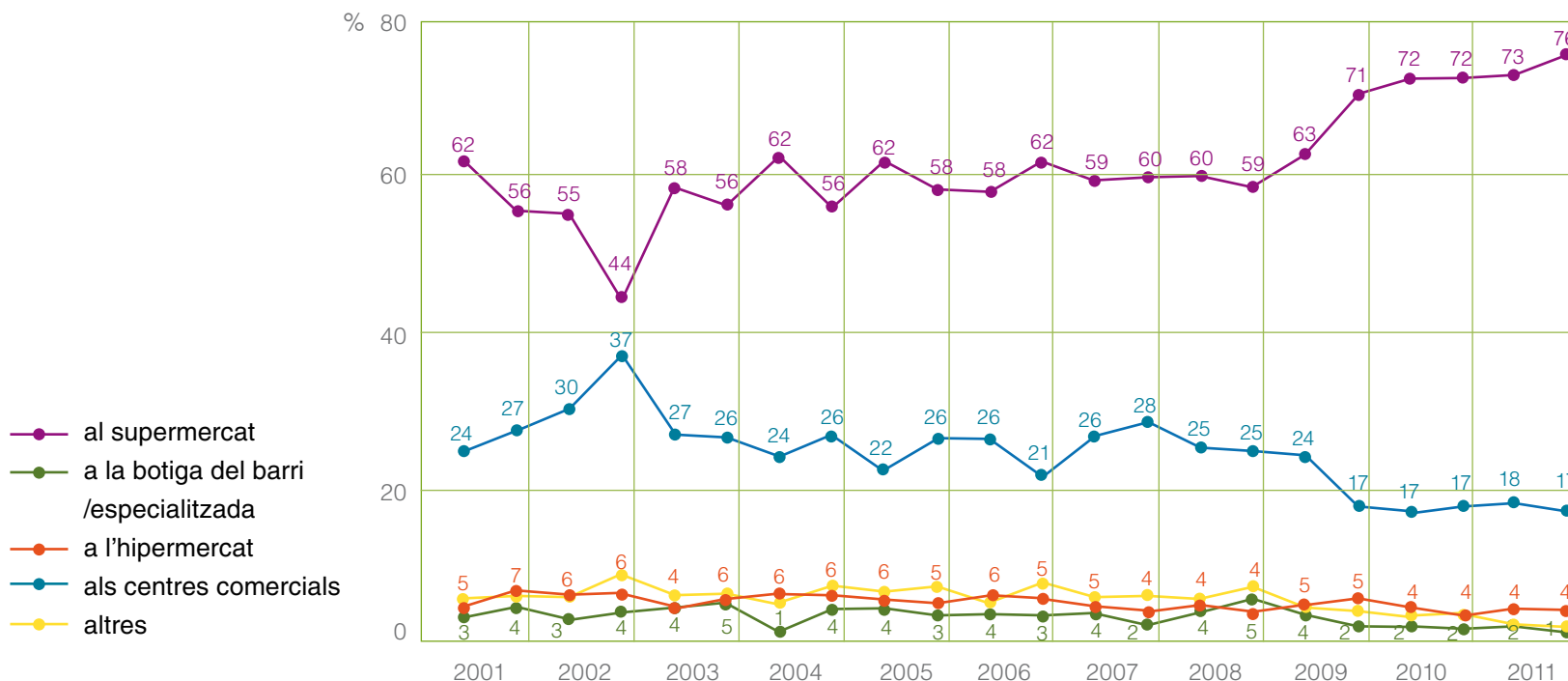
A quin establiment acostuma a comprar l'alimentació fresca?



Altres productes d'ús quotidià

Per comprar els altres productes d'ús quotidià (neteja, perfumeria...) la majoria opta pel supermercat (75,5%). Des de finals de 2009 s'observa una tendència creixent en aquest sentit.

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



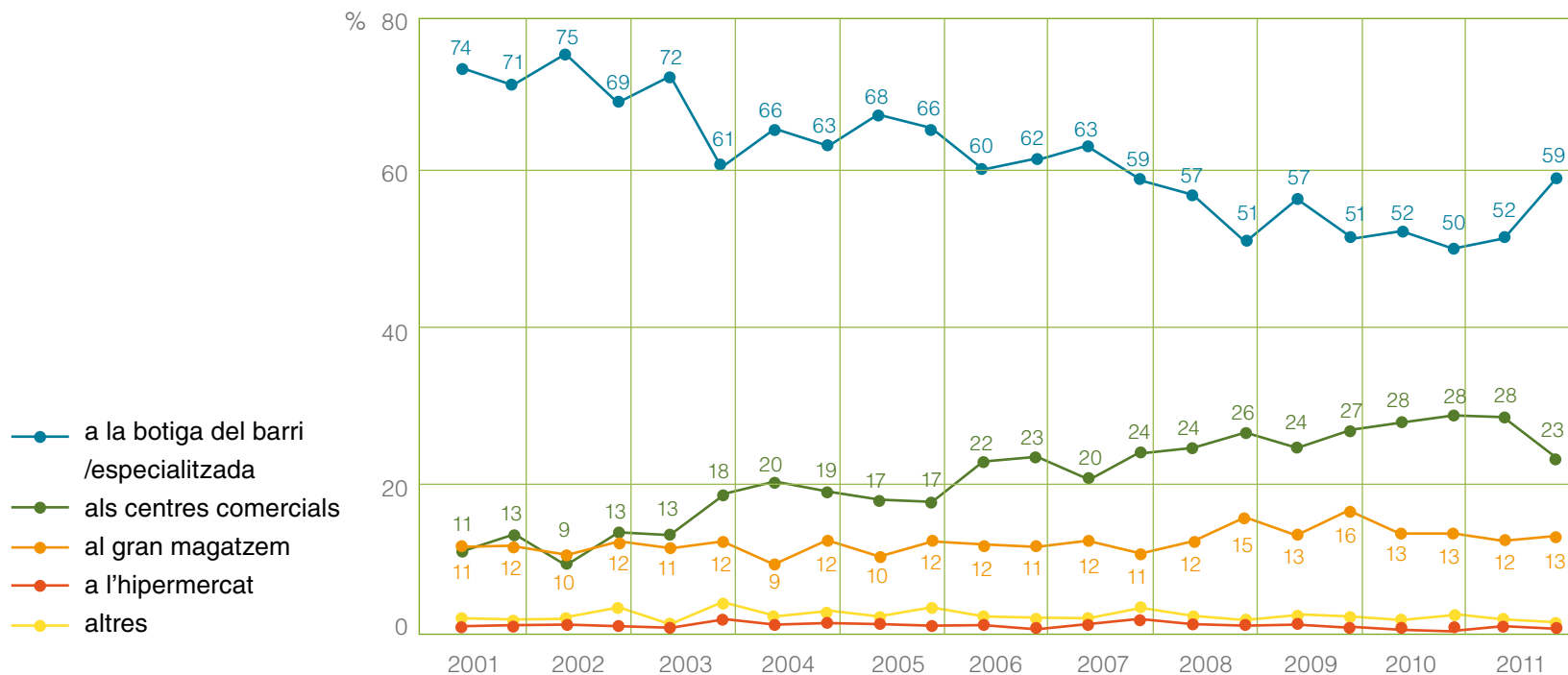
La roba i el calçat

El 59,4% dels barcelonins acostumen a comprar la roba i el calçat a les botigues de barri o especialitzades, mentre que el 22,9% ho fan als centres comercials i el 12,7% als grans magatzems. La resta de tipus d'establiments tenen poca participació en la compra d'aquests productes.

Els residents del districte de Gràcia acostumen a comprar més als establiments del seu barri o especialitzats que els residents d'altres zones de la ciutat. Els dels districtes de Les Corts i Sarrià-Sant Gervasi van més al gran magatzem i els dels districtes de Sant Andreu, Sant Martí i Sants-Montjuïc als centres comercials.

Evolució - Darrerament per a l'adquisició de roba i calçat els entrevistats opten més per anar a les botigues especialitzades i de barri i menys als centres comercials.

A quin establiment acostuma a comprar la roba i calçat?

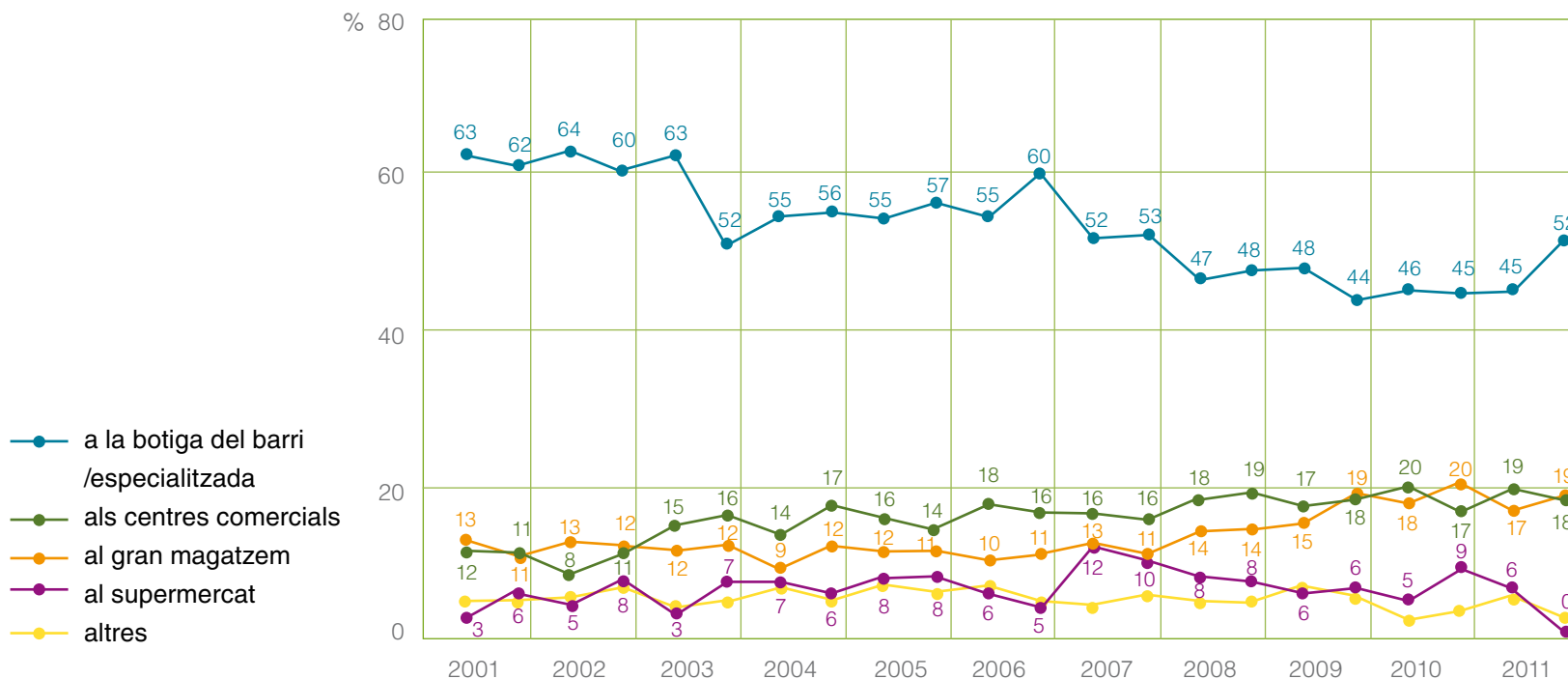


Els productes per al parament de la llar

La compra de productes per al parament de la llar es fa principalment a les botigues de barri o especialitzades (52,2%); en segon lloc, als grans magatzems (19,4%) i, en tercer lloc, als centres comercials (18,2%). L'hipermercat hi té una participació del 2,2%.

Els residents als districtes de Ciutat Vella i Gràcia prefereixen les botigues de barri o especialitzades, els de Les Corts i Sarrià-Sant Gervasi els grans magatzems i els de Sant Andreu i Sant Martí els centres comercials.

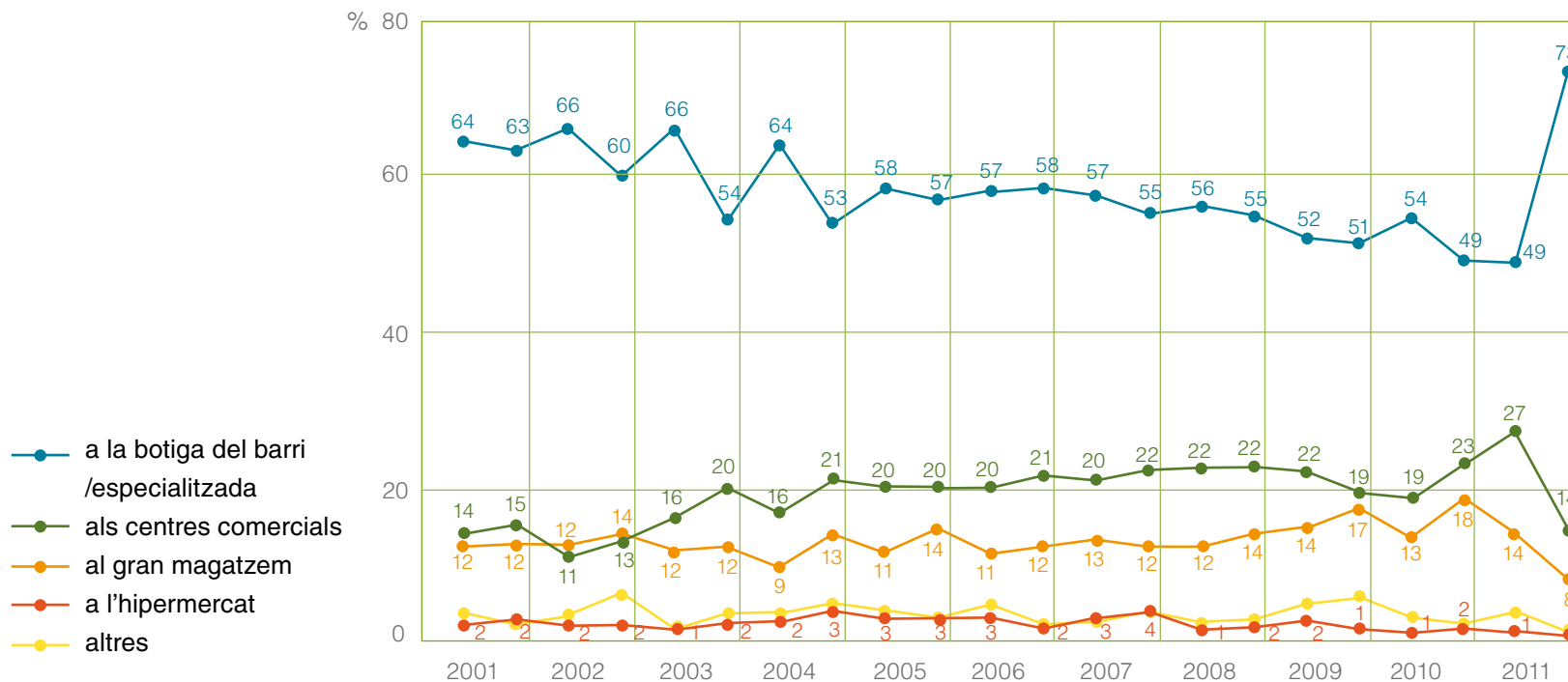
A quin establiment acostuma a comprar els productes per al parament de la llar?



Productes d'oci i cultura

En el 73,3% dels casos la compra de productes d'oci i cultura es fa a les botigues de barri o especialitzades i és poc habitual fer-la als centres comercials (13,8%) i els grans magatzems (7,6%).

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



Sistema de transport per anar a comprar i l'ús de telèfon i/o Internet

La gran majoria es desplaça a peu per anar a comprar els aliments (86,5%), el 9,0% diu anar-hi amb cotxe i el 2,0% en metro o autobús. A través d'Internet o per telèfon sol fer-ho el 0,6%.

Per comprar els aliments frescos se sol anar a peu (88,9%). Pocs diuen anar-hi en cotxe (5,5%), en metro o autobús (2,7%) o altres mitjans de transport. El 0,5% els compra per Internet o telèfon.

Per anar a comprar altres productes d'ús quotidià (neteja, perfumeria,...) la gran majoria sol anar-hi a peu (84,9%). En aquest cas, els que es desplacen en cotxe sumen el 10,7% i els que van en metro o autobús l'1,4%. Internet per comprar altres productes d'ús quotidià és utilitzada per una minoria (1,1%).

Per anar a comprar roba i calçat, la major part hi sol anar a peu (48,5%), però hi ha un gruix important d'entrevistats que hi va en metro o bus (30,1%), en cotxe (11,7%) o en moto (5,2%). En aquest cas, Internet l'utilitza el 0,3%.

El 42,7% dels entrevistats va a peu a comprar articles de parament de la llar, el 27,8% acostuma a fer-ho en cotxe i el 19,5% en metro o autobús. La compra per Internet o telèfon significa el 0,5% del total.

Zones comercials

S'ha demanat als entrevistats si acostumen a comprar en alguna zona comercial de Barcelona i, si és així, a quina acostumen a anar.

Dos terços dels entrevistats mencionen zones comercials on han comprat i el 32,4% neguen haver-hi anat; aquest darrer percentatge arriba al 59,1% entre els entrevistats de 65 anys o més.

Les zones comercials més visitades són les del centre de la ciutat: Barnacentre i El Corte Inglés de la plaça de Catalunya (21,1% en total). Segueixen el centre comercial de la Maquinista (15,7%), la zona de l'avinguda Diagonal formada per L'Illa i El Corte Inglés (13,1%), Diagonal Mar (10,4%) i el centre comercial de les Glòries (10,2%).

Les restants zones comercials assoleixen percentatges clarament inferiors, com ara la Rambla de Catalunya-Triangle (4,5%), el passeig de Gràcia (4,0%), Sants-Creu Coberta (3,2%), Gran de Gràcia (1,7%), Heron City (1,7%), Les Arenes (1,6%) i l'Eix de Sant Andreu (1,2%).

Evolució - Segons els resultats editats a la pàgina següent, durant el 2010 el nombre de barcelonins que acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona va augmentar respecte a l'any anterior, mentre que durant el 2011 retrocedeix 4,9 punts.

Vostè acostuma a comprar en alguna zona comercial de Barcelona? I a quina zona comercial acostuma a comprar?
(suma de dues respostes)

%	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
Passeig de Gràcia	11,0	10,4	11,9	11,3	14,6	11,6	8,9	5,7	6,9	7,3	6,8	5,7	1,7	4,0
Rambla de Catalunya-Triangle	13,8	13,1	17,1	17,7	16,0	14,0	11,5	11,1	11,4	8,0	12,7	6,8	5,0	4,5
Gran de Gràcia	3,0	4,2	3,9	3,3	3,7	4,0	3,8	4,1	3,4	3,1	3,1	2,1	1,7	1,7
Poble Nou	1,5	1,0	1,8	1,4	0,6	1,2	1,4	2,6	0,6	1,9	1,3	0,4	0,3	0,5
L'Eix Horta	3,0	1,4	0,8	0,7	1,2	1,3	1,1	2,3	1,4	1,4	1,7	1,1	0,9	0,3
Sants-Creu Coberta	7,4	6,9	7,4	3,5	3,5	4,7	5,5	5,3	4,4	3,2	2,7	2,4	3,1	3,2
Sarrià	0,8	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	1,5	0,7	0,9	0,6	0,6	0,7	0,3
Barnavasi-Galvany	0,2	0,3	0,1	1,3	0,3	0,1	0,3	0,3	0,5	0,5	0,6	0,3	0,1	0,1
Nou Drassanes	0,2			0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	1,1	0,1		0,1	0,4	0,1
Barnacentre-El Corte Inglés (PI Cat)	17,3	14,4	8,6	10,6	9,7	11,7	14,3	16,0	15,8	13,3	14,4	20,1	27,1	21,1
Bulevards de Nou Barris	1,6	2,9	2,0	1,7	1,4	1,4	1,6	3,7	1,6	2,5	2,0	1,2	0,5	0,5
Gràcia Nova	0,8	0,8	0,3	0,5	1,2	0,6	1,2	0,3	0,2	1,0	0,6	0,8	0,8	0,2
Dreta de L'Eixample	3,0	1,3	1,1	1,3	1,4	1,9	1,4	1,9	1,1	1,7	1,6	1,7	0,7	1,0
L'Eix Maragall	1,1	0,6	0,3	0,3	0,9	0,9	0,5	1,0	1,4	0,5	0,3	0,3		0,1
L'Eix de Sant Andreu	3,3	5,3	4,1	4,1	4,9	3,3	3,9	5,4	4,3	4,0	2,6	3,3	2,0	1,2
Les Rambles	3,1	4,4	4,6	3,2	2,7	3,7	2,1	4,1	2,6	4,1	3,4	2,5	0,6	0,3
Sant Antoni Comerç	2,0	3,7	2,1	1,6	3,2	1,9	1,9	2,4	1,9	1,7	1,4	0,9	1,2	1,1
Diagonal-Illa-El Corte Inglés	10,5	10,3	10,9	9,8	10,5	9,9	8,5	12,4	10,8	11,4	10,7	16,9	14,6	13,1
Eix Sants-Les Corts					1,6	0,3	0,6	2,7	1,4	1,9	1,2	1,8	0,8	1,3
Verneda Eix Comercial					1,5	0,3	0,2	0,4	0,6	0,5	0,7	1,1	0,5	

(Continua a la pàg. següent)

Vostè acostuma a comprar en alguna zona comercial de Barcelona? I a quina zona comercial acostuma a comprar?
(suma de dues respostes)

(Ve de la pàg. anterior)

%	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
CC La Maquinista											6,8	10,3	13,7	15,7
CC Glòries											7,5	8,7	10,8	10,2
Diagonal Mar											6,7	7,7	10,6	10,4
Heron City											0,5	1,8	2,2	1,7
PI Espanya / CC Las Arenas													1,1	1,6
Sagrada Família											0,4			
De Palau a Palau											0,6			
Eix del Clot											0,3			
CC Maremàgnum											0,1			0,8
Hipercor Meridiana											0,2			
Altres zones comercials pròximes a Barcelona											3,3			
Born												0,2		
Raval												0,6		
Gòtic-Via Laietana-PI del Pi												0,7		
Altres				1,7	0,1	0,4				2,7	2,8	6,1	2,3	1,5
No acostumo anar-hi	41,0	40,4	41,4	44,2	42,4	46,0	47,0	36,8	43,0	45,1	32,9	26,7	27,5	32,4
NS / NC			0,5		0,4	0,4	1,9	1,3	1,3	1,5	1,1	1,2	1,3	1,0
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1015)	(1016)	(1000)

Les persones que van a les zones comercials solen comprar-hi roba i calçat (76,7% en la primera zona i 71,3% en la segona), productes d'oci i cultura (llibres, CD, jocs,...) (30,9% en primera zona i 23,7% en la segona) i productes d'alimentació (20,6% i 15,7% respectivament).

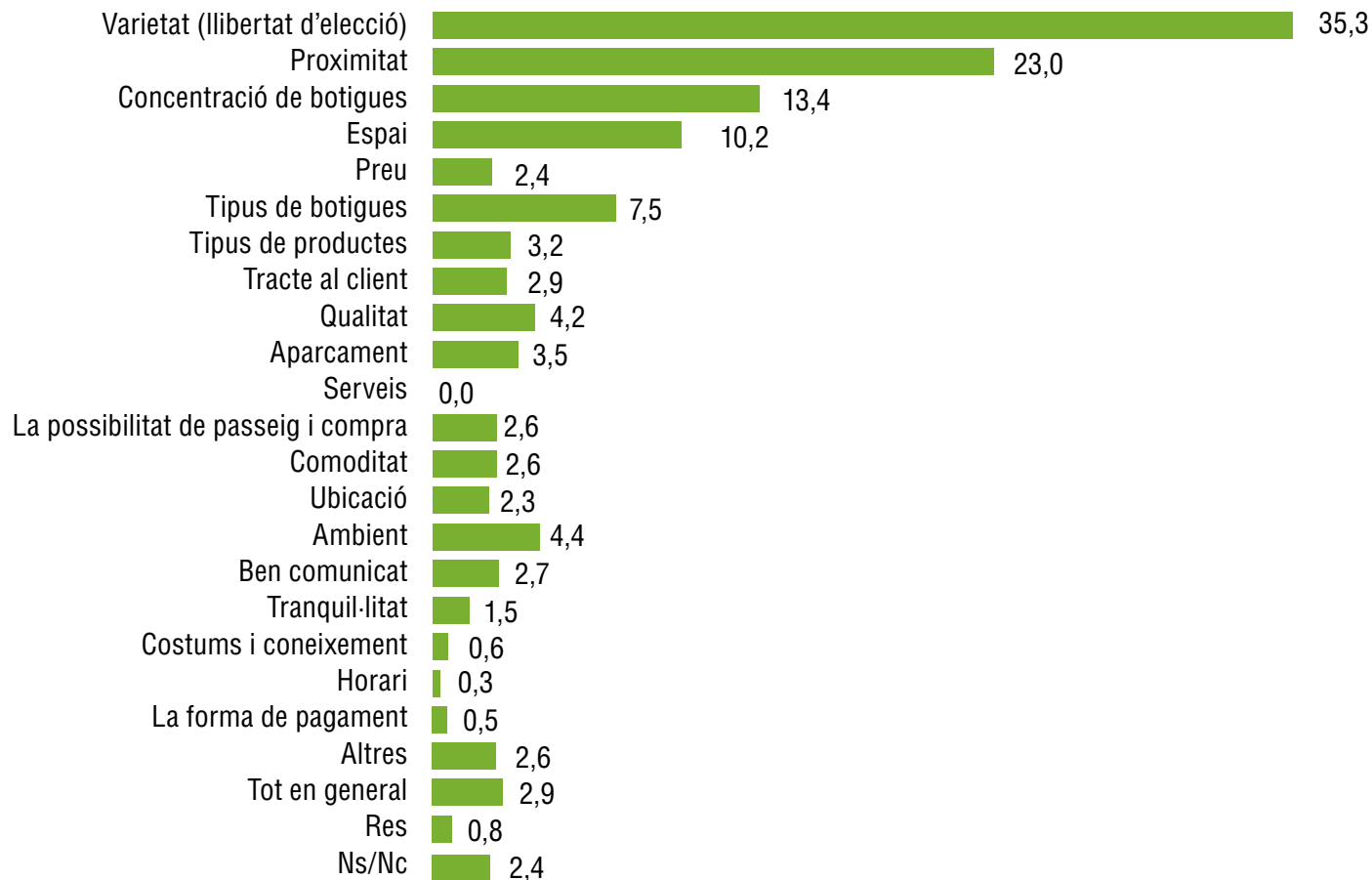
Evolució - Respecte a l'onada anterior, augmenta la compra de roba, calçat i de parament de la llar a les zones comercials.

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

La varietat és l'aspecte que més es valora de la zona comercial visitada pels entrevistats (35,3%) i, en segon lloc, la proximitat (23,0%).

Altres aspectes que es tenen en compte són la concentració de botigues (13,4%), l'espai (10,2%) i els tipus de comerços (7,5%). La resta d'aspectes són mencionats per sota del 5%.

Què és el que més valora de les zones comercials on va a comprar?
 (suma de dues respostes) (base: acostumen a comprar a alguna zona comercial de Barcelona)



Compra per Internet

El 45,6% dels barcelonins entrevistats diu haver comprat alguna vegada per Internet.

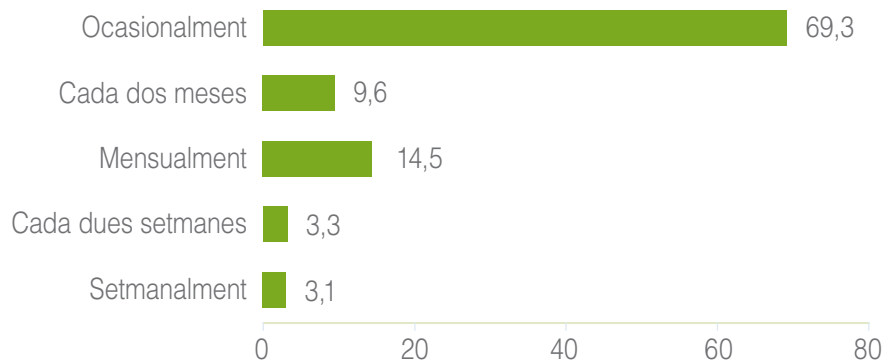
Aquesta proporció és més alta entre les persones de nivell socioeconòmic alt (59,5%), els homes (52,5%) i les persones d'entre 16 i 44 anys. A partir dels 45 anys, la proporció és decreixent fins arribar a l'11,9%.

Ha comprat alguna vegada per Internet?



La majoria de les persones entrevistades que diuen haver comprat alguna vegada per Internet ho fan de forma ocasional (69,3%). Altrament, el 14,5% solen fer-ho un cop al mes i el 9,6% cada dos mesos.

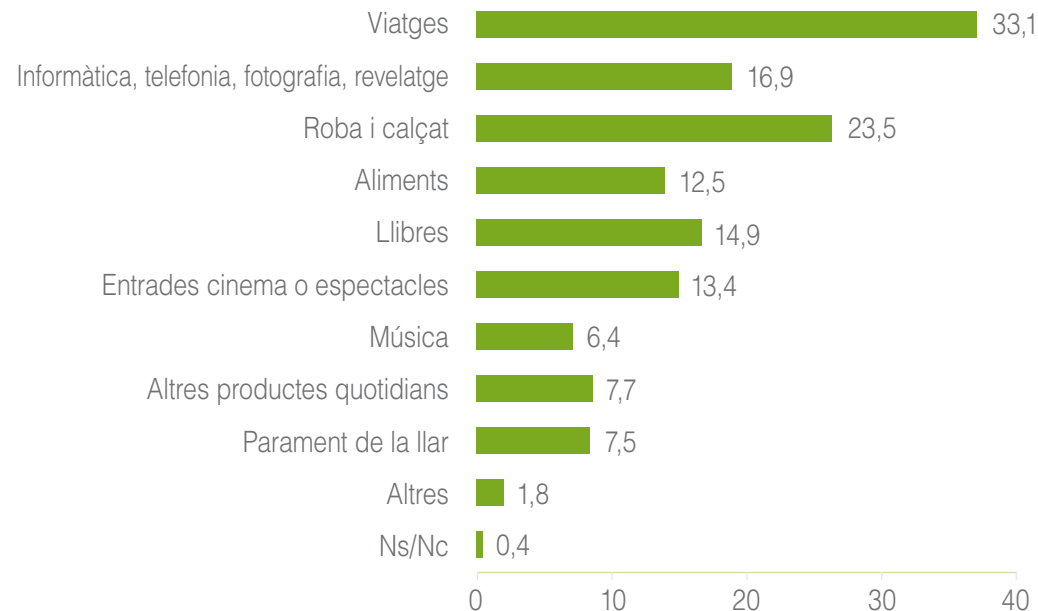
Amb quina freqüència acostuma a comprar per Internet?



Els productes que més es compren per Internet són els d'oci (70,8%). Concretament, el 33,1% de les persones que han comprat per Internet ha adquirit serveis relacionats amb viatges, el 14,9% llibres, el 13,4% entrades per a espectacles, el 6,4% música i el 3,1% altres.

Pel que fa a la resta d'articles, el 23,5% diu haver-hi comprat roba i calçat, el 16,9% productes i serveis d'informàtica i telefonia, i el 12,5% articles d'alimentació. I a més distància, el 7,7% ha comprat altres productes quotidians i el 7,5% articles de parament de la llar.

Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi?
(Espontània. Suma de dues respostes)



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

L'objectiu principal de l'Enquesta de L'Activitat del Sector Comercial de la Ciutat de Barcelona és conèixer les característiques dels establiments comercials, l'opinió dels seus responsables sobre l'activitat comercial a la ciutat i les perspectives de futur.

L'actual informe es basa en les entrevistes realitzades a responsables de 2.400 establiments comercials visitats entre el 7 d'abril i el 21 de novembre de 2011.

Des del 2009 la mostra quadrimestral comprèn 2.400 establiments comercials, dels quals 400 són de titularitat no espanyola. El motiu perquè s'ha procedit a fer dues submostres és copsar més específicament les característiques dels comerços de titularitat espanyola i les dels comerços de titularitat no espanyola, així com les opinions dels responsables corresponents.

Respecte el tipus d'establiment visitat, el 28,6% són establiments d'alimentació, el 29,4% d'equipament personal, el 22,7% de decoració i llar, el 9,3% són farmàcies, drogueries i perfumeries, i el 10,0% establiments d'oci i cultura.

Les característiques

En relació a les característiques dels establiments comercials visitats durant el 2011, s'observen les següents característiques:

Respecte el tipus d'establiments, el 28,6% són d'alimentació; el 29,4% d'equipament personal; el 22,7% de decoració i llar; el 9,3% són farmàcies, drogueries i perfumeries i el 10% d'oci i cultura. En el 90,1% dels casos la titularitat és espanyola i en el 9,9% no espanyola.

El 48% d'aquests establiments van obrir entre els anys 2000 i 2011; el 36,8% ho va fer l'últim quart del segle vint, i el 13,2% abans. La mitjana d'antiguitat és d'uns 18 anys. Els establiments més recents són els d'equipament personal (15 anys) i d'alimentació no mercats (15 anys). Els més antics són les parades d'alimentació dels mercats (entre 25 i 26 anys). La mitjana d'antiguitat dels establiments de titularitat espanyola és de 20 anys i els de titularitat no espanyola només de 4 anys.

El 67,1% dels establiments són societats civils particulars, el 21,7% societats limitades i el 7,3% societats anònimes.

El 3,5% dels establiments comercials són una franquícia i la major part d'origen català (76%). Són més habituals al sector de l'alimentació no pertanyents als mercats municipals (7,9%).

El 5,6% dels negocis compten amb alguna central de compres. El sector de farmàcia, drogueria i perfumeria (13,5%) i de decoració i llar (12,3%) són els que més utilitzen aquest sistema de subministrament. Gairebé totes les centrals de compres són catalanes (91,3%).

Tipus d'establiment



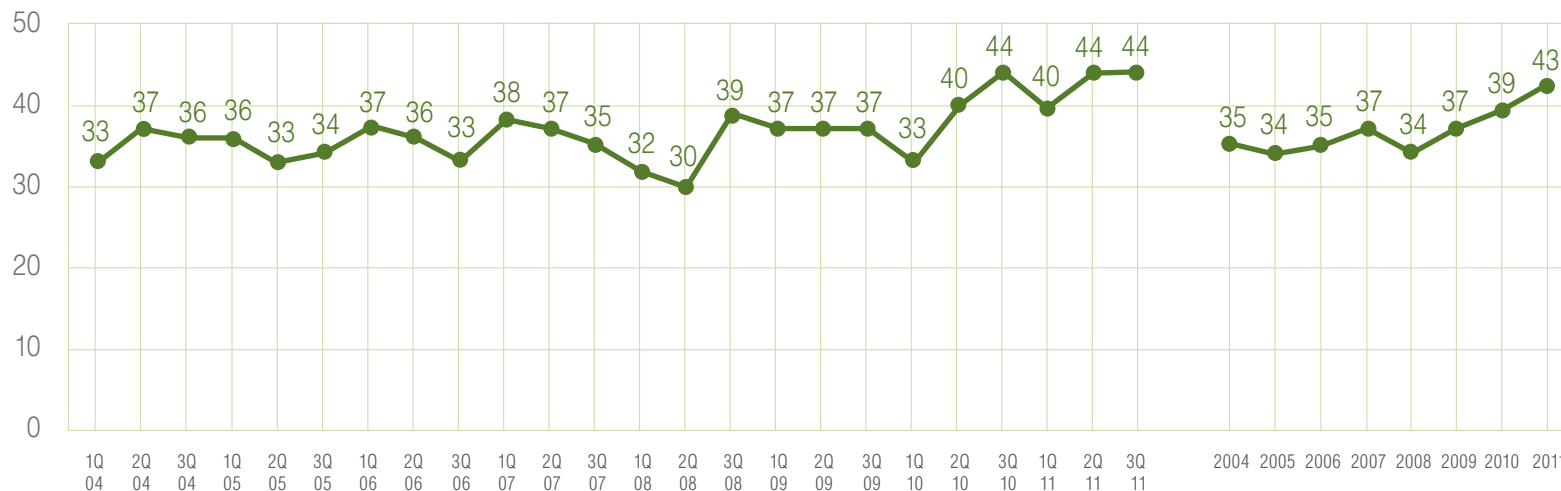
L'associacionisme

El 42,9% dels comerços està associat. Les associacions són gremials o de comerciants del mateix carrer, centre o eix comercial.

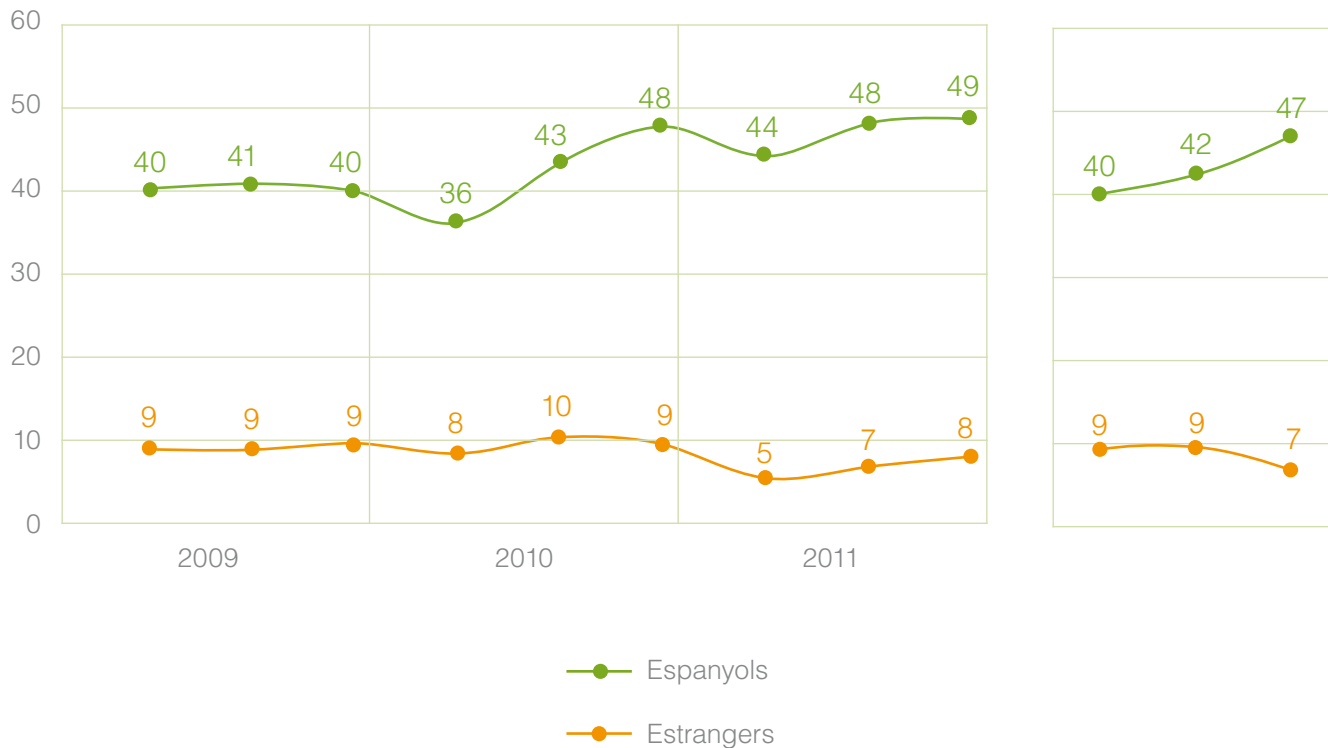
Les parades d'alimentació dels mercats són les que presenten un índex d'associacionisme més alt (64,4%); també presenten un alt percentatge d'associats els comerços dels districtes de Sant Andreu (51,0%), Sants-Montjuïc (49,5%), Ciutat Vella (49,1%) i Sant Martí (45,0%). L'índex d'associacionisme dels establiments de titularitat estrangera és del 6,5%.

Segons els responsables entrevistats, algunes de les actuacions que realitzen aquestes associacions són assessoria, tramitació i informació (29,7%); promocions (18,9%), decoració nadalenca (14,7%), fires al carrer (13,7%) i festes de barri (12,0%).

Pertinença a associacions o entitats



Establiments associats per nacionalitat



El local comercial

Respecte la situació dels establiments visitats, el 86,4% són botigues aïllades al carrer, el 10,6% parades de mercats municipals i el 2,9% botigues en centres o galeries comercials; quantitats totes elles estables al llarg del temps.

La superfície mitjana de la sala de vendes dels locals comercials (parades de mercat no incloses) és de 88 m². Les sales més grans es troben en els sectors de decoració i llar (148 m²) i d'alimentació no mercats (95 m²). La resta solen tenir espais més petits.

Respecte a l'accessibilitat a la sala de vendes, en el 35% dels casos l'entrada no té desnivell, en el 44,7% hi ha un graó baix (menys de 12 cm.), en el 12,7% un graó mitjà (de 12 a 20 cm), en el 2,4% un graó de més de 20 cm; i en el 5,2% hi ha més d'un graó o una escala.

El 14% té una obertura a l'entrada de la sala de vendes amb una amplada igual o inferior a 70 cm. El 86% la té superior a 70 cm.

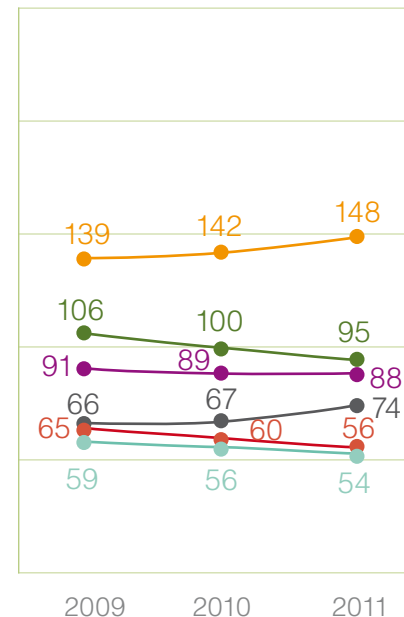
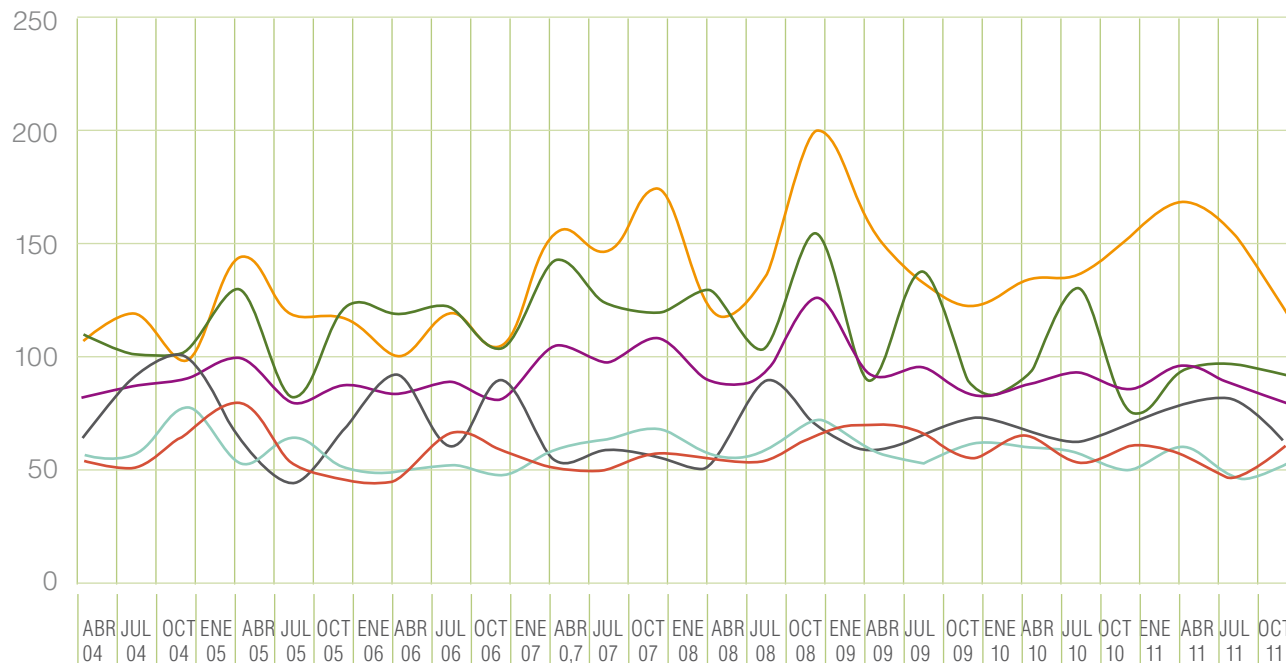
El 68,1% dels rètols dels establiments estan escrits en català, el 25% en castellà, el 5,5% en anglès i el 3,7% en altres llengües. En el cas dels establiments de titularitat no espanyola, també hi ha més rètols en català (53,3%) que en castellà (24,6%) i altres llengües (24,7%). (Nota: Els rètols poden estar escrits en més d'una llengua).

Pel que fa al règim de tinença del local, dos terços dels locals visitats són de lloguer, el 18,8% de propietat i el 12,1% tenen règim de concessió municipal. Només el 16,8% dels establiments de lloguer tenen un contracte anterior al 9 de maig del 1985.

Els sectors de farmàcia-drogueria-perfumeria i de decoració i llar són el que tenen més locals de propietat (31,7% i 26,9% respectivament), i els sectors d'equipament personal (79,6%) i d'alimentació no mercat (77,6%) acostumen a tenir locals de lloguer. Pràcticament tots els establiments de titularitat no espanyola són de lloguer (95,2%).

El 76,9% dels comerços disposa almenys d'una caixa registradora, i el 30,7% amb scanner. Els mercats són els que menys equipats.

Superfície de la sala de vendes (mitjana per sectors)



- MITJANA
- ALIMENTACIÓ
- EQUIPAMENT PERSONAL
- DECORACIÓ I LLAR
- FARMÀCIA, DROGUERIA I PERFUMERIA
- OCI I CULTURA

Els serveis

El 68,4% dels comerços diu tenir un sistema de venda assistida, principalment els d'alimentació de mercats (95,5%), equipament personal (79,0%) i decoració i llar (76,4%). Altrament, el 24,1% disposa d'un sistema de lliure servei assistit, en el cas d'oci i cultura és el 54,2%. El 7,5% té un sistema de lliure servei, però a alimentació no mercats és del 24,5%. Els establiments de titularitat no espanyola solen ser de lliure servei assistit (38,0%) o de lliure servei (35,7%).

Els comerços que disposen de cobrament amb targeta sumen el 79,5%. Aquest servei està implantat pràcticament en tot el sector de farmàcies, drogueries i perfumeries (94,2%) i el d'equipament personal (94,1%). En canvi, és menys freqüent en el sector de l'alimentació no mercats (57,6%), a l'igual que els establiments de titularitat no espanyola (62,0%).

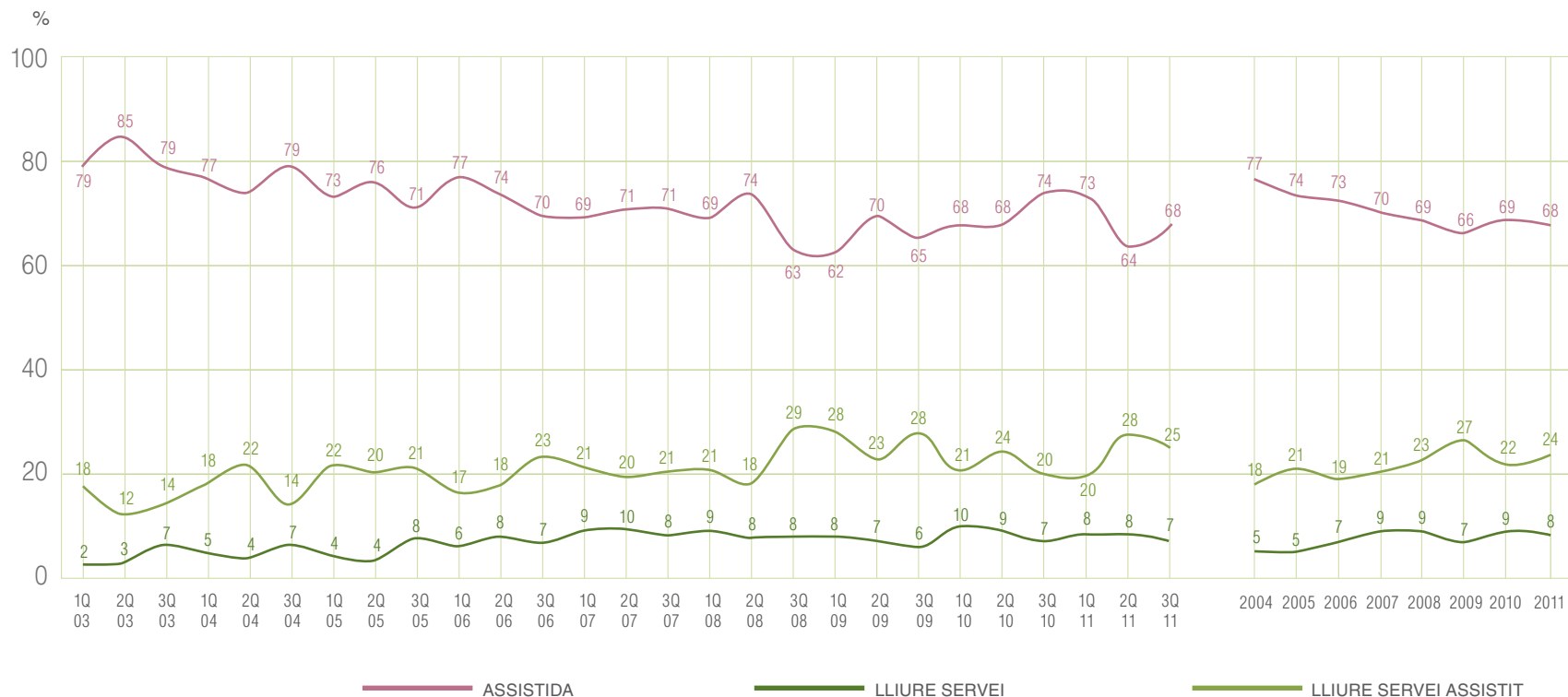
El 45,6% dels establiments tenen servei de comandes per telèfon. Concretament, al sector d'alimentació de mercats (74,4%) i d'alimentació general (59,4%). El 16,7% dels establiments de titularitat no espanyola també en disposa.

El 36,8% dels establiments visitats ofereix portar les compres a domicili. Aquest servei és més habitual als rams de decoració i llar (70,4%), d'alimentació general (47,0%) i de mercats (61,2%); és menys comú en el cas dels comerços de titularitat no espanyola (15,7%).

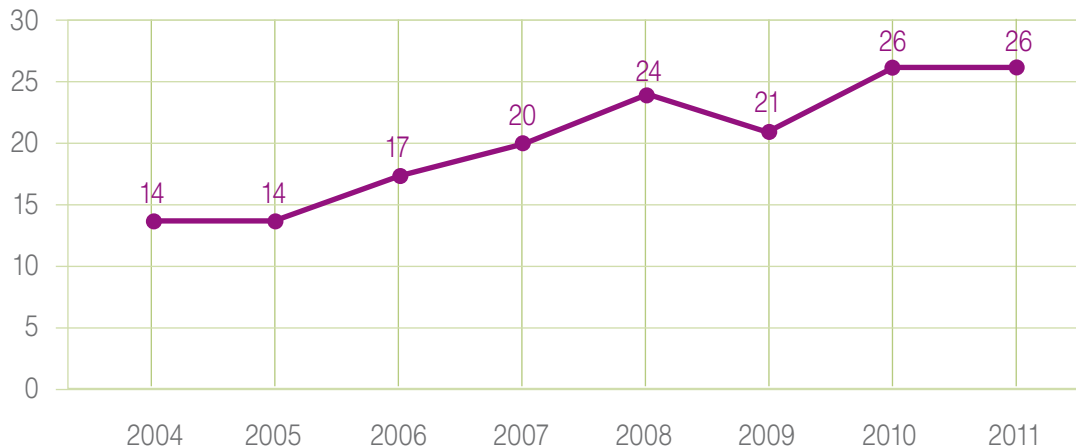
El 56,6% dels comerços té la gestió informatitzada. Aquest percentatge és més elevat en els establiments que pertanyen a un eix comercial (59,8%). Els sectors més informatitzats són farmàcia-drogueria-perfumeria (81,1%) i decoració i llar (66,8%); a continuació, equipament personal (59,1%), oci-cultura (50,1%) i finalment alimentació (40,4%) i alimentació mercats (21,8%). Només el 41,5% dels establiments de titularitat no espanyola tenen la gestió informatitzada; entre aquests, l'excepció són els de titularitat europea (77,5%).

El 2011 els establiments que disposen de web sumen 25,7%. Pel que fa als establiments de titularitat no espanyola, la tinença de web és del 12,0% (ara bé, en el cas dels comerços de titularitat europea és del 52,1%). Els comerços tenen web propi de caràcter informatiu i de tres de cada deu amb possibilitat de comprar on-line (carret de la compra).

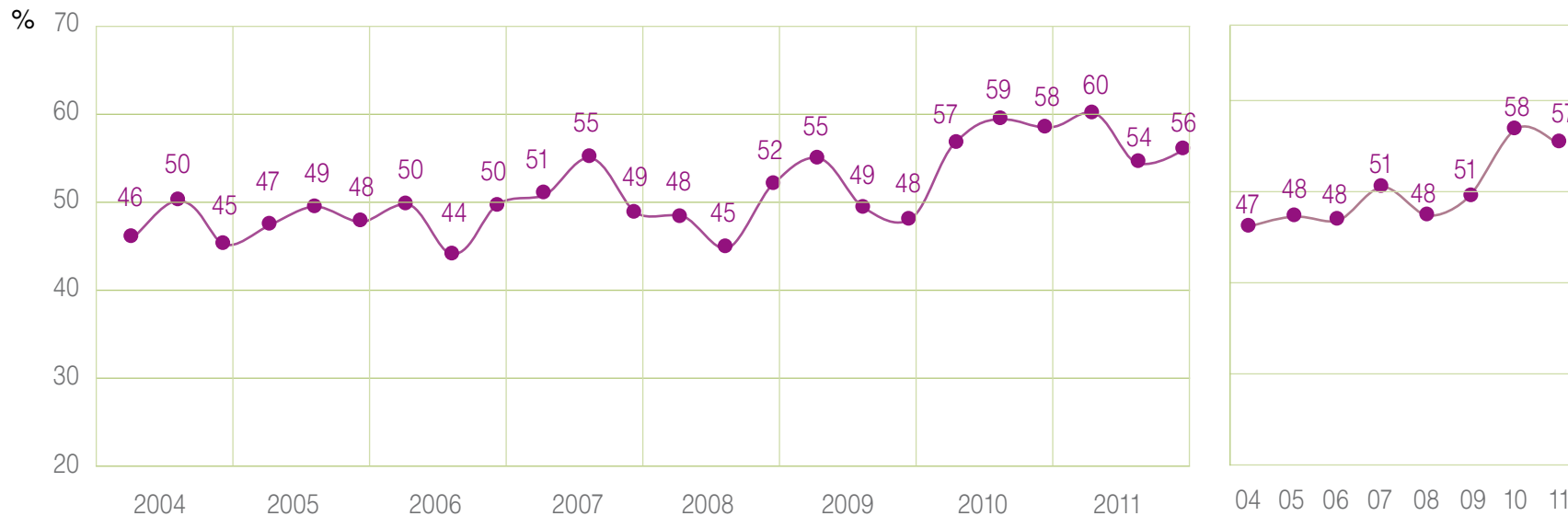
Quin sistema de venda utilitzen?



El seu establiment disposa de pagina web?



La gestió és informatitzada?



Els horaris i les vendes

El 76,7% dels establiments comercials obren de dilluns a dissabte i el 12,9% tots els dies de la setmana.

El 13,6% dels comerços treballen els diumenges; en el cas dels comerços de titularitat no espanyola és el 42,1% i, específicament, els de titularitat pakistanesa el 78,4%.

De dilluns a divendres el més habitual és fer horari partit de matí i tarda (69,2%); el 33,6% fa jornada contínua. Se sol obrir abans de les 10 h. (62,5%) i tancar després de les 20 h. (59,7%).

Dels comerços que obren el dissabte, el 47,7% treballa només al matí i el 52,1% matí i tarda. Els de titularitat no espanyola solen fer horari continuat (65,0%).

Dels comerços que obren el diumenge, el 53,1% ho fa només el matí i el 46,4%, tot el dia. Els de titularitat no espanyola solen fer horari continuat (77,9%).

En general, el desembre és el mes de més venda (segons el 51,9% dels responsables), però també són bons el gener (18,6%) i el juliol (18,5%). Per la roba i el calçat són beneficiosos, a més del desembre (48,5%), el juliol (28,5%) i el gener (23,4%) i per a la farmàcia-perfumeria-drogueria el juliol (26,0%); el novembre és un bon mes per a l'alimentació (19,0%). El febrer, en general, és el mes de menys venda segons el 40,0% dels responsables.

El dissabte i el divendres són els dies de la setmana de més venda. Ara bé, cal prendre nota que en el cas de les farmàcies, drogueries i perfumeries el millor dia és el dilluns i després el divendres. En el cas d'alimentació no mercat el diumenge és el segon dia de més activitat, després del dissabte. El dimecres, el dimarts i el dilluns són els dies de menys venda.

Les franges horàries de més venda són al matí de 12 a 14 h. (25,5% de les vendes) i a la tarda de 17 a 20 h. (34,4% de les vendes). En el cas d'alimentació i, farmàcia-drogueria- perfumeria, les vendes es concentren al matí. Als establiments d'equipament personal i decoració-llar les vendes solen ser al final del matí i per la tarda. Als sectors d'oci-cultura està més repartida al llarg del dia.

Sobre la intenció d'obrir en diumenge

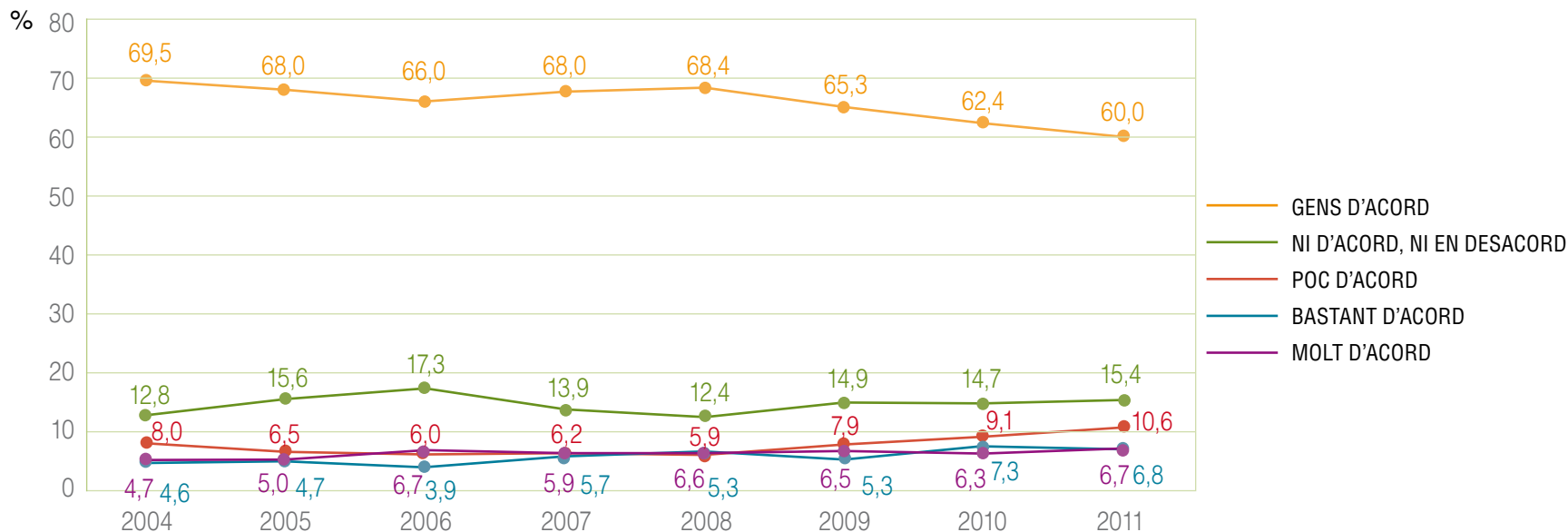
El 2011 el 60,0% dels responsables de comerços estan molt disconformes en obrir el diumenge i el 10,6% poc d'acord. Només el 13,5% ho veu bé i el 15,4% es mostra indiferent. Els comerços més favorables són del sector d'alimentació no mercats (28,3%).

Els establiments de titularitat no espanyola es mostren més partidaris d'obrir en diumenge (48,8% n'és favorable), sobre tot els de titularitat pakistanesa (59,3%) i xinesa (49,4%).

El 2011 hi ha menys botiguers que es mostren contraris a obrir els diumenges (3 punts menys que el 2008). Aquests són dels sectors d'alimentació, equipament personal, oci-cultura i pertanyen a un eix comercial.

També des de 2008 han disminuït els partidaris de prohibir la possibilitat d'obrir els festius (13 punts menys) i són més els que diuen que obriran el proper diumenge autoritzat.

En quina mesura vostè està d'acord, o no, amb l'obertura dels comerços en diumenge?



El personal

El 2011, en un terç dels comerços visitats hi treballa una persona, en el 32,4% dues; en el 14,2% tres; en el 7,3% quatre i en el 12,7% més quantitat.

La mitjana general de persones que treballen en un establiment comercial (amb un màxim de 10 treballadors/es) és 2,4 (disminueix una dècima respecte el 2010). El ram de l'alimentació n'ocupa 2,8; farmàcia-drogueria-perfumeria 3,0, decoració i llar 2,5; equipament personal 1,9, i oci-cultura 1,9. En el cas dels establiments de titularitat pakistanesa la mitjana és 2,0, de titularitat xinesa 2,2 i de titularitat europea 3,0. Els establiments que pertanyen a un eix comercial tenen de mitjana més personal (2,5) que els que no hi pertanyen (2,3).

Pel que fa al tipus de personal, el 47,2% dels treballadors són empleats/des, el 31,4% propietaris/es del negoci i el 21,4% encarregats/des.

En el sector del comerç sempre han treballat més dones (61,4%) que homes (38,6%), però està més equilibrat quan es tracta de la propietat (50,3% de propietaris i 49,7% de propietàries). Als establiments de titularitat no espanyola el percentatge d'homes és major (66,5%), sobre tot quan són de titularitat pakistanesa (92,4%).

La major part del personal té entre 25 i 54 anys. El personal dels comerços de titularitat no espanyola acostuma a ser més jove, entre 25 i 44 anys.

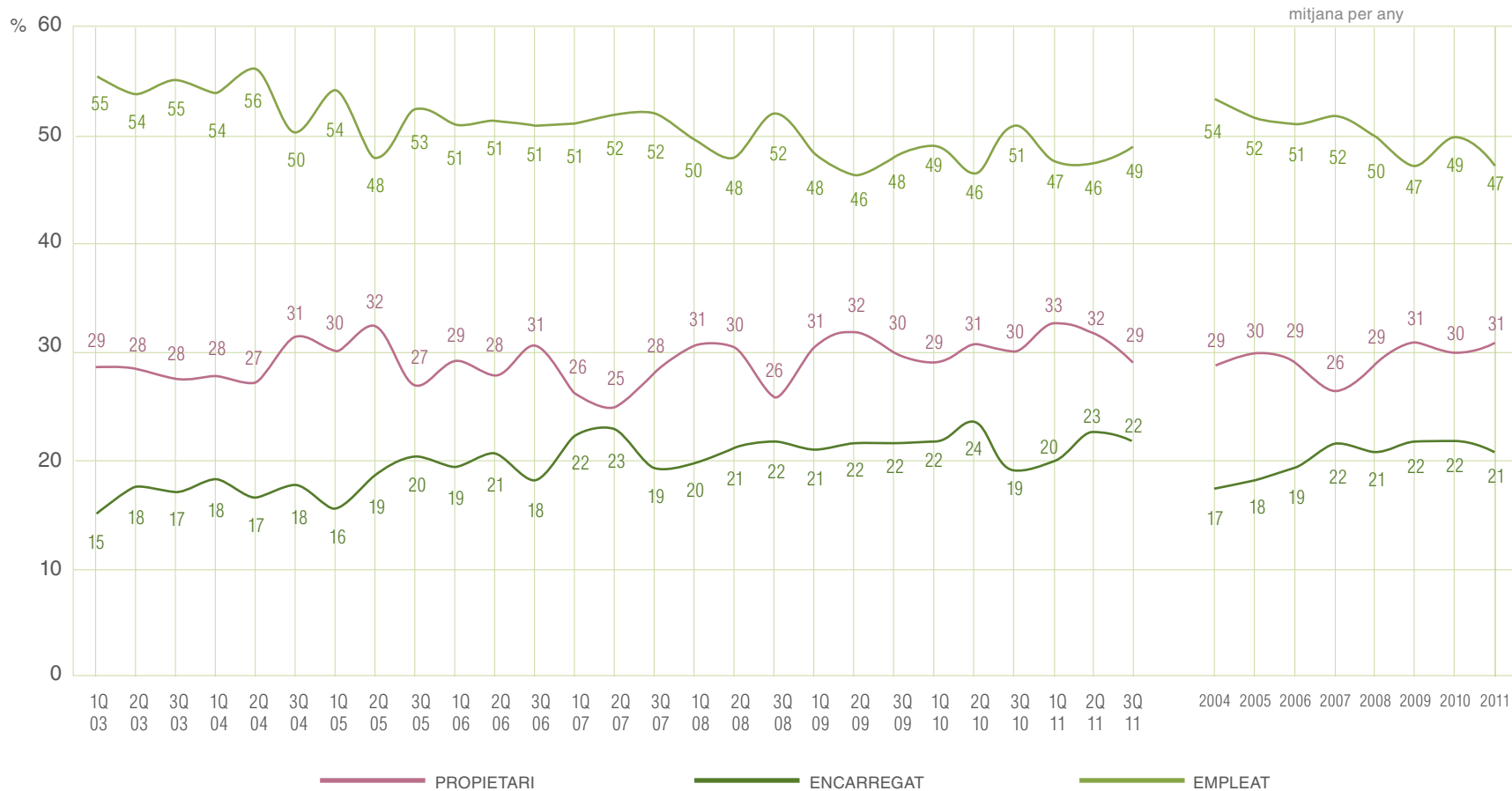
Pel que fa al nivell d'estudis, abunden els primaris i els secundaris (71,5%)

El 32,9% dels responsables entrevistats asseguren que el seu personal ha fet algun curs formatiu els dos darrers anys; en els establiments de titularitat xinesa aquest percentatge és força menor (6,8%).

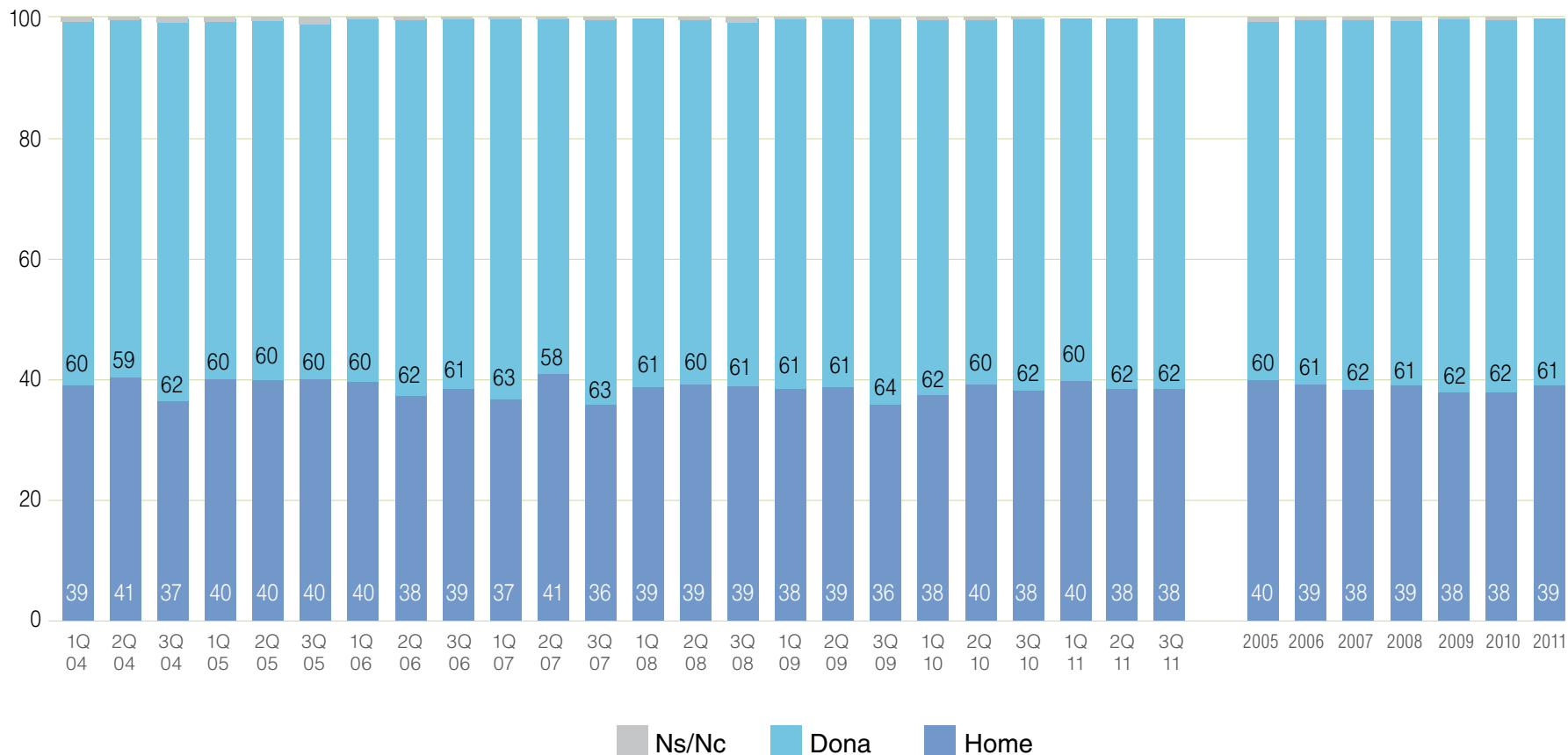
Respecte el català, gairebé la totalitat del personal l'entén (94,6%), la major part diu que el parla (83,6%) i dos terços diuen que l'escriuen (64,2%).

Els propietaris, en general, són de més edat que la resta dels treballadors (el 32,6% té més de 55 anys). El 21,9% té estudis universitaris. El 90,1% de tots els propietaris són de nacionalitat espanyola.

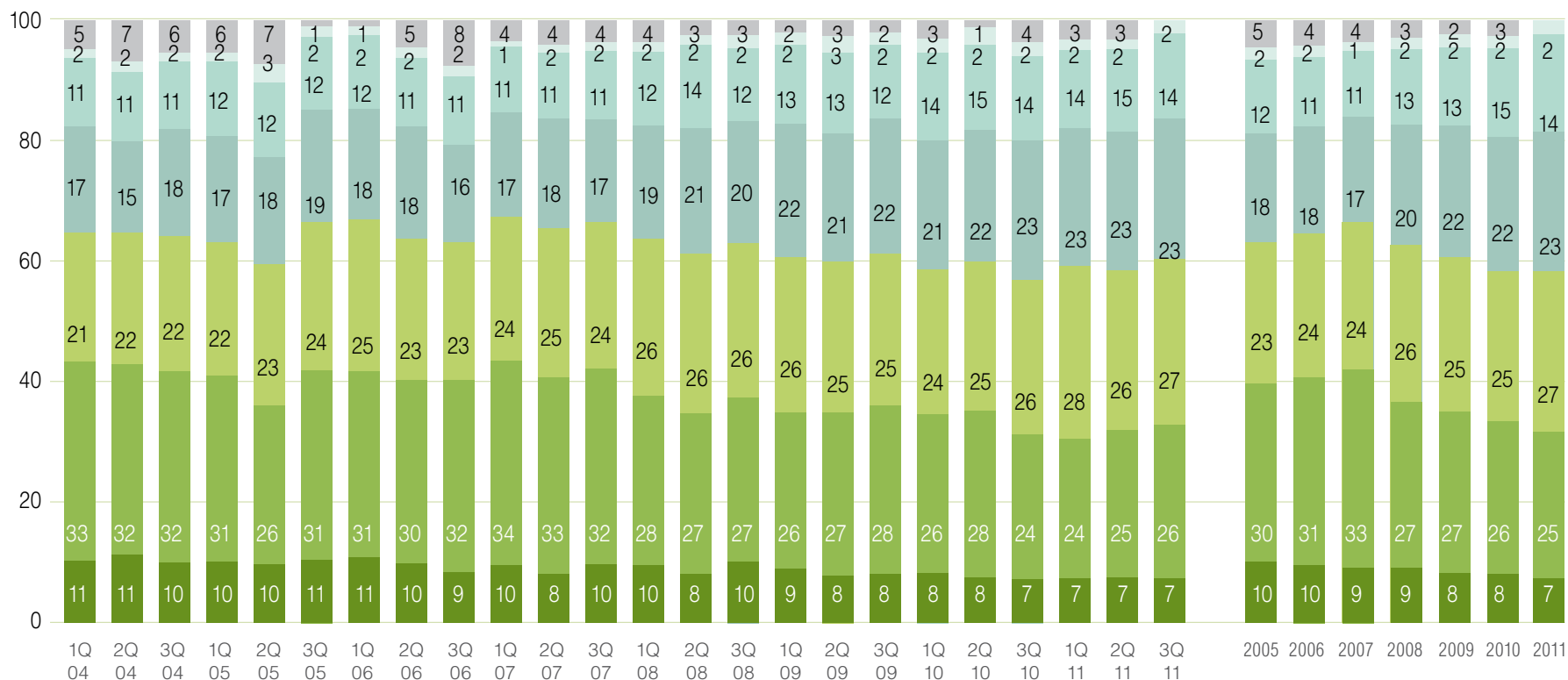
Perfil de les persones que treballen al sector comercial



Sexe de les persones que treballen al sector comercial

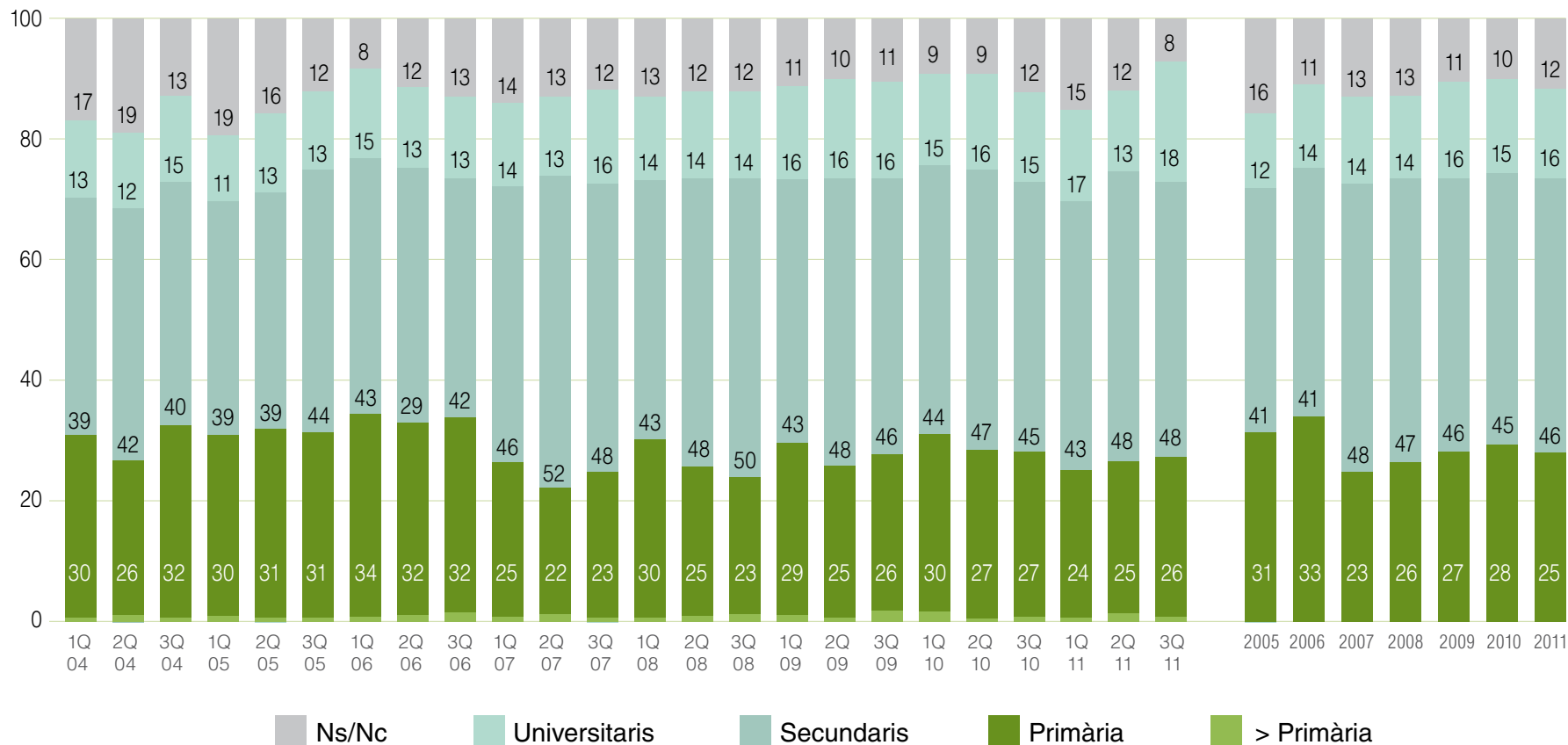


Edat de les persones que treballen al sector comercial



Ns/Nc
 65 i més anys
 55 a 64 anys
 45 a 54 anys
 35 a 44 anys
 25 a 34 anys
 16 a 24 anys

Nivell d'estudis de les persones que treballen al sector comercial



Nacionalitat de les persones que treballen al sector comercial



La conjuntura

La situació econòmica del país continua essent la principal preocupació dels responsables dels comerços visitats.

El 54,0% dels responsables dels comerços es mostra poc o gens satisfet de la marxa del seu negoci (el 2007 era el 26%). El sector d'alimentació és el que menys es queixa en aquest sentit (45,8%).

Evolució del negoci els dos darrers anys

El 7,7% diu que el seu negoci s'ha incrementat en els dos darrers anys, el 16,1% creu que s'ha mantingut, i el 72,6% que ha disminuït, percentatge que el 2010 era el 72%, el 2009 el 61% i el 2008 el 46%. Els que més diuen que el seu negoci ha retrocedit són del sector de decoració i llar (79,4%). També es troben en aquesta situació els comerços de Ciutat Vella (76,4%), Nou Barris (76,8%), Sant Martí (79,4%) i bastants dels establiments de titularitat espanyola (73,2%), mentre que és menys freqüent entre els de titularitat estrangera (66,5%). La pèrdua s'avalua a l'entorn del 33,1%.

Factors influents en la marxa del negoci

Els responsables entrevistats manifesten espontàniament que allò que més pot afavorir la bona marxa del seu negoci en el futur són les millores econòmiques generals (22,5%) i la millora del poder adquisitiu (15,3%). També creuen que ajudarien les millores en el barri (5,8%), la professionalitat i la bona atenció al client (4,9%), la publicitat (4,3%), i la reducció dels preus (4,3%).

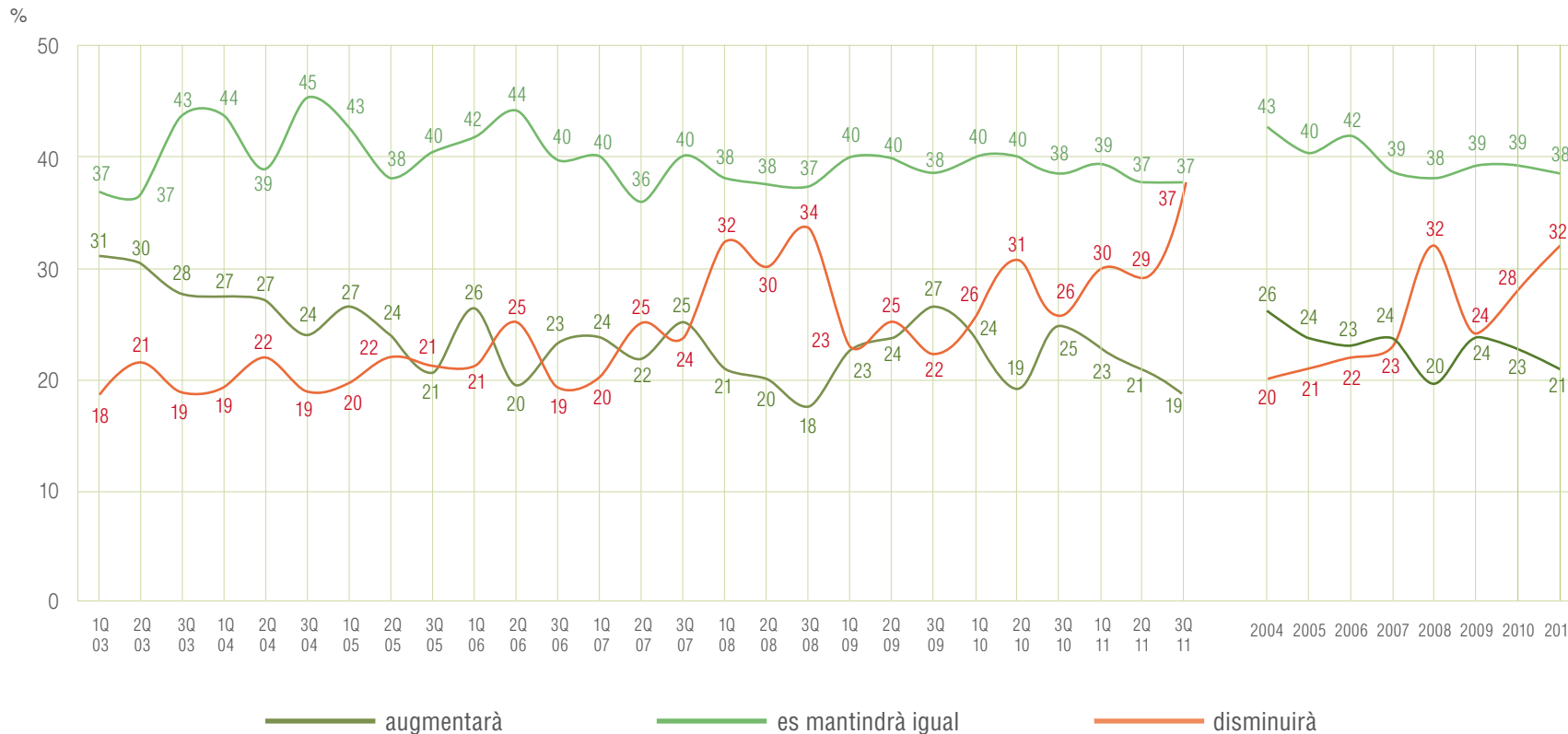
De cara al desenvolupament de l'activitat comercial, la majoria dels entrevistats consideren perjudicials els següents factors: la situació econòmica (97,0%), les noves grans superfícies comercials (71,4%), les comissions bancàries (70,7%), la llibertat d'horaris (59,0%), el tipus d'interès (54,1%) i el factor climàtic (55,2% de les botigues de roba i calçat). Altrament, el 61,9% té una opinió favorable vers la creació d'àrees de nova centralitat als barris.

Perspectives de negoci els dos propers anys

Preguntats sobre el volum del negoci en els propers dos anys, el 21,0% creu que augmentarà, el 37,7% que es mantindrà igual i el 32,2% que disminuirà. La confiança en el futur és una mica més gran al sector d'equipament personal (24,5%). Els districtes més optimistes són Les Corts (30,2%), Sarrià-Sant Gervasi (24,1%) i Sant Martí (24,3%). També els que pertanyen a un eix comercial (23,3%), diferenciant-se dels que no en formen part (18,5%).

Els que pensen que el seu comerç prosperarà, segueixen confiant en una millora econòmica i política (62,7% el 2009, 66,6% el 2010 i 59,7% el 2011); posen poques esperances en la professionalitat (només el 13,9%), en l'increment de la demanda (només l'11,8%) i descarten els efectes positius que puguin tenir unes reformes del local (del 6,3% el 2008 passa a 3,3% el 2011).

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



Evolució d'aspectes concrets els dos propers anys

Respecte al nombre d'empleats, la gran majoria dels entrevistats assegura que el nombre es mantindrà (85,0%), només el 5,1% preveu un augment i el 6,5% una disminució.

El 14,2% pensa que els preus de venda al públic augmentaran els propers dos anys; el 65,2% que es mantindran, i el 13,9% manifesta que baixaran.

El 75,6% dels establiments visitats considera que el seu estoc de mercaderies és normal per l'època de l'any; el 13,8% que és més baix, i el 9,9% pensa que és més alt. Al sector de l'equipament personal sempre manifesten que el seu estoc és alt (18,7% dels casos).

Consideren que les compres a proveïdors augmentaran el 10,3% dels responsables, que es mantindran com ara el 51,9% i que disminuiran el 32,3%.

Canvis realitzats i canvis programats

Els darrers dos anys han realitzat canvis el 49,0% dels comerços. Els que més s'han renovat més són els de decoració-llar (56,1%).

Els que menys han canviat han estat els establiments d'alimentació (només el 43,2% han fet canvis), d'oci i cultura (només el 43,6%) i, els de titularitat xinesa (només el 29,0%) i paquistanesa (només el 35,0%).

Els canvis més comuns són la modernització de les instal·lacions (34,3%), la decoració (33,5%), la reducció del nombre d'empleats (27,8%) i el canvi d'assortiment (26,6%). Per contra, el 8,8% dels responsables diuen haver augmentat el personal.

El 27,1% dels establiments s'ha plantejat algun canvi per al proper any, principalment, iniciar-se en la venda per Internet (10,5%), modernitzar el local (18,6%), activar una pàgina web (18,8%), renovar la decoració (21,2%) i l'assortiment de producte (16,1%). El 15,8% pensa tancar el negoci.

5.3. ENQUESTA SOBRE L'ACTIVITAT DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓ

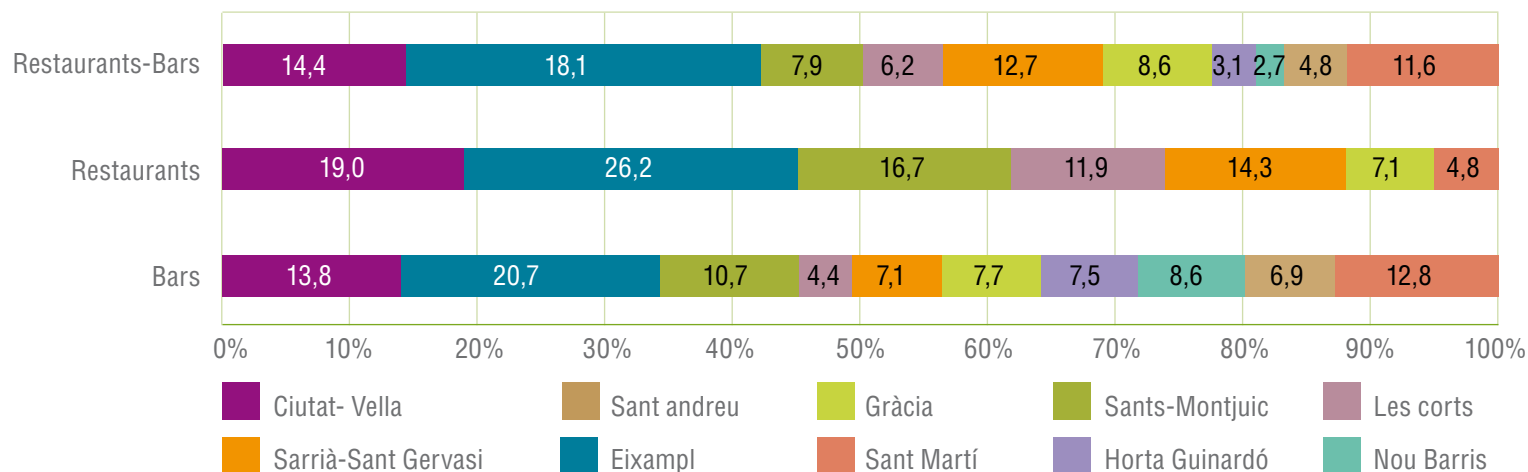
L'objectiu de l'enquesta és conèixer les característiques dels establiments de restauració de la ciutat, així com l'opinió i les perspectives de futur que tenen els seus responsables sobre la marxa del seu negoci.

L'informe presenta els resultats de 1.000 entrevistes realitzades als responsables dels establiments de restauració al llarg de 2011 repartides en 3 onades.

Del total d'establiments enquestats, el 66,6% són bars, el 4,2% són restaurants i el 29,2% són restaurants-bars. La meitat d'aquests establiments es concentra en els districtes de l'Eixample, Ciutat Vella i Sant Martí.

Davant de la conjuntura actual, els responsables han pres algunes mesures com ara obrir més dies a la setmana, oferir esmorzars al matí, abaratir el preu del menú, oferir la possibilitat de pagar amb targeta i reduir personal, tot i que la reducció més destacada es va produir entre el 2008 i 2009.

Tipus d'establiment per districte.



Les característiques

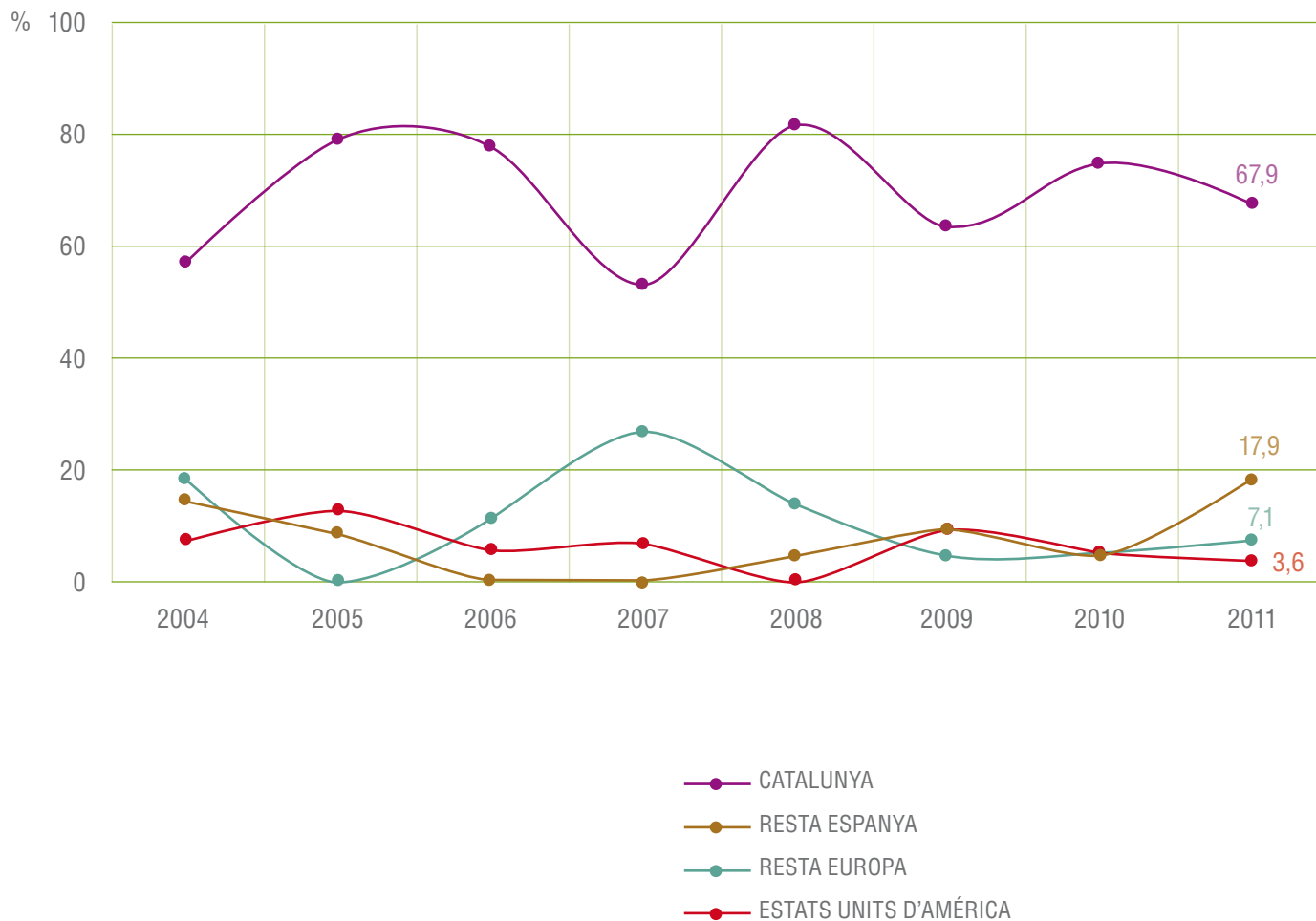
La mitjana d'antiguitat dels establiments de restauració, sense canvi d'activitat ni de propietari, se situa a l'entorn dels 12 anys. Tanmateix el 18,5% dels establiments han obert als dos darrers anys, 2010 i 2011.

El 83,3% dels negocis visitats són Societats Civils particulars; l'11,1% Societats Limitades (més pròpies dels restaurants); el 2,7% Societats Anònimes i el 0,1% Cooperatives.

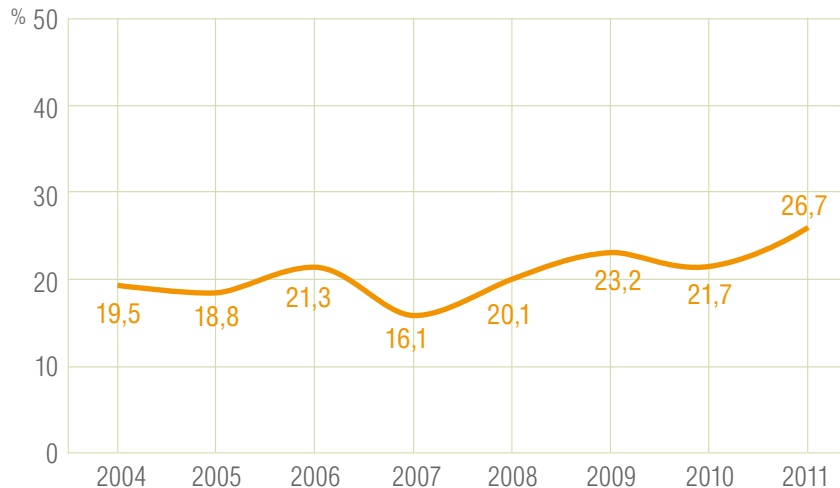
El sector de la restauració, tot i experimentar un augment, segueix tenint una baixa representació de franquícies; només el 2,8%. Es tracta sobre tot de cafeteries de procedència catalana.

La franquícia més anomenada és Bracafé. Altres franquícies són. Club del Café Novell, La Tagliatella, Farggi, Caffè Fiorino, Café &Té, Burger King, Hotdocks, Expresate, Subway, 100 Montaditos i El Pescadito. Cafè Caracas és una cadena.

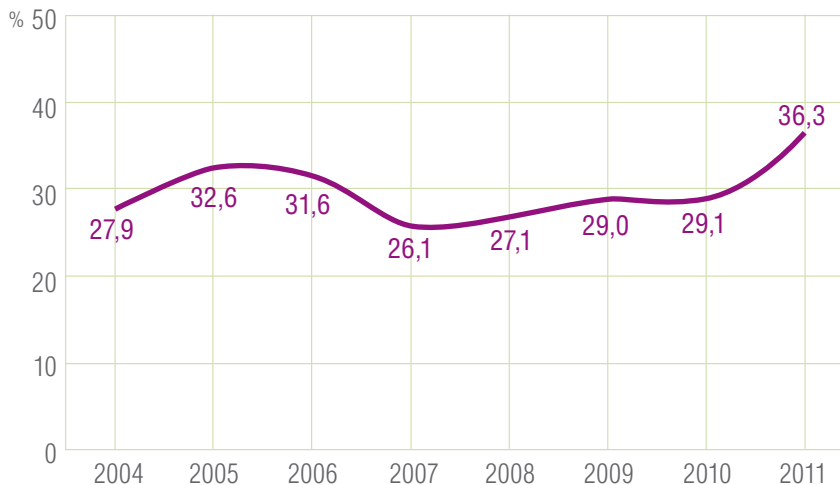
Procedència de la franquícia



Bars associats



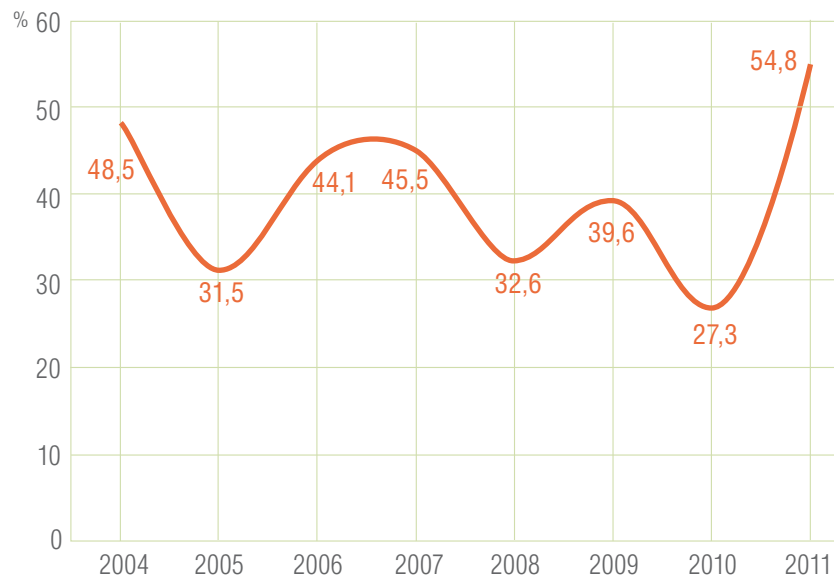
Restaurants bars associats



Associacionisme

El 30,7% dels establiments del sector de restauració estan associats i la majoria pertany al Gremi de Restauració de Barcelona (75,9%) i entitats de comerciants del seu carrer o del seu barri. Els serveis que acostumen a oferir les associacions sectorials són assessorament (26,7%), informació (11,4%), promocions i publicitat (9,8%), formació (8,1%) i actes socials (7,8%). Ara bé, el 19,9% dels responsables es queixen de la seva poca activitat.

Restaurants associats



El local

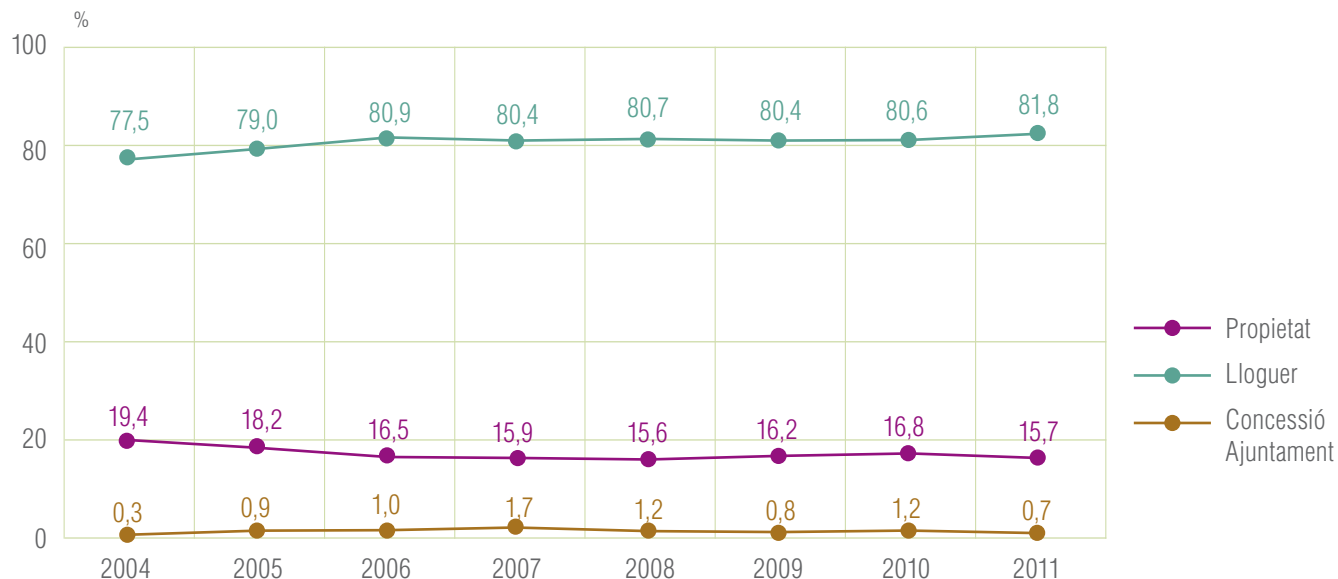
Aspectes físics

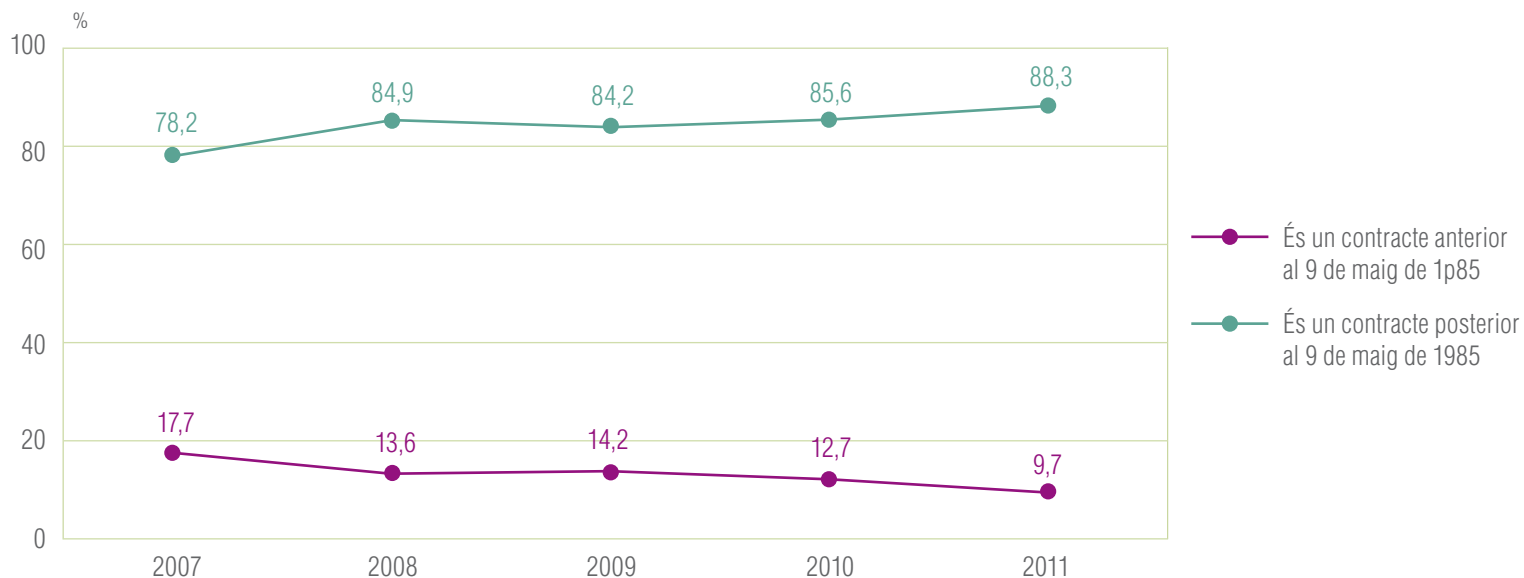
El 98,5% són establiments aïllats al carrer.

La superfície mitjana de la sala dels establiments de restauració visitats és de 59,8 m² (90,2 m² en el cas dels restaurants, 79,4 m² quan es tracta de restaurants-bars i 49,4 m² si són bars). El 34,1% té terrassa amb una superfície mitjana de 9,6 m².

Règim de tinença del local

El lloguer és el règim de tinença de local predominant (81,8%). Els de propietat suposen el 15,7%. Any rere any disminueix el nombre de contractes de lloguer anteriors al 9 de maig de 1985; el 2011 ja és el 9,7%.

Règim de tinença del local

Quin tipus de contracte té, és anterior o posterior al 9 de maig 1985

Informatització

Respecte a la gestió dels establiments, el 36,1% té la comptabilitat informatitzada i el 17,4% els serveis. Els restaurants són els establiments més informatitzats (57,1% els comptes i 38,1% els serveis), seguits dels restaurants-bars (40,8% els comptes i 22,3% els serveis). Entre 2010 i 2011 el procés d'informatització dels establiments de restauració no ha avançat.

El volum d'activitat i els horaris

Volum d'activitat

Els mesos d'estiu (sobretot el juliol) i el desembre són els de més feina al sector de la restauració, mentre que els mesos de febrer i gener els de menys activitat.

Els dies més concorreguts segueixen essent els dissabtes (34,0%) i els divendres (33,9%). Els dies de menys activitat són els dimarts (25,7%) i els dilluns (16,3%).

En general, durant el dia l'estona de més feina és el matí fins les 16 h.

En el cas dels restaurants, el 71,4% de la feina es concentra a l'hora de dinar (de 13 a 16 h.) i el 9,5% a l'hora de sopar (de 21 a 23 h.).

En el cas dels bars és diferent, ja que tenen moviment durant tot el matí fins a les 13 h; a més, augmenta l'activitat entre les 19 i les 21 h.).

Obertura dels establiments

El 2011 la mitjana d'obertura és de 6,3 dies a la setmana. Gairebé tots els establiments treballen de dimarts a divendres. Pel que fa a la resta de dies, el dilluns ho fan el 93,5%, el dissabte el 88,0% i el diumenge només la meitat (51,9).

Darrerament són més els establiments oberts tots els dies de la setmana, inclòs el cap de setmana (el 2011 és el 40,7% per al conjunt d'establiments, mentre que el 2007 era a l'entorn del 30%); en el cas dels restaurants, aquesta xifra se situa al 50,0%.

Els serveis

Pagament amb targeta

En el 38,6% dels establiments de restauració ofereixen la possibilitat de pagar l'import de la factura amb targeta. Mentre que el 85,7% dels restaurants permet aquesta forma de pagament, en el cas dels bars només és el 22,4%.

Evolució dels preus

El preu del cafè augmenta any rere any. Entre el 2010 i el 2011 la cervesa s'encareix 1,0 %. En el mateix període els refrescs costen el 2,0% més. En canvi, el preu del menú s'ha reduït, ja que de mitjana costa 9,37 euros, el 0,8% menys que el 2010. En un dia laborable de mitjana se serveixen 27,5 coberts; un any enrere se servien 36,4.

Taula d'evolució de preus (Mitjana)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Un cafè	0,84 €	0,88 €	0,94 €	0,99 €	1,00 €	1,05 €	1,07 €	1,08 €
Una cervesa	1,27 €	1,28 €	1,38 €	1,44 €	1,50 €	1,58 €	1,60 €	1,63 €
Un refresc	1,26 €	1,29 €	1,36 €	1,44 €	1,50 €	1,55 €	1,59 €	1,62 €
Un menú, en cas de tenir-ne	8,34 €	8,06 €	8,95 €	8,86 €	9,50 €	9,44 €	9,45 €	9,37 €

Vals restaurant

El 26,3% dels establiments visitats disposa de xecs-restaurant, sobre tot els restaurants (64,3%) i els bars-restaurants (49,3%).

AGEDI, SGAE

El 25,3% dels establiments visitats diuen pagar una comissió en concepte de drets d'autor (el 2010 era el 30,7%).

El personal

Plantilla de personal

Del total de persones que treballen al sector de la restauració, el 55% ho fa en bars, el 35,7% en bars-restaurant i el 9,3% en restaurants. La mitjana per establiment és 3,2 persones treballant (en el cas dels restaurants és 7%, de bars-restaurants 3,9% i de bars 2,6%). Com es pot comprovar, els restaurants són els que tenen més personal.

Característiques dels treballadors del sector

El perfil professional de les persones que treballen al sector de la restauració és el següent: el 48% són treballadors, el 37,1% propietaris de l'establiment i el 14,9% encarregats.

Solen haver més propietaris de bars-restaurants (34,9%) i de bars (41,3%) treballant al seu establiment que propietaris de restaurants (18,6%).

En el sector de la restauració treballen més homes (57%) que dones (43%). També la major part té entre 25 i 44 anys (58,5%). Respecte el nivell d'estudis, el 33,7% té formació primària, el 33% secundària, el 8,3% secundària professional i el 9% universitaris.

El 83,5% del personal treballa a temps complet i, segons els responsables preguntats, el 29,9% ha fet algun tipus de formació durant els últims dos anys; en el cas dels restaurants, el 43% dels treballadors ha rebut algun tipus de formació.

En relació al domini del català per part dels treballadors del sector, el 86,6% l'entén, el 62,6% el parla, el 42,7% l'escriu; el 12,7% no l'entén. Des de 2010 es detecta un avanç pel que fa al coneixement del català.

El 63,8% del personal és de nacionalitat espanyola, el 4,4% europea i el 31,9% d'altres nacionalitats (equatoriana, pakistanesa, colombiana, italiana...).

El 2011 els propietaris estrangers representen el 24,6% de tot el col·lectiu (el 2006 eren l'11,9%). El grup més nombrós és de nacionalitat xinesa (11,1%), seguit a distància de la italiana (1,9%) i la pakistanesa (1,9%).

Opinió sobre la marxa del negoci i la conjuntura

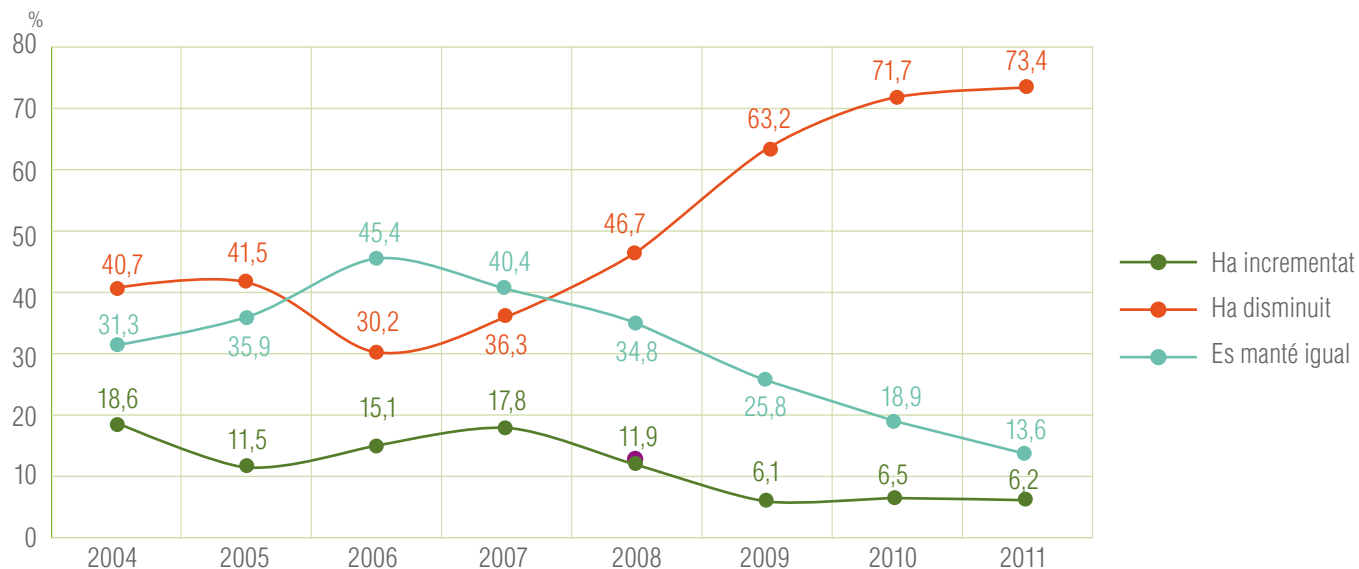
Satisfacció general de la marxa del negoci

El 2011 només el 14,9% dels responsables dels establiments de restauració es mostren satisfets amb la marxa del seu negoci, mentre que el 2010 era el 20,8% i el 2009 el 48,3%. Al mateix temps que el nivell d'insatisfacció general augmenta considerablement fins situar-se al 58,7%; els restaurants són els que es mostren menys insatisfets (38,1%). Si es mesura la satisfacció amb una mitjana de l'1 al 5 (essent 1 gens satisfet i 5 molt satisfet), el 2011 s'obté 2,4; el 2009 era 3,4.

Evolució del negoci els dos últims anys

Al 2011 continua augmentant el nombre de responsables que expressen que durant els últims dos anys el seu negoci ha disminuït (del 46,7% el 2008 passa a ser el 73,4% el 2011); en el cas dels restaurants aquesta xifra és del 66,7%.

Respecte als dos últims anys, el seu negoci s'ha incrementat o ha disminuït?



Afegir que només el 13,6% diu que el volum del seu negoci es manté (el 2010 era el 18,9%) i una minoria del 6,2% manifesta que s'ha incrementat; en el cas dels restaurants és el 14,3%.

Els responsables afectats estimen el percentatge de les pèrdues en el 39,6%, xifra que supera les anteriors; aquest percentatge és menor en el cas dels restaurants (34,2%).

Factors influents en el negoci

Pràcticament tots els responsables coincideixen en què la situació econòmica general perjudica de ple a tot el sector (95,9%) i que el tipus d'interès es converteix en una dificultat afegida (segons el 53,5%). Ara bé, el 51,4% dels responsables pensen que el turisme pot ajudar a remuntar el negoci, així com el factor climàtic (37,2%), la creació de noves àrees d'oci (32,6%) i les accions de l'Ajuntament de Barcelona en promoció econòmica (21,1%).

Queden en un segon terme aquells aspectes més propis del tipus de negoci, com són les reformes del local (14,8%), la bona atenció al client i la professionalitat(8,8%), entre altres que actualment no es consideren suficients o prou capaços per capgirar les pèrdues econòmiques del negoci.

Evolució del negoci en el futur

En relació al futur del sector de restauració, no existeix una única opinió sobre quina serà la seva evolució, el 30,6% pensa que es mantindrà igual, el 33,4% que serà de signe negatiu (actualment són el 5,9% més els responsables que es mostren poc esperançats) i el 22,5% són optimistes.

La confiança dels responsables positius es fonamenta, com fa un any, en l'esperança de què millorarà la situació econòmica actual (54,7%).

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

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Servei, bona atenció client, professionalitat	14,1	17,7	19,6	18,2	18,5	10,9	10,1	8,8
Ampliacions, nous serveis, reformes	6,0	6,9	9,5	8,5	10,1	7,5	7,7	14,8
Menys competència	3,1	3,8	1,2	2,0	1,6	1,7	1,3	1,5
Millora poder adquisitiu	7,0	6,1	6,3	7,1	10,5	6,0	5,1	7,3
Més clients	8,4	7,6	8,6	6,7	6,8	5,1	3,5	4,5
Més turisme	5,2	5,4	4,8	8,9	5,3	4,7	4,7	4,5
Bona situació negoci	6,0	2,6	3,4	4,8	4,2	1,2	1,9	2,8
Obertura nous comerços, hotels	8,7	7,7	8,6	7,1	6,6	4,7	5,7	4,2
Millora barri, obres públiques	4,5	3,7	2,5	2,2	1,3	2,7	3,0	2,4
Millora comunicacions	0,8	0,4	1,7	0,8	0,4	0,4	0,1	0,5
Demanda a l'Ajuntament d'intervencions	9,4	9,7	11,2	10,8	5,0	6,7	7,9	6,7
Millora condicions econòmiques, socials i polítiques	8,0	8,5	6,4	7,2	13,7	27,1	30,9	29,4
Millora tractament fiscal, impostos	5,9	9,1	5,9	5,7	7,5	8,7	10,6	8,7
Factor climàtic	1,9	2,1	0,9	2,6	0,5	1,2	1,9	2,3
La construcció	0,9	0,6	0,3	0,5	1,0	0,8	0,2	0,3
Llei antitabac							0,6	9,6
Altres	3,0	2,4	1,4	0,9	2,4	1,6	4,4	3,6
Res	12,0	9,3	12,7	7,1	6,9	8,9	11,2	9,5
Ns-Nc	14,2	14,9	11,4	16,1	14,5	19,1	12,8	8,5
N	(999)	(1.000)	(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	2011
Mala atenció, servei al client	4,2	4,8	4,2	2,5	2,2	1,6	1,0	1,0
Problemes propis negoci	7,9	8,6	11,7	8,5	5,6	3,1	4,5	5,9
Manca de clients	6,4	6,7	4,6	5,8	4,2	2,2	2,8	2,7
Increment competència	14,0	16,0	11,4	13,1	8,8	6,4	6,8	5,7
Tendències econòmiques, polítiques i social	10,4	10,4	8,5	7,4	37,5	49,2	45,5	46,6
Pèrdua poder adquisitiu	6,1	6,9	5,0	6,2	5,9	4,5	5,4	5,4
Impostos, tractament fiscal	8,5	11,3	9,5	7,7	9,1	6,7	7,6	7,2
Preus	7,7	5,7	2,6	5,3	1,9	1,6	2,6	1,8
Problemes zona	14,3	20,1	22,1	22,0	14,6	14,7	13,4	7,9
Manca de negocis a la zona	4,5	5,2	4,1	4,3	3,8	3,1	2,1	4,3
Factor climàtic	1,9	1,3	1,4	2,0	1,1	1,4	1,3	2,3
Festes, vacances	0,4	0,2	0,9	0,5	0,2	-	0,2	0,6
Llei antitabac							2,9	20,6
Altres	2,1	1,4	0,9	0,3	2,3	2,1	4,6	2,7
Cap	9,7	7,4	13,1	11,2	6,9	4,9	6,5	4,4
Ns-Nc	17,8	13,6	13,5	17,3	13,5	15,6	12,5	9,4
N	(999)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)	(1.000)

Evolució del nombre d'empleats en el futur

Les previsions pel que fa a la plantilla de personal són, en general, de manteniment (així ho asseguren el 81,5% dels responsables), tot i que es preveu un cert moviment; en concret, una disminució d'empleats en el 8,6% dels establiments i un augment en el 5,9%.

Evolució dels preus en el futur

Segueix predominant, i amb més força, l'opinió majoritària d'un manteniment dels preus (el 2011 és 83,2%, el 2010 era 73,2%), només un 10% apunta cap a un augment i el 4,8% cap a una reducció.

Canvis en el negoci

El 41,9% (el 42,5% el 2010) dels responsables diuen que han realitzat algun canvi en els darrers dos anys com ara modernitzar (18,1%) o decorar de nou el local (8,1%), disminuir la plantilla de personal (15,1%) o augmentar-la (4,1%).

En el futur el 23,4% dels negocis preveu canvis, i concretament el 6,4% pensa en el tancament.

6. PROMOCIÓ DEL COMERÇ

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

El 2011 s'ha celebrat el 14è aniversari del premi "Barcelona, la millor botiga del món", un premi que vol reconèixer i valorar l'esforç que dia a dia du a terme el col·lectiu de persones que integren el sector comercial i que contribueixen a fer de Barcelona una ciutat moderna i dinàmica, una ciutat de compres amb una oferta àmplia, competitiva i de qualitat.



Aquests premis són el reconeixement als comerciants que fan front als moments d'incertesa econòmica i lluiten per renovar-se amb enginy, impulsant iniciatives col·lectives amb empena i optimisme, rehabilitant establiments històrics, i projectant tan aquí com internacionalment els valors de Barcelona per estimular l'economia d'aquesta ciutat.

El Jurat vol rendir reconeixement, no només als premiats, si no també a la resta de candidatures i al conjunt del sector. Innovar, mantenir alts els nivells d'autoexigència i transmetre voluntat de futur són eines imprescindibles per fer front a 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.

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 **Santa Eulàlia**, del Passeig de Gràcia, 93.

Amb quasi 170 anys d'antiguitat, i nascuda al bell mig de Ciutat Vella, Santa Eulàlia es va traslladar a mitjans del segle XX al Passeig de Gràcia. En els darrers tres anys ha reformat íntegrament el seu establiment i ho ha fet, alhora, reinventant-se i recuperant un patrimoni que li és propi: imatge, mobiliari, ambient. La nova concepció dels espais és una bona mostra del reinventar-se: el taller obert sobre la sala de vendes a l'estil dels millors restaurants del món, uns espais per celebració de mostres i actes promocionals efímers, una cafeteria amb una terrassa per a fer més agradable l'estada...

La presència renovada de Santa Eulàlia permet mantenir la identitat local a l'eix comercial de Barcelona amb major projecció internacional.

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

El Jurat ha atorgat el premi a **La Federació de Comerç "Cor d'Horta i Mercat"**. L'entitat ha unit en una única acció dues facetes ben diferents com son la promoció de tot el comerç del barri i la sensibilitat social en vers els més desatesos.

I ho ha aconseguit amb l'edició d'un calendari solidari, on diferents comerciants "lleugers de roba", és a dir mig despullats, promocionen els seus productes i alhora tenen com objectiu recaptar diners per al menjador social "El Caliu" que diàriament dóna servei a més de cent persones, en un districte fortament colpit per l'atur.

Van recollir el Premi, el Sr. Manel Arias, President de la Federació de Comerç Cor d'Horta, el Sr. Vicenç Bailon, President del Mercat d'Horta i el Sr. Joan Manel Guillén, president de l'Associació Centre Comercial d'Horta.



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

El comerç i els serveis a peu de carrer, i entre aquests darrers especialment la restauració, constitueixen la imatge que tots ens fem de la nostra ciutat, i també la que retenen els nostres visitants.

És per això que el Jurat ha volgut guardonar amb el Premi a la tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat al restaurador **Carles Gaig**.

Des de la fonda – casa de menjars, la casa pairal d'Horta, Carles Gaig va ser un vertader artífex en la recuperació de la cuina tradicional fins fer-se creditor dels més prestigiosos guardons gastronòmics.

Ara, feliçment traslladat amb diverses iniciatives al centre de la ciutat, és un bon ambaixador de la millor botiga (i hauríem de dir també de la millor cuina) del món: Barcelona.



Premi a l'establiment comercial

Aquest any el Jurat ha decidit atorgar sengles diplomes de reconeixement especial dins el premi a l'establiment comercial.

El primer diploma de reconeixement especial és per a **Mas Gourmet**, que és una empresa familiar ja a la tercera generació. Està present en diversos mercats municipals i amb botigues al carrer amb una característica ben pròpia: la qualitat dels productes. Més enllà d'aquesta, han innovat en el concepte de servei comercial, des de la presentació del producte fins a facilitar-ne la degustació en un temps en el que tots vivim apressadament. Cal destacar també l'empenta empresarial que comporta haver exportat el seu model de negoci fins a un mercat municipal de Madrid.

El Jurat també vol reconèixer l'aportació de **Wit-Lab** a la innovació en el "retail" o venda al detall. El seu establiment obert fa un parell d'anys a Balmes –Travessera de Gràcia, posa a l'abast dels particulars la producció d'una família de dissenyadors que fins aquell moment només anava dirigida a professionals de la decoració. Personalitzar tot tipus d'objectes jugant amb imatges i conceptes coneguts, obra una nova via, amb valor afegit, per a records i regals.



Finalment el Jurat ha acordat per unanimitat atorgar el Premi en la modalitat a l'establiment comercial a **IFIL- 100% FET PER MI**.

El nom ja ens dona dues primeres pistes del que les seves propietàries volen transmetre amb l'establiment: El producte (fil i llanes per teixir) i, amb un joc de paraules, el sentiment (el feel) amb que cal fer peces de mitja. El propòsit d'aquesta botiga es fer reviure la pràctica del fer mitja en un mar de sentits i sensacions que reforcin el vincle amb l'objecte final, un jersei, una jaqueta, un mocador, amb l'etiqueta que ho explica ben bé "Fet per mi".



I com que no tothom sap fer mitja, IFIL no prou satisfets amb les classes i tallers que fan al seu establiment del Torrent de l'Olla a Gràcia, han decidit treure les classes al carrer. Un dia a la setmana fan classes de mitja a places i carrers arreu de la ciutat.

Premi especial del Jurat

Aquest any el Jurat ha estat molt generós i no n'ha tingut prou amb mencions especials i diplomes sinó que ha decidit atorgar un premi especial i han decidit per unanimitat atorgar aquest premi a l'organització del **Mobile World Congress**.

L'aposta clara dels organitzadors per la ciutat de Barcelona, com a mínim fins l'any 2018, situa a la nostra ciutat en el màxim aparador mundial d'aquesta tecnologia. Barcelona, amb aquest premi vol reconèixer la importància d'acollir anualment a més de 50.000 visitants, que després de la seva feina al congrés, gaudeixen del seu comerç i la seva restauració.



Premi “Barcelona, els millors mercats del món”

El Jurat ha estimat que la proposta col·lectiva presentada per les **Associacions de Concessionaris del Mercat de la Guineueta** i el **Mercat de la Mercè** són mereixedors d'aquest premi.

S'ha volgut destacar el fet, que des de fa deu anys, ambdós mercats ofereixen una imatge de cooperació quan acorden celebrar l'anomenada “Mostra de Mercats” al Districte de Nou Barris, territori on es situen els dos mercats. Aquesta iniciativa impulsa i fomenta el món dels mercats municipals, objectiu del guardó que avui s'acorda concedir.

En la seva desena edició, ambdues associacions, varen decidir donar un nou format i contingut més social a l'esdeveniment, lligat a les entitats del seu districte. En aquest sentit es va millorar la qualitat gastronòmica de la Mostra i es va lligar més com un acte singular, però dins de la Festa Major de Nou Barris.





Els membres del Jurat consideren necessari fer una menció especial com iniciativa particular a la botiga **Olisoliva.com**, del Mercat de Santa Caterina, atès que una iniciativa comercial com aquesta botiga, especialitzada en la venda d'olis d'oliva i els seus complements, representa clarament una referència en el món de la dieta mediterrània, pel foment que fa dels usos i costums que integren una alimentació sana i equilibrada i pel tracte personalitzat que es dispensa a tots els seus clients.

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 2011 s'ha 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), insercions a les revistes de l'APPEC i monogràfic "Regals de Nadal".

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

6.3. EL COMERÇ I LES ESCOLES. CURS 2011-2012

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

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

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

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

Per a l'assoliment d'aquests objectius es posa a l'abast dels centres escolars de la ciutat recursos com: estudis sobre l'activitat comercial a Barcelona i els hàbits de consum a la nostra ciutat, així com propostes didàctiques d'activitats per treballar el comerç des d'àrees i matèries concretes: plàstica, ciències del medi i socials, llengües, matemàtiques, etc., dirigides tant al professorat com a l'alumnat.

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

Aquest curs 2011-12, per fer arribar a la ciutat la visió que els nens i nenes tenen del comerç del seu barri, 20 centres educatius participants en el projecte han confeccionat punts de llibre en què el tema central ha estat aquest comerç de proximitat explicat a través el llenguatge plàstic.

A més, 4 centres han realitzat el llibre d'artista, una publicació que, en tant que col·lecció d'imatges seqüencials, els ha permès documentar i recollir un conjunt de vivències sorgides de la creació de canals de comunicació entre el comerç i les escoles.

Com a novetat en aquest curs, 13 centres han realitzat Visites guiades a quatre botigues arrelades a barris de la ciutat: Cansaladeria Puig, Ferreteria Cofac Sant Andreu, Forn Baltà i Forn de la Trinitat que, per primera vegada, ha organitzat el consistori en el marc d'aquest programa.

Cansaladeria Puig



Forn Baltà



Forn de la Trinitat



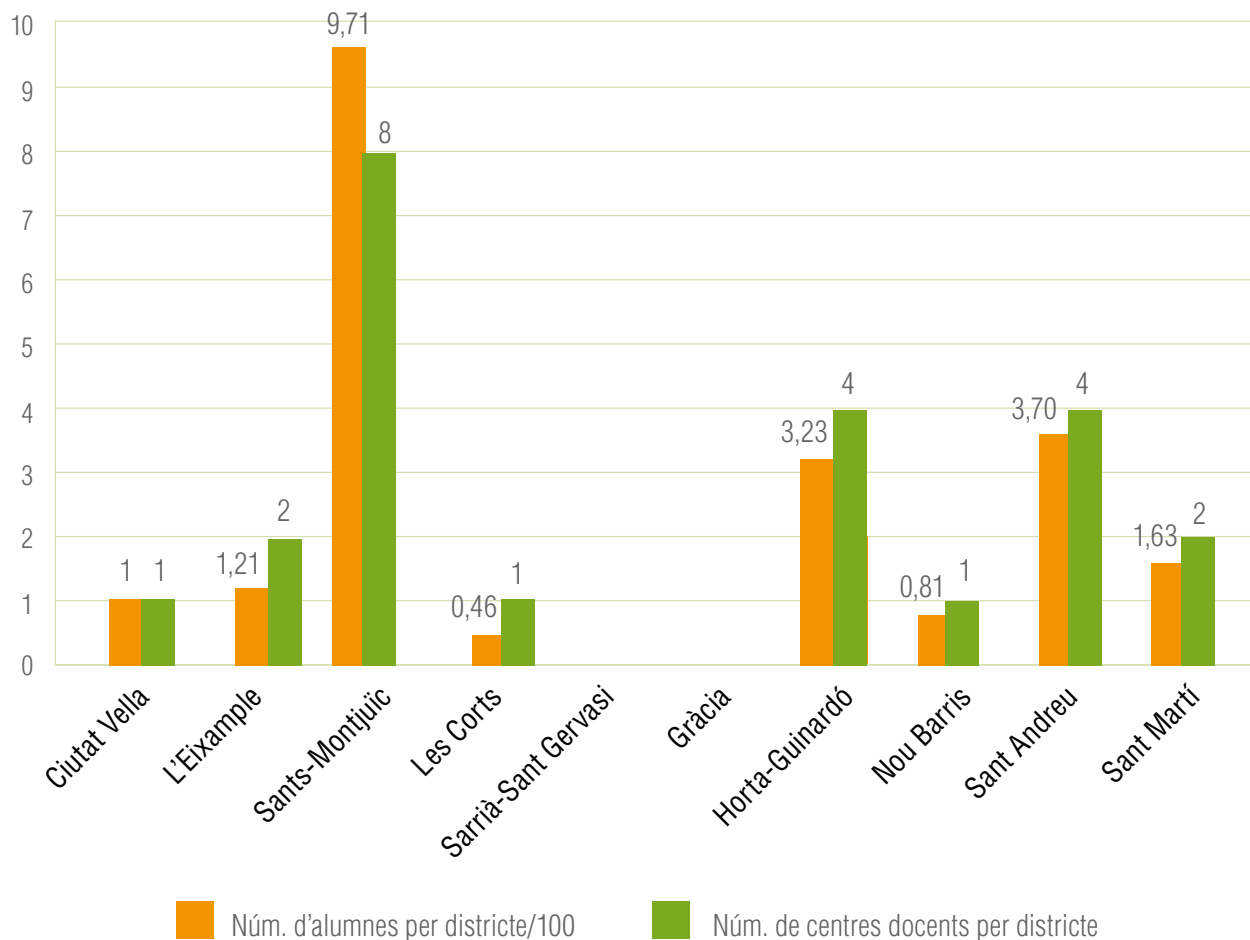
Ferreteria Cofac Sant Andreu

El nombre total d'alumnes participants en el projecte El comerç i les escoles ha estat d'uns 2.175, dels quals en la proposta de Punts de llibre han participat 1.612 alumnes, en la de llibre d'artista n'han participat, aproximadament, uns 221, i en les visites guiades a botigues emblemàtiques de barri uns 1.365 alumnes.

Escoles participants per districte

DISTRICTE	CENTRE	Nre. ALUMNES	NIVELL EDUCATIU	TOTAL ALUMNES
Ciutat Vella	Institut Pau Claris	100	1r,2n,3r,4t ESO	100
Eixample	Escola Joan Miró	51	4t EP	121
	Escola Urgell	70	P-3, P-4, P-6	
Sants - Montjuïc	Escola Anna Ravell	62	3r ESO	971
	Escola Barrufet	95	1r i 2n EP	
	Escola Institució Montserrat	49	2n ESO	
	Escola Lluís Vives	222	P-3 a 6è EP	
	Escola Miquel Bleach	45	1r i 2n EP	
	Escola N-II de pràctiques	254	P-4 a 4t EP	
	Escola Perú	184	P-3 a 6è EP	
	Escola Sant Medir	60	1r, 5è i 6è EP	
Les Corts	Escola Barcelona	46	3r EP	46
Sarrià - Sant Gervasi	-	0	-	0
Gràcia	-	0	-	0
Horta - Guinardó	CEE Mare de Déu de Montserrat	30	3r i 4t ESO	323
	Escola del Mar	26	2n i 5è EP	
	Escola Heura	65	P-3, P-4, P-6	
	Escola Virolai	202	P-3, P-4, P-6, 4t i 6è EP	
Nou Barris	Llar d'infants L'airet	81	P-3	81
Sant Andreu	Escola Bernat de Boïl	114	P-3 a 6è EP	370
	Escola La Maquinista	100	P-4, P-5 i 1r EP	
	Escola Pegaso	140	3r i 4t EP	
	SES Cristòfol Colom	16	1r ESO	
Sant Martí	Escola Vila Olímpica	100	P-5 i 2n EP	163
	Escola Voramar	63	1r i 4t ESO	

Nombre de centres i d'alumnes per districte:





Com es pot apreciar a la taula, els districtes més representats han estat els de Sants-Montjuïc, Horta-Guinardó i Sant Andreu. Els districtes que no tenen representació són els de Sarrià-Sant Gervasi i Gràcia.

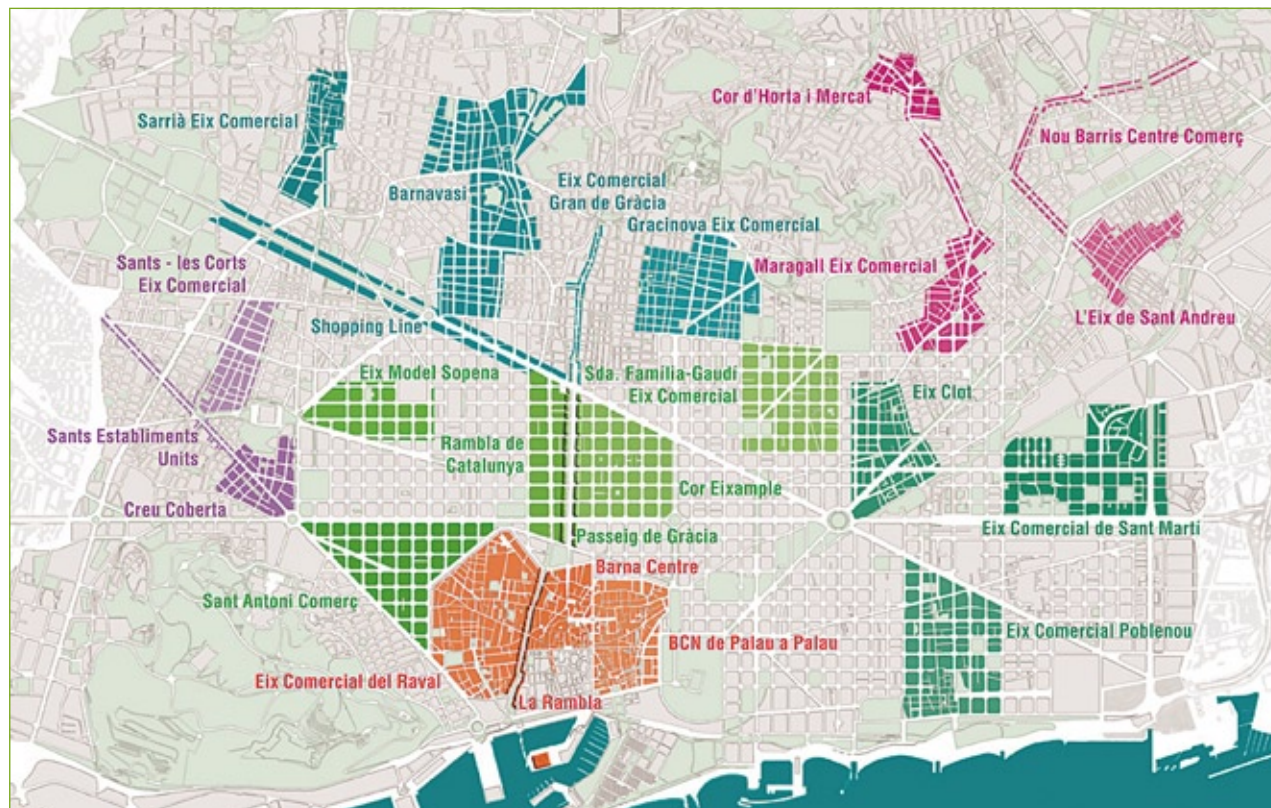
Quan al número d'alumnes que han participat en almenys una proposta didàctica per districte, cal destacar l'alta participació de Sants-Montjuïc seguida de Sant Andreu i Horta-Guinardó.

Al finalitzar el curs s'ha realitzat la 4a Mostra El comerç i les Escoles, el 18 d'abril de 2012, on s'han recollit el treball d'alumnes i comerciants, mitjançant una exposició de tots els dibuixos realitzats amb motiu del punt de llibre i una projecció resum de les Visites Guiades. Cal destacar la inauguració de l'acte amb un col·loqui entre comerciants i alumnes on s'han intercanviat experiències del món del comerç.

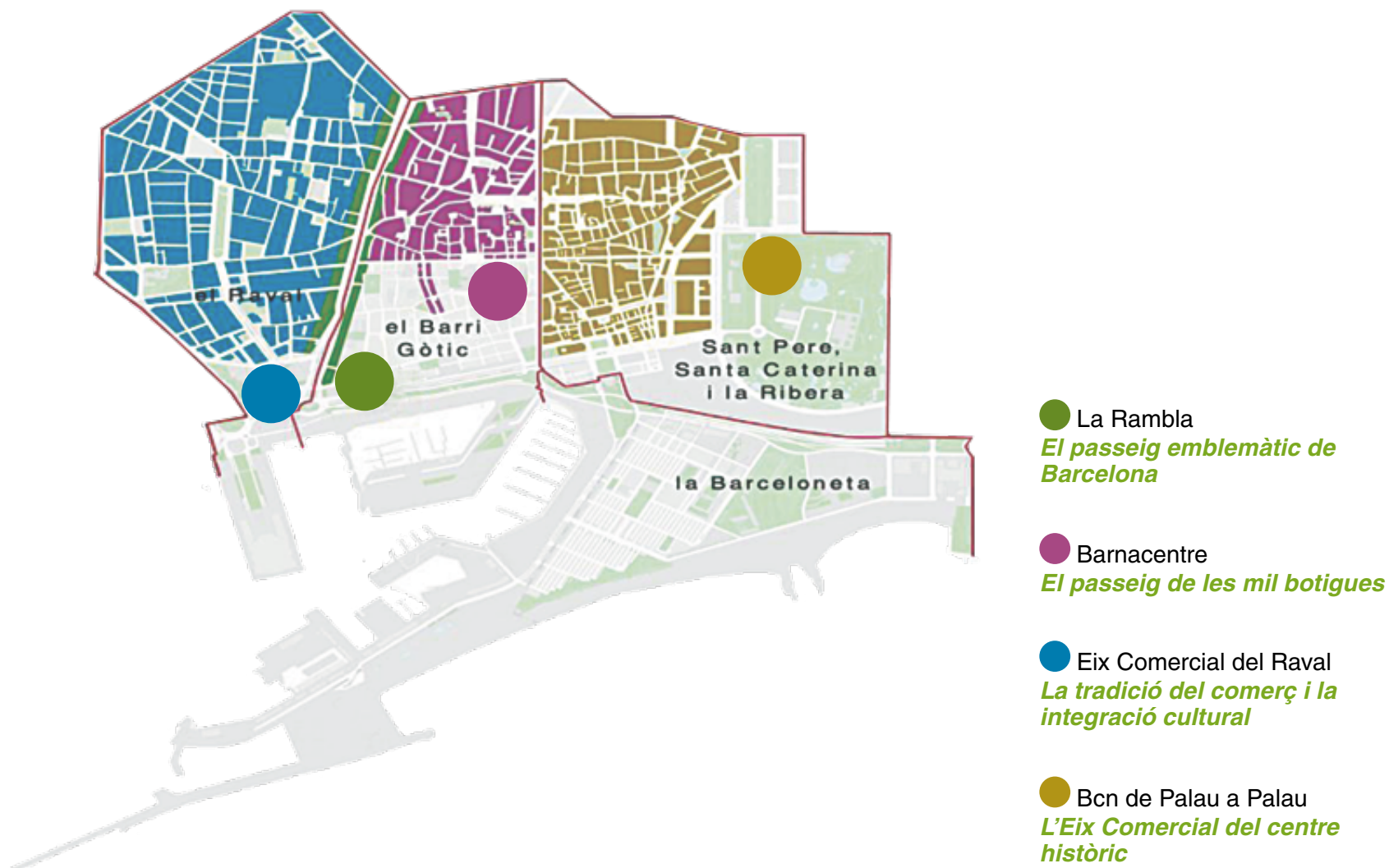
6.4. ELS EIXOS COMERCIALS DE BARCELONA

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

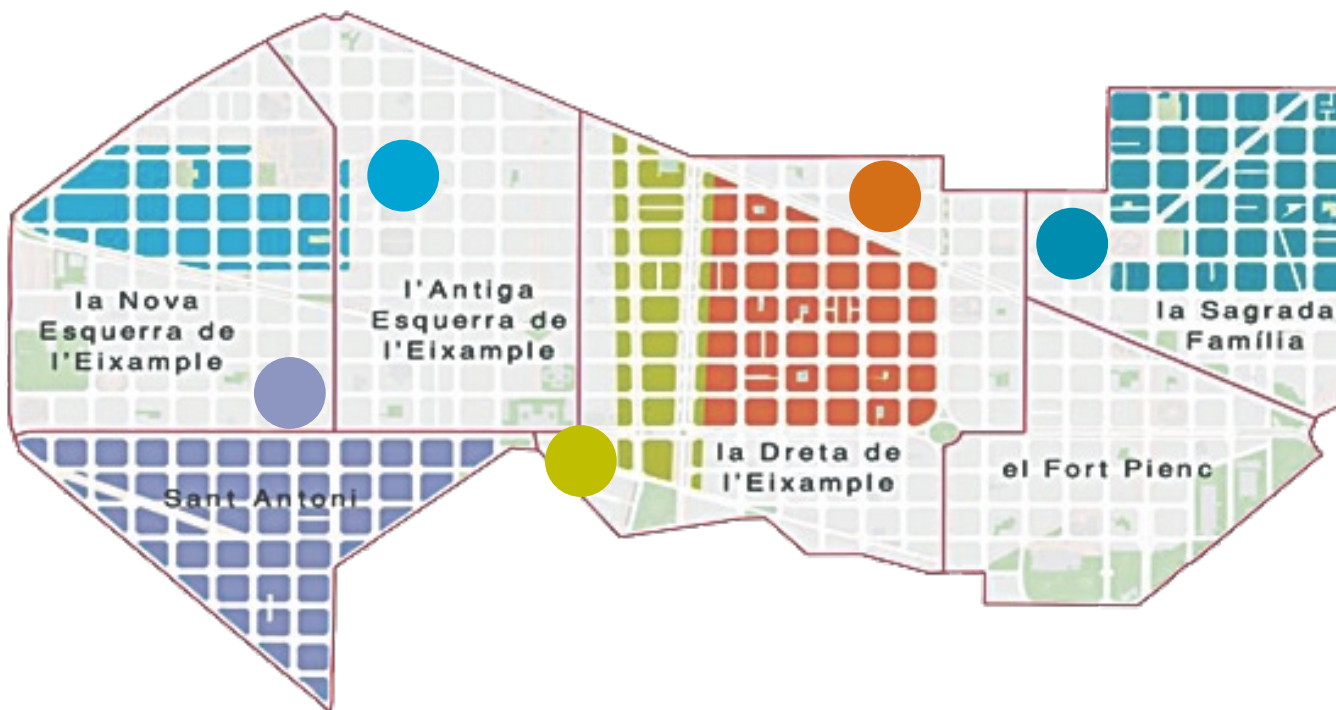
Els eixos es troben repartits per tot el territori de la ciutat, presents a tots els districtes i a una gran quantitat de barris:



Eixos comercials al Districte de Ciutat Vella



Eixos comercials al Districte de l'Eixample



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

● Sant Antoni Comerç
Il·lusionat a Sant Antoni

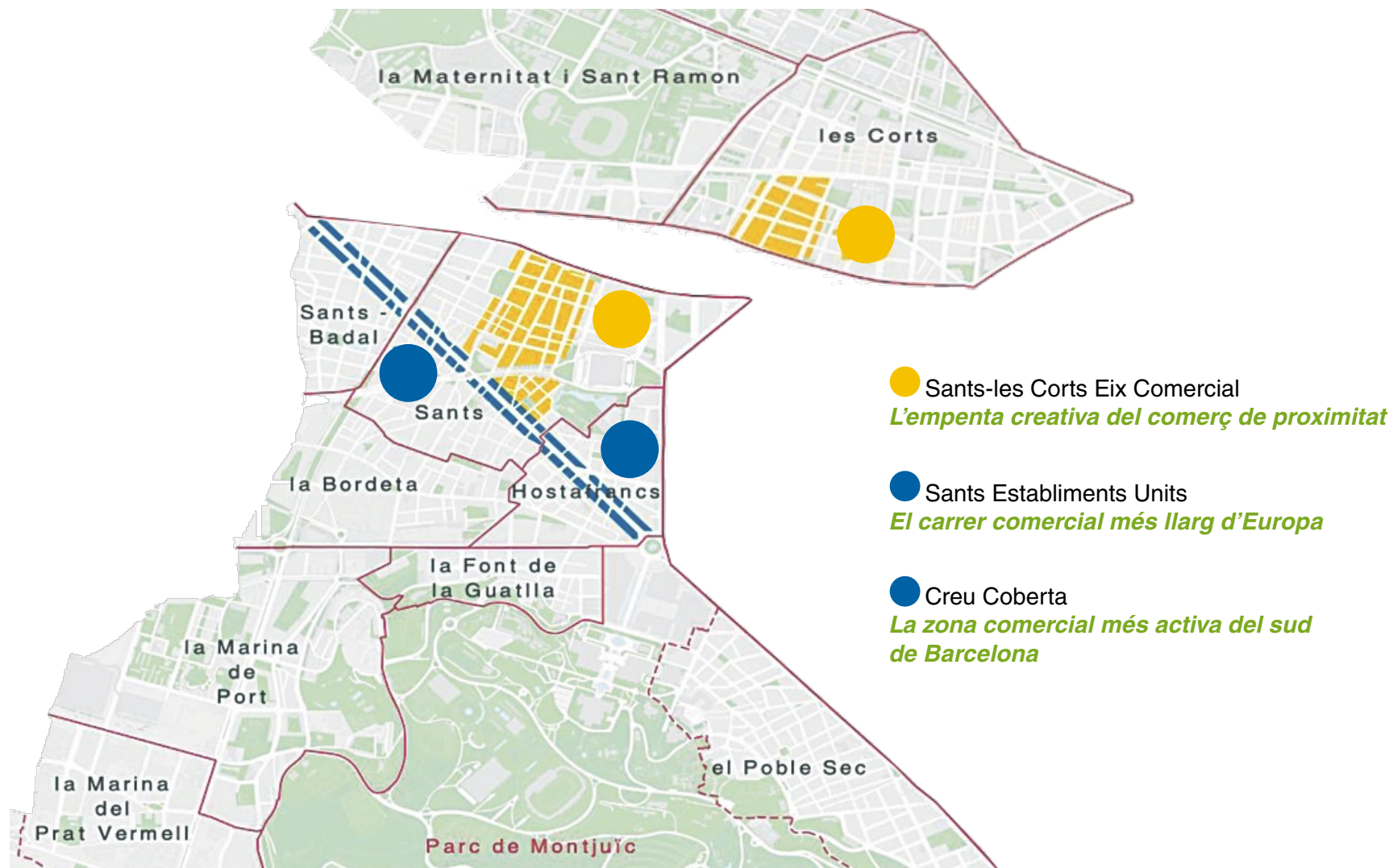
● Passeig de Gràcia
L'Eix emblemàtic del comerç, l'art i la cultura

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

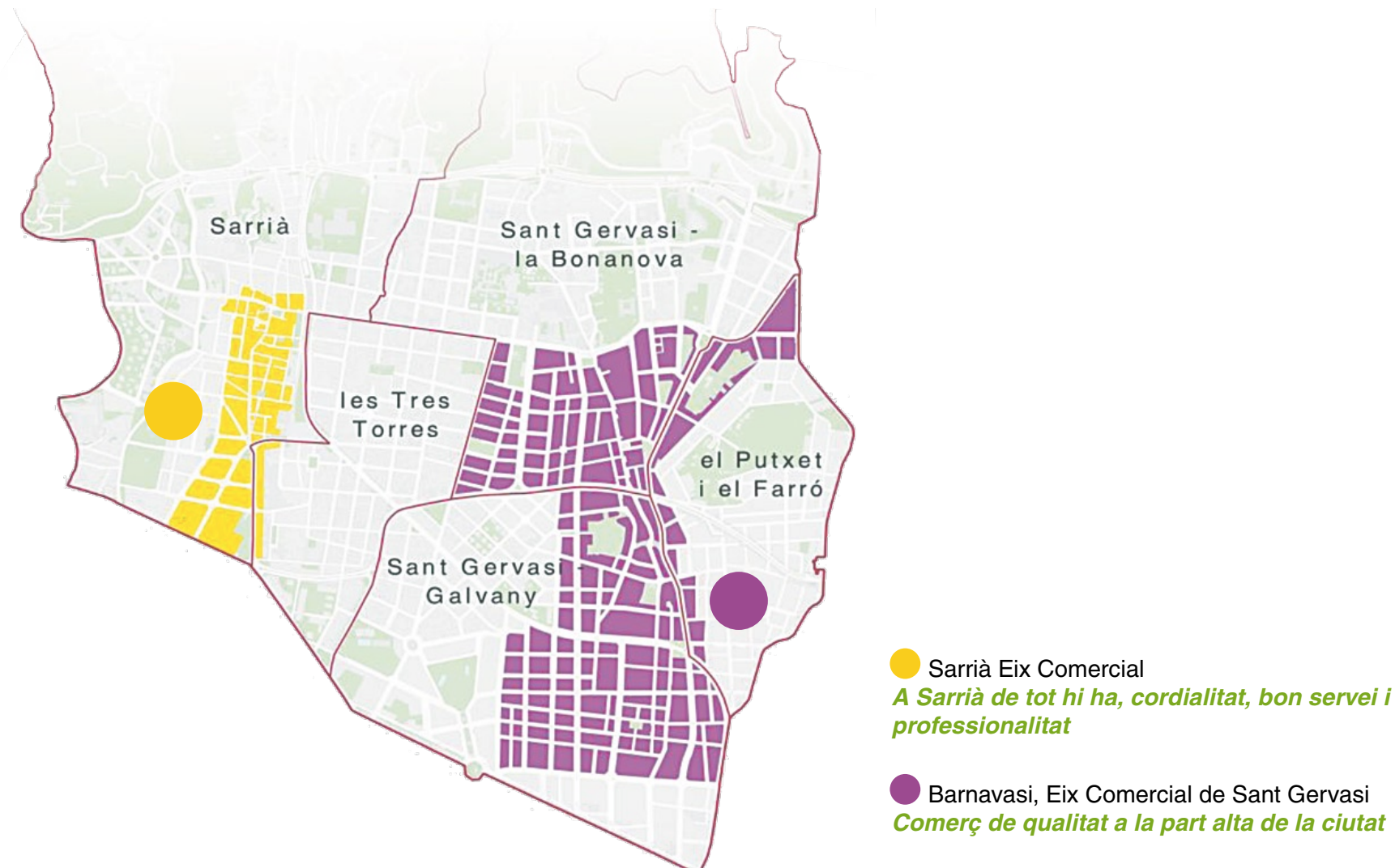
● Cor Eixample
Més de dos-cents establiments bateguen per a tu

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

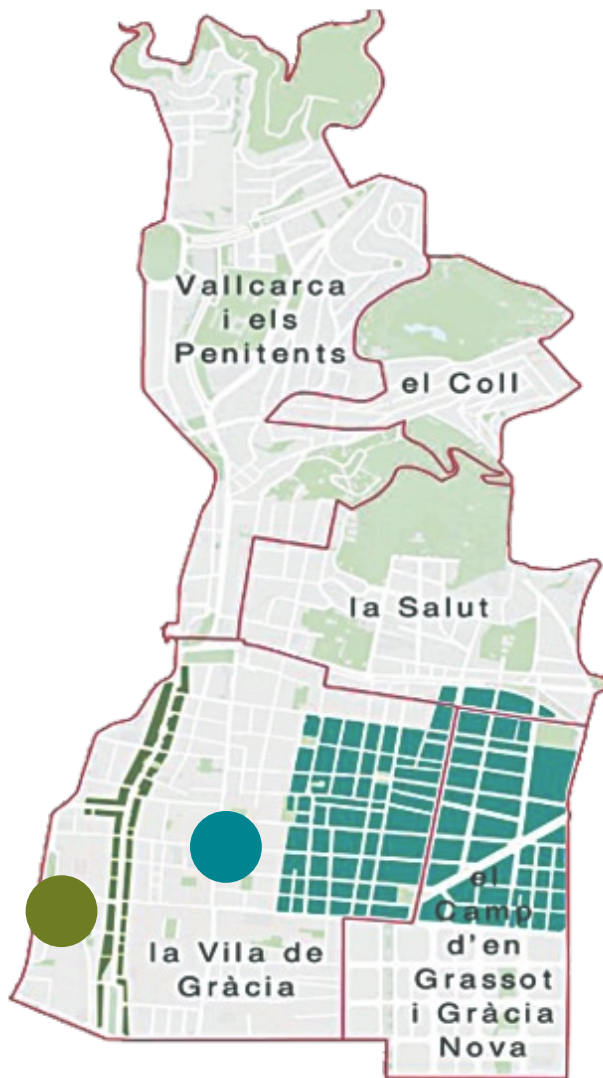
Eixos comercials als Districtes de Sants-Montjuïc i Les Corts



Eixos comercials al Districte de Sarrià- Sant Gervasi



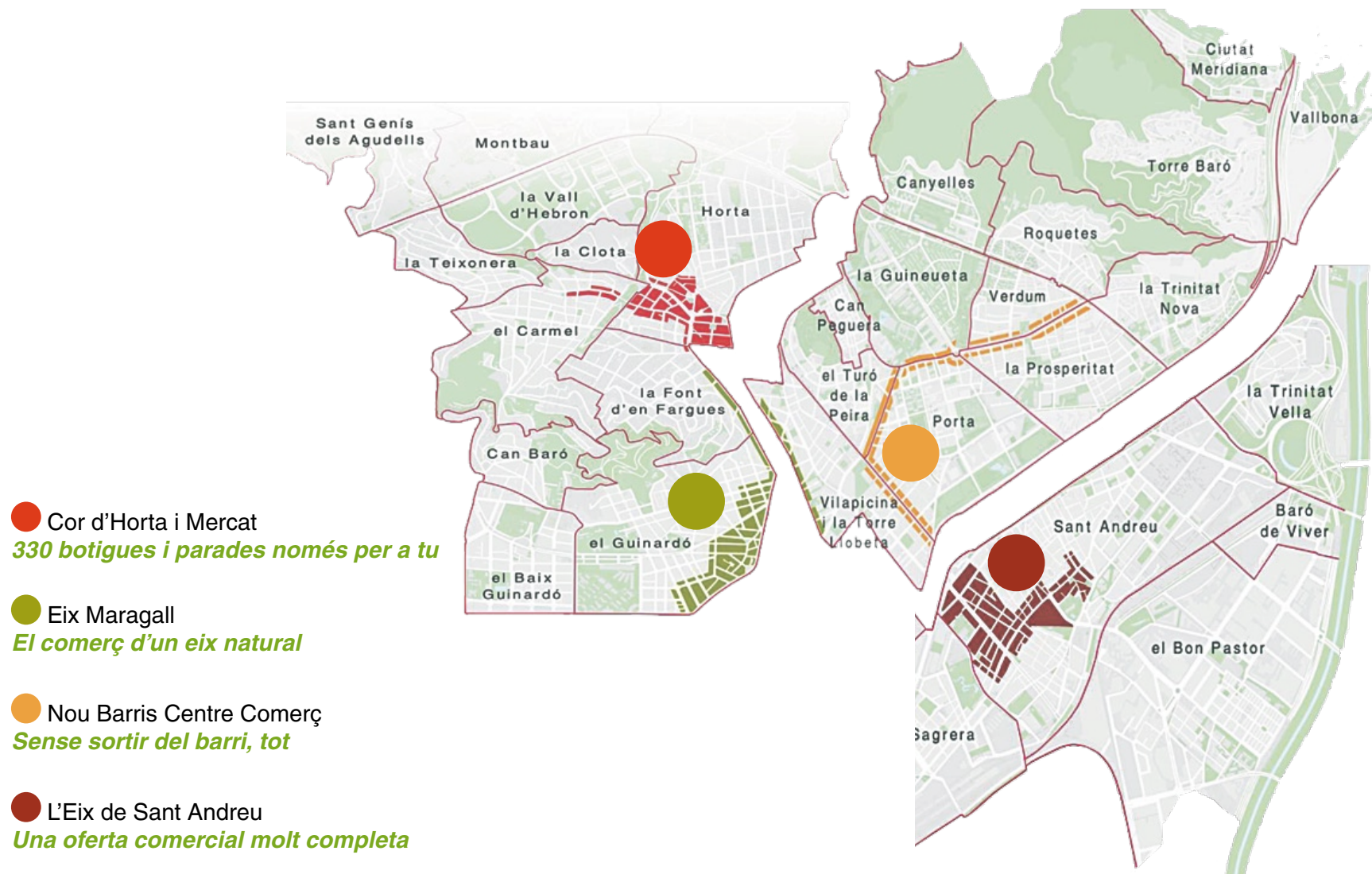
Eixos comercials al Districte de Gràcia



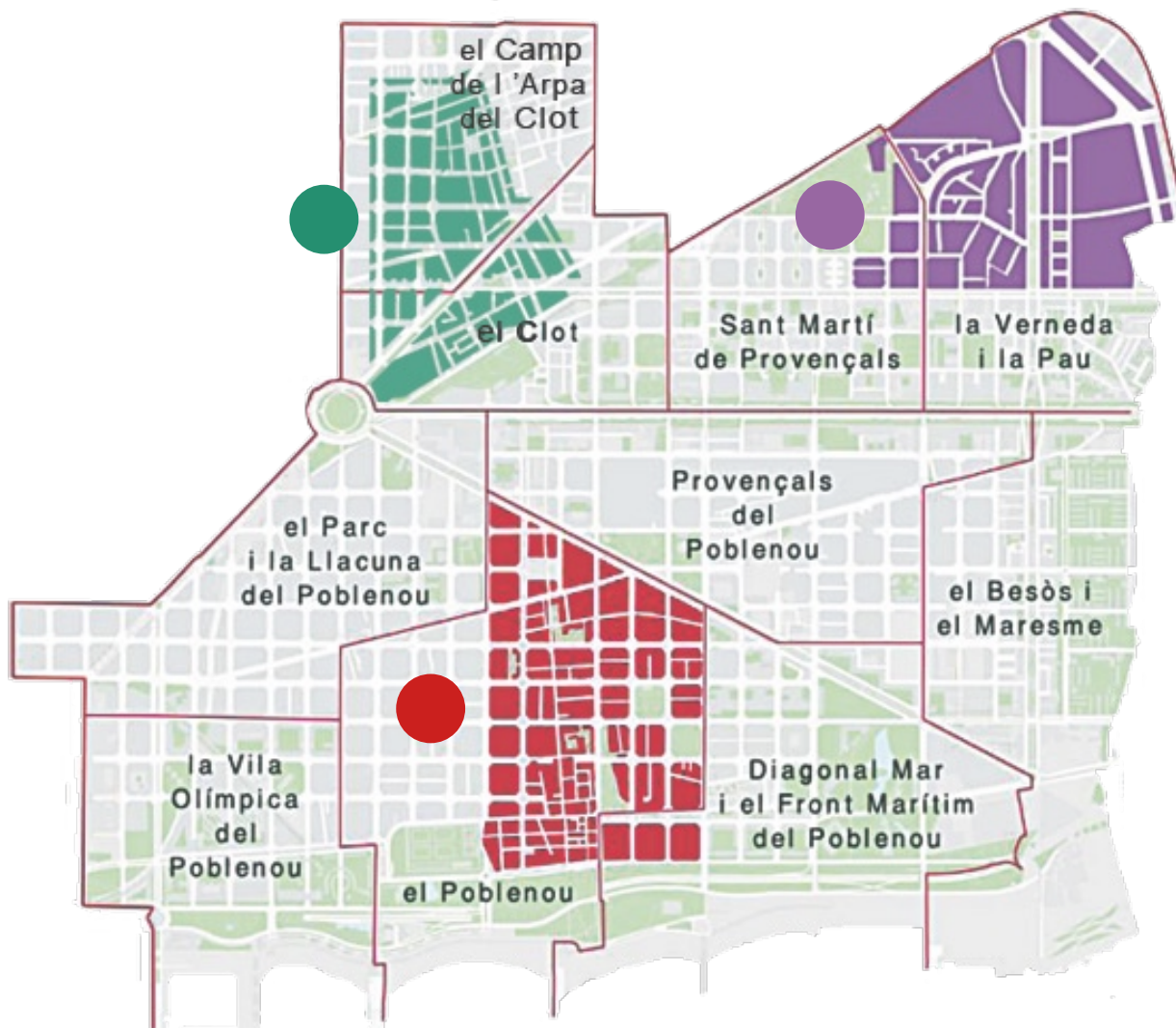
● Eix Comercial Gran de Gràcia
Botigues amigues

● 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



- Eix Comercial Sant Martí
Una voluntat de servei al barri
- Eix Clot
Comerç emprenedor amb molta empenta
- Eix Comercial Poblenou
El centre antic d'un barri nou

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

Fires i mercats

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

Accions per Nadal

- Enllumenat nadalenc
- Recollida de cartes per patges reials
- Cavalcada de reis
- Pista de gel

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. EL WEB

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

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

El web de comerç ha rebut 80.583 visitants i s'hi han visualitzat 217.749 pàgines, amb una mitjana diària de 596, xifra important per un web sectorial.

Evolució visites

Resum visites	2010	2011
Visites	98.646	80.583
Promig per dia	270	220

6.6. GUIES DE RESTAURANTS DE BARCELONA



Aquest any es continua amb 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. Com a ciutat plural i sensible, Barcelona dona resposta a la innovació i creativitat gastronòmica, sense oblidar que l'excel·lència ha de ser gaudida per tots. El primer lliurament anava adreçat a restaurants aptes per a celíacs, que ofereixen una cuina i productes culinaris adaptats.

El següent lliurament, elaborat sota la supervisió del Gremi de Restauració de Barcelona i l'associació animalista Liberal!, és una iniciativa patrocinada i iniciada per l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona, i es tracta d'una guia de restaurants barcelonins que, sensibles a les conviccions vegetarianes, ofereixen una cuina adaptada a les seves exigències culinàries.

Tot un compendi de restaurants especialitzats en cuina vegana, o que ofereixen cuina ovo-lacto-vegetariana, passant pels macrobiòtics i acabant per aquells que tenen una part de la seva carta especialitzada en el vegetarianisme, però que van més enllà dels seus fogons i apliquen als seus productes tot una manera de viure i d'entendre el món. Per això, aquesta guia és molt més, s'endinsa en una sensibilitat que cada vegada suma més seguidors per aplicar una visió especial del sentit de la vida: el ser vegetarià. www.bcn.cat/comerc

7. ELS MERCATS MUNICIPALS

Barcelona, ciutat de mercats

L'any 2011 ha suposat la culminació i el moment de balanç dels 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.

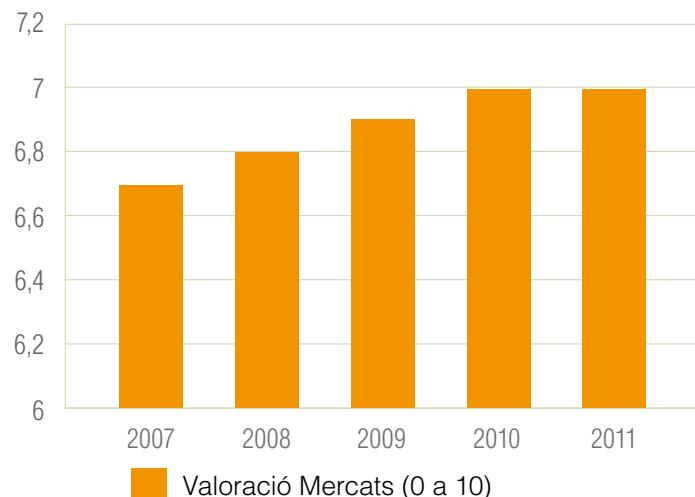
Després d'haver finalitzat les obres de remodelació dels mercats de Les Corts (2008) i La Llibertat (2009), s'ha donat continuïtat a la recta final d'un PAM molt ambiciós, que implica l'actuació en els mercats de Sant Antoni, Fira de Belcaire-Encants Barcelona, Sants, Ninot i Guinardó amb el desenvolupament de les diferents fases d'obra dels respectius mercats. Al mateix temps s'inicien les obres de remodelació del mercat de la Guineueta i es finalitza el projecte del de Provençals per tal d'endegar les obres al 2012. Els mercats de Vall d'Hebrón i Bon pastor, després de les actuacions provisionals, estaran a l'espera de desenvolupar els projectes definitius.

En finalitzar el 2011, s'hauran reformat 19 mercats i 9 més estaran en procés de remodelació, un 65% del total de la xarxa de la ciutat.

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

La percepció ciutadana, reflectida anualment en l'Enquesta de Serveis Municipals, mostra l'evolució positiva que fan els barcelonins dels mercats, que han passat d'una puntuació de 6,3 l'any 2006 fins a una puntuació de 7 el 2011.

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.

Projectes més destacats

Mercat de Sants

Un cop executades les pantalles del nou mercat i l'excavació de les plantes soterrades (una logística i una segona d'aparcament per a clients) que per les característiques estructurals de l'edifici ha precisat d'una complexa intervenció tècnica per tal de suportar els pilars a l'estar catalogat. S'han construït fins ara les diferents plantes per arribar a la cota de carrer. Durant el 2012 s'iniciarà la darrera fase fins al final de la remodelació.



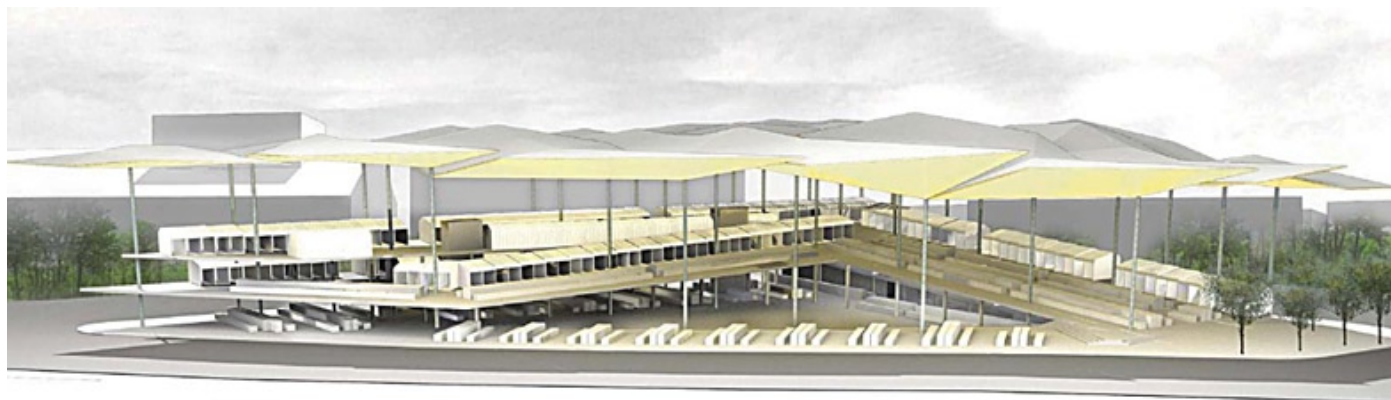
Animació virtual des del carrer Mallorca

Mercat del Ninot

Com en el cas del mercat de Sants, el mercat del Ninot porta una dinàmica similar, ja que també s'han executat les pantalles del nou mercat i l'excavació de les plantes soterrades. Però en aquest cas, a diferència de Sants, la incorporació de l'autoservei es farà semisoterrada a la part central del nou edifici, i es soterrarà als dos laterals, la logística i l'aparcament per a clients. Durant el 2011 també s'han construït les plantes soterrades fins a cota de carrer per tal de licitar la darrera fase de l'obra en el 2012.

Nou Mercat Encants Barcelona (Fira de Bellcaire)

Durant el 2011 s'han conclòs les actuacions més importants d'aquesta construcció, consistents en la excavació de les plantes soterrades que encabiran la logística i l'aparcament de 300 places per a clients. Durant el 2012 s'enllestiran les obres en superfície i l'enlairament de l'espectacular coberta, per tal de poder obrir el nou mercat en el 2013. 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.



Animació virtual des de l'Avinguda Meridiana



Instal·lació provisional del Mercat Dominical de Sant Antoni

Mercat de Sant Antoni

L'actuació de remodelació del Mercat de Sant Antoni, per dimensió i complexitat, ha requerit al llarg del 2011, aprofundir en tots els aspectes tècnics per tal d'enllestir el Projecte executiu definitiu. Un cop els comerciants d'Alimentació i Encants ja han estat instal·lats als respectius mercats provisionals, s'ha construït la instal·lació provisional del mercat Dominical en un tram del carrer Urgell i poder així continuar el 2011 les obres del mercat definitiu...

S'ha iniciat la complexa construcció de les pantalles del nou mercat a més de 40 metres de profunditat que s'allargarà durant el 2012 i s'ha continuat amb els treballs arqueològics per tal de preservar un dels baluards de l'antiga muralla de la ciutat, que es troba parcialment sota l'actual mercat.

Mercat del Bon Pastor

El mercat provisional va ser ubicat al Carrer de Sant Adrià, cantonada carrer 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, resultant un espai públic per gaudir del veïnat, fins que es defineixi el projecte del nou mercat, que probablement encabirà habitatge social a sobre seu.

Mercat de la Vall d'Hebron

El mercat de la Vall d'Hebron està en fase d'una remodelació. Com a pas previ a aquest procés, es van realitzar una sèrie d'actuacions de concentració d'establiments a la zona davantera del mercat, actualment en actiu. Durant el proper any es traurà a concurs la redacció del projecte per a la remodelació i condicionament total de l'edifici.



Nou mercat de la Guineueta

Mercat de la Guineueta

El mercat de la Guineueta afronta una remodelació parcial, però de gran impacte per la importància de les actuacions, que inclou 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 Valldaura i dotarà al mercat de major atracció.

Durant el 2011 s'han iniciat les obres i s'ha tancat el mercat 40 dies a l'estiu per condicionar la sala de vendes. Durant el 2012 s'acabaran la resta d'actuacions.

Mercat de Provençals

De forma 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 a nivell de planta de mercat, com de logística i 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 seus accessos i la façana.

Durant el 2011 s'ha redactat el projecte i s'han licitat les obres que s'iniciaran el 2012.



Animació virtual de la nova illa d'equipaments del Guinardó

Mercat del Guinardó

Després de passar dos anys en el mercat provisional, aquest 2011 han continuat les obres de la nova illa d'equipaments del Guinardó, que inclourà el nou mercat. Al mateix temps, 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

Al mateix temps s'han realitzat actuacions constants de manteniment i millora. Concretament, en el 2011 s'han realitzat fins a 78 actuacions singulars, sovint en instal·lacions internes o logístiques, imprescindibles per donar un bon servei, com cambres frigorífiques, muntacàrregues, etc, però també de millora del confort del ciutadà, aire condicionat o accessos. La inversió ha arribat enguany als 600.000 €

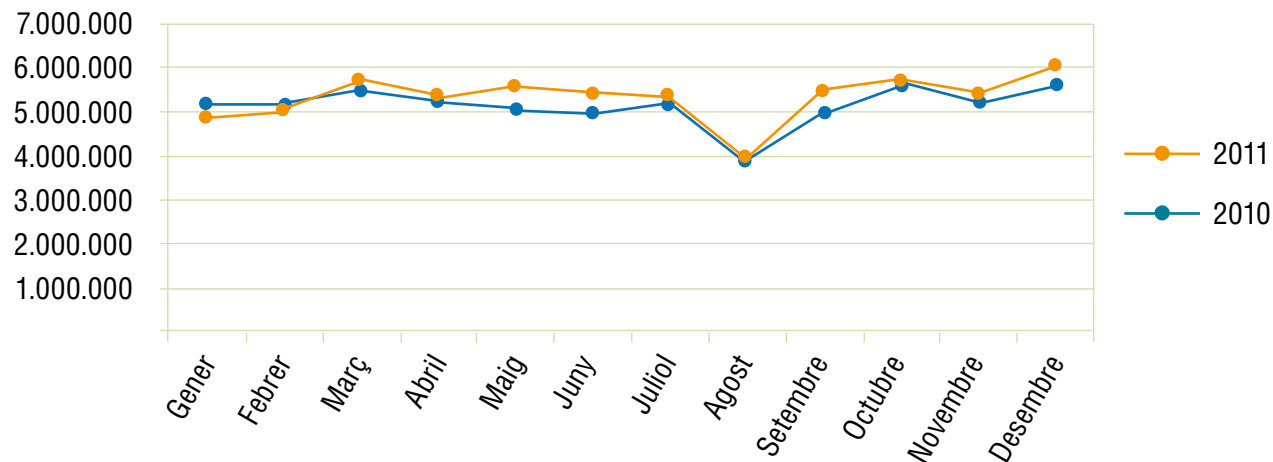
Afluència de públic als mercats

Amb l'objectiu de fer un seguiment del nombre de visitants dels nostres mercats i la seva estacionalitat, l'IMMB realitza un seguiment mensual a partir d'aquells mercats remodelats on s'han instal·lat sistemes automàtics de comptatge de persones. Els resultats de 2011 han estat els que es recullen en els quadres següents.

Visitants als mercats municipals de Barcelona

	2010	2011
Gener	5.158.784	4.835.121
Febrer	5.125.273	4.993.582
Març	5.494.161	5.721.707
Abril	5.267.198	5.381.896
Maig	5.052.283	5.521.977
Juny	4.968.812	5.412.944
Juliol	5.252.289	5.359.604
Agost	3.864.572	3.966.907
Setembre	4.982.534	5.472.683
Octubre	5.584.426	5.700.132
Novembre	5.239.658	5.430.936
Desembre	5.614.713	5.992.455
Totals	61.604.702	63.789.944

Evolució visitants mercats 2010 - 2011



Cal destacar l'evident estacionalitat en el nombre de visitants en funció dels mesos de l'any. En un context de crisi econòmica, però, ja plenament instal·lada, podem constatar que aquesta no sembla afectar al nombre de visitants – i si en canvi a l'import de les compres, tal i com recull el recent Estudi d'Impacte Econòmic del Mercats de Barcelona. 2011 -. Aquest fet és indicador de la fidelització dels consumidor, i que la pèrdua de facturació no implica una pèrdua de quota de mercat.

Rejoeniment d'operadors

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

Canvis d'operadors

Any 2011	Traspassos intervius	Cessions pares fills	Cessions entre cònjuges	Traspassos mortis causa
Núm. expedients	156	32	9	41
Edat mitjana cedent	57,71	70,4	53,2	72,2
Edat mitjana cessionari	45,29	40,2	49,6	42,7
Diferencial	-12,42	-30,2	-3,7	-29,5

Projectes internacionals

Med Emporion

El projecte d'anàlisi i promoció dels mercats a les ciutats mediterrànies, desenvolupat amb Torí, Gènova i Marsella en el marc de la iniciativa Med de la Unió Europea, ha continuat amb les accions previstes. Al setembre de 2011 es va celebrar la Fira de Gènova. Els 2 estudis en curs –“Informe sobre els mercats de la Mediterrània” i “Estudi sobre l'origen dels productes del mercat local”- han finalitzat la prospecció i anàlisi i s'ha iniciat la seva redacció.

La bona valoració d'aquest projecte va propiciar que els membres de la Convenció de Seguiment del programa MED, reunits a Barcelona el mes d'octubre, visitessin el Mercat de la Concepció i participessin d'una presentació del Med Emporion.

Marakanda, un nou projecte

Donant continuïtat a la projecció internacional del model Barcelona de mercats, l'Institut de Mercats de Barcelona ha entrat a formar part, amb 10 ciutats més del nord i sud de la Mediterrània, del projecte Marakanda (ENPI). Liderat per la ciutat de Florència pels anys 2011-2013, Marakanda pretén crear un cluster amb l'objectiu de millorar la gestió dels mercats.

Premi EPSA

L'Institut Municipal de Mercats de Barcelona ha estat seleccionat com a finalista als premis EPSA (premis europeus en el sector públic) pel seu model de remodelació dels mercats barcelonins, exemplificat de manera concreta en la reforma integral del de la Llibertat, a Gràcia. La iniciativa es va valorar en el marc de les propostes de col·laboració públic-privades.

Assessoraments internacionals

S'han atès més de 7 demandes internacionals d'assessorament de gestió dels mercats municipals procedents de ciutats com: Oporto, Dublín, Corea, Hong Kong o Rotterdam, que posicionen el Model Barcelona de Mercats com a un dels millors models de gestió del món.

Accions de promoció i responsabilitat social

La segona edició de la Fira **Mercat de Mercats**, entre els dies 21 i 23 d'octubre, ha obtingut un balanç d'èxit: més de 230.000 visitants, més de 200.000 compres directes i 48.000 consumicions, traduïts en uns 900 impactes als mitjans de comunicació, va superar els resultats de l'edició anterior. S'ha valorat molt positivament aquesta acció com a mitjà per a visibilitzar i posicionar el mercat com a centre alimentari de qualitat. També, al desembre, al Saló DegustaBarcelona els mercats van comptar amb un espai amb representació de diverses parades.

L'Institut de Mercats ha promogut aquest any la segona edició dels premis "Els millors mercats del món", que va ser atorgat a les Associacions de Concessionaris dels Mercats de la Guineueta i de la Mercè, per la imatge de cooperació en el marc de la "Mostra de Mercats de Nou Barris". D'altra banda, com cada any, a l'abril s'ha celebrat la Jornada de Mercats, amb la participació de representants de tots els mercats de la ciutat.

Enguany s'han commemorat tres aniversaris importants: el centenari del mercat de Sarrià i el 50è aniversari dels mercats de Les Corts i La Mercè, que van programar nombroses activitats de celebració al llarg de tot l'any.



S'han potenciat més de 80 accions promocionals de dinamització comercial dels mercats i de vinculació amb el veïnat, promogudes tant per l'Institut com per les associacions dels comerciants dels mercats.

Cinc grans campanyes de promoció de preus s'han dut a terme durant aquest any als mercats de la Guineueta, la Boqueria, el Carmel, Llibertat i Sant Gervasi.

Pel que fa a les accions de cohesió social i amb el territori, destaquen activitats com la Mostra de Mercats de Nou Barris, la Festa de Provençals, el Mercat Modernista de la Concepció, els tastets del Clot o la mostra de Comerç al Carrer d'Horta a les quals hi participen habitualment els mercats. I també, la participació en les festes tradicionals: Nadal, Carnestoltes, Sant Jordi, Sant Joan i Tots Sants, participació en les Festes Majors dels Barris,...

Els mercats són també importants centres per a la divulgació científica i cultural com es demostra en activitats com: 48h Open House, Les Conferències del Congrés de Bioquímica, la Promoció del consum Km0, accions amb col·laboració amb Slow-food,...

S'han celebrat més de 50 activitats de responsabilitat social amb la participació de la major part dels mercats com: la Bossa solidària, la col·laboració amb Intervida o de sensibilització contra la violència de gènere, la participació a la Marató de TV3. Especial rellevància, en el context actual de crisi, ha tingut la participació de tots els mercats municipals al Gran Recapta d'aliments que ha significat un èxit de col·laboració ciutadana amb un balanç de recollida de 62 tones d'aliments, superat amb escreix la de 2010

En el marc del foment de la salut, associat al consum de productes de mercat, s'han portat a terme fins a 30 activitats: la campanya Oncolliga, VIII Setmana Europea contra el Càncer, Campanya de l'AFA-NOC "Posa't la Gorra!", Jornades Cardiovasculars o la les accions de sensibilització contra la Sida.



Presentació de la Setmana Europea contra el Càncer al Mercat de La Sagrada Família

Paral·lelament s'ha col·laborat la promoció comercial amb grans empreses com la Caixa, Endesa, Tibidabo o l'Aquàrium.

Comunicació

El 2011 ha suposat una continuació del Pla de Dinamització Comercial, iniciat a finals del 2010, amb l'objectiu principal de mantenir el pols comercial dels mercats en el context actual de crisi, promoure els valors dels mercats -menjar saludable, qualitat, professionalitat,...- i captar clients més joves i un públic prescriptor infantil.

La imatge amb els conceptes Saludable, Professional, Innovador, Integrador i Variat, s'ha aplicat i desenvolupat en premsa escrita, publireportatges, campanyes específiques dels mercats i nombros material gràfic de difusió

Peces de comunicació produïdes IMMB

Opis	200
Banderoles	900
Cartells	9.000
Avisos d'obres	3.700
Vinils	25
Flyers	31.200
Díptics	6.100
Programes	270.250
Infomercats	80.000
TOTAL	402.070

Comunicació digital

La web de l'Institut www.bcn.cat/mercats, implantada el setembre de 2010, ha tingut un creixement important assolint les 257.504 visites amb un promig diari de 705 visites. S'hi ha publicat 96 notícies, 48 vídeos i s'ha traduït al castellà i a l'anglès.

El desenvolupament de les xarxes socials de l'Institut de Mercats ha contribuït al creixement de l'ús de la web. S'han dinamitzat 80 activitats. El Facebook ha assolit 1.732 amics amb un perfil majoritari de 25-44 anys. Amb Twitter s'ha arribat als 2.016 seguidors, s'han fet 5.491 tweet que han suposat 204.130 retweets. Enguany també s'ha actualitzat el Newsletter digital amb un edició mensual.

Programes educatius

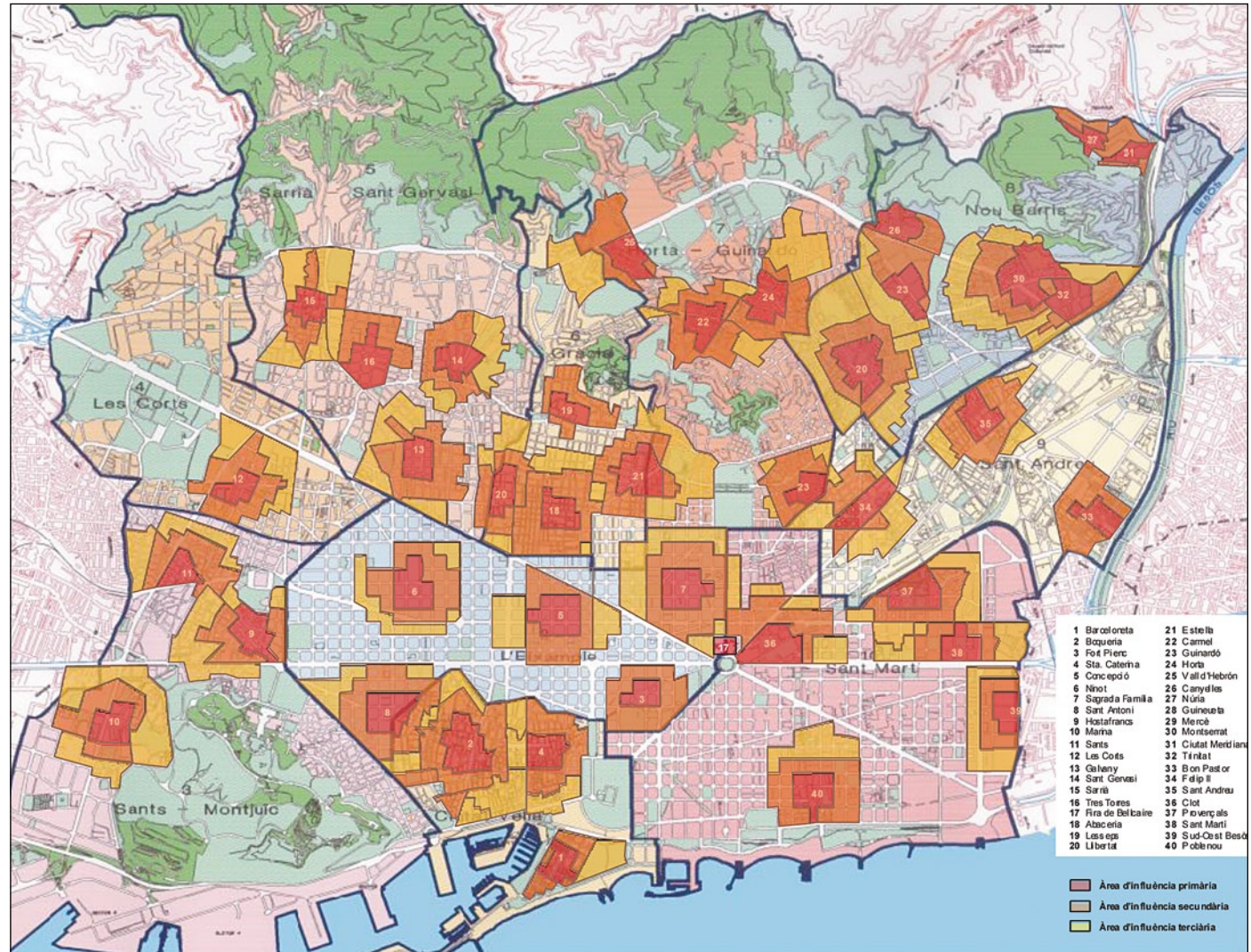
Les activitats educatives han experimentat un creixement d'usuaris amb la implantació de les noves propostes organitzades en 4 programes diferents i complementaris per a tots els nivells d'Educació Primària i Secundària pel curs 2010-2011. Hi ha participat 4.119 alumnes –un 45% més–, de 123 escoles que han visitat 32 mercats.

Mitjans de comunicació

L'activitat dels mercats es contínuament reproduïda als mitjans de comunicació de televisió, ràdio, premsa escrita, etc. BTV ha mantingut una secció fixa setmana als mercats en el programa Connexió Barcelona i també la Com Ràdio ha fet connexions setmanals. Amb aquest motiu s'han atorgat 498 permisos de filmació i fotografia.

Les 96 notícies de la web s'han difós als mitjans. També s'han utilitzats publireportatges com la pàgina setmanal de recomanacions del gastrònom Miquel Sen a El Periódico, o les recomanacions de la compra de Nadal publicades a La Vanguardia. L'activitat amb més ressó ha estat Mercat de Mercats amb més de 100 impactes a 72 mitjans.

Ubicació dels mercats municipals a Barcelona



8. EL COMERÇ ELECTRÒNIC

L'any 2011 continua l'expansió del comerç electrònic B2C a nivell mundial amb una facturació estimada de 943.800 milions de dòlars, el que suposa un increment de prop del 25% respecte l'any anterior, ⁽¹⁾ de manera que després de dos anys consecutius de creixement queda endarrere la frenada que va experimentar aquest canal comercial com a conseqüència de la recessió de l'economia internacional el 2009.

En termes de grans àrees geogràfiques, Europa és actualment el mercat d'e-commerce més gran del món amb un volum de negoci de 342.900 milions de dòlars, de manera que supera els 330.200 milions de dòlars de la regió Nord-americana, mentre els mercats emergents de B2C creixen amb especial dinamisme.

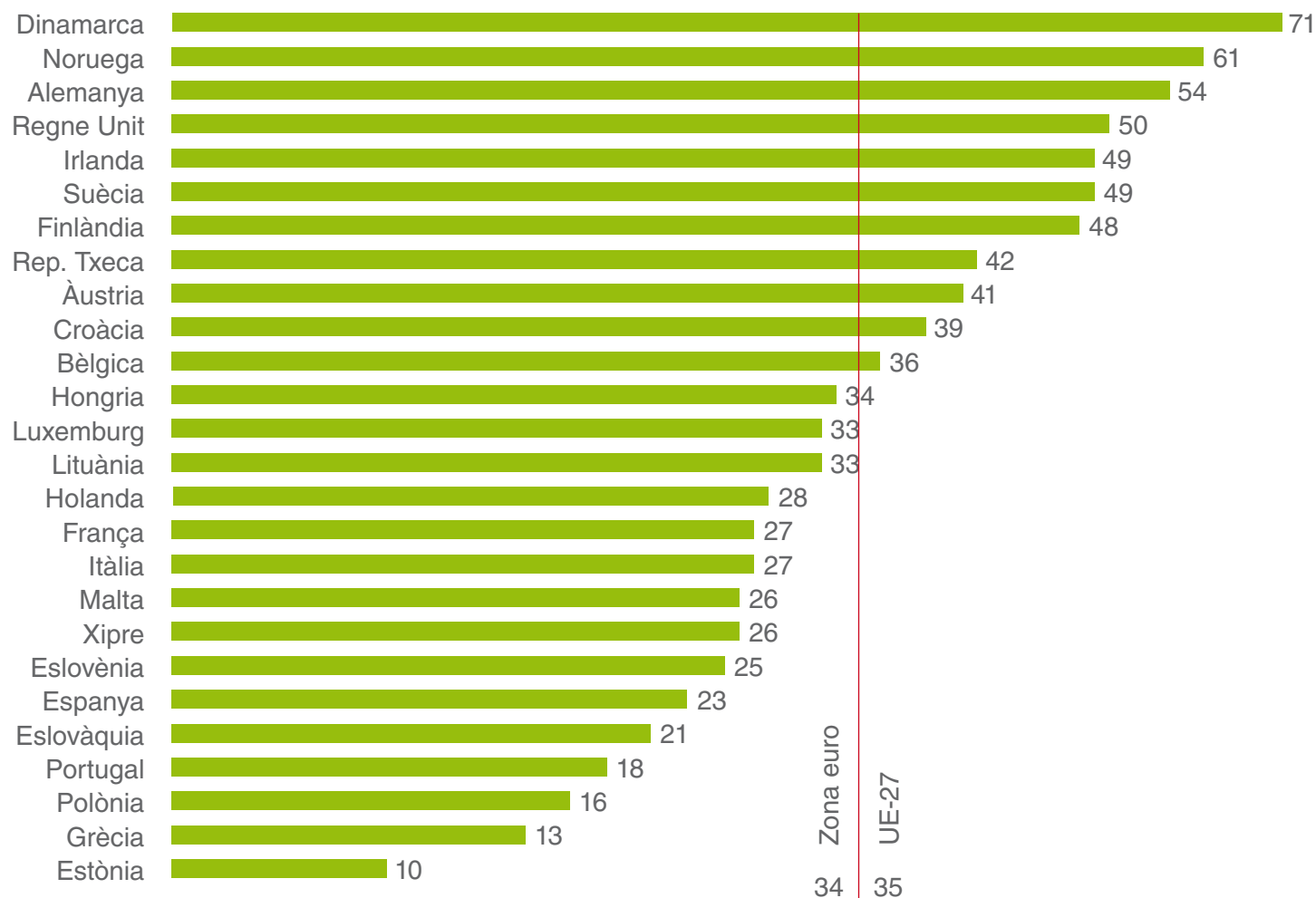
Per països el mercat mundial està dominat pels Estats Units on, segons estadístiques del U.S. Census Bureau, el comerç electrònic minorista l'any 2011 va assolir 193.800 milions de dòlars amb un increment del 15,2%, de manera que per segon any consecutiu es va registrar un augment de dos dígits, i el B2C (Business to Consumer) es va situar en el 4,7% del valor total de les vendes al detall.

Malgrat aquesta tendència expansiva pel que fa a les dades globals del B2C, segons dades d'Eurostat a la Unió Europea el percentatge d'empreses que compra per Internet va ser del 35% l'any 2011 -dos punts percentuals inferior a l'indicador de 2010-, mentre que pel que fa a les vendes la mitjana europea es manté inalterada en el 15%.

Respecte a les compres, 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: Dinamarca assoleix un destacat lideratge amb un 71% que utilitzen aquest canal, seguida de Noruega (61%), Alemanya (54%) i el Regne Unit (50%), on més de la meitat de les empreses compren per Internet. Excepte en el cas de Dinamarca -que augmenta un punt percentual-, la resta de països que ocupen els primers llocs disminueixen els percentatges de compra d'entre 2 i 5 punts percentuals respecte a 2010.

⁽¹⁾ Imrg smart knowledge base. Interactive Media in Retail Group (IMRG, Online retail trade organisation)

% d'empreses europees que han comprat per Internet al 2011



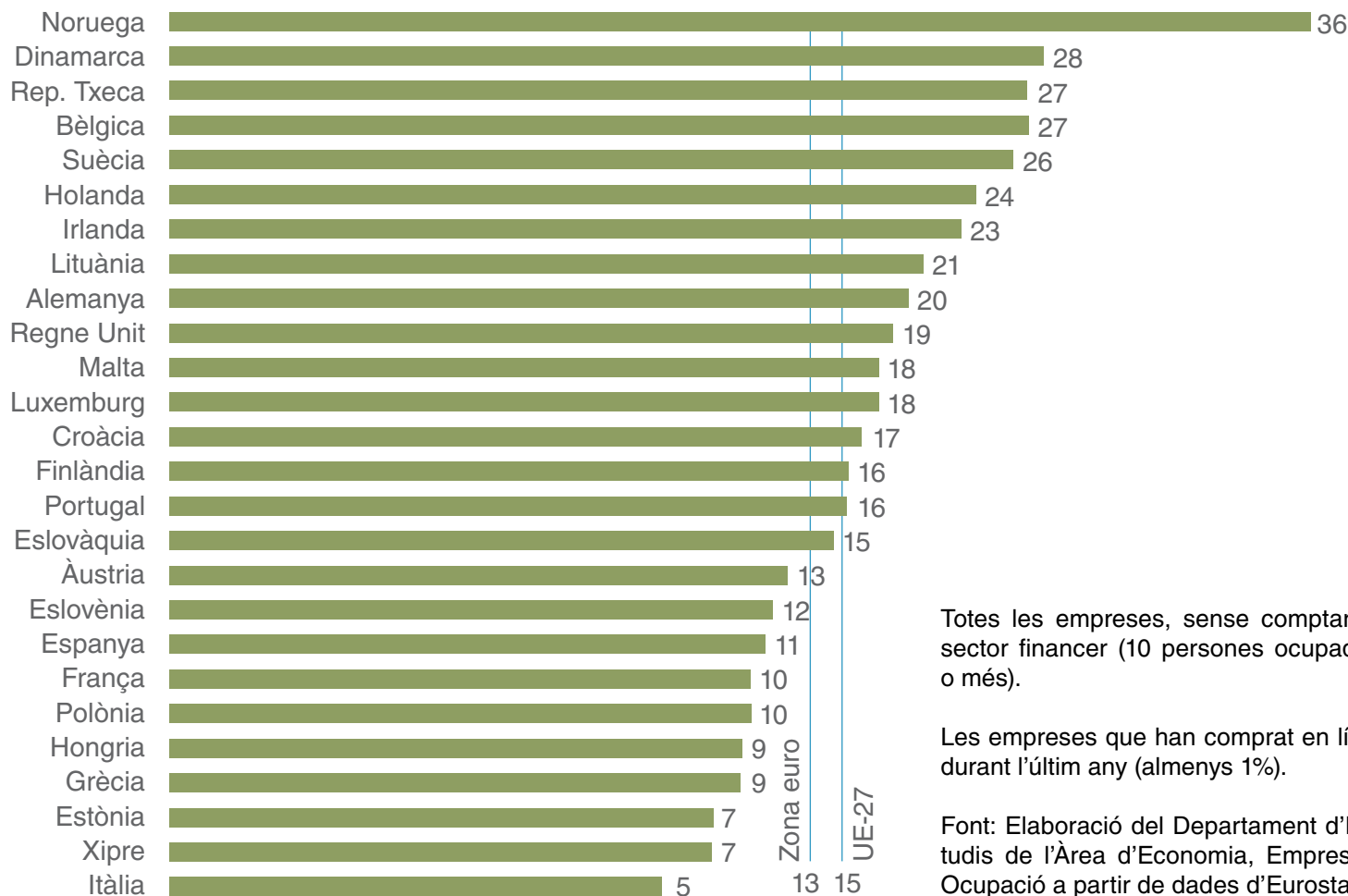
Totes les empreses, sense comptar el sector financer (10 persones ocupades o més).

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

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de dades d'Eurostat

Pel que fa a les vendes, Noruega -com l'any anterior- encapçala la llista amb més d'una tercera part d'empreses que venen per Internet (36%), seguida de Dinamarca (28%) i la Rep. Txeca i Bèlgica (ambdues amb el 27%). D'aquest grup de països només en el cas de Txèquia augmenta el percentatge d'empreses que venen per Internet (+6 p.p.), mentre que a la resta baixa lleugerament (1 ó 2 punts percentuals) respecte a 2010.

% d'empreses que venen per Internet i/o xarxes diferents d'internet. 2011



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: Elaboració del Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de dades d'Eurostat

Tant en el cas de les compres com en les vendes electròniques de la Unió Europea els percentatges de 2011 són inferiors en dos punts percentuals als assolits l'any 2008, fet que demostra una certa frenada de l'ús empresarial de l'e-commerce per l'efecte de la inestabilitat econòmica global, tot i que el volum de facturació generat segueix creixent.

Pel que fa a Espanya, segons Eurostat l'any 2011 els percentatges d'empreses que compren i venen on line (23 i 12%, respectivament) queden per sota de les mitjanes respectives de la Unió Europea (en 12 i 11 punts percentuals, respectivament) i de la zona Euro (en 3 i 2 punts, respectivament).

Comerç electrònic de les empreses a Espanya

Segons l'Enquesta d'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses de l'Institut Nacional d'Estadística, ⁽¹⁾ en el període 2011-2012 prop de la quarta part de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats (el 22,5%) han efectuat compres per comerç electrònic per un valor de 183.396,4 milions d'euros, el que representa un 19,1% de les compres totals i més de la tercera part (el 40,9%) 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 (27,9% del total, front al 16,7% de la indústria i el 15,3% de la construcció) i generen també prop de tres cinquenes parts de la seva facturació (56,6%), mentre que la indústria representa el 42,6% i la construcció el 0,8%.

⁽¹⁾ Darrera dada oficial disponible

El comerç electrònic a les empreses* espanyoles, 2010-2011

Compres per comerç electrònic

	% d'empreses que compren per comerç electrònic	Volum de compres comerç electrònic (milers euros)	Pes del comerç electrònic s/total de compres	% compres de com. elect. s/total de compres empreses que compren p. com. elect.
Sector econòmic				
Indústria	16,7	78.063.547	19,8	38,4
Construcció	15,3	1.509.826	2,6	12,4
Serveis	27,9	103.823.053	20,5	44,5
Total empreses	22,5	183.396.426	19,1	40,9

Vendes per comerç electrònic

	% d'empreses que venen per comerç electrònic	Volum de vendes comerç electrònic (milers euros)	Pes del comerç electrònic s/total de vendes	% vendes de com. elect. s/total de vendes empreses que venen p. com. elect.
Sector econòmic				
Indústria	13,1	101.922.996	18,6	39,0
Construcció	3,7	1.456.044	1,4	45,0
Serveis	18,2	84.216.985	11,8	27,7
Total empreses	14,2	187.596.024	13,7	32,9

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

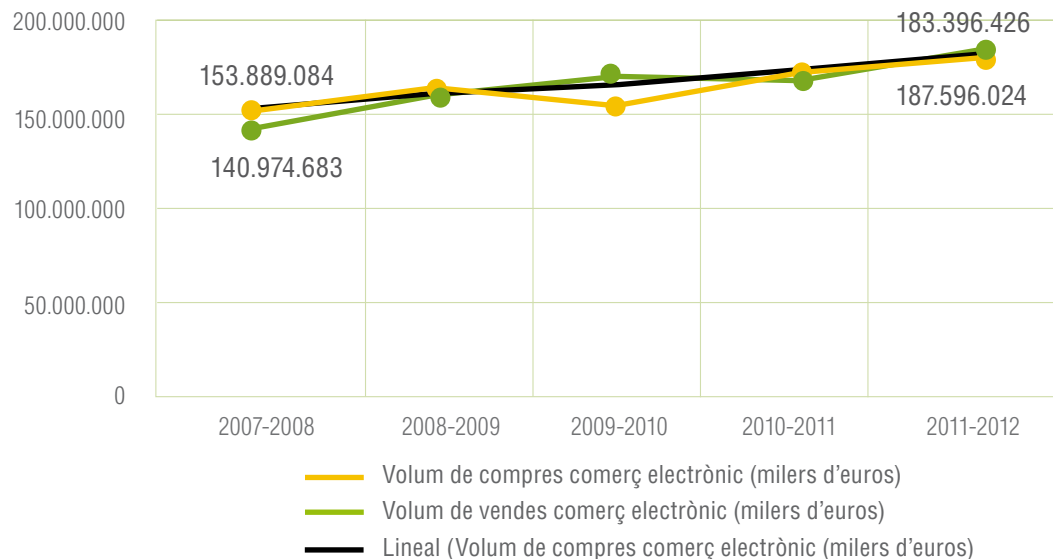
* Empreses de més de 10 treballadors

Pel que fa a les vendes, un 14,2% d'empreses utilitzen el canal on line, que a Espanya genera un volum de negoci de 187.596 milions d'euros i representa el 13,7% del total de vendes i prop de la tercera part de les de les empreses que utilitzen el canal electrònic (32,9%) un pes inferior al que té sobre les compres (40,9%). Així doncs, tot i que el nombre d'empreses que venen per comerç electrònic és inferior al de les que compren, el valor econòmic d'aquestes vendes supera el de les compres.

Per sectors econòmics, són de nou les empreses de serveis les que assoleixen un major percentatge d'ús d'aquest canal (18,2%), seguides de la indústria (13,1%) i la construcció (3,7%) però, en contrast amb el que succeeix a l'àmbit de les compres, la indústria concentra la major part (el 54,3%) de la facturació total de vendes on-line i registra un volum superior al del sector terciari que n'absorbeix el 44,9%. Així mateix, el pes del comerç electrònic dins de les vendes del sector industrial (18,6%) és clarament superior al del conjunt del terciari (11,8%).

Respecte al període anterior, el 2011-2012 tant les compres com les vendes electròniques han crescut a l'Estat espanyol (amb variacions interanuals de +5,4% i +11,7%, respectivament), el que posa de manifest un comportament diferencial positiu respecte a l'evolució general del sector comercial.

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

Comerç electrònic de les empreses a Catalunya

Més d'una quarta part (25,4%) de les empreses amb 10 o més assalariats de Catalunya han comprat per comerç electrònic el 2011-12, dada que supera en 2,9 punts percentuals la mitjana espanyola. En el cas de les vendes el percentatge d'empreses és força inferior (16,6%) però supera també el percentatge estatal en 2,4 punts percentuals.

Comerç Electrònic a Catalunya 2011-2012

	Microempreses	Empreses amb 10 o més assalariats
Total empreses	420.761	26.283
Compres a través de comerç electrònic (%)	11,5	25,4
Vendes a través de comerç electrònic (%)	1,6	16,6

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de FOBSIC i Idescat amb dades de l'INE

Per sectors d'activitat econòmica, la tercera part de les empreses de serveis (32,2%), el 18,2% de les de la indústria i el 14,4% de les de la construcció efectuen compres a través de comerç electrònic. També en les vendes electròniques el sector terciari presenta un percentatge d'empreses usuàries superior (un 23,6% del total), seguit de la indústria (11,5%) i -amb un registre molt més baix- la construcció (0,6%).

Comerç electrònic a Catalunya 2011-2012
Per sector d'activitat de l'empresa

% empreses amb 10 o més assalariats

	Sector d'activitat		
	Indústria	Construcció	Serveis
Compres a través de comerç electrònic (%)	18,2	14,4	32,2
Vendes a través de comerç electrònic (%)	11,5	0,6	23,6

Font: Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de FOBSIC i Idescat amb dades de l'INE

La facturació total de les compres per Internet de les empreses de 10 o més assalariats de Catalunya ha estat de 26.314,3 milions d'euros el 2011, el que equival al 13,7% de les compres totals i el 34,6% de les compres de les empreses que fan adquisicions per aquest canal. Les empreses industrials concentren més de la meitat de les compres electròniques amb 14.060,1 milions d'euros que representen un 16,6% de les compres totals del sector i més d'una tercera part (37,1%) de les compres de les empreses que fan compra electrònica, mentre que entre les empreses dels serveis –amb 11.513,7 milions de compra per Internet- el valor d'aquests indicadors se situa en el 11,7% i el 32,9%, respectivament.

Compres a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya 2011-2012
Segons el pes que representen les compres a través de 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	14.060.103	16,6	37,1
Construcció	740.418	8,3	22,6
Serveis	11.513.742	11,7	32,9
Total	26.314.264	13,7	34,6

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

Per últim, la construcció presenta dades més moderades amb 740,4 milions d'euros de compra electrònica, un 8,3% del total i un 22,6% entre les empreses que compren pel canal electrònic.

Vendes a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya 2011-2012.
Segons el pes que representen les vendes a través de 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	22.526.865	18,7	42,7
Construcció	42.696	0,3	15,7
Serveis	17.881.482	13,1	33,9
Total	40.451.043	14,9	38,2

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 succeeix a Espanya- i assoleix 40.451,0 milions d'euros. Per sectors, la indústria ocupa el primer lloc tant pel que fa al volum de venda –amb 22.526,9 milions i un 55,7% del total facturat pels tres sectors-, com pel percentatge de vendes que s'hi realitzen per aquest canal (18,7%) i el pes que representen aquest tipus de vendes entre les de les empreses que venen per comerç electrònic (42,7%). Les empreses de serveis facturen 17.881,5 milions d'euros, el que representa un 13,1% de les vendes totals dels serveis i un terç (33,9%) de les de les empreses que utilitzen aquest canal de venda. La construcció presenta novament els indicadors més discrets: ha venut 42,7 milions d'euros, un 0,3% del total facturat pel sector i un 15,7% de les vendes d'empreses que venen per Internet.

Comerç electrònic a Catalunya 2011-2012 Per dimensió de l'empresa

Dimensió de l'empresa

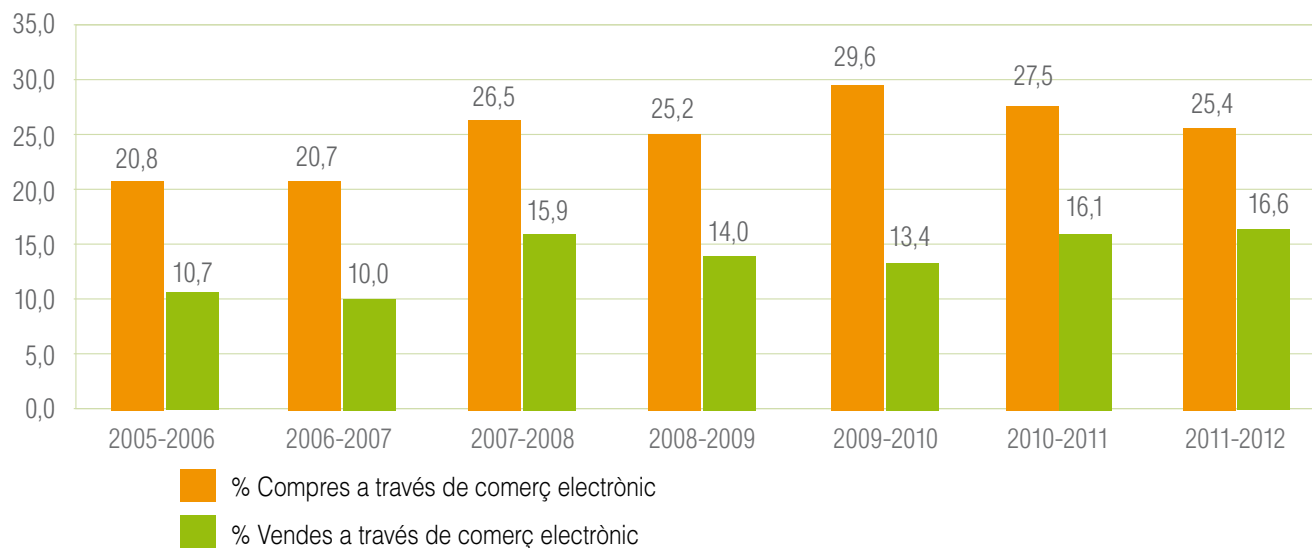
	Microempreses	De 10 a 49 ocupats	De 50 a 249 ocupats	De 250 ocupats o més	Empreses amb 10 o més assalariats
Total empreses	420.761	21.987	3.680	616	26.283
Compres per comerç electrònic (%)	11,5	23,0	36,5	44,7	25,4
Vendes per comerç electrònic (%)	1,6	14,4	26,4	39,4	16,6

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

L'ús del comerç electrònic presenta una forta correlació positiva amb la grandària de l'empresa: així, entre les empreses de més de 250 ocupats el percentatge d'ús d'aquest canal per a comprar assoleix un remarcable 44,7%, dada que s'apropa al nivell d'ús per les empreses dels primers països del rànquing europeu. Més d'un terç les empreses mitjanes de 50 a 249 ocupats (36,5%) i prop de la quarta part de les de 10 a 49 ocupats (23%), fan també adquisicions per mitjans electrònics mentre que entre les microempreses només un 11,5% utilitza la compra on-line.

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 2011-2012 representa un màxim històric en el percentatge d'empreses que venen per aquest canal, que resulta 5,9 punts percentuals superior al de l'any 2005. Per contra, el percentatge d'empreses que compren per Internet es redueix per segon any consecutiu, tot i que des de l'any 2005 ha registrat un augment del 4,6%.

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



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

Comerç electrònic a les llars de Catalunya

L'any 2011, 1.905.050 catalans -el 34,1% de la població de 15 a 74 anys- han comprat per Internet, la qual cosa suposa un increment del 15,4% respecte l'any anterior, segons el que es desprèn de les dades que publica l'Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a les llars de Catalunya.

El col·lectiu masculí segueix encapçalant les compres per Internet (56,5%), i amplia la diferència amb el femení (43,5%) a 13 punts percentuals, el que confirma -com ha succeït el 2009 i 2010- 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 58,3% de les compres. D'altra banda, els consumidors on-line són en gran majoria de nacionalitat espanyola (93%), si bé el pes del percentatge d'estrangers usuaris (7%) augmenta 2,7 punts percentuals respecte l'any anterior.

Perfil dels compradors per internet a Catalunya. 2011

		Persones que han comprat per Internet en els darrers 12 mesos	Pes s/ el total (en %)
Sexe	Home	1.076.296	56,5
	Dona	828.754	43,5
Edat	De 16 a 24	280.743	14,7
	De 25 a 44	1.111.671	58,4
	De 45 a 64	488.400	25,6
	De 65 a 74	24.236	1,3
Per nacionalitat	Espanyola	1.770.996	93,0
	Estrangera	134.074	7,0
Per nivell d'educació	Educació primària	122.313	6,4
	1a etapa d'educació secundària	221.823	11,6
	2a etapa d'educació secundària	576.642	30,3
	Formació professional superior	244.352	12,8
	Educació superior universitària	739.921	38,8
Per situació laboral	Ocupat/ada	1.409.415	74,0
	Treballador per compte aliè	1.219.227	64,0
	Treballador per compte propi	190.188	10,0
	No treballador	495.635	26,0
	Aturat/ada	182.641	9,6
	Estudiant	220.160	11,6
	Feines de la llar	26.368	1,4
	Pensionista	36.257	1,9
	Una altra situació laboral	30.209	1,6
CATALUNYA		1.905.050	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.

Quant al nivell d'educació, la població amb estudis universitaris és la que més recorre a les compres on-line (38,8% del total). Les dades mostren també que vora tres quartes parts dels compradors són ocupats (74%), dels quals un 86,5% treballen per compte aliè. Entre els no treballadors, el col·lectiu d'estudiants (44,4%) supera el d'aturats en la compra per Internet (36,8% del total). Els pensionistes o les persones que es dediquen a les feines de la llar assolixen percentatges netament inferiors al seu pes poblacional.

Quant als tipus de productes adquirits per Internet, els viatges i allotjaments de vacances són els més sol·licitats amb un 51,7% dels compradors -percentatge inferior en 3,5 punts al de 2010-, seguits de les entrades a espectacles (47,3%) -amb un augment interanual d'1,2 punts-, i en menor mesura la roba i material esportiu i l'equipament electrònic (26,6 i 15,7% respectivament). Els productes amb menys requesta on-line són les accions, assegurances i altres serveis financers.

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos a Catalunya 2011

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	12,4	15,7	22,0	24,6	14,5	12,6	15,2	
	Dona	15,9	6,2	16,2	29,3	8,3	6,1	11,6	
Edat	De 16 a 24	14,9	13,4	16,5	39,5	21,0	20,6	34,2	
	De 25 a 34	14,7	15,3	21,6	23,8	13,5	5,7	12,4	
	De 35 a 44	15,3	10,5	17,2	31,9	9,3	8,3	10,6	
	De 45 a 54	11,5	8,1	26,3	19,4	7,2	10,5	6,2	
	De 55 a 64	11,1	7,5	10,5	12,9	9,1	6,5	7,8	
	De 65 a 74	7,3	0,0	0,0	12,2	0,0	22,8	11,8	
	Per nivell d'educació	Educació primària	10,8	3,3	10,9	28,3	5,5	13,6	7,9
	1a etapa d'educació secundària	13,1	11,5	5,9	27,6	20,8	7,7	6,8	
	2a etapa d'educació secundària	17,7	11,3	14,8	27,7	9,8	11,8	18,7	
	Formació professional superior	16,3	8,7	22,8	18,6	22,0	13,3	11,1	
	Educació superior universitària	11,0	14,2	27,4	27,8	8,4	7,0	13,5	
Per situació laboral	Treballador manual	14,9	11,1	21,2	30,5	9,9	8,8	11,1	
	Treballador no manual	14,7	23,2	30,4	23,8	11,3	16,6	20,2	
	Aturat/ada	14,1	7,9	15,7	9,2	20,5	6,2	16,4	
	Estudiant	8,7	10,4	7,1	29,4	17,6	12,9	30,2	
	Feines de la llar	0,0	6,9	0,0	33,6	6,9	6,9	16,4	
	Pensionista	4,9	0,0	0,0	0,0	0,0	15,2	16,4	
	Altra situació laboral	30,2	7,4	32,2	0,0	14,1	0,0	0,0	
Catalunya		13,9	11,6	19,4	26,6	11,8	9,8	13,6	

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

Productes o serveis adquirits per internet els darrers 12 mesos a Catalunya 2011

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	19,6	3,7	51,0	10,9	48,4	19,5
	Dona	10,5	2,9	52,4	16,5	45,8	14,2
Edat	De 16 a 24	15,6	3,2	31,6	5,7	60,4	24,6
	De 25 a 34	11,3	4,2	60,4	11,4	46,4	18,5
	De 35 a 44	25,1	2,9	53,0	22,2	42,8	14,2
	De 45 a 54	11,2	2,1	48,3	8,1	43,5	13,4
	De 55 a 64	10,3	3,1	62,2	19,2	53,2	20,7
	De 65 a 74	11,8	11,8	31,2	0,0	36,0	0,0
	Per nivell d'educació	Educació primària	7,5	0,0	42,4	11,0	34,1
	1a etapa d'educació secundària	13,4	0,0	35,5	18,9	29,1	17,5
	2a etapa d'educació secundària	18,4	2,6	43,1	8,6	41,8	16,7
	Formació professional superior	24,9	10,5	62,8	16,6	59,2	27,9
	Educació superior universitària	12,5	3,1	61,0	14,6	55,3	14,1
Per situació laboral	Treballador manual	14,5	3,3	55,0	15,8	48,1	15,6
	Treballador no manual	18,4	4,5	70,1	13,5	56,3	20,7
	Aturat/ada	28,2	1,7	45,6	14,1	27,8	15,0
	Estudiant	13,9	4,1	30,7	0,0	57,7	29,7
	Feines de la llar	6,9	0,0	40,2	13,7	27,9	0,0
	Pensionista	7,9	7,9	28,4	0,0	33,9	5,8
	Altra situació laboral	0,0	0,0	28,1	19,3	32,1	10,6
Catalunya		15,7	3,3	51,7	13,3	47,3	17,2

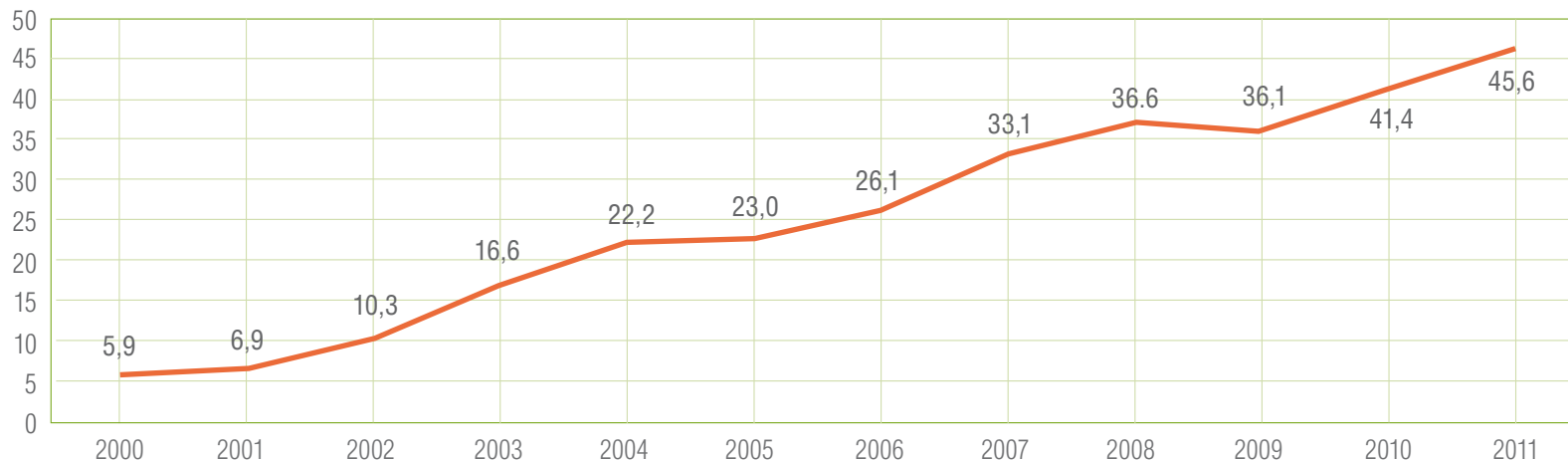
Font: Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i comunicació a les llars catalanes. FOBSIC i Idescat a partir de dades de l'INE.

El percentatge d'adquirents masculí supera clarament el femení en material informàtic, equipament electrònic, programari d'ordinador, jocs d'ordinador i vídeocònsoles, llibres i revistes i vídeos i música i -contràriament a l'any anterior- en compra d'entrades per espectacles. En canvi, el col·lectiu femení supera el masculí en l'adquisició de viatges i allotjament de vacances, 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 seguides de les entrades d'espectacles. D'altra banda, es de destacar l'alt percentatge d'estudiants que compra entrades per espectacles (57,7%), viatges (30,7%), material informàtic (30,2%) i roba o material esportiu (29,4%). 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 allotjaments (40,2%) i les entrades a espectacles (27,9%) i, en el segment dels pensionistes, els percentatges més elevats corresponen a la compra d'entrades per espectacles (33,9%) i de viatges o allotjament de vacances (28,4%).

Comerç electrònic de les llars a Barcelona

Segons dades de l'Òmnibus Municipal de desembre de 2011, el 45,6% dels barcelonins han adquirit productes per Internet, el que suposa un augment de +4,2 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 Barcelona la proporció d'homes que usen aquest canal per a la compra -el 52,5% del total- és superior a la de les dones i, tal com ja succeïa en anys anteriors, i predominen els usuaris de nivell socioeconòmic alt (59,5% del total) i d'edat compresa entre 16 i 44 anys.

Evolució de la compra per Internet a Barcelona, 2011



Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum. Desembre 2011.

Consumidors en %

Tot i la notable dada de participació en el comerç electrònic, el seu ús és encara poc intens ja que el 69,3% dels enquestats compra per Internet de forma ocasional, mentre que els que ho fan setmanalment només representen el 3,1% del total.

Evolució de la freqüència de compra per internet a Barcelona (2005-2011)

(%)	2005	2011	Variación 05-10
Setmanalment	3,0	3,1	0,1
Cada dues setmanes	1,7	3,3	1,6
Mensualment	13,5	14,5	1,0
Cada dos mesos	7,4	9,6	2,2
Ocasionalment	73,9	69,3	-4,6

Font: Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona. desembre 2011

Per productes, els viatges segueixen erigint-se un any més com el producte més demandat, amb més de 3 de cada 10 compradors on-line (33,1%), si bé la roba i el calçat (23,5%) la informàtica i la telefonia (16,9%), els llibres (14,9%) i les entrades d'espectacles (13,4%) són altres productes àmpliament adquirits a través de la xarxa. Respecte a l'any 2005 destaca especialment el creixement de 16,1 punts que experimenta el percentatge d'usuaris que compren roba i calçat per via electrònica.

Productes o serveis adquirits per internet a Barcelona (2005-2011)

(%)	2005	2011	Variación 05-11
Viatges	36,5	33,1	-3,4
Roba, calçat	7,4	23,5	16,1
Informàtica i telefonia	23,0	16,9	-6,1
Llibres	13,5	14,9	1,4
Entrades espectacles	9,6	13,4	3,8
Aliments	13,0	12,5	-0,5
Altres productes quotidians	3,5	7,7	4,2
Parament de la llar	3,5	7,5	4
Música	10,4	6,4	-4
Altres lleure	9,6	3,1	-
Altres	3,0	1,8	-1,2

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

9. BARCELONA CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

9.1. BARCELONA SHOPPING LINE

Cal iniciar l'anàlisi del 2011, recordant el que dèiem l'any passat que per ser competitius i per tenir capacitat d'atracció, de demanda internacional, per seduir-la i fer que les seves rendes es canalitzin cap a les botigues, calia introduir una millor prestació de serveis, en els diferents camps d'actuació. És a dir, tant en el que correspon a la informació com a la promoció i, òbviament, en la mateixa prestació de serveis. En definitiva, en una situació de recessió de la demanda interna del nostre país, i d'Europa en general, i en una situació tant competitiva com és l'actual, en què les grans capitals del món agafen el protagonisme i competeixen per atraure rendes i inversions, que ajudin a través de la demanda externa a compensar la debilitat de la interna, es fa imprescindible comptar amb els mecanismes que ens facin més atractius i que, a la vegada, ens permetin diferenciar-nos dels altres.

La introducció d'una minisite pròpia del Barcelona Shopping Line, amb el corresponent cercador de botigues i marques, la distribució dels fulletons informatius als llocs adequats i en els moments oportuns (veure quadre de distribució del plànol del Barcelona Shopping Line), la publicitat en revistes i guies, el tracte especial per a col·lectius professionals, els articles en revistes especialitzades realitzades per part de periodistes que provenen de diferents nacionalitats són algunes de les línies de treball empreses. Així mateix, les campanyes promocionals per atraure demanda internacional, com és el Christmas Shopping in Barcelona, realitzada a través de la intermediació online.

Distribució del plànol del Barcelona Shopping Line 2011

Punt de distribució	Exemplars
Creuers	15.000
Retractilat en revistes turístiques	215.000
Oficines de Turisme de Barcelona	300.000
Fires i Workshops	3.000
Operadors turístics	30.000
Membres BSL	4.500
Hotels i altres allotjaments	239.000
OETs i touoperadors estrangers	43.500
Total exemplars	850.000

Com a fet que cal tenir en compte, aquest any el Barcelona Shopping Line, ha participat en el centenari del Reial Club de Polo, mitjançant la decoració dels aparadors del Passeig de Gràcia, amb motius hípics. Òbviament, aquest fet s'ha pogut realitzar amb la col·laboració de l'Associació d'Amics del Passeig de Gràcia.

Al Comitè del Barcelona Shopping Line s'han incorporat els representants de les Associacions de Comerciants que integren l'eix de 5 km., la qual cosa facilita la presa de decisions de cara a consolidar el posicionament de Barcelona com a ciutat de shopping internacional.

Quant a nous membres, cal dir que s'han incorporat els Centres Comercials de La Maquinista i Las Arenas, la qual cosa els consolida com a centres d'atracció turística de la ciutat.

9.2. LA DESPESA DEL TURISME INTERNACIONAL A BARCELONA

Destaca també el reconeixement internacional de Barcelona en l'índex de "The Global Shopper City" realitzat per l'Economist Intelligence, entre 33 ciutats europees, la majoria capital de l'Estat. D'altra banda, cal tenir molt en compte una oferta completa i competitiva a nivell de preus i serveis, un entorn urbà que convida a passejar, veure aparadors i, per tant, a comprar. I com no, l'atracció i potenciació dels mercats emergents, en el món del shopping, com són els països BRIC (Brasil, Rússia, Índia i Xina), que han passat a ocupar llocs preferents en el posicionament per països, dins de l'indicador de despesa en targetes de crèdit internacionals a Barcelona.

En definitiva, un any rècord, ja que la despesa en shopping ha experimentat un increment del 23,48%, i la participació en el global ha passat a ser del 35,24%⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Dades de despesa amb targetes de crèdit (Font: Catalunya Caixa)

Despesa global segons mercat d'origen - anual 2011

País	Import Oper.	% Sobre total	% Incre. any anterior	Núm. Oper.	% Sobre total	% Incre. any anterior	Op. Mitja
França	434.163.702	16,90	9,80	9.454.201	29,16	3,88	45,92
Estats Units	262.199.313	10,21	12,88	2.703.272	8,34	10,46	96,99
Itàlia	240.428.621	9,36	25,70	2.822.442	8,70	56,15	85,18
Regne Unit	186.549.845	7,26	2,26	1.940.137	5,98	7,40	96,15
Alemanya	151.224.455	5,89	9,26	1.625.130	5,01	6,41	93,05
Holanda	143.281.178	5,58	22,54	1.708.262	5,27	21,78	83,88
Rússia	108.669.059	4,23	56,20	954.164	2,94	70,18	113,89
Suïssa	93.186.047	3,63	19,73	700.803	2,16	15,22	132,97
Bèlgica	69.848.383	2,72	15,65	931.507	2,87	11,83	74,98
Brasil	61.109.465	2,38	34,19	726.462	2,24	36,02	84,12
Suècia	55.913.438	2,18	9,48	759.568	2,34	13,20	73,61
Noruega	50.984.093	1,98	14,55	532.354	1,64	19,98	95,77
Portugal	46.829.325	1,82	-1,07	721.652	2,23	8,44	64,89
Canadà	40.946.754	1,59	11,87	447.050	1,38	17,84	91,59
Austràlia	39.414.523	1,53	24,48	321.455	0,99	22,00	122,61
Mèxic	37.097.625	1,44	21,55	434.371	1,34	27,65	85,41
Andorra	36.399.923	1,42	0,15	540.766	1,67	1,18	67,31
Dinamarca	35.345.331	1,38	0,56	481.514	1,49	2,27	73,40
Japó	29.906.776	1,16	20,96	276.307	0,85	24,07	108,24
Àustria	29.716.087	1,16	5,49	283.076	0,87	6,31	104,98
TOTAL 20 PRIMERS	2.153.213.943	83,81	14,62	28.364.493	87,48	13,92	75,91
TOTAL	2.569.129.945	100,00	16,27	32.425.016	100,00	15,12	79,23

Despesa dels turistes internacionals amb targetes Visa i Mastercard global 2011

	1r. Trim.	Incr.(%)	2n Trim.	Incr.(%)	3r. Trim.	Incr.(%)	4t. Trim.	Incr.(%)	Total 2011	Incr. 11/10 (%)
Comerç	114.153.689	24,35	168.754.755	25,32	216.451.867	19,84	170.688.117	25,90	670.048.428	22,44
Restauració	34.811.732	20,31	55.390.095	25,41	66.554.983	22,70	42.404.364	11,17	199.161.174	17,94
Hotels	89.217.548	27,38	144.158.746	26,40	163.883.889	17,61	97.375.907	5,80	494.636.089	12,91
Transport / Automoció	52.536.966	-7,86	75.846.373	-5,71	106.831.499	7,06	62.571.184	-1,84	297.786.022	3,59
Oci / Cultura	11.839.445	-11,14	17.018.052	-2,65	22.181.658	8,61	14.360.895	-10,44	65.400.050	0,23
Serveis	27.238.418	52,07	37.528.070	49,88	42.734.033	73,35	35.619.275	95,55	143.119.795	82,78
Altres	12.360.121	25,28	5.779.572	18,76	6.739.749	25,41	6.531.192	26,30	31.410.634	25,85
TOTAL	342.157.918	18,44	504.475.662	19,91	625.377.678	19,25	429.550.933	16,44	1.901.562.191	18,08
Participació s/ total 2011 (%)	17,99		26,53		32,89		22,59			

Per altra banda, la devolució dels xecs Tax Free a les oficines de Turisme de Barcelona ha tingut un increment de més del 300%, tant en reemborsament com en nombre de xecs. I el més important és que 4.653 turistes extracomunitaris han passat per la Plaça Catalunya, per aconseguir la devolució de l'IVA en efectiu, la qual cosa permet que realitzin nova despesa en les activitats terciàries de la.

Distribució per mesos de les devolucions de l'IVA als compradors estrangers

	Valor compres			Reemborsament		
	2010	2011	% Incr.	2010	2011	% Incr.
Gener	8.775	154.141	1.657	849	15.864	1.770
Febrer	34.115	142.944	319	3.543	14.738	316
Març	21.366	121.897	471	2.115	12.251	479
Abril	90.802	206.906	128	9.637	21.045	118
Maig	45.746	310.692	579	4.766	32.096	573
Juny	37.460	232.801	521	3.880	24.084	521
Juliol	53.349	430.891	708	5.606	44.374	692
Agost	81.392	350.881	331	8.451	36.204	328
Setembre	122.317	429.405	251	12.417	44.320	257
Octubre	114.120	474.689	316	11.574	48.469	319
Novembre	116.047	387.782	234	11.971	39.714	232
Desembre	118.901	256.817	116	12.080	26.547	120
TOTAL	844.390	3.499.845	314	86.889	359.706	314

Nacionalitats dels compradors estrangers que han sol·licitat la devolució de l'IVA

Nacionalitats 2010	Visitants	Nacionalitats 2011	Visitants
Rússia	131	Rússia	973
Israel	116	Brasil	471
Brasil	99	Israel	336
Estats Units	99	Estats Units	286
Mèxic	62	Xina	263
Canadà	60	Singapur	212
Singapur	47	Argentina	172
Algèria	46	Japó	144
Turquia	44	Mèxic	142
Xina	43	Canadà	138
TOTAL	747	TOTAL	3.137

Edita:

Ajuntament de Barcelona
Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació
Direcció de Comerç i Consum

Col·laboració:

Direcció d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació
Turisme de Barcelona
Institut Municipal de Mercats

Producció, disseny i maquetació:

Equip de Producció

